

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM



STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

SUPERVISOR

SUPRAYOGA HADI (SEKRETARIS EKSEKUTIF TNP2K)

TIM NASIONAL PERCEPATAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN

ELAN SATRIAWAN
RADEN MUHAMAD PURNAGUNAWAN
LATIF ADAM
FITRIA PURNAMA SARI

TIM NASIONAL PERCEPATAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

Edisi Agustus 2021

ISBN: 978-602-275-221-9

Penyusun:

Tim Kebijakan Peningkatan Kapasitas Ekonomi - Sekretariat TNP2K

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

©2021 Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan

Publikasi ini didukung oleh pemerintah Australia melalui program MAHKOTA. Temuan, interpretasi, dan kesimpulan dalam publikasi ini tidak mencerminkan pandangan pemerintah Indonesia maupun pemerintah Australia.

Dipersilakan untuk menyalin, menyebarkan dan mengirimkan publikasi ini untuk tujuan non-komersial.

Saran pengutipan: TNP2K. 2021. Studi Perancangan Model Pengembangan Program Promosi Permintaan UMKM. Jakarta.

Untuk mendapatkan salinan laporan ini atau keterangan lebih lanjut mengenai laporan ini, silakan menghubungi TNP2K melalui surat elektronik di alamat km.unit@tnp2k.go.id. Laporan ini juga tersedia di situs web TNP2K (www.tnp2k.go.id).

Diterbitkan oleh:

TIM NASIONAL PERCEPATAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN

Grand Kebon Sirih, Lantai 5

Jl. Kebon Sirih No. 35, Jakarta Pusat 10110

Telepon : (021) 3912812

Faksimile : (021) 3912511

Surat : km.unit@tnp2k.go.id

Situs web : www.tnp2k.go.id

KATA PENGANTAR

Pandemi COVID-19 tidak hanya berdampak pada kesehatan masyarakat, tetapi juga mempengaruhi kondisi perekonomian Indonesia. Pandemi telah menurunkan berbagai aktivitas ekonomi dan menyebabkan kontraksi konsumsi yang sangat dalam. Permintaan terhadap produk dan jasa UMKM melemah karena kontraksi ini. Beberapa studi melaporkan mayoritas UMKM mengalami penurunan penjualan karena pandemi. Tidak sedikit dari mereka bahkan terpaksa menutup usahanya baik untuk sementara maupun secara permanen. Mengingat pentingnya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia, upaya untuk merancang **Model Pengembangan Program Promosi Permintaan UMKM** menjadi penting untuk mendorong pemulihan UMKM yang terpuruk karena pandemi.

Buku ini membahas dan mengusulkan program apa saja yang dapat didorong oleh pemerintah untuk menghidupkan kembali atau memunculkan permintaan baru terhadap produk/jasa UMKM. Menghidupkan dan memunculkan pasar baru menawarkan ruang bagi kebijakan non-konvensional yang mengutamakan dukungan bagi kelangsungan hidup UMKM. Karena itu, proses pembahasan dan pengusulan program dilakukan dengan menerapkan kerangka analitis berdasarkan pemikiran yang matang tentang tindakan strategis untuk bertahan dari krisis. Selain itu, buku ini juga menggunakan penelitian yang ekstensif tentang praktik di negara lain dan di beberapa daerah terpilih melalui metode konsultasi dengan pembuat kebijakan.

Buku ini diharapkan mampu menghasilkan pengetahuan berharga tentang apa yang terjadi dengan UMKM di Indonesia selama satu tahun terakhir ini serta mengungkapkan sejumlah program unggulan dan program quick win untuk menghidupkan kembali atau memunculkan permintaan baru terhadap produk/jasa UMKM. Kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyusun buku ini. Masukan, saran, dan kritik yang membangun kami harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan buku ini.

Dr. Suprayoga Hadi

Sekretaris Eksekutif TNP2K

ACKNOWLEDGEMENT

Studi ini dilakukan oleh Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) di Jakarta. Elan Satriawan sebagai Kepala Tim Kebijakan dan Raden Muhamad Purnagunawan sebagai Ketua Tim Kebijakan Peningkatan Kapasitas Ekonomi mengawasi serta memberi arahan terhadap keseluruhan proses studi termasuk penulisan laporan. Anggota Tim Kebijakan Peningkatan Kapasitas Ekonomi yang terlibat dalam pelaksanaan studi ini adalah Latif Adam dan Fitria Purnama Sari.

Dukungan finansial untuk studi ini difasilitasi oleh MAHKOTA (Menuju Masyarakat Indonesia yang Kokoh Sejahtera), Departemen Luar Negeri dan Perdagangan (*Department of Foreign Affairs and Trade: DFAT*) dari Pemerintah Australia.

Pelaksanaan studi ini dilakukan bekerja sama dengan Presisi Indonesia, Dionisius Ardiyanto Narjoko sebagai kepala tim, I wayan Dipta sebagai penasihat, dan beranggotakan Risa Bhinekawati, Widdi Mugijayani, Ida Ayu Erica Pramesty Utami, Made Suardhini, Anissa Rahmawati, Nur Afni Panjaitan, Estiana Cahyawati, Kinanti Zukhrufijannah Patria, Erizqa Mahardhika, serta Putu Gede Bhismananda.

Proses pengumpulan data dan informasi didukung oleh Kementerian/Lembaga, pemerintah daerah, mitra swasta, maupun asosiasi usaha terkait antara lain Kemenko Perekonomian, Kementerian PPN/Bappenas, Kementerian Keuangan, Kementerian Koperasi & UKM, Kementerian Pertanian, Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif, Kementerian Kelautan & Perikanan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Komunikasi & informasi, Kementerian Perdagangan, Kementerian BUMN, Kementerian Pemuda & Olahraga, Kementerian Sosial, Kementerian Pemberdayaan Perempuan & Perlindungan Anak, PLN, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, Pemerintah Kabupaten Malang, perusahaan swasta serta asosiasi usaha lainnya.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Acknowledgement	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	ix
Daftar Boks	x
Daftar Singkatan	xi
Ringkasan Eksekutif	1
01 Menghidupkan Kembali Permintaan UMKM di Indonesia: Respons terhadap Krisis Covid-19	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Tujuan Penelitian	17
1.3 Metodologi	17
1.3.1 Tinjauan Pustaka	17
1.3.2 Pemetaan dan Identifikasi Program yang Sedang Dilaksanakan	18
1.4 Kerangka Analisis	19
1.4.1 Pengalihan Model Bisnis	19
1.4.2 Perluasan Akses Pasar	19
1.4.3 Bantuan Keuangan	19
02 Kerangka Analisis dan Metodologi	21
2.1 Kerangka Analisis	21
2.1.1 Pengalihan Model Bisnis	22
2.1.2 Perluasan Akses Pasar	23
2.1.3 Bantuan Keuangan	23

2.2	Metodologi	26
2.2.1	Tinjauan Pustaka	26
2.2.2	Pemetaan dan Identifikasi Program yang Sedang Dilaksanakan	28
2.2.3	Analisis Pasar	30
2.2.4	Diskusi Kelompok Terarah dengan Pemangku Kepentingan	33
03	Langkah untuk Membangkitkan Kembali Permintaan terhadap UMKM	34
3.1	Praktik Global	35
3.1.1	Australia	38
3.1.2	Tiongkok	43
3.1.3	Korea Selatan	46
3.1.4	Malaysia	49
3.1.5	Thailand	52
3.2	Praktik Lokal	55
3.2.1	Jawa Tengah	57
3.2.2	Jawa Barat	59
3.2.3	Sulawesi Selatan	60
3.2.4	Kulon Progo	61
3.2.5	Malang	62
3.3	Pemerintah Pusat (Kementerian/Lembaga)	63
3.3.1	Pengalihan Model Bisnis	63
3.3.2	Perluasan Akses Pasar	66
3.3.3	Bantuan Keuangan	69
3.4	Program UMKM dalam Perspektif GESI	72

04 Wawasan dari Sektor Swasta	76
4.1 Asosiasi di Indonesia: Berbagi Kepentingan Bersama	77
4.1.1 Pengalihan Model Bisnis	77
4.1.2 Perluasan Akses Pasar	78
4.1.3 Bantuan Keuangan	79
4.2 Penggerak Bisnis: Memperkuat Ekosistem	80
4.2.1 Pengalihan Model Bisnis	80
4.2.2 Perluasan Akses Pasar	81
4.2.3 Bantuan Keuangan	83
05 Tantangan, Peluang, dan Penggerak	86
5.1 Tantangan dan Peluang	86
5.2 Penggerak	90
5.2.1 Peningkatan Kapasitas	90
5.2.2 Peran Pemerintah	91
5.2.3 Kemampuan dan Infrastruktur Digital	92
5.2.4 Kolaborasi dan Kemitraan	93
06 Program Unggulan dan Quick Wins untuk Membangkitkan Kembali Permintaan	94
6.1 Program Unggulan	94
6.1.1 Peningkatan Kapasitas	94
6.1.2 Pengembangan Klaster (Sentra)	97
6.1.3 Onboarding ke Platform Digital	99
6.1.4 <i>Link and Match</i>	102
6.1.5 Bantuan Strategis dalam Bentuk Barang	104
6.1.6 Bantuan Keuangan	106

6.2	<i>Quick Wins</i>	109
6.2.1	Mempercepat Onboarding UMKM ke Platform Digital	109
6.2.2	Memfasilitasi Lebih Banyak UMKM yang Berpartisipasi dalam Pengadaan Pemerintah	113
6.2.3	Replikasi Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia	117
07	Rekomendasi untuk Membangkitkan Kembali Permintaan UMKM di Indonesia	121
7.1	Meningkatkan Kapasitas UMKM	121
7.2	Mengembangkan Klaster	123
7.3	Mengintensifkan dan Memperluas <i>Onboarding</i> UMKM ke Platform <i>E-commerce</i>	124
7.4	Memperluas Program Link and Match	126
7.5	Memaksimalkan Pemanfaatan Kuota 40 Persen dalam Pengadaan Pemerintah	127
7.6	Melanjutkan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia	128
7.7	Menyederhanakan Mekanisme Pembiayaan UMKM	129
7.8	Memaksimalkan Kolaborasi Antar-Pemangku Kepentingan	129
	Daftar Pustaka	131
	Lampiran 1: Infografis - Program Unggulan	138
	Lampiran 2: Infografis - <i>Quick Wins</i>	143
	Lampiran 3: Infografis - Rekomendasi	149
	Lampiran 4: Rangkuman Praktik Global Berdasarkan Program	151
	Lampiran 5: Pemetaan Program Pemerintah Daerah	158
	Lampiran 6: Pemetaan Program dari Pemerintah Pusat (Kementerian)	169
	Lampiran 7: Hasil Diskusi Kelompok Terarah	197

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Ekonomi Berdasarkan Pengeluaran, Q4/2019 hingga Q4/2020 (dalam persen y-o-y)	15
Gambar 3.1	Kategori Bisnis Berdasarkan Jumlah Karyawan di Australia, 2019 (dalam persen)	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Pemetaan Kebijakan dan Program Kementerian/Lembaga	29
Tabel 2.2	Daftar Pertanyaan Analisis Pasar	31
Tabel 6.1	Program Peningkatan Kapasitas	95
Tabel 6.2	Program Pengembangan Klaster (Sentra)	98
Tabel 6.3	Program Onboarding ke Platform Digital	100
Tabel 6.4	Program Unggulan Link and Match	103
Tabel 6.5	Program Unggulan Bantuan Strategis dalam Bentuk Barang	105
Tabel 6.6	Program Bantuan Keuangan	107
Tabel 6.7	Fitur Utama Kebijakan/Program Onboarding UMKM ke Platform Digital	111
Tabel 6.8	Peran Pemangku Kepentingan pada Seluruh Tahap Onboarding	112
Tabel 6.9	Fitur Utama Kebijakan/Program Partisipasi UMKM dalam Pengadaan Pemerintah	114
Tabel 6.10	Peran Pemangku Kepentingan pada Seluruh Tahap Pengadaan Pemerintah	115
Tabel 6.11	Fitur Utama Kebijakan/Program Peningkatan Permintaan UMKM Melalui Kampanye	119
Tabel 6.12	Peran Pemangku Kepentingan di Seluruh Tahap Pelaksanaan Kampanye	120

Tabel Lampiran 5.1	Program Pemerintah Daerah	158
Tabel Lampiran 6.1	Program Kemenko Perekonomian, Kementerian PPN/Bappenas, Kemenkeu, dan Kemenkop UKM	169
Tabel Lampiran 6.2	Program Kemenperin, Kemenparekraf, KKP, dan Kementan	176
Tabel Lampiran 6.3	Program Kemenkominfo, Kemendag, Kementerian BUMN, dan Kemenpora	186
Tabel Lampiran 6.4	Program Kemensos, Kementerian PPA, dan PLN	193
Tabel Lampiran 7.1	Daftar Program yang Didiskusikan Selama Diskusi Kelompok Terarah	197

DAFTAR BOKS

Kotak 5.1	Partisipasi UMKM dan Koperasi dalam Pengadaan Pemerintah	88
Kotak Lampiran 7.1	Daftar Faktor Pendukung yang Didiskusikan	201

DAFTAR SINGKATAN

ABN	Australian Business Number
ABR	Australian Business Register
ADB	Asian Development Bank
APBD	Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah
APBN	Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara
APD	Alat Pelindung Diri
APINDO	Asosiasi Pengusaha Indonesia
APRINDO	Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia
AR	<i>Augmented Reality</i>
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
ASMINDO	Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia
ASN	Aparatur Sipil Negara
ATO	Australian Taxation Office
AUD	<i>Australian Dollar</i>
B2B	<i>Business to Business</i>
B2C	<i>Business to Consumer</i>
Bansos	Bantuan Sosial
Baparekraf	Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Bappenas	Badan Perencanaan Pembangunan Nasional
BAS	<i>Business Activity Statement</i>
BAZNAS	Badan Amil Zakat Nasional
BBI	Bangga Buatan Indonesia
Bekraf	Badan Ekonomi Kreatif
Bimtek	Bimbingan Teknis
BIP	Bantuan Insentif Pemerintah
BJB	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten
BLU	Badan Layanan Umum
BNI	Bank Negara Indonesia
BNM	Bank Negara Malaysia
BOT	Bank of Thailand
BPD	Bank Pembangunan Daerah
BPKP	Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan

BPNT	Bantuan Pangan Non-Tunai
BPS	Badan Pusat Statistik
BPUM	Bantuan Produktif Usaha Mikro
BRI	Bank Rakyat Indonesia
BSiMU	Bantuan Sosial Insentif Modal Usaha
BSN	Bank Simpanan Nasional
BUMD	Badan Usaha Milik Daerah
BUMDes	Badan Usaha Milik Desa
BUMN	Badan Usaha Milik Negara
C2H	Creative Culture Home
CAGR	<i>Compound Annual Growth Rate</i>
CBI	Netherlands Centre for the Promotion of Imports from developing countries
CCM	Companies Commission of Malaysia
CGC	Credit Guarantee Corporation
CNBC	Consumer News and Business Channel
CPTPP	Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership
CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i>
CV	<i>Commanditaire Vennootschap</i>
DAK	Dana Alokasi Khusus
DEA	Digital Entrepreneurship Academy
Dinkop UKM	Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah
DIY	Daerah Istimewa Yogyakarta
Ekraf	Ekonomi Kreatif
ESG	<i>Environmental, Social, and Governance</i>
EU	European Union
F&B	<i>Food and Beverages</i>
FGD	<i>Focus Group Discussion</i>
Fintech	<i>Financial Technology</i>
FTA	<i>Free Trade Agreement</i>
Gapoktan	Gabungan Kelompok Tani
Gemarikan	Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan
GESI	<i>Gender Equality and Social Inclusion</i>
Gratieks	Gerakan Tiga Kali Ekspor Pertanian

GST	<i>Goods and Services Tax</i>
Harbolnas	Hari Belanja Online Nasional
Himbara	Himpunan Bank Milik Negara
HKI	Hak Kekayaan Intelektual
HACCP	<i>Hazard Analysis Critical Control Point</i>
HKTDC	Hong Kong Trade Development Council
HRDF	Human Resources Development Fund
HSBN	Hari Belanja Sneaker Nasional
IAS	<i>Instalment Activity Statement</i>
ICSB	International Council for Small Business
IDTS	Indonesia Digital Trade Show
IFC	International Finance Corporation
IFEX	International Furniture Expo
IFI	Indonesia Food Innovation
ILO	International Labor Organization
IKM	Industri Kecil dan Menengah
IPD	Import Promotion Desk
ITPC	Indonesian Trade Promotion Center
IUMK	Izin Usaha Mikro Kecil
JETRO	Japan External Trade Organization
JIFFINA	Jogja International Furniture and Craft Fair Indonesia
JSD	Jakarta Sneakers Day
K/L	Kementerian/Lembaga
KADIN	Kamar Dagang dan Industri Indonesia
Kabayan	Konsultasi Online Akses Pembiayaan
KECE	Kredit Cepat
Kemenag	Kementerian Agama
Kemendag	Kementerian Perdagangan
Kemenkominfo	Kementerian Komunikasi dan Informatika
Kemenkop UKM	Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah
Kemenparekraf	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Kemenperin	Kementerian Perindustrian
Kemenpora	Kementerian Pemuda dan Olahraga
Kementerian PPPA	Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

Kementan	Kementerian Pertanian
KEXIM	Export-Import Bank of Korea
KfW	Kreditanstalt fuer Wiederaufbau/German Development Bank
KKP	Kementerian Kelautan dan Perikanan
KOTRA	Korea Trade-Investment Promotion Agency
KPM	Keluarga Penerima Manfaat
KPR	Kredit Pemilikan Rumah
KRW	Korean Won
KUHP	Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
Kupedes	Kredit Umum Pedesaan
KUR	Kredit Usaha Rakyat
LIPI	Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
LKPP	Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah
LPSE	Layanan Pengadaan Secara Elektronik
MASAMO	Masak Bersama Master secara Online
MARA	Majlis Amanah Rakyat
MCO	<i>Movement Control Order</i>
MDEC	Malaysia Digital Economy Corporation
Mesra	Masyarakat Ekonomi Sejahtera
MOEF	Ministry of Economy and Finance
MoU	<i>Memorandum of Understanding</i>
MSF	<i>Millennial Shrimp Farm</i>
MSME	Micro, Small, and Medium Enterprises
MYR	Malaysian Ringgit
NDRC	National Development and Reform Commission
NIA	National Innovation Agency
NPL	<i>Non-Performing Loans</i>
NTB	Nusa Tenggara Barat
O2O	<i>Online to Offline</i>
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
Ojir	<i>Ojo Percoyo Karo Renternir</i>
OJK	Otoritas Jasa Keuangan
OPOP	<i>One Pesantren One Product</i>
OSMEP	Office of SMEs Promotion

PaDi	Pasar Digital
PAYG	<i>Pay as You Go</i>
PDAM	Perusahaan Daerah Air Minum
PDB	Produk Domestik Bruto
PEKKA	Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga
PEN	Pemulihan Ekonomi Nasional
PENJANA	<i>Pelan Jana Semula Ekonomi Negara</i>
Perum	Perusahaan Umum
PERURI	Percetakan Uang Republik Indonesia
PHK	Pemutusan Hubungan Kerja
PHRI	Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia
PIP	Pusat Investasi Pemerintah
PIRT	Produk Industri Rumah Tangga
PKH	Program Keluarga Harapan
PLN	Perusahaan Listrik Negara
PLUT KUMKM	Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
PNM	Pemodal Nasional Madani
PNS	Pegawai Negeri Sipil
POS	<i>Point of Sale</i>
PP	Peraturan Pemerintah
PPh	Pajak Penghasilan
PPN	Pajak Pertambahan Nilai
PPnBM	Pajak Penjualan atas Barang Mewah
Prokus	Program Kewirausahaan Sosial
PSBB	Pembatasan Sosial Berskala Besar
PT	Perseroan Terbatas
PTF	<i>PENJANA Tourism Financing</i>
PWMP	Penumbuhan Wirausahawan Muda Pertanian
RMB	Renminbi
RRT	Republik Rakyat Tiongkok
SAG	<i>SMART Automation Grant</i>
SDM	Sumber Daya Manusia
Sekoper Cinta	Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-cita
SiKAP	Sistem Informasi Kinerja Penyedia

SJPP	Syarikat Jaminan Pembiayaan Pertiagaan
SKPD	Satuan Kerja Perangkat Daerah
SMESCO	<i>Small and Medium Enterprises and Cooperatives</i>
SME	<i>Small and Medium Enterprises</i>
SNI	Standar Nasional Indonesia
SPSE	Sistem Pengadaan Secara Elektronik
STTF	<i>SME Technology Transformation Fund</i>
Susenas	Survei Sosial Ekonomi Nasional
TBRIS	<i>TEKUN Business Recovery Scheme</i>
TEI-VE	<i>Virtual Event Trade Expo Indonesia</i>
THB	Thailand Baht
TI	Teknologi Informasi
Tomira	Toko Milik Rakyat
TPKAD	Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah
TPV	<i>Total Processing Value</i>
TTIC	Toko Tani Indonesia Center
TVC	Television Commercial
UD	Usaha Dagang
UEA	Uni Emirat Arab
UMi	Pembiayaan Ultra-Mikro
UKM	Usaha Kecil Menengah
UMKM	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
UNDP	United Nations Development Programme
US-ACTI	United States-ASEAN Connectivity through Trade and Investment
USD	United States Dollar
UU	Undang-Undang
UVO	<i>UKM Virtual Expo</i>
VA	Volt Ampere
VR	<i>Virtual Reality</i>
YESS	<i>Young Entrepreneur of South Sulawesi</i>
ZIM	Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand/German Central Innovation Programme for Small and Medium-Sized Enterprises

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pandemi Covid-19 membuat perekonomian semua negara, termasuk Indonesia, melemah. Banyak kegiatan ekonomi terhenti sehingga menyebabkan kontraksi yang dalam. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tak luput terkena imbasnya. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa 8-9 dari 10 UMKM mengalami penurunan penjualan akibat pandemi.¹ Adapun menurut laporan Organisasi Perburuhan Internasional (ILO), sebanyak 2-3 UMKM menutup usahanya untuk sementara ataupun secara permanen.² Mengingat besarnya penyerapan tenaga kerja oleh UMKM di Indonesia seperti halnya di banyak negara, mempertahankan kelangsungan hidup UMKM merupakan agenda penting dalam menghadapi krisis ekonomi akibat pandemi dan memulihkannya dari kondisi terpuruk.

Kajian ini mengangkat isu tersebut dan mencoba mengusulkan program yang dapat digalakkan oleh pemerintah untuk membangkitkan ataupun memunculkan permintaan terhadap UMKM. Menghadirkan pasar baru menawarkan ruang bagi kebijakan non-konvensional yang mengutamakan dukungan bagi kelangsungan UMKM. Menerapkan kerangka analitis berdasarkan pemikiran yang matang mengenai tindakan strategis untuk bertahan dari krisis, dan menerapkan penelitian ekstensif tentang praktik di negara lain melalui metode konsultasi dengan pembuat kebijakan, studi ini menghasilkan pengetahuan berharga tentang apa yang terjadi pada UMKM di Indonesia selama satu tahun terakhir serta membeberkan sejumlah program unggulan dan program *quick wins* serta rekomendasi kebijakan.

1 BPS (2021).

2 ILO (2020e).

Pengalaman global menunjukkan program voucher dan peran pengadaan pemerintah (*government procurement*) sebagai cara yang baik untuk membangkitkan kembali permintaan. Praktik di negara lain memberikan pemahaman bahwa potongan harga (*cash discount*) yang diberikan melalui program voucher berdampak positif bagi UMKM, yang pada gilirannya menyebabkan naiknya anggaran publik untuk membiayai kelanjutan program ini. Sementara itu, program pengadaan pemerintah telah diadopsi di beberapa negara sebagai langkah untuk mengamankan permintaan UMKM. Program tidak hanya mencakup penetapan kuota bagi UMKM, tetapi juga diperluas guna mengatasi sejumlah masalah, seperti dengan menyederhanakan prosedur, memberikan bantuan, dan memfasilitasi pinjaman khusus atau lebih murah.

Terdapat sejumlah program yang selama ini, atau selama pandemi, telah diimplementasikan oleh pemerintah pusat dan daerah yang layak untuk dilanjutkan dengan beberapa modifikasi. Studi ini menamai berbagai program tersebut sebagai **program unggulan** yang dapat dikategorikan menjadi enam kelompok. *Pertama*, **peningkatan kapasitas** UMKM. Di tengah ketidakpastian ekonomi dan bisnis yang diakibatkan oleh pandemi, UMKM membutuhkan bantuan untuk meningkatkan keterampilan dalam beradaptasi dengan permintaan dan lingkungan bisnis yang baru.

Sejumlah program dalam kategori ini merupakan modifikasi ataupun perpanjangan dari program yang sedang berjalan, seperti program UMKM Juara dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat atau yang baru diluncurkan dalam masa pandemi, yaitu Beli Kreatif Lokal (program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) dan Kartu Prakerja (program Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian). UMKM Juara, program unggulan Pemprov Jawa Barat yang sukses mengungkit UMKM lokal ke pasar nasional/global, menyesuaikan penyampaian program dengan cara hibrida—campuran pertemuan tatap muka/*offline* dan pertemuan jarak jauh/*online*—dan mempercepat periode enam bulan menjadi dua bulan. Beli Kreatif Lokal, program peningkatan kapasitas wirausahawan kuliner, fesyen, dan kerajinan, berhasil meningkatkan pendapatan UMKM dan membantu mereka bertahan pada masa pandemi. Memberikan pelatihan informal kepada pengangguran dan pengusaha mikro, Kartu Prakerja menawarkan berbagai keterampilan kewirausahaan untuk mendorong munculnya calon pengusaha dan terciptanya lapangan kerja.

Studi ini mendapati beberapa fitur penting yang terbukti berhasil meningkatkan kapasitas dan membuat UMKM mampu menyasar permintaan yang sebelum masa pandemi tidak dijangkau. Fitur-fitur utama tersebut meliputi: (1) penyediaan pembinaan dan pendampingan untuk memantau kemajuan dan mengevaluasi kinerja UMKM selama periode peningkatan kapasitas; (2) wirausaha *end-to-end*/ketajaman kewirausahaan untuk mencakup seluruh program peningkatan kapasitas; dan (3) fleksibilitas untuk memilih konten pembelajaran berdasarkan relevansi dan hubungan langsung dengan insentif setelah program selesai merupakan fitur penting lain dari program pengembangan kapasitas dalam menghadapi dampak pandemi, seperti yang terlihat secara khusus pada Kartu Prakerja.

Kelompok program unggulan *kedua* adalah **pengembangan klaster/sentra**. Keberhasilan dalam pengalihan atau pivot bisnis selama pandemi menuntut strategi yang berfokus pada pengembangan produk yang baru muncul dengan membangun kompetensi yang ada. Terdapat dua program pemerintah yang diadopsi sebagai program unggulan kategori pengembangan klaster ini. Pertama, Pemprov Jawa Tengah mendorong UMKM di bawah klaster batik untuk mengalihkan produksi ke produk daster karena permintaan untuk kategori barang siap pakai meningkat signifikan dengan adanya kampanye “di rumah saja” selama pandemi. Kedua, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian mengembangkan klaster rendang di Payakumbuh, Sumatera Barat, dan klaster rumput laut di Wakatobi, Sulawesi Tenggara, untuk memperkuat daya saing sumber daya lokal.

Kelompok program unggulan *ketiga* adalah berbagai program yang meningkatkan **partisipasi UMKM berniaga di platform digital atau e-commerce**. Pandemi Covid-19 telah mendorong kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital untuk memfasilitasi UMKM bergabung dengan platform *e-commerce* atau *e-marketplace* sebagai sarana untuk menjangkau pelanggan selama pemberlakuan pembatasan mobilitas dan operasi bisnis.

Program berikut adalah program yang diunggulkan dalam kategori ini. Pertama, program Kakak Asuh yang diimplementasikan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah bekerja sama dengan *e-marketplace*, dengan “saudara asuh” memberikan pendampingan langsung kepada UMKM untuk *onboarding* ke platform digital.

Kedua, program UMKM Juara dari Pemprov Jawa Barat. Sebagai bagian utama dari program ini, Pemprov Jawa Barat menggalang kolaborasi dengan sejumlah

platform *e-commerce* untuk meningkatkan partisipasi UMKM berniaga di platform digital dan menegosiasikan biaya komisi yang lebih rendah sehingga memberikan manfaat komersial tambahan kepada UMKM.

Ketiga, program Pemprov Sulawesi Selatan yang berkolaborasi dengan Gojek untuk meningkatkan penjualan makanan melalui platform GoFood. Selain subsidi untuk menggratiskan ongkos kirim, Pemprov Sulawesi Selatan juga memberikan insentif berupa kuota internet gratis untuk 3.000 UMKM. Penting untuk dicatat bahwa kolaborasi ini tidak hanya memberi UMKM akses ke permintaan baru/yang lebih luas, tetapi juga memberdayakan pelaku ekonomi perempuan dan usaha mikro yang termasuk di dalam sektor informal jasa restoran. Sehingga, kolaborasi ini tidak hanya mendukung keberlangsungan UMKM, tetapi juga membantu menumbuhkan usaha baru (usaha mikro) dan secara *de facto* memberikan dampak langsung pada pengurangan kemiskinan. Model kolaborasi ini sangat layak untuk direplikasi di daerah lain.

Program unggulan *keempat* adalah kategori program ***link and match***. Dalam situasi penuh ketidakpastian akibat pandemi Covid-19, dengan pasar ritel atau segmen B2C (*business-to-consumer*) mengalami penurunan daya beli, memfasilitasi perijodohan bisnis (*business matching*) antara UMKM dan calon *off-taker* akan memberi UMKM akses langsung untuk memasuki pasar baru berupa pelanggan institusi (segmen *business-to-business/B2B*).

Salah satu program *link and match* yang sukses melibatkan perijodohan bisnis yang diinisiasi oleh pemerintah untuk menghubungkan UMKM dengan jaringan bisnis yang potensial adalah program Pemprov Jawa Tengah dalam memfasilitasi pembicaraan antara Accor Group dan UMKM agar memprioritaskan UMKM dalam pengadaan perlengkapan hotel sehari-hari dan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menampilkan produk/jasa di fasilitas hotel. Model *link and match* seperti ini layak direplikasi di daerah lain dan di sektor jasa lainnya.

Program *link and match* lain yang layak diunggulkan adalah penyelenggaraan *expo* atau pameran dagang virtual untuk meningkatkan paparan (*exposure*) UMKM di suatu daerah terhadap pembeli di daerah lain di Indonesia ataupun pembeli internasional (pasar ekspor). Program ini telah diimplementasikan oleh Kementerian Perdagangan walaupun partisipasi calon pembeli masih relatif rendah. Usaha memperluas jangkauan ke calon pembeli di seluruh daerah di Indonesia dan di luar negeri perlu terus diupayakan.

Program unggulan *kelima* adalah **bantuan strategis dalam bentuk barang modal**. Beberapa program yang memberikan bantuan strategis dalam bentuk nontunai atau barang terbukti efektif dalam memfasilitasi pengalihan bisnis UMKM dalam menghasilkan produk atau jasa baru yang diminta oleh pelanggan. Program dengan model seperti ini di antaranya adalah modal kerja dalam bentuk bahan baku produksi garmen untuk memproduksi masker (program Pemprov Jawa Tengah), belanja modal dalam bentuk alat produksi dan penyimpanan (program Kementerian Kelautan dan Perikanan), atau aset tetap/infrastruktur dalam bentuk telepon seluler dan kredit (sumbangan sektor swasta difasilitasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika). Ke depan, modifikasi dapat dilakukan dengan memperluas cakupan, baik jumlah penerima, provinsi, maupun sektor, yang diikuti dengan memperluas sosialisasi program-program tersebut.

Program unggulan *keenam* adalah **bantuan keuangan**. Bantuan keuangan sangat diperlukan untuk menjamin likuiditas dan keberlangsungan usaha, terutama bagi UMKM yang memiliki akses terbatas ke sektor perbankan. Tanpa likuiditas yang cukup, UMKM tidak akan mampu memproduksi. Dengan demikian pembahasan program bantuan keuangan menjadi relevan walaupun dalam konteks program yang dapat membangkitkan permintaan terhadap UMKM.

Terdapat sejumlah program pemerintah dalam kategori ini yang layak diteruskan, setidaknya ketika tingkat permintaan masyarakat masih belum kembali ke masa sebelum pandemi. Ke depan, modifikasi yang dapat dilakukan di antaranya memperluas cakupan program, baik dari sisi jumlah penerima, banyaknya provinsi, maupun replikasi dengan mengikutsertakan sektor lain.

Program pertama adalah Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), yang memberikan bantuan tunai untuk 12 juta dan 12,8 juta usaha mikro pada 2020 dan 2021 dengan sasaran mereka yang *unbankable* (ditunjukkan dengan tidak adanya *outstanding* kredit dari bank). Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang merupakan program pembiayaan unggulan bagi UMKM juga disalurkan kepada usaha mikro melalui KUR Super-Mikro dengan pinjaman maksimal Rp10 juta. Selama 2020, bunga KUR Super-Mikro dan KUR (KUR dengan plafon pinjaman Rp25 juta) disubsidi oleh pemerintah.

Kedua, dengan menargetkan subsektor terpilih di UMKM pariwisata dan ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meningkatkan alokasi anggaran untuk program reguler Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) pada 2020 dan memberikan hibah Rp100-200 juta per perusahaan terpilih untuk

modal kerja dan belanja modal. Ketiga, pemerintah juga bekerja sama dengan PLN untuk memberikan subsidi listrik bagi UMKM terpilih guna membantu biaya operasional.

Mempertimbangkan berbagai program unggulan di atas, studi literatur tentang praktik respons kebijakan selama pandemi yang terjadi di negara lain, dan berbagai konsultasi dengan para pemangku kepentingan (terutama pemerintah dan sejumlah pelaku bisnis utama ataupun asosiasi bisnis), studi ini mengedepankan tiga program yang dinilai dapat diimplementasikan dengan cepat (dalam waktu tiga bulan) dan membuahkan hasil yang berarti untuk meningkatkan permintaan terhadap UMKM (*quick wins*).

Pertama, **onboarding ke platform pasar digital**. Dengan pembatasan sosial diberlakukan untuk memutus penularan Covid-19, transaksi bisnis, termasuk perdagangan ritel, banyak beralih ke platform digital atau *e-commerce*. Meningkatkan partisipasi UMKM di platform digital merupakan strategi yang tepat. Apalagi kinerja sektor perdagangan digital memang sudah tinggi sebelum masa pandemi. Studi ini menyarankan dua mekanisme untuk meningkatkan partisipasi tersebut. Pertama, memperbanyak besaran program voucher untuk memberikan insentif kepada konsumen agar menggunakan platform digital untuk membeli barang dan jasa. Praktik global dan lokal menunjukkan dampak efektif dari voucher dalam bentuk diskon langsung untuk produk/layanan atau subsidi biaya pengiriman. Melalui kolaborasi antara pemerintah dan platform *e-commerce*, sumber daya kedua belah pihak dapat disumbangkan agar memberikan dampak besar melalui biaya yang efisien.

Mekanisme kedua adalah memberikan dukungan penjualan dan pemasaran selain voucher. Dukungan ini dapat berupa kampanye untuk menyebarluaskan informasi tentang produk UMKM ataupun akses langsung untuk *link and match* dengan pengadaan pemerintah sehingga menciptakan peluang baru bagi permintaan.

Program *quick wins* kedua yang disarankan studi ini adalah **fasilitasi UMKM yang berpartisipasi dalam program pengadaan pemerintah**. Program ini secara khusus merespons kebijakan baru pemerintah yang memastikan kuota 40 persen dari total nilai pengadaan pemerintah harus dialokasikan untuk UMKM, seperti yang diamanatkan oleh Undang-Undang Cipta Kerja dan diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Sebagai kebijakan baru, diseminasi lanjutan, bimbingan, dan penguatan diperlukan untuk memastikan UMKM dapat memanfaatkan akses pasar ini secara maksimal. Peraturan pelaksana dan mekanisme hukum perlu dibuat untuk memperkuat penerapan kebijakan kuota ini. Diperlukan sistem insentif untuk mendorong UMKM memanfaatkan kuota tersebut melalui pembinaan standarisasi mutu dan sertifikasi produk serta kemudahan pendaftaran di sistem pengadaan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP).

Ada sejumlah langkah awal yang dapat diambil untuk menghilangkan hambatan dan menyederhanakan mekanisme bagi UMKM yang baru saja mengenal program pengadaan pemerintah. Belajar dari praktik global, pemerintah dapat mendorong terciptanya ekosistem yang ramah UMKM melalui kebijakan berikut:

Ukuran kontrak yang adil. Dengan kapasitas keuangan yang terbatas, UMKM secara alami akan tersisih dari penawaran yang bernilai besar. Untuk menghilangkan penghalang tersebut, kontrak besar dapat dipecah menjadi sejumlah kontrak kecil dengan volume yang lebih rendah. Pedoman dan pengukuran khusus harus dirancang untuk memastikan kontak yang adil dan inklusif untuk UMKM.³

Syarat pembayaran yang efisien. Instansi pemerintah harus melakukan pembayaran kepada pemasok UMKM secara tepat waktu dan dalam jangka waktu yang lebih singkat. Misalnya, dengan menetapkan jangka waktu 30 hari (bukan 90 hari) untuk membantu UMKM meningkatkan arus kas mereka.⁴

Peraturan pelaksana. Menindaklanjuti *omnibus law* dan PP Nomor 7 Tahun 2021, perlu dibuat peraturan pelaksana dan mekanisme hukum untuk memperkuat penerapan kuota 40 persen bagi UMKM dan untuk menyederhanakan prosedur.

Sementara itu, bagi UMKM yang telah berpengalaman dalam pasar pengadaan pemerintah, terdapat beberapa langkah dalam jangka pendek yang dapat diambil untuk mendorong permintaan bagi UMKM ini, di antaranya:

Uji coba implementasi di sektor yang dipilih. Sektor yang menjadi fokus harus melibatkan segmen UMKM dalam skala besar dan sering melakukan pembelian, misalnya makanan, minuman, dan ritel. Pemerintah dapat memprioritaskan UMKM untuk pengadaan kudapan/makanan kotakan, alat tulis, furnitur, seragam, dan lain-lain.

3 Di Jerman, kebijakan tersebut berhasil membuat 48 persen kontrak publik masuk ke UKM, sedangkan di Uni Eropa rata-rata hanya 29 persen.

4 Kebijakan Pembayaran Pemasok Tepat Waktu di Australia berfokus pada fasilitasi pembayaran yang efisien dan tepat waktu kepada pemasok. Pada 2019-2020, 90,9 persen faktur dibayar dalam waktu 20 hari.

Meningkatkan akses UMKM terhadap pembiayaan. Khusus untuk jenis usaha yang melibatkan modal awal yang besar dan nilai kontrak yang juga besar, kebutuhan modal kerja menjadi hambatan bagi UMKM untuk memasuki pasar pengadaan pemerintah. Pemerintah dapat berkolaborasi dengan lembaga keuangan, dalam hal ini *fintech*—yang berani menanggung risiko dalam melayani UMKM yang formalitas dan kemampuan administrasinya masih rendah, untuk menyediakan pembiayaan bagi UMKM yang telah memenangi kontrak dari pemerintah. Fitur bantuan pembiayaan juga perlu dimasukkan ke dalam sistem teknologi dan informasi pengadaan pemerintah untuk mengintegrasikan data yang akan mendukung waktu proses pengajuan pinjaman yang lebih cepat.

Program *quick wins* ketiga yang disarankan studi ini adalah **melanjutkan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (BBI)**. Mengacu pada kesuksesan BBI yang dilaksanakan pada 2020 dalam meningkatkan potensi peningkatan permintaan UMKM selama tahun tersebut, wajar apabila program ini dilanjutkan pada 2021 dan bahkan sampai beberapa tahun ke depan. Sesuai dengan tema tahun 2021, yaitu “Produk Artisan Indonesia”, Gerakan Nasional BBI dapat mendorong kampanye skala lokal guna menampilkan dan menciptakan permintaan terhadap komoditas lokal, seperti mengenakan batik lokal sebagai seragam atau mengonsumsi panganan lokal.

Studi ini merekomendasikan beberapa aksi kebijakan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan permintaan terhadap UMKM pada masa pandemi. Inti dari rekomendasi ini sebagian besar sudah tergambarkan pada pembahasan mengenai program unggulan dan *quick wins* di atas.

REKOMENDASI (1): Meningkatkan kapasitas UMKM

Peningkatan kapasitas sangat diperlukan untuk menghasilkan kinerja sektor UMKM yang memuaskan dan memperkuat daya tahan UMKM selama pandemi. Tiga prinsip utama perlu diterapkan dalam peningkatan kapasitas ini, yang meliputi: (1) pembinaan dan pendampingan dengan interaksi yang erat antara pelatih dan pengusaha; (2) ruang lingkup pelatihan meliputi *entrepreneurial end-to-end*/ketajaman kewirausahaan; dan (3) fleksibilitas terhadap kebutuhan yang berbeda di seluruh perusahaan.

Mengingat urgensi dari sisi keberlangsungan usaha, diperlukan sejumlah penyesuaian dalam program peningkatan kapasitas. Pertama, masa pelatihan perlu dipersingkat. Jika program UMKM Juara yang dijadikan acuan, mempersingkat program dari enam bulan ke dua bulan layak dipertimbangkan,

dengan tujuan memaksimalkan jumlah perusahaan yang mengikuti program. Periode yang dipersingkat tersebut perlu mencakup hal mendasar dan penting, yaitu motivasi bertahan, literasi keuangan, manajemen arus kas, strategi pemasaran selama pandemi, digitalisasi bisnis, katalog produk, dan pengenalan produk (*pitching*) bagi investor. Elemen lainnya dapat disampaikan melalui metode lain yang tidak memerlukan kehadiran mentor.

Kedua, studi ini mengusulkan agar pemerintah meningkatkan secara signifikan dana yang dialokasikan untuk program peningkatan kapasitas. Sebagian besar anggaran tambahan harus ditujukan untuk membiayai lebih banyak pelatih/mentor sehingga program dapat membawa lebih banyak usaha mikro dan kecil.

Ketiga, studi ini mengusulkan seperangkat kriteria seleksi yang lebih dalam untuk perusahaan yang memenuhi syarat berpartisipasi dalam program ini. Seperti dalam program UMKM Juara, kriteria utama adalah perusahaan memiliki skala usaha minimum dalam suatu periode (biasanya satu tahun) dan telah menjadi badan usaha formal. Selain itu, studi ini mengusulkan sistem kuota berdasarkan lokasi dan gender agar elemen GESI diakomodasi dalam program, dengan maksud untuk meningkatkan sifat inklusivitas program. Selain itu, pada masa pandemi, dukungan pemerintah harus lebih menyoroti UMKM milik kelompok marginal (perempuan dan penyandang disabilitas) karena mereka lebih terimbas pandemi.⁵

REKOMENDASI (2): Mengembangkan klaster (sentra)

Salah satu opsi strategis bagi perusahaan untuk bertahan selama krisis pandemi adalah *pivoting* ke bisnis lain atau dengan cepat mengubah model bisnisnya. Ini adalah bentuk inovasi yang lebih umum.

Strategi inovasi dapat dan selayaknya dilakukan di **tingkat klaster/sentra** karena dapat secara efektif menyoroti banyak UMKM dalam waktu singkat dengan sumber daya yang efisien. Terlebih lagi, klaster/sentra UMKM di Indonesia telah memiliki produk dan ekosistem yang mapan. Dalam situasi krisis akibat pandemi, spesialisasi produk dalam sebuah klaster dapat memudahkan program untuk meningkatkan kemampuan inovasi perusahaan, seperti dibuktikan oleh cepatnya pengalihan bisnis sentra batik di Jawa Tengah untuk memproduksi daster selama masa pandemi.

5 UMKM yang dipimpin perempuan rentan mengalami (1) penurunan penjualan dan pendapatan yang signifikan; (2) pengurangan jumlah karyawan yang lebih banyak; (3) penangguhan pembayaran upah bulanan; dan (4) kekurangan dana untuk melanjutkan operasi bisnis mereka daripada UMKM yang dipimpin laki-laki (ADB, 2020). Selain itu, survei yang dilakukan oleh Disabled Person Organization bekerja sama dengan MAHKOTA menunjukkan bahwa sebagian besar penyandang disabilitas yang terlibat dalam UMKM mengalami penurunan pendapatan yang cukup besar hingga lebih dari 70 persen sejak pandemi (Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, 2021).

Secara khusus, peningkatan inovasi untuk mengembangkan klaster/sentra dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut, yang pada intinya memperluas akses informasi dan akses ke input, yaitu (i) menyediakan informasi tentang perkembangan pasar/permintaan beserta akses ke informasi tersebut, termasuk informasi mengenai pasar ekspor; (ii) memperluas akses ke input dan sumber pembiayaan; dan (iii) mereplikasi inovasi produk dan/atau inovasi di dalam proses bisnis ke klaster/sentra lain di Indonesia.

REKOMENDASI (3): Mengintensifkan dan memperluas onboarding UMKM ke platform e-commerce

Rekomendasi ini merupakan langkah strategis paling populer yang dipromosikan oleh pemerintah dan diikuti oleh banyak UMKM di Indonesia selama krisis pandemi. Terdapat beberapa insentif yang dapat diberikan untuk meningkatkan partisipasi UMKM di *e-commerce* yang dikategorikan dalam dua kelompok, yaitu insentif untuk pelaku usaha dan insentif untuk konsumen. Insentif untuk pelaku usaha pada dasarnya memberikan keringanan biaya bagi UMKM untuk berniaga di *e-commerce*, seperti memberikan keringanan ongkos masuk (*entry cost*) platform *e-commerce* dan subsidi biaya koneksi internet.

Sedangkan insentif untuk konsumen pada dasarnya berupa subsidi yang dapat mengurangi harga produk ataupun biaya pengiriman. Satu bentuk insentif ini adalah program **voucher** yang sering digunakan *e-commerce* hingga kini. Dalam konteks krisis pandemi, studi ini mendapati bahwa program voucher efektif dalam mendorong permintaan terhadap UMKM. Namun, walaupun efektif, program voucher yang disponsori pemerintah menghadapi kendala kelembagaan yang tidak memungkinkan pencairan dana dalam jumlah besar. Sehingga, studi ini merekomendasikan upaya untuk menemukan cara inovatif yang dapat membuat pendanaan disalurkan secara efektif dan efisien dengan meminimalkan hambatan kelembagaan.

Onboarding UMKM bukanlah langkah sekali jalan. Ada banyak hal yang harus dilakukan, terutama sebagian besar dari mereka (yang mikro dan kecil) membutuhkan pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan untuk masuk ke platform untuk pertama kalinya atau **literasi digital**. Hambatan lainnya adalah kurangnya infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil. Merupakan tanggung jawab pemerintah untuk berinvestasi guna mengatasi masalah tersebut. Meningkatkan jangkauan infrastruktur digital secara sistematis di daerah membantu pemerintah menjadikan program *onboarding* sebagai program yang lebih inklusif secara sosial (mengarusutamakan GESI).

REKOMENDASI (4): Memperluas program *link and match*

Studi ini mendapati bahwa intensifikasi program *link and match* UMKM untuk memasok input ke pelaku bisnis besar, seperti yang dilakukan oleh Pemprov Jawa Tengah yang menghubungkan UMKM dengan pelaku bisnis perhotelan, berhasil mempertahankan tingkat permintaan terhadap UMKM. Dengan demikian, program ini layak untuk direplikasi di beberapa sektor dan daerah lain.

Namun, penting untuk disadari bahwa efektivitas program ini perlu disertai pendampingan yang erat dan menyeluruh terhadap UMKM yang terlibat. Pendampingan sangat diperlukan agar jasa dan/atau barang yang dipasok oleh UMKM dapat memenuhi standar dan berkelanjutan serta konsisten sepanjang waktu. Faktor lain yang juga penting adalah kemampuan pemerintah dalam melakukan pendekatan bisnis yang persuasif (*lobbying*) untuk mengusahakan skema bisnis yang berpihak pada UMKM, walaupun hanya dalam waktu tertentu atau dengan kebijakan seperti *sunset clause*.

REKOMENDASI (5): Memaksimalkan pemanfaatan kuota 40 persen pengadaan pemerintah

Kebijakan untuk memberikan kuota 40 persen dari total pengadaan pemerintah belum dimanfaatkan secara maksimal oleh UMKM. Karena itu, peningkatan partisipasi UMKM dalam program ini menjadi salah satu rekomendasi studi.

Namun terdapat beberapa tantangan dalam memaksimalkan program kuota ini, mengingat program tersebut baru saja dirilis ke publik pada akhir 2020. Sosialisasi program secara luas yang disertai dengan berbagai program bimbingan sangat diperlukan. Studi ini mendapati bahwa UMKM membutuhkan waktu untuk memanfaatkan program kuota tersebut. Bimbingan untuk meningkatkan standar mutu dan sertifikasi barang yang diproduksi UMKM perlu terus ditingkatkan.

Faktor lain yang juga sangat berperan adalah dukungan modal kerja. Banyak UMKM yang tidak mampu melaksanakan proyek pengadaan pemerintah karena tidak sanggup mendapatkan pembiayaan yang dibutuhkan dalam waktu cepat. Studi ini mendapati bahwa adanya *fintech* menjanjikan cara untuk mengatasi kelangkaan modal kerja.

Perusahaan teknologi finansial memberikan opsi pembiayaan lain yang layak untuk UMKM melalui mekanisme yang lebih sederhana dan waktu pemrosesan yang cepat. Hal ini dimungkinkan oleh digitalisasi proses *back-end* dalam tinjauan kredit. Asalkan biaya pembiayaan yang ditawarkan *fintech* dapat ditutup dengan margin dari pendapatan usaha, layanan *fintech* dapat membantu UMKM dalam membiayai kebutuhan modal kerja.

REKOMENDASI (6): Melanjutkan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, program ini sangat layak untuk dilanjutkan mengingat kesuksesan implementasi sebelumnya. Terdapat sejumlah kebijakan yang dapat diambil pemerintah untuk memaksimalkan *output* dan *outcome* dari kampanye BBI, yang di antaranya adalah mengintegrasikan kampanye di semua saluran komunikasi, termasuk media sosial dan jalur komunikasi digital lainnya. Kesuksesan kampanye secara terintegrasi ini tergantung dari ketersediaan dana dan koordinasi yang cermat untuk memaksimalkan dampak kampanye. Karena itu, peningkatan anggaran diperlukan untuk menjamin suksesnya program kampanye nasional ini.

Secara khusus, terkait dengan tema BBI 2021 yang mengedepankan produk artisan Indonesia, yang berfokus pada budaya dan sumber daya lokal, pemerintah dapat membantu menjamin tercapainya tujuan kampanye dengan mengadopsi (melegalkan) kegiatan atau inisiatif publik ke dalam kebijakan lokal maupun nasional. Studi ini mendapati bahwa aturan pemerintah untuk menggunakan batik lokal buat seragam sekolah, misalnya, ternyata membantu meraih tingkat ketercapaian kampanye penggunaan produk dalam negeri.

REKOMENDASI (7): Menyederhanakan mekanisme pembiayaan UMKM

Studi ini ingin merekomendasikan penyederhanaan mekanisme pembiayaan UMKM. Dengan minimnya formalitas dan pelaporan keuangan yang sebagian besar dikelola oleh UMKM, persyaratan program bantuan keuangan dapat disesuaikan guna mengakomodasi kekurangan UMKM, terutama yang dihadapi oleh kelompok marginal, yakni perempuan dan penyandang disabilitas, yang bergerak di sektor UMKM. Misalnya, transaksi bisnis UMKM di platform digital dapat menjadi proksi laporan keuangan—dalam hal ini, digitalisasi UMKM berperan sebagai *enabler* sekaligus insentif. Dengan tidak adanya dokumentasi formal, penilaian yang disesuaikan dengan kemampuan pembayaran UMKM dan prospek pertumbuhan bisnis dapat diterapkan, seperti pendekatan BRI untuk segmen supermikro.

REKOMENDASI (8): Memaksimalkan kolaborasi antar-pemangku kepentingan

Banyak UMKM bergantung pada pemerintah dan asosiasi bisnis untuk hal yang menjadi perhatian bersama. Ini juga berlaku selama krisis pandemi. Alasannya, pemerintah dan asosiasi terhubung dengan baik dan mendapat informasi yang memadai tentang situasi terkini selama krisis dan kelangsungan hidup anggota asosiasi. Kerja sama tersebut untuk memastikan pertukaran informasi tentang tantangan dan peluang guna menemukan solusi seperti referensi pasar baru bagi anggota asosiasi atau untuk UMKM di suatu sektor atau di daerah.

Karena itu, studi ini merekomendasikan pemangku kepentingan untuk lebih banyak menjalin kerja sama, seperti antara pemerintah dan asosiasi bisnis; antara asosiasi bisnis dan kelompok sektor swasta lainnya; antara pemerintah dan lembaga keuangan, termasuk di sini kerja sama dengan *fintech*; atau bahkan antara asosiasi bisnis dan lembaga keuangan.

Kerja sama antar-pemangku kepentingan juga dapat meningkatkan peran UMKM dalam kesetaraan gender dan inklusi sosial atau GESI dari program tersebut. Pemerintah dapat mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan pemangku kepentingan yang memiliki kepedulian yang sama terhadap GESI. Misalnya, Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK) yang bekerja sama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak untuk mengevaluasi implementasi model industri rumahan; Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI); dan Kongres Wanita Indonesia (KOWANI) dalam hal kesetaraan gender. Perhimpunan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) dan Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI) dapat dilibatkan untuk kelompok disabilitas.

01

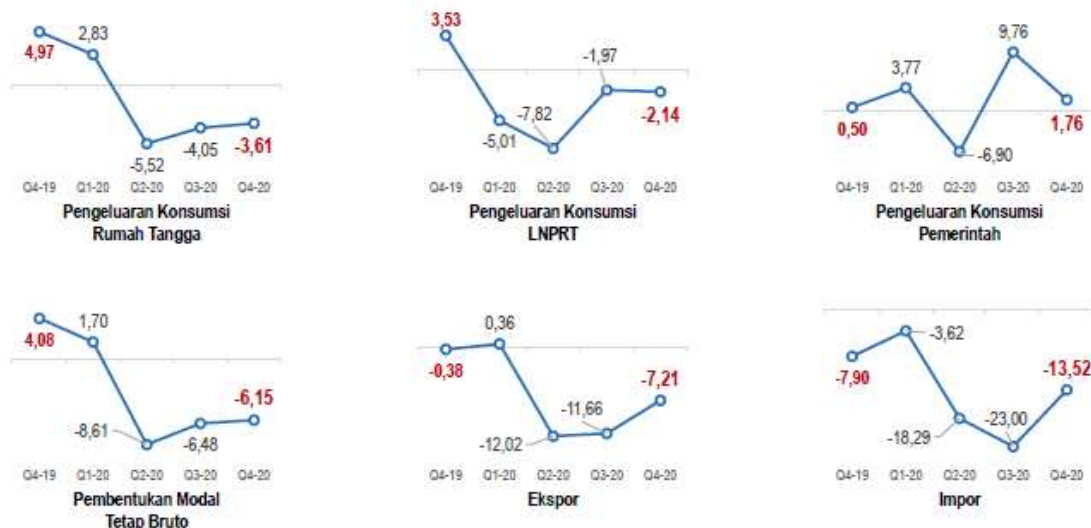
MENGHIDUPKAN KEMBALI PERMINTAAN UMKM DI INDONESIA: RESPONS TERHADAP KRISIS COVID-19

1.1 LATAR BELAKANG

Pandemi Covid-19 membuat dunia kelabakan. Wabah ini memaksa banyak kegiatan ekonomi dihentikan sehingga menyebabkan kontraksi yang dalam. Badan Pusat Statistik (BPS) (2021) menunjukkan seluruh komponen produk domestik bruto Indonesia mengalami penurunan selama triwulan kedua 2020 dan sebagian besar bertahan hingga akhir tahun (lihat Gambar 1.1). Pengeluaran rumah tangga turun sekitar 5 persen pada kuartal kedua dan tetap tumbuh negatif sampai akhir tahun. Pandemi juga telah memangkas konsumsi swasta.

Turunnya pengeluaran bukan berarti tidak ada daya beli. Permintaan dan daya beli tetap ada namun belum terwujud. Hal ini berbeda dengan krisis ekonomi 1997/1998 ketika daya beli konsumen tergerus oleh hilangnya pekerjaan secara besar-besaran dan krisis likuiditas. Ketidaktahuan kapan pandemi berakhir dan pemberlakuan pembatasan sosial dan kegiatan masyarakat menyebabkan penurunan pengeluaran dan lambannya pemulihan konsumsi. Masyarakat menahan pengeluarannya untuk berjaga-jaga karena tingginya ketidakpastian selama pandemi dan ada prediksi pandemi akan berlangsung lama—lebih dari satu tahun.

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Berdasarkan Pengeluaran, Q4/2019 hingga Q4/2020 (dalam Persen y-o-y)



Sumber: BPS (2021)

Kontraksi konsumsi yang dalam ini menyebabkan permintaan terhadap produk dan jasa yang diproduksi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melemah. BPS (2021) melaporkan bahwa 8-9 dari 10 UMKM mengalami penurunan penjualan akibat pandemi. Menurut Laporan Organisasi Perburuhan Internasional (ILO), sebanyak 2-3 UMKM menutup usahanya sementara waktu ataupun permanen.

UMKM mempunyai banyak peran dalam perekonomian, yaitu sebagai pemberi kerja, mesin kewirausahaan, *multiplier effect* pada ekonomi, dan pusat komunitas (McKinsey, 2020). Mewakili 97 persen dari jumlah total pengusaha di Indonesia, UMKM telah menciptakan lebih dari 100 juta kesempatan kerja. Sebagai mesin kewirausahaan, UMKM melayani permintaan yang belum dimanfaatkan, terutama pasar yang mungkin diabaikan oleh perusahaan besar. Memberikan efek pengganda hingga lebih dari 60 persen bagi perekonomian Indonesia, UMKM juga mendukung masyarakat lokal dan pelestarian keanekaragaman budaya. Mengingat pentingnya UMKM bagi perekonomian Indonesia seperti di banyak negara lain, menyikapi kelangsungan hidup UMKM merupakan agenda penting guna menghadapi krisis akibat pandemi dan memulihkannya dari kondisi terpuruk.

Untuk melengkapi kebijakan yang ada, yang lebih berfokus pada sisi penawaran, intervensi lebih lanjut di sisi permintaan diperlukan untuk lebih melindungi UMKM dalam jangka panjang. "Permintaan yang belum terealisasi" berpotensi menciptakan permintaan bagi UMKM asalkan kebijakannya mendukung dan memfasilitasi. Peluang UMKM bertahan menjadi lebih tinggi jika potensi permintaan dapat direalisasikan dan dimanfaatkan UMKM.

Berbagai kebijakan tersebut juga bertujuan untuk memastikan UMKM dapat memiliki cadangan atau *cash flow* yang cukup untuk bertahan selama krisis dan untuk berpartisipasi dalam pemulihan ekonomi. Untuk itu, pemerintah dapat melakukan intervensi dengan memberikan bantuan yang mendukung UMKM untuk menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan serta mengurangi biaya agar dapat melalui krisis akibat pandemi ini.

Pemerintah sudah menyelenggarakan banyak program untuk membantu UMKM selama pandemi, seperti (i) membantu UMKM mengarahkan usahanya sesuai dengan permintaan pasar saat ini (transformasi bisnis); (ii) mendorong UMKM untuk menjual produknya secara *online* atau daring; (iii) menyediakan voucher bagi masyarakat miskin dan rentan untuk digunakan ketika membeli produk UMKM di *marketplace*; dan (iv) mengamanatkan kementerian/lembaga dan Badan Usaha Milik Negara untuk berperan sebagai pembeli atau melakukan pengadaan dengan produk UMKM.

Tidak hanya Indonesia, negara lain pun melakukan berbagai usaha untuk melindungi UMKM. Pengalaman global menunjukkan program voucher dan peran pengadaan pemerintah (*government procurement*) merupakan cara untuk menghidupkan kembali permintaan. Praktik di negara lain memberikan pemahaman bahwa potongan harga melalui program voucher menghasilkan dampak positif bagi UMKM, yang pada gilirannya meningkatkan anggaran publik untuk membiayai kelanjutan program voucher. Sementara itu, program pengadaan pemerintah telah diadopsi di beberapa negara sebagai langkah untuk mengamankan permintaan UMKM. Program tidak hanya tentang penetapan kuota bagi UMKM, tetapi juga diperluas guna mengatasi sejumlah masalah, seperti dengan menyederhanakan prosedur, memberikan bantuan, dan memfasilitasi pinjaman khusus/lebih murah.

Berbagai kebijakan tersebut diharapkan dapat mendorong pemerintah untuk mempertimbangkan langkah-langkah guna menghidupkan kembali, atau bahkan menciptakan, permintaan terhadap UMKM. Namun agenda kebijakan ini masih dalam tahap awal dan diperlukan lebih banyak pengetahuan untuk merumuskan bauran kebijakan yang optimal. Studi ini dibuat dalam konteks tersebut dan bertujuan mendukung agenda yang dimaksud. Hal ini mengatalisasi komitmen yang kuat dari pemerintah untuk mempercepat pemulihan dari sisi permintaan.

1.2 TUJUAN PENELITIAN

Studi ini bertujuan untuk mengatalisasi komitmen yang kuat dari pemerintah untuk mendorong permintaan terhadap UMKM. Tujuan yang lebih spesifik dari studi ini meliputi:

1. Menggali dan belajar dari pengalaman negara lain dalam mendorong permintaan terhadap UMKM.
2. Meninjau rencana dan program strategis kementerian/lembaga terkait—jika ada—dalam mendorong permintaan UMKM dan mengidentifikasi sektor-sektor yang menjadi prioritas.
3. Mengidentifikasi dan mengkaji persyaratan dan tantangan yang mungkin dihadapi pemerintah dalam melaksanakan program untuk mendorong permintaan terhadap UMKM.
4. Menilai kesiapan pemerintah dalam melaksanakan program untuk mendorong permintaan terhadap UMKM.
5. Merekomendasikan langkah-langkah krusial yang harus diambil pemerintah untuk mendorong permintaan terhadap UMKM.

1.3 METODOLOGI

Kajian ini menggunakan sejumlah metode untuk mengumpulkan informasi relevan yang diperlukan sebagai bahan dasar penyusunan strategi dan program, yaitu tinjauan pustaka, pemetaan dan identifikasi program, analisis pasar, dan diskusi kelompok terarah (*focus group discussion/FGD*) dengan pemangku kepentingan terkait.

1.3.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk mengumpulkan praktik terbaik program pemerintah di berbagai negara dalam memulihkan UMKM dari krisis akibat pandemi. Fokusnya pada program-program yang mampu membangkitkan permintaan UMKM. Praktik terbaik global merupakan salah satu rujukan dalam merancang kebijakan untuk memunculkan permintaan. Namun, efektivitasnya tergantung pada karakteristik negara, pemantauan, dan evaluasi kebijakan atau program yang diterapkan. Studi ini tidak hanya mempelajari praktik terbaik global, tetapi juga mengkaji pengalaman di tingkat regional, di negara ASEAN yang karakteristiknya dinilai lebih mirip dengan Indonesia. Negara-negara yang programnya diidentifikasi meliputi Jerman, Korea Selatan, Tiongkok, Australia, Malaysia, dan Thailand.

1.3.2 Pemetaan dan Identifikasi Program yang Sedang Dilaksanakan

Pengembangan UMKM merupakan salah satu prioritas nasional. Sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mengatur tentang penyelenggaraan UMKM di Indonesia. Dalam mengimplementasikan undang-undang tersebut, Kemenkop UKM berkoordinasi dengan kementerian lain. Sementara itu, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional bertanggung jawab dalam hal koordinasi lintas K/L. Selain Kemenkop UKM dan Kementerian PPN/Bappenas, kementerian lain yang juga mengelola program UMKM adalah Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian, Kementerian Kelautan dan Perikanan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Keuangan, Kementerian Badan Usaha Milik Negara, Kementerian Sosial, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, dan Kementerian Pemuda dan Olahraga.

Studi ini juga akan mengkaji keberhasilan berbagai program yang telah dilaksanakan oleh sejumlah pemerintah provinsi dan kabupaten di Indonesia seperti Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, dan Pemerintah Kota Malang. Berbagai praktik terbaik di tingkat internasional, regional, dan lokal diharapkan memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang kebijakan untuk mendorong permintaan terhadap UMKM dengan mempertimbangkan tidak hanya ekonomi dasar, tetapi juga aspek sosial dan budaya. Beberapa hal yang akan dieksplorasi meliputi program standar yang biasa diterapkan untuk mendorong permintaan produk UMKM, lingkungan dan perangkat untuk keberhasilan program, serta tantangan dan hambatan yang kerap muncul dalam pelaksanaan program.

Dalam memetakan program, selain melakukan tinjauan pustaka, studi ini melakukan wawancara mendalam dan FGD secara virtual dengan sejumlah pejabat dari berbagai kementerian untuk menggali lebih dalam manfaat-biaya, tantangan, hambatan, dan aspek lain dalam implementasi berbagai program tersebut. Secara umum, aspek yang digali dalam wawancara dan diskusi meliputi

jenis program (berupa bantuan keuangan, pengalihan atau pivot model bisnis, dan digitalisasi), durasi program, penerima manfaat program, jumlah dana yang disalurkan untuk program tersebut, serta hambatan dan tantangan untuk mengembangkan dan melaksanakan program.

1.4 KERANGKA ANALISIS

Berikut tiga elemen kerangka analisis penelitian ini.

1.4.1 Pengalihan Model Bisnis

UMKM tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa beradaptasi dengan perubahan permintaan. Strategi untuk menghasilkan pendapatan salah satunya dengan beralih atau pivot ke model bisnis baru atau bahkan memperluas bisnis ke usaha baru. Beralih untuk menjalankan bisnis lain jelas membutuhkan seperangkat pengetahuan dan informasi baru. Untuk itu, peralihan model bisnis memerlukan dukungan peningkatan kapasitas.

1.4.2 Perluasan Akses Pasar

Salah satu cara untuk menemukan permintaan baru tanpa mengubah bisnis saat ini (atau tanpa mengubah produk yang dijual) adalah dengan memperluas akses ke pasar baru. Beberapa cara tersedia baru-baru ini, seperti melalui *onboarding* atau masuk ke platform *e-commerce* ataupun melalui program pemerintah guna memaksimalkan ekspansi UMKM.

Penting untuk disebutkan di sini adalah memasok produk ke BUMN dan menjadi bagian dari rantai pasokan mereka. Mengutamakan produk UMKM dalam pengadaan BUMN, terutama dengan mengunci permintaan untuk jangka waktu panjang, akan membantu mengamankan pendapatan UMKM.

Program serupa juga dapat diamanatkan kepada perusahaan swasta, sehingga UMKM dapat memperoleh akses yang lebih luas untuk memasarkan produknya ke segmen *business-to-business* (B2B) dan mengurangi ketergantungan pada ritel/konsumen akhir yang permintaannya terimbas selama pemulihan ekonomi.

1.4.3 Bantuan Keuangan

Berbagai jenis program dapat diperkenalkan untuk membantu UMKM mengakses dana tunai dan pembiayaan jangka pendek. Misalnya, menyalurkan likuiditas ke lembaga keuangan agar memberikan pinjaman tanpa bunga atau dengan bunga

rendah kepada UMKM, menawarkan jaminan kredit parsial untuk pinjaman UMKM, dan mensubsidi pembayaran bunga pinjaman UMKM. Memberikan subsidi untuk sewa dan utilitas serta potongan harga atau penangguhan pembayaran pajak, juga akan mendukung kelangsungan bisnis.

Pemerintah harus berkolaborasi dengan lembaga keuangan yang terbukti mampu bekerja sama dengan UMKM untuk memastikan manajemen risiko yang kuat. Dalam kondisi akses likuiditas dan tingkat suku bunga yang rendah saat ini, merupakan kesempatan yang baik bagi lembaga keuangan yang sudah mapan untuk memperkenalkan program tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada penyaluran kredit ke segmen UMKM.

02

KERANGKA ANALISIS DAN METODOLOGI

2.1 KERANGKA ANALISIS

Di Indonesia, permintaan produk UMKM dalam negeri turun hingga 30,5 persen dalam sebulan setelah pandemi Covid-19 menyeruak (ADB, 2020). Turunnya permintaan yang signifikan berdampak pada UMKM sehingga sebagian besar sulit bertahan lebih dari tiga bulan (World Bank, 2020a). Secara skala, usaha mikro memang sangat terdampak, dengan sekitar 85 persen usaha mengalami penurunan permintaan, disusul usaha kecil dan menengah masing-masing sekitar 80 persen dan 70 persen (Bappenas, 2020).

Turunnya permintaan membawa efek domino pada penjualan. Sebanyak 8-9 dari 10 UMKM mengalami penurunan penjualan sebagai dampak dari pandemi (BPS, 2020; LIPI, 2020). Usaha skala mikro dan usaha skala kecil lebih terimbas dibandingkan dengan usaha skala menengah (World Bank, 2020a). Dari segi usia, UMKM yang beroperasi kurang dari lima tahun cenderung mengalami penurunan penjualan sebesar 75 persen dibandingkan dengan mereka yang menjalankan usahanya lebih dari lima tahun (LIPI, 2020). Berdasarkan sektor, khususnya sektor makanan dan minuman, sebanyak 92,47 persen perusahaan terkena dampak pandemi dan mengalami penurunan penjualan yang signifikan (BPS, 2020).

Kebijakan pembatasan sosial berskala besar sejak awal pandemi membatasi aktivitas operasional bisnis dan mobilitas masyarakat, yang pada gilirannya memengaruhi kinerja penjualan UMKM. Penjualan UMKM mulai menurun pada Maret 2020, dengan usaha mikro dan kecil mengalami penjualan terendah pada April dan usaha menengah mengalami penjualan terendah pada Mei tahun itu (Bappenas, 2020). Akibatnya, laba UMKM merosot tajam. Selain itu, selama pandemi biaya produksi meningkat akibat kenaikan harga bahan baku, biaya transportasi, dan tenaga kerja (LIPI, 2020). Secara mengejutkan, data penjualan menunjukkan fase pemulihan ke level pra-pandemi pada November pada tahun yang sama (World Bank, 2021).

Pandemi juga berdampak buruk pada tenaga kerja. Pada 2020, dua dari tiga UMKM mengurangi tenaganya pada Maret dan April (ADB, 2020). ILO (2020d) juga menemukan hal yang sama hingga akhir April. Penutupan lapangan kerja secara besar-besaran di UMKM terlihat dalam dua bulan setelah merebaknya pandemi. Pengupahan juga terkena dampaknya, yang tercermin dari statistik bahwa lebih dari setengah UMKM menanggung upah pekerja mereka (ADB, 2020).

Keputusan UMKM untuk keluar dari bisnis sangat disayangkan. Menurut ILO, dua dari tiga UMKM menutup usahanya untuk sementara ataupun permanen (ILO, 2020d). Survei lain mengungkapkan, dalam sebulan setelah pandemi melanda, sekitar setengah dari UMKM menutup usahanya sementara, yang kebanyakan adalah usaha kecil dan usaha mikro. Tingkat usaha kecil dan usaha mikro keluar dari bisnis masing-masing 54,4 persen dan 48 persen (ADB, 2020). Survei yang sama menunjukkan bahwa, berdasarkan jenis kelamin, penutupan bisnis lebih mungkin terjadi pada UMKM yang dipimpin perempuan dibandingkan dengan UMKM yang dipimpin laki-laki (ADB, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, tujuan akhir studi ini adalah merumuskan strategi dan program guna mendorong tumbuhnya permintaan terhadap UMKM. Untuk mencapai tujuan tersebut, studi ini perlu memiliki panduan tentang bagaimana memproses dan mengembangkan semua informasi yang dikumpulkan guna perumusan strategi dan program. Bab ini menyajikan kerangka analisis untuk penelitian ini.

2.1.1 Pengalihan Model Bisnis

Tanpa beradaptasi dengan perubahan permintaan pelanggan, UMKM tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang. Sebuah survei mengungkapkan bahwa perusahaan menjangkau konsumen dengan mengubah, mendiversifikasi, dan mengalihkan kategori produk (World Bank, 2021). Produk kesehatan merupakan kategori produk yang paling diminati, diikuti oleh fesyen perempuan, makanan dan minuman, perawatan dan kecantikan, serta produk perawatan rumah. Menariknya, mengalihkan kategori produk menjadi faktor yang menyebabkan kinerja penjualan UMKM naik signifikan daripada faktor lain, seperti lama periode penjualan daring ataupun jumlah platform yang dimasuki (World Bank, 2021).

UMKM telah bergerak di sektor yang produk atau layanannya tetap relevan meskipun ada kebijakan pembatasan sosial dan pembatasan operasional bisnis. Contohnya pada produk kebutuhan pokok. Mereka menyesuaikan model bisnis

dalam menjangkau pelanggan. Implementasi saluran penjualan dan distribusi digital, pemanfaatan teknologi pembayaran elektronik, dan penyesuaian format produk/layanan merupakan strategi bisnis untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Beberapa sektor lain yang tidak esensial dan memerlukan interaksi tatap muka dengan pelanggan untuk beroperasi, seperti ritel non-esensial, akomodasi, dan layanan hiburan, kehilangan permintaan karena perubahan perilaku pelanggan dan dinamika bisnis selama pandemi. Untuk sektor-sektor yang paling terpuak ini, menghasilkan pendapatan dapat dilakukan dengan cara beralih ke model bisnis baru atau bahkan memperluas bisnis ke usaha baru. Terkait dengan program bantuan keuangan (akan dijelaskan pada bagian selanjutnya), program tersebut juga harus mencakup pembiayaan jangka pendek yang dibutuhkan oleh UMKM untuk melakukan pivot atau menggeser bisnis mereka guna beradaptasi dengan lingkungan bisnis baru.

Agar dapat bertransisi dengan lancar, UMKM memerlukan dukungan peningkatan kapasitas. Sebuah survei menunjukkan bahwa perusahaan di Indonesia membutuhkan bantuan pengembangan usaha dengan prioritas berupa materi tentang perencanaan kelangsungan usaha serta materi tentang diversifikasi produk dan saluran penjualan (ILO, 2020d). Program terkait akan membantu pemilik UMKM memperoleh keterampilan baru untuk menjalankan bisnis melalui platform digital, mengasah keterampilan kewirausahaan dan perencanaan bisnis untuk mengidentifikasi pasar potensial baru, serta menghubungkan mereka dengan jaringan bisnis yang relevan untuk kepentingan pembinaan dan bimbingan selama masa yang penuh tantangan ini. Dalam konteks ini, program Kartu Prakerja menjadi sangat penting dan relevan.

Program peningkatan kapasitas ini juga harus melibatkan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pelaku bisnis digital (*e-commerce*, pembayaran digital, ataupun logistik), asosiasi bisnis, dan perusahaan, untuk memberikan pengetahuan praktis dan mengungkit ekonomi lokal yang bersifat *end-to-end*.

2.1.2 Perluasan Akses Pasar

Salah satu cara untuk menemukan permintaan baru tanpa mengubah bisnis saat ini atau tanpa mengubah produk yang dijual adalah dengan melakukan ekspansi ke pasar lain atau baru. Ini adalah ekspansi perusahaan dalam cakupan penjualannya. Selama ini, UMKM Indonesia lebih banyak menjual produk mereka

di wilayahnya, biasanya di dalam kabupaten atau di dalam provinsi—untuk UMKM yang lebih maju. Sebagai langkah strategis, ekspansi dapat menjangkau pasar yang belum dijelajahi di dalam wilayah yang sama atau segmen pasar yang sama di wilayah lain. Caranya, di antaranya dengan *onboarding* ke platform *e-commerce* atau melalui program pemerintah yang dioptimalkan untuk ekspansi UMKM.

Dalam memberikan akses pasar dengan melibatkan UMKM dalam rantai pasoknya. Dengan mengutamakan produk UMKM dalam pengadaan, terutama dengan mengunci permintaan untuk jangka panjang, BUMN membantu UMKM dalam mengamankan pendapatan. Komitmen pembelian jangka panjang dari perusahaan yang lebih besar juga akan membuat lembaga keuangan memiliki kepercayaan dalam memberikan pinjaman kepada UMKM.

Memberikan syarat pembayaran yang lebih ringan kepada UMKM juga akan membantu mereka meningkatkan arus kas. Misalnya, alih-alih jangka waktunya 90 hari, lembaga keuangan dapat mengubahnya menjadi 30 hari untuk mencairkan pinjaman atau bahkan memberikan pembayaran di muka guna membantu UMKM yang membutuhkan pendanaan cepat.

Selain menjadikan UMKM sebagai rantai pasok, BUMN harus didorong untuk membina dan mengembangkan UMKM untuk meningkatkan kemampuan pasoknya. Dengan demikian, hal tersebut makin mempercepat pertumbuhan bisnis.

Program serupa juga dapat diamanatkan kepada perusahaan swasta, sehingga UMKM dapat memperoleh akses yang lebih luas untuk memasarkan produknya ke segmen B2B dan mengurangi ketergantungan pada ritel/konsumen, yang permintaannya lebih terdampak selama pemulihan ekonomi. Sebuah survei menunjukkan bahwa 23 persen usaha menengah menerima pesanan dari perusahaan lain (sebagai sub-kontraktor), yang merupakan strategi pemasaran mereka selama pandemi (Bappenas, 2020). Sebagai gantinya, pemerintah dapat memberikan insentif atau pengakuan atas keberhasilan implementasi dari kolaborasi tersebut.

Dua dasar analisis di atas mendalilkan beberapa bentuk dukungan keuangan. Karena itu, kerangka analisis untuk program bantuan keuangan bagi UKM perlu dibahas lebih jauh.

2.1.3 Bantuan Keuangan

Meskipun pemerintah menyediakan stimulus ekonomi untuk pelonggaran kredit usaha, masih banyak UMKM yang belum mendapatkan fasilitas tersebut. UMKM tidak bisa mengakses kredit dari lembaga keuangan, misalnya, karena aset yang dijaminkan untuk agunan kurang, usahanya tidak berbadan hukum, ataupun arus kasnya tidak teratur. Di Indonesia, sebanyak 39 persen UMKM masih mengandalkan pinjaman dari kerabat dekat dan sekitar 25 persen UMKM menggunakan laba ditahannya untuk modal usaha selama masa pandemi (ADB, 2020). Karena itu, kredit jenis baru atau pembiayaan jangka pendek perlu diperkenalkan untuk mendukung UMKM hingga sumber pendapatan potensial baru dapat menopang operasi bisnis. Bantuan tersebut dapat berupa pinjaman untuk menutupi modal kerja, meningkatkan fasilitas bisnis, menerapkan digitalisasi model bisnis, serta upaya lain untuk meningkatkan kemampuan memenuhi permintaan pelanggan di era *new normal*.

Berbagai jenis program dapat diperkenalkan untuk membantu UMKM mengakses uang tunai dan pembiayaan jangka pendek, seperti penyaluran likuiditas ke lembaga keuangan agar bisa memberikan pinjaman tanpa bunga atau dengan bunga rendah, penawaran jaminan kredit parsial, dan subsidi pembayaran bunga pinjaman. Membantu UMKM menutupi biaya tetap juga merupakan dukungan penting lainnya. Memberikan subsidi untuk sewa dan utilitas serta potongan harga atau penangguhan pembayaran pajak akan membantu kelangsungan bisnis UMKM. Berbagai survei menyatakan bahwa prioritas utama UMKM dalam hal dukungan keuangan selama pandemi adalah akses ke pembiayaan dan penundaan pembayaran tagihan, seperti tagihan listrik, premi jaminan sosial, hingga pajak (ILO, 2020; BPS, 2020; Bappenas, 2020).

Dalam melaksanakan program, pembuat kebijakan harus berkolaborasi dengan lembaga keuangan yang telah bekerja sama dengan UMKM guna memastikan manajemen risiko yang kuat. Ekses likuiditas dan tingkat suku bunga yang rendah saat ini merupakan peluang yang baik bagi lembaga keuangan yang sudah mapan untuk memperkenalkan program tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada penyaluran kredit ke segmen UMKM.

Selain faktor-faktor yang disarankan dalam kerangka analisis di atas, penting untuk diketahui bahwa dampak pandemi kemungkinan berbeda-beda terhadap masing-masing sektor usaha. Hal ini telah diamati di banyak negara seperti didokumentasikan dalam berbagai publikasi.

Salah satu studi yang mengamati perbedaan dampak lintas sektor adalah McKinsey & Company (2020). Mempelajari dampak pandemi Covid-19 terhadap UKM di Amerika Serikat, McKinsey (2020) melaporkan bahwa peluang penutupan bisnis UKM sangat tinggi di sektor jasa, seperti akomodasi, layanan makanan, dan layanan pendidikan, karena perubahan perilaku pelanggan, terutama karena adanya pembatasan sosial dan pembatasan operasional bisnis.

2.2 METODOLOGI

Kajian ini menggunakan sejumlah metode untuk mengumpulkan informasi relevan yang diperlukan sebagai bahan dasar penyusunan strategi dan program, yaitu tinjauan pustaka, pemetaan dan identifikasi program, analisis pasar, dan diskusi kelompok terarah (FGD) dengan pemangku kepentingan.

2.2.1 Tinjauan Pustaka

Sejak awal 2020, semua aspek bisnis di dunia terganggu oleh pandemi Covid-19. Berbagai negara membuat kebijakan sendiri untuk bertahan dari pandemi, termasuk melindungi perusahaan dan UMKM mereka. Namun efektivitas kebijakan biasanya tergantung pada karakteristik negara serta pemantauan dan evaluasi kebijakan tersebut. Selain itu, kasus positif Covid-19 di suatu negara juga dapat dianggap sebagai kondisi yang memengaruhi efektivitas kebijakan negara.

Praktik terbaik global digunakan sebagai acuan dalam merancang kebijakan untuk mendorong permintaan terhadap UMKM. Studi ini mengidentifikasi program dan aspek penting dari keberhasilan program di beberapa negara yang kami pilih, yaitu Jerman, Korea Selatan, Tiongkok, Malaysia, Thailand, dan Australia. Negara-negara tersebut dipilih karena keberhasilan dan program inovatifnya. Misalnya, Jerman memiliki program yang terintegrasi dan komprehensif, mulai dari pendanaan (termasuk dana darurat) hingga pelatihan dan pendampingan. Korea Selatan memiliki program digitalisasi UMKM untuk membantu kelangsungan hidup UMKM dan industri kreatif. Tiongkok memiliki strategi campuran voucher, akses jaringan/pasar, dan program kelangsungan hidup untuk sektor pariwisata.

Demikian pula Malaysia dan Thailand memiliki program *survival* untuk pariwisata. Dan yang terakhir, Australia, memiliki sistem registrasi data yang mencakup semua aspek kelembagaan dan model operasionalnya.

Beralih ke Indonesia, kebijakan otonomi daerah mendorong pemerintah daerah membuat kebijakannya sendiri. Studi ini juga menganalisis keberhasilan beberapa program pemerintah daerah yang dipilih, yakni Pemprov Jawa Tengah, Pemprov Jawa Barat, Pemprov Sulawesi Selatan, Pemkab Kulon Progo, dan Pemkot Malang. Pemetaan kebijakan dan wawancara mendalam dilakukan untuk mengumpulkan data praktik terbaik di tingkat lokal ini. Pertimbangan untuk memilih pemerintah daerah tersebut dijelaskan di bawah ini.

Pemkab Kulon Progo dipilih karena sejumlah programnya telah mendapatkan pengakuan berbagai lembaga. Misalnya, penghargaan Natamukti Award⁶ dari International Council for Small Business (ICSB) Indonesia tahun 2017-2020 dan Natamukti Nindya (*best of the best*)⁷ 2017-2018 (Marketeters, 2017, 2018). Kulon Progo mengampanyekan produk lokal melalui Bela-Beli Kulon Progo⁸ serta dan memiliki program unggulan lain seperti Air-KU, batik geblek renteng, dan Tomira (Toko Milik Rakyat) (DinkopUKM Kulon Progo, 2018, 2020; Kurniawan, 2015; PDAM Kulon Progo, 2015).

Seperti halnya Kulon Progo, Pemkot Malang Malang juga menerima Natamukti Award dari International Council for Small Business (ICSB) Indonesia tahun 2019 dan *The Best Municipality in Digital Transformation* dari CNBC Indonesia Award 2020 (Apriansyah, 2019; Hastuti, 2020). Kota Malang juga memiliki inovasi dalam program keuangan inklusif yang disebut Ojir (*Ojo Percoyo Karo Rentenir*) (Febrianto, 2019).

Adapun Pemprov Sulawesi Selatan memiliki beberapa program inovasi yang berkolaborasi dengan instansi pemerintah dan swasta untuk memfasilitasi UMKM. Misalnya, program kemitraan dengan Gojek (GoFood) untuk UMKM makanan dan minuman. Pemprov Sulawesi Selatan juga menggandeng Bank Indonesia untuk melatih UMKM yang *onboarding* di platform *e-commerce*. Selain itu, Pemprov Sulawesi Selatan juga memberikan bantuan nontunai dengan memberikan kuota internet satu bulan kepada 3.000 UMKM untuk mendorong mereka *onboarding* ke platform *e-commerce*.⁹ Salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan, Bantaeng, mendapatkan penghargaan Natamukti Award dari International Council for Small Business (ICSB) Indonesia 2018-2019 (Estu, 2019; Marketeters, 2018).

6 Penghargaan Natamukti diberikan kepada kota/kabupaten yang berhasil memasarkan, meningkatkan kualitas, dan membangun ekosistem UMKM.

7 Natamukti Nindya disampaikan kepada pemerintah kota/kabupaten terbaik yang berhasil meningkatkan daya saing UMKM secara keseluruhan.

8 Kampanye Pemkab Kulon Progo untuk mempromosikan produk lokal mereka.

9 Hasil wawancara mendalam.

Pemprov Jawa Tengah memiliki dua UKM, yakni CV Adi Daya Group dan PT Kampung Marketerindo Berdaya, yang menerima UKM Award 2020 (Gideon, 2020). Pemprov Jawa Tengah juga mendapatkan penghargaan sebagai Pemerintah Daerah Pendukung Terbaik KUR 2019 dari Kemenko Perekonomian (Habibah, 2019).

Sementara itu, Pemprov Jawa Barat memiliki dua UKM, yakni PALA Nusantara dan PT Pavettia Nuansa Alami, yang menerima UKM Award 2020 (Gideon, 2020). Dalam pengembangan UMKM, Pemprov Jabar menjalin kerja sama dengan *e-commerce* khusus UMKM serta mengembangkan teknologi untuk memperluas permintaan pasar UMKM.¹⁰

Praktik terbaik di tingkat global, provinsi, dan lokal tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang kebijakan yang mendorong permintaan terhadap produk UMKM, dengan mempertimbangkan tidak hanya ekonomi dasar, tetapi juga aspek sosial dan budaya dari kebijakan tersebut.

Beberapa fitur utama yang dikembangkan berdasarkan praktik terbaik yang sudah terlaksana meliputi: (1) program standar yang biasanya diterapkan di seluruh dunia untuk mendorong permintaan terhadap produk UMKM; (2) lingkungan dan perangkat dasar untuk keberhasilan program; dan (3) tantangan dan hambatan yang biasanya muncul dalam pelaksanaan program.

2.2.2 Pemetaan dan Identifikasi Program yang Sedang Dilaksanakan

Pengembangan UMKM merupakan salah satu prioritas nasional. Sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008¹¹ tentang UMKM, Kemenkop UKM mengatur penyelenggaraan UMKM di Indonesia. Kemenkop UKM berkoordinasi dengan kementerian lain dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan untuk UMKM.

Kemenkop UKM bertemu secara teratur dengan Kementerian PPN/Bappenas yang merupakan satu dari dua kementerian yang bertanggung jawab untuk mengoordinasikan kebijakan ekonomi negara. Selain Kemenkop UKM dan Kementerian PPN/Bappenas, kementerian yang mengelola program UMKM adalah (1) Kemenko Perekonomian, (2) Kemenperin, (3) Kemendag, (4) Kementan, (5) KKP, (6) Kemenkominfo, (7) Kemenparekraf, (8) Kemenkeu, (9) Kementerian BUMN, (10) Kemensos; (11) Kementerian PPPA, dan (12) Kemenpora. Objek kajian pada langkah pemetaan program dalam studi ini adalah 12 kementerian tersebut.

¹⁰ Hasil wawancara mendalam.

¹¹ Hal ini sesuai dengan Pasal 38 Undang-Undang 20/2008.

Studi ini mencoba menganalisis berbagai program UMKM yang dilaksanakan oleh 12 kementerian tersebut. Hal ini dilakukan dengan meninjau dokumen rencana strategis dan laporan tahunan yang dikeluarkan oleh kementerian dan dengan melakukan wawancara mendalam dan FGD dengan pejabat kementerian tersebut. Kami memetakan dan mengidentifikasi program terkait dalam rencana strategis 2015-2019 dan 2020-2024 dan menganalisis manfaat-biaya, tantangan, hambatan, dan aspek lain dari program, sehingga kami dapat menangkap program masa lalu dan yang sedang berjalan. Wawancara mendalam dan FGD juga berfungsi untuk memvalidasi rencana strategis dan laporan tahunan 12 kementerian. Wawancara dengan masing-masing kementerian dilakukan secara daring.

Studi menggunakan formulir/kuesioner (Tabel 2.1) sebagai pedoman untuk melakukan tinjauan pustaka. Secara keseluruhan, aspek utama dalam kuesioner adalah (1) masing-masing program bantuan keuangan, pengalihan bisnis model, dan digitalisasi; (2) durasi program; (3) penerima manfaat program; (4) jumlah dana yang disalurkan untuk program-program tersebut; dan (5) hambatan dan tantangan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan program.

Tabel 2.1 Pemetaan Kebijakan dan Program Kementerian/Lembaga

Kebijakan dan Program Kementerian/Lembaga untuk Mendukung Permintaan UMKM	
Pengalihan Model Bisnis (misalnya: beralih ke model bisnis baru atau bahkan memperluas bisnis ke usaha baru)	
1	Pelatihan.
2	Akses ke jaringan.
3	Kerja sama pemerintah dengan pelaku pasar digital (e-commerce, fintech) untuk melatih UMKM go digital.
4	Kerja sama pemerintah dan swasta/BUMN untuk mendukung UMKM dengan memberikan pelatihan.
5	Kerja sama antara pemerintah dan swasta/BUMN untuk mendukung UMKM dengan menyediakan akses jaringan.

Kebijakan dan Program Kementerian/Lembaga untuk Mendukung Permintaan UMKM	
Perluasan Akses Pasar (misalnya: partisipasi UKM dalam pengadaan, platform daring)	
1	Memprioritaskan UMKM dalam rantai pasok/pengadaan (misalnya, mengunci permintaan).
2	Persyaratan perdagangan (trading term) yang lebih ramah bagi UMKM (misalnya, syarat pembayaran yang lebih ringan dan akses yang lebih mudah untuk memasuki proses pengadaan).
3	Mendukung atau merekomendasikan BUMN/swasta untuk memprioritaskan UMKM dalam rantai pasok/pengadaan.
4	Mendukung atau merekomendasikan BUMN/swasta untuk memberikan persyaratan perdagangan yang lebih bersahabat bagi UMKM.
5	Mendukung atau merekomendasikan BUMN/swasta untuk membimbing UMKM dalam meningkatkan usahanya (misalnya, orientasi ekspor dan memfasilitasi sertifikasi/standar).
Bantuan Keuangan (misalnya: program untuk membantu UMKM dalam mengakses dana tunai dan pembiayaan jangka pendek)	
1	Pembiayaan modal kerja (misalnya, membeli bahan/persediaan).
2	Pengeluaran modal tetap (misalnya, membeli mesin atau aset untuk menyiapkan model bisnis/usaha baru).
3	Biaya operasional (misalnya, sewa dan keperluan lainnya).
4	Pajak (misalnya, penangguhan atau subsidi pajak).
5	Mendukung/merekomendasikan lembaga keuangan untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada UMKM.

Sumber: Penulis (2021)

2.2.3 Analisis Pasar

Studi ini melakukan analisis pasar untuk mengetahui perubahan permintaan dan bagaimana bisnis bertahan selama pandemi, terutama UMKM. Selain itu, analisis pasar bertujuan untuk memvalidasi program pemerintah yang paling efektif serta untuk mendapatkan rekomendasi dari pelaku usaha.

Analisis pasar dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah pihak dari *e-commerce* (Blibli, Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain), kurir (GoSend dan lain-lain), asosiasi bisnis (APINDO, ASMINDO, APRINDO, PHRI, dan lain-lain), dan layanan pesan antar makanan dan minuman (GoFood dan lain-lain).

Tabel 2.2 berisi daftar pertanyaan untuk melakukan analisis pasar. Tidak semua pertanyaan diberikan kepada narasumber yang diwawancarai. Pertanyaan dapat disesuaikan mengikuti konteks atau perusahaan yang diwawancarai.

Tabel 2.2 Daftar Pertanyaan Analisis Pasar

Daftar Pertanyaan	
Aktivitas Bisnis	
1	Bagaimana dampak pandemi terhadap jumlah transaksi?
2	Apakah ada peningkatan/penurunan jumlah pengguna baru (UMKM yang mendaftar sebagai pengguna baru di platform)?
3	Apakah ada peningkatan/penurunan jumlah pelanggan baru (konsumen akhir yang menikmati produk/jasa)?
4	Berapa banyak pengguna (dalam persen) yang berhenti menggunakan layanan karena pandemi?
5	Apakah penjualan naik karena adanya insentif (misalnya, diskon, voucher, dan lain-lain)?
6	Bagaimana permintaan turun segera setelah dan selama PSBB? Apakah permintaan segera naik setelah PSBB tidak diberlakukan lagi? Bagaimana dinamika ini berubah dari waktu ke waktu?
7	Apakah permintaan kredit oleh pengusaha mikro dan kecil naik dari waktu ke waktu sejak Maret tahun lalu?

Daftar Pertanyaan

Pengalihan Model Bisnis/Perluasan Akses Pasar

- 1 Apakah ada perubahan produk/jasa yang ditawarkan oleh pengguna?
- 2 Produk/jasa apa yang lebih diminati setelah ada pandemi?
- 3 Program seperti apa yang diperkenalkan untuk meningkatkan jumlah pedagang baru?
- 4 Program seperti apa yang diperkenalkan untuk meningkatkan jumlah transaksi?
- 5 Adakah program khusus yang memberikan pelatihan/edukasi kepada UMKM/pengusaha agar tetap bertahan di masa pandemi? Misalnya, mengeksplorasi model bisnis baru, digitalisasi, dan keterampilan kewirausahaan.
- 6 Adakah program khusus yang memberikan pembinaan/pendampingan kepada UMKM/pengusaha untuk bertahan di masa pandemi? Misalnya, jaringan bisnis dan pendampingan.

Bantuan Keuangan

- 1 Bantuan keuangan seperti apa yang dibutuhkan UMKM untuk bertahan selama pandemi? Misalnya, modal kerja, belanja modal, keringanan biaya operasional/sewa/utilitas, subsidi pajak, dan lain-lain.
- 2 Bagaimana cara efektif menjangkau UMKM dalam pemberian bantuan keuangan mengingat karakteristik UMKM yang informal?
- 3 Bagaimana mengelola risiko (mekanisme kontrol) yang efektif dalam melayani UMKM?
- 4 Bagaimana organisasi/lembaga Anda bekerja sama dengan pemerintah dalam menyalurkan bantuan keuangan yang terkait dengan pembagian voucher kepada konsumen akhir?
- 5 Bagaimana organisasi/lembaga Anda bekerja sama dengan pemerintah dalam menyalurkan bantuan keuangan yang terkait dengan transfer tunai/pencairan pinjaman kepada UMKM?

Daftar Pertanyaan	
Kebijakan/Program Pemerintah	
1	Apakah ada program yang bekerja sama dengan pemerintah? Misalnya, menambah jumlah pengguna/transaksi baru dan memberikan pelatihan/edukasi kepada UMKM/pengusaha.
2	Program pemerintah seperti apa yang berhasil mendukung UMKM untuk bertahan?
3	Apa saja tantangan yang dihadapi UMKM untuk mengakses dukungan pemerintah?
4	Program/kebijakan seperti apa yang dibutuhkan UMKM untuk bertahan selama pandemi?
5	Apakah ada potensi sinergi untuk berkolaborasi dengan BUMN/swasta guna membantu UMKM mengakses permintaan? Misalnya, BUMN/sector swasta memprioritaskan UMKM dalam rantai nilai, memberikan syarat pembayaran yang ringan, dan membina UMKM untuk meningkatkan kemampuan mereka.

Sumber: Penulis (2021)

2.2.4 Diskusi Kelompok Terarah dengan Pemangku Kepentingan

Rekomendasi yang dirumuskan perlu divalidasi oleh pelaku bisnis untuk menegaskan kesesuaiannya. Diskusi kelompok terarah atau FGD dilakukan dengan mengumpulkan pemangku kepentingan, termasuk kementerian dan asosiasi UMKM, agar mereka mendapatkan wawasan tentang rekomendasi yang dirumuskan.

03

LANGKAH UNTUK MEMBANGKITKAN KEMBALI PERMINTAAN TERHADAP UMKM

Bagian berikut membahas temuan program untuk membangkitkan lagi permintaan terhadap produk UMKM pada praktik global dan lokal di Indonesia. Program pada praktik global dianalisis berdasarkan negara dengan memerinci kontribusi sektor UMKM terhadap ekonomi dan dampak pandemic Covid-19 terhadap UMKM. Program yang dilaksanakan oleh pemerintah—provinsi/kabupaten/kota—dianalisis karena masing-masing memiliki keunikan yang berpadu dengan muatan lokal dalam mendukung UMKM bertahan pada masa pandemi.

Analisis kebijakan dan program pemerintah pusat dan sektor swasta disajikan berdasarkan kategori pemetaan studi, yakni pengalihan model bisnis, perluasan akses pasar, dan bantuan keuangan. Perbedaan jenis analisis ini diterapkan karena jumlah lembaga di pemerintah pusat dan sektor swasta cukup banyak sehingga mengelompokkan program mereka ke dalam kategori pemetaan akan membuat kebijakan dan program yang disajikan lebih ringkas. Selain itu, bagian ini menyajikan tantangan dan peluang yang dihadapi dalam praktik lokal di Indonesia. Untuk memperkaya temuan dan analisis, bagian ini juga membahas program dari praktik lokal yang penerima manfaatnya sebagian besar adalah perempuan dan penyandang disabilitas.

3.1 PRAKTIK GLOBAL

Bagian ini mengulas literatur tentang keberhasilan program di sejumlah negara dalam mendukung dan mempertahankan kelangsungan UMKM selama pandemi. Dari situ, beberapa informasi yang relevan dan penting sebagai referensi, atau sebagai masukan, dijadikan bahan untuk merancang dan melaksanakan program dengan tujuan serupa di Indonesia selama dan pascapandemi. Studi ini mempelajari program-program yang berhasil dipraktikkan di negara yang dipilih sebagai sampel, yaitu Australia, Tiongkok, Korea Selatan, Malaysia, dan Thailand. Negara-negara tersebut dipilih berdasarkan tingkat pembangunannya, dengan negara ASEAN, yaitu Thailand dan Malaysia, dianggap sebagai negara yang setara dengan Indonesia, sedangkan negara lain yang menjadi sampel adalah negara yang lebih maju dari Indonesia. Perbandingan dengan negara-negara yang lebih maju berguna agar Indonesia bisa melayani UMKM di sini sebaik di negara maju.

Laporan ini terlebih dahulu menyajikan ringkasan hasil penelaahan sebelum masuk ke detail untuk membantu kita memahami ide yang berasal dari program-program sukses di negara lain. Program-program yang disusun oleh negara tersebut menunjukkan bahwa pengalihan atau pivot model bisnis memiliki peluang lebih besar terjadi karena banyaknya program peningkatan kapasitas untuk mendukung UMKM masuk ke *e-commerce*, digitalisasi, dan pengembangan sumber daya manusia. Hal ini terlihat dari sejumlah program yang dilaksanakan di Korea Selatan dan Australia, misalnya, dengan akumulasi modal di sektor digital, atau infrastruktur digital, biasanya sudah di level yang lebih tinggi. Jenis program ini juga ada Malaysia, negara yang dianggap lebih mirip dengan Indonesia dalam hal tingkat pembangunannya.

Program penguatan kapasitas UMKM di negara-negara tersebut lebih berfokus pada teknologi nirkabel yang mengandalkan internet berkecepatan tinggi, seperti komputasi awan dan realitas virtual (VR). Pengembangan kapasitas ini meningkatkan kemampuan inovasi, yang pada akhirnya akan memungkinkan perusahaan menciptakan produk atau layanan baru, sehingga mendorong perputaran bisnis yang lebih cepat.

Mendapatkan akses ke pasar yang lebih besar melalui pengadaan yang dilaksanakan pemerintah tampaknya merupakan program yang diterima secara luas sebagaimana telah diterapkan setidaknya di tiga negara, yaitu Australia, Korea Selatan, dan Tiongkok. Program pengadaan pemerintah untuk UMKM juga dilakukan di Jerman dan sejumlah negara Uni Eropa lain.

Biasanya program pengadaan pemerintah ini secara resmi menetapkan kuota partisipasi UMKM, menyederhanakan prosedur, dan memberikan bantuan kepada UMKM untuk mendapatkan permintaan bagi pengadaan barang. Dukungan dari pemerintah makin kuat karena adanya alokasi tertentu untuk UMKM yang dilengkapi dengan fasilitas pinjaman khusus yang lebih murah, seperti pada program pengadaan di Korea Selatan.

Dengan ruang tumbuh yang menjanjikan bagi UMKM, sumber daya yang dialokasikan untuk UMKM melalui program pengadaan selalu memiliki risiko disalahgunakan oleh rezim yang berkuasa untuk mendapatkan popularitas politik. Karena itu, penting bagi program untuk terhubung dengan mekanisme pengawasan dan evaluasi yang kuat.

Banyaknya variasi dalam kuota yang ditetapkan untuk UMKM dan batasan ukuran proyek yang diberikan kepada UMKM menjadi salah satu tantangan dalam pelaksanaan program ini. Sebab, tidak ada pedoman yang jelas tentang seberapa optimal tingkat partisipasi UMKM dalam pengadaan. Selain itu, ada hal yang perlu dipertimbangkan dalam menerapkan jenis program ini karena pelaksanaannya bertentangan dengan prinsip perlakuan yang sama sebagaimana tercantum dalam Perjanjian Perdagangan Bebas (FTA), terutama dalam model FTA modern seperti dalam Perjanjian Komprehensif dan Progresif untuk Kemitraan Trans-Pasifik (CPTPP).

Program untuk memberikan bantuan keuangan bagi UMKM tampaknya paling banyak diterapkan secara global, termasuk di semua negara dalam tinjauan literatur ini. Bantuan keuangan bagi UMKM diberikan melalui berbagai program yang memberikan keringanan dalam pengeluaran pekerja, biaya operasi, kewajiban pembayaran pajak, dan biaya untuk menambah modal.

Subsidi upah merupakan program yang biasa diterapkan untuk mengurangi pengeluaran pekerja dan membantu UMKM untuk mempertahankan pekerjanya selama permintaan masih rendah seperti pada masa pandemi. Setidaknya ada tiga jenis subsidi upah yang telah diterapkan di banyak negara, yaitu dana keringanan karyawan, subsidi cuti karyawan, dan insentif strategis. Jenis yang paling banyak diadopsi adalah dana keringanan karyawan, yang pada dasarnya merupakan bantuan tunai langsung dari pemerintah kepada perusahaan yang kesulitan menggaji karyawannya. Seperti yang disoroti di banyak negara yang ditinjau, tantangan khas dalam pelaksanaan program ini berkaitan dengan kelayakan penerima karena selalu ada sebagian pekerja yang tidak memenuhi syarat untuk menerima subsidi. Selain itu, desain program yang buruk dapat menyebabkan salah sasaran penerimanya seperti dalam beberapa kasus.

Bantuan keuangan untuk mengurangi biaya operasional biasanya berupa potongan harga sewa atau utilitas (misalnya, listrik dan air), sedangkan keringanan biaya untuk menambah modal berupa potongan suku bunga pinjaman bagi UMKM. Dalam beberapa kasus, fasilitas untuk permodalan yang lebih murah dilengkapi dengan fitur pendukung lainnya, seperti pemrosesan pinjaman yang cepat atau relaksasi persyaratan pengembalian pinjaman.

Jenis bantuan keuangan lainnya, meskipun tidak langsung ditujukan kepada UMKM, adalah program voucher. Program ini pada dasarnya menyubsidi konsumen melalui pemberian diskon harga suatu produk. Tetapi, tidak seperti program subsidi tunai konvensional untuk konsumen, diskon di sini terkait dengan sejumlah produk atau layanan yang dijual secara eksklusif oleh UMKM. Dampak yang diharapkan jelas, yaitu penurunan harga bagi konsumen diharapkan meningkatkan permintaan terhadap beberapa barang atau jasa dari UMKM.

Literatur menunjukkan bahwa voucher tunai adalah jenis voucher yang paling populer diberikan selama pandemi ini. Voucher tunai telah diterapkan di Tiongkok, Korea Selatan, Thailand, dan Malaysia. Yang lebih penting lagi, sumber daya yang mereka curahkan untuk program bantuan ini jumlahnya sangat signifikan. Hal ini menunjukkan kepercayaan pemerintah bahwa bantuan berupa voucher tunai memiliki dampak yang kuat bagi UMKM. Statistik dari Korea Selatan dan Tiongkok menggambarkan bahwa voucher tunai memang salah satu program yang ampuh untuk mengangkat permintaan terhadap UMKM.

Penting untuk dicatat bahwa tidak seperti pada masa lalu, voucher tunai di era digital dianggap lebih efektif dan lebih kuat dari voucher tunai pada satu dekade lalu. Ini karena voucher lebih mudah didistribusikan melalui platform *e-commerce* yang secara signifikan mampu meningkatkan cakupan program. Tidak hanya karena platform tersebut membuka akses ke pasar yang lebih besar, tetapi juga karena ada sejumlah platform *e-commerce* yang beroperasi di dalam satu negara. Hal tersebut adalah alasan lain yang menambah popularitas program ini.

Untuk tujuan implementasi kebijakan, penting untuk memahami kondisi yang diperlukan, atau persyaratan dasar, yang menjamin keberhasilan penerapan program untuk meningkatkan permintaan UMKM. Meskipun bukan tugas yang mudah untuk menentukan hal tersebut dari tinjauan literatur, namun beberapa di antaranya dapat diindikasikan dan layak disebutkan.

Persyaratan pertama dan terpenting yang dibutuhkan negara adalah memiliki pangkalan data UMKM yang solid. Basis data ini perlu dipertahankan secara konsisten dari waktu ke waktu, dan akan lebih disukai dalam format longitudinal, yang akan membutuhkan sensus untuk setiap periode waktu tertentu (misalnya, sekali dalam lima tahun atau lebih). Keberadaan pangkalan data yang kuat sangat penting karena berbagai alasan, seperti untuk menentukan ukuran sumber daya yang dialokasikan untuk UMKM, menargetkan perusahaan dengan benar, menentukan jenis program, dan mencocokkan program dengan karakteristik perusahaan.

Persyaratan kedua adalah menyediakan industri *e-commerce* yang mapan dan infrastruktur digital yang kuat. Hal ini penting mengingat masuknya UMKM ke platform *e-commerce* merupakan salah satu program yang diusung untuk mempertahankan permintaan terhadap produk UMKM.

Syarat penting berikutnya adalah kerangka regulasi yang kokoh, terutama untuk program-program yang terkait dengan kebijakan afirmatif seperti alokasi sumber daya bagi UMKM dalam program pengadaan pemerintah dan bantuan keuangan. Di sini, regulasi perlu menampung kepentingan semua pihak yang terlibat dalam program guna memastikan transparansi dan tata kelola yang baik dan untuk menjaga daya saing di pasar yang disediakan oleh negara bagi UMKM.

Yang terakhir adalah program pengadaan pemerintah karena pangsa pasar yang terjamin selalu mengundang kepentingan pribadi (*vested interest*) untuk mendominasi pasar.

Bagian berikut menguraikan secara rinci keberhasilan sejumlah program yang telah diterapkan oleh negara-negara yang menjadi objek studi ini.

3.1.1 Australia

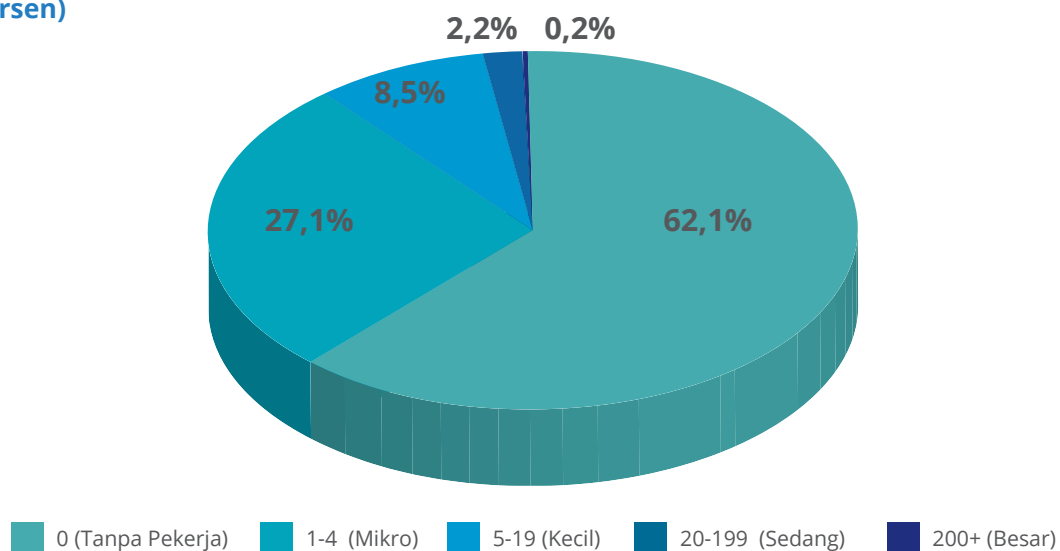
Kalangan bisnis dan organisasi lain di Australia, termasuk badan pemerintah dan organisasi nirlaba, disarankan untuk mendaftar dan mendapatkan Australian Business Number (ABN). ABN adalah nomor identifikasi 11 digit yang dikeluarkan oleh Australian Business Register (ABR) yang dioperasikan oleh Australian Taxation Office (ATO). ABN diperkenalkan pada 1 Juli 2000 oleh pemerintahan Perdana Menteri John Howard sebagai bagian dari reformasi perpajakan yang mencakup pengenalan pajak barang dan jasa (GST). Pengajuan ABN tidak dipungut biaya. Prosesnya relatif sederhana dengan menggunakan sistem daring sehingga menghemat waktu dan biaya.

Ada beberapa manfaat mendaftarkan usaha atau organisasi lain di ABR, khususnya dunia usaha, yaitu:

- mengklaim kredit GST (ketika terdaftar untuk GST);
- klaim pajak bahan bakar atau kredit hibah energi (jika memenuhi syarat);
- tetap patuh dan dapat mengajukan pernyataan aktivitas (BAS/IAS) dengan ATO;
- mengonfirmasi identitas bisnis mereka kepada orang lain saat memesan dan membuat faktur;
- menghindari pajak *pay-as-you-go* (PAYG) atas pembayaran yang mereka terima;
- mendapatkan nama domain Australia (untuk situs web.au); dan
- lebih lancar berurusan dengan bisnis lain.

Menurut Australian Small Business and Family Enterprise Ombudsman (2020), ada lebih dari 2,3 juta bisnis terdaftar di Australia pada 2019, dengan mayoritas bisnis adalah pedagang tunggal tanpa karyawan (62 persen). Usaha mikro yang memiliki 1-4 karyawan mencapai 27 persen dan usaha kecil dengan 5-19 karyawan sekitar 8,5 persen. Sementara itu, perusahaan besar dengan lebih dari 200 pekerja berjumlah 0,2 persen (seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1). Dalam hal pekerjaan, jumlah pedagang tunggal di bidang transportasi dan pertukangan menunjukkan peningkatan yang luar biasa di Australia.

Gambar 3.1 Kategori Bisnis Berdasarkan Jumlah Karyawan di Australia, 2019 (dalam Persen)



Sumber: Australian Small Business and Family Enterprise Ombudsman

Terkait dengan pandemi Covid-19, penularan lokal di Australia terbatas pada kasus yang tak berkala dan terisolasi. Dengan populasi sekitar 25 juta, Australia mengalami tingkat infeksi dan kematian yang lebih rendah dibandingkan dengan banyak negara anggota Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) yang setara, dengan 27.912 kasus terkonfirmasi dan 908 kematian per 1 Desember 2020. Sejauh ini, membangun kepercayaan, menggunakan data, dan berkolaborasi adalah kunci sukses Australia dalam menanggulangi dampak pandemi (McKinsey & Company, 2020a).

Namun demikian, sebagian besar bisnis terimbas pandemi. Berdasarkan survei pada pertengahan Maret, Cassells et al., (2020) menyebutkan 86 persen bisnis Australia diproyeksikan terkena dampak pandemi Covid-19 dalam beberapa bulan berikutnya, dengan hampir 50 persen telah mengalami dampak dalam dua minggu sebelumnya (sebelum 23 Maret 2020). Bisnis di semua kategori industri melaporkan efek tersebut, dengan dampak langsung terbesar dirasakan oleh mereka yang beroperasi di sektor akomodasi dan layanan makanan (78 persen). Layanan seni dan rekreasi, perawatan kesehatan dan bantuan sosial, serta perdagangan eceran dan grosir juga melaporkan tingkat efek samping langsung (*direct side effect*) yang cukup tinggi. Selain itu, dari Maret hingga April 2020, sebanyak 47 persen pelaku usaha di Australia melaporkan bahwa mereka telah mengurangi jumlah karyawannya akibat pandemi.

Menanggapi pembatasan perdagangan dan anjloknya permintaan di sektor-sektor tertentu, pemerintah Australia mengumumkan berbagai paket bantuan usaha untuk mendorong bisnis dapat beroperasi kembali. Australia adalah salah satu negara maju dengan pendapatan per kapita tinggi sehingga bantuan keuangan mendominasi program pemerintah. Khusus bagi pedagang tunggal, bantuan pemerintah yang diberikan terdiri dari:

- *JobKeeper Payment*

Bantuan untuk menjaga pembayaran gaji karyawan bagi pedagang tunggal diberikan pada periode Januari hingga Maret 2021 dan terbagi menjadi dua, yaitu tingkat I sebesar 1.000 AUD (US\$761) per dua minggu (sebelum pajak), dan tingkat II sebesar 650 AUD (US\$495) per dua minggu (sebelum pajak). Total anggaran awalnya adalah 130 miliar AUD (US\$99 miliar).

- *Backing Business Investment (BBI)*

Insentif investasi 15 bulan untuk mendukung investasi bisnis dan pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek, dengan mempercepat pengurangan depresiasi.

Ini berlaku untuk aset yang memenuhi syarat yang diperoleh mulai 12 Maret 2020 dan pertama kali digunakan atau ditempatkan paling lambat 30 Juni 2021.

- *Coronavirus Supplement*

Dukungan keuangan tambahan untuk bisnis/UKM yang terkena dampak pandemi dibayar dengan tarif 150 AUD (US\$116) per dua minggu antara 1 Januari dan 31 Maret 2021.

- Meningkatkan Batas Penghapusan Aset Instan

Dana bantuan untuk program ini telah ditingkatkan dari 30.000 AUD (US\$23.000) menjadi 150.000 AUD (US\$116.000) dan akses yang diperluas untuk mencakup bisnis dengan total omzet tahunan kurang dari 50 juta AUD (US\$39 juta) meningkat menjadi kurang dari 500 juta AUD (US\$386 juta).

- Bantuan untuk Daerah Terdampak, Masyarakat, dan Industri

Dana sebesar 1 miliar AUD (US\$772 juta) disisihkan untuk mendukung wilayah, komunitas, dan industri yang paling terdampak pandemi. Dana bantuan dan pemulihan Covid-19 disediakan untuk bantuan selama wabah dan untuk bantuan pemulihan.

- Mendukung Aliran Kredit

Pemerintah, Reserve Bank of Australia, dan Australian Prudential Regulation Authority berkoordinasi untuk melancarkan aliran kredit, khususnya untuk UKM.

- Bantuan Sehubungan Kepailitan Sementara untuk Bisnis yang Tertekan secara Finansial

Bantuan sementara dengan memperpanjang batas waktu, dengan kreditur dapat mengajukan tuntutan hukum dan perusahaan harus menanggapi tuntutan hukum tersebut. Pembebasan sementara juga diberikan kepada direktur dari tanggung jawab pribadi apa pun saat bangkrut sehubungan dengan utang yang timbul dalam kegiatan bisnis perusahaan.

- Meningkatkan Arus Kas untuk Pengusaha

Khusus untuk UKM dan organisasi nirlaba dengan total omzet di bawah 50 juta AUD (US\$38 juta) yang mempekerjakan karyawan, mereka berhak menerima kredit antara 20.000 AUD (US\$15.300) dan 100.000 AUD (US\$77.000) saat mengajukan laporan kegiatan usaha untuk periode pajak Maret-September 2020.

- Rilis Awal Pensiun

Individu yang memenuhi syarat dan terkena dampak pandemi dapat mengakses dana pensiun mereka pada 2019-2020 hingga 10.000 AUD. Demikian juga pada 2020-2021. Adapun pemegang visa sementara yang memenuhi syarat bisa mengakses hingga 10.000 AUD dari dana pensiun mereka pada 2019-2020.

- Pengurangan Sementara Tingkat Penarikan Minimum Dana Pensiun

Untuk 2019-2020 dan 2020-2021, persyaratan penarikan minimum pensiun untuk pensiun berbasis akun dan produk serupa telah dikurangi sebesar 50 persen.

Dalam implementasinya, ATO mengidentifikasi risiko hingga dampak yang muncul. ATO mengadopsi pendekatan berulang untuk mengidentifikasi risiko pada proyek dan program. ATO juga telah mengidentifikasi strategi yang tepat untuk mengantisipasinya. Pada Agustus 2020, ATO merevisi empat langkah asesmen risiko dan rencana perlakuan (*risk assessment and treatment plans*) sebagai dasar dari serangkaian kegiatan pemantauan terhadap proyek-proyek bantuan yang disebutkan di atas.

Selain itu, ATO mengkaji aturan bisnis agar sejalan dengan perubahan keadaan dan risiko. Perencanaan strategis negara bagian untuk periode mendatang telah dimulai, termasuk penyesuaian aturan utang dan pengajuan sebelumnya (Australian National Audit Office, 2020). Sanksi yang berat ada dalam undang-undang yang mengatur administrasi program JobKeeper. Pemilik usaha yang terdaftar di JobKeeper dan tidak membayar penuh karyawannya 1.500 AUD (US\$1.142) akan mendapatkan hukuman 10 tahun penjara karena hal tersebut dianggap sebagai penipuan berdasarkan Undang-Undang Pidana.

Pelaksanaan program JobKeeper menghadapi beberapa tantangan. Frayne (2020) menyatakan aturan JobKeeper tidak terjangkau oleh banyak pengusaha yang mengalami kerugian karena harus membayar karyawannya 1.500 AUD (US\$1.142), yang kemudian mengklaim dana tersebut ke kantor pajak setiap akhir bulan. Namun banyak UKM tak memiliki dana lagi selama *lockdown* berlanjut, yang berarti mereka mungkin harus meminjam agar dana tersedia. Selain itu, banyak pemberi kerja menolak program JobKeeper sama sekali karena mereka tidak mampu membayar 1.500 AUD per dua pekan dari kantong sendiri selama sebulan, sebelum mereka menerima pembayaran dari pemerintah.

Di sisi lain, sejumlah karyawan mengeluh karena majikannya mengatakan bahwa mereka dapat mempertahankan pekerjaan hanya jika mengembalikan sebagian pembayaran dari JobKeeper. Yang lain telah dikurangi jam kerjanya dan posisinya diubah dari pekerjaan penuh waktu menjadi pekerjaan paruh waktu. Mereka telah diberi tahu bahwa hak cutinya berkurang dan tingkat gajinya menjadi 750 AUD (US\$570) seminggu—jumlah yang sama yang diterima majikan dari pemerintah di bawah JobKeeper untuk mempertahankan pekerja.

Selain itu, salah satu masalah utama yang dilaporkan menyangkut perubahan jam kerja karyawan ketika majikan mereka mendaftar pada program JobKeeper. Secara umum, di bawah *Fair Work Act*, ketika pemberi kerja memenuhi syarat untuk JobKeeper, mereka diizinkan mengarahkan karyawannya untuk mundur atau mengurangi jam kerja, dan menentukan tugas apa yang harus dilakukan karyawan serta ditempatkan di mana. Namun majikan harus mencapai kesepakatan dengan karyawan tentang hari atau waktu mereka bekerja, dan apakah karyawan tersebut mengambil cuti tahunan, termasuk setengah gaji. *Fair Work Act* menetapkan bahwa pemberi kerja harus berkonsultasi dengan karyawan sebelum memberikan arahan—jika tidak masuk akal, tidak akan berlaku. Arahan sehubungan dengan tugas atau posisi kerja hanya boleh dibuat jika diperlukan, demi melanjutkan pekerjaan karyawan.

3.1.2 Tiongkok

Setelah memberlakukan penutupan wilayah untuk mengendalikan penyebaran Covid-19, kondisi ekonomi Tiongkok memburuk signifikan yang menyebabkan UKM juga terpuruk. Untuk memulihkannya, pemerintah Tiongkok membuat berbagai program setelah aturan *lockdown* dicabut. Pada pertengahan Mei 2020, hampir 90 persen dari seluruh UKM mulai melanjutkan bisnis yang sempat terhenti (Kresic *et al.*, 2020).

Pemerintah Tiongkok menerapkan sejumlah kebijakan utama untuk mendukung UKM. Di antaranya:

1. Menyesuaikan kebijakan dan komunikasi agar sesuai dengan kondisi lokal;
2. Memberikan likuiditas ekstra (dan fleksibilitas regulasi) bagi UKM melalui sektor perbankan;
3. Mengurangi biaya operasional UKM;
4. Mendorong permintaan konsumen; dan,
5. Meliberasi undang-undang lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) secara hati-hati untuk membantu UKM.

Dalam menyesuaikan kebijakan dan komunikasi agar sesuai dengan kondisi lokal, pemerintah pusat menyediakan basis data kebijakan yang dapat diakses secara daring untuk membuat kebijakan UKM yang relevan. Pemerintah daerah selanjutnya menyesuaikan kebijakan turunannya berdasarkan kebutuhan. Selain itu, pemerintah pusat mengirimkan perwakilan ke daerah untuk lebih memahami kebutuhan bisnis lokal.

Melalui sektor perbankan, pemerintah Tiongkok memberikan likuiditas ekstra dan fleksibilitas regulasi untuk UKM. Dalam skema pendanaan jangka panjang, bank sentral mengeluarkan 400 miliar RMB (US\$57 miliar) dan memotong rasio persyaratan cadangan yang ditargetkan sebesar satu poin persentase. Dengan demikian, persyaratan regulasi di sektor perbankan menjadi lebih fleksibel. Otoritas merilis kuota kredit khusus dengan suku bunga preferensial agar lebih mudah diakses oleh UKM. Total 1,6 triliun RMB (US\$226 miliar) disediakan untuk UKM, dengan separuh dari dana tersebut merupakan pinjaman tambahan dan separuh lainnya ditujukan untuk pembayaran pinjaman yang ditangguhkan.

Pengurangan operasional membantu UKM bertahan selama masa pandemi. Biaya listrik untuk perusahaan ditetapkan sebesar 95 persen dari harga aslinya, kecuali untuk industri yang menggunakan energi (Xinhua, 2020a). Komisi Pembangunan dan Reformasi Nasional (NDRC) memperkirakan bahwa kebijakan ini menguntungkan sekitar 50 juta pengguna, setara dengan sekitar tiga perempat pengguna dari sektor industri dan komersial. Kebijakan tersebut diterapkan dari Februari hingga Juni 2020 dan diharapkan mengurangi biaya konsumsi listrik sekitar 44 miliar RMB (US\$6,29 miliar). NDRC menyatakan bahwa kebijakan tersebut akan berlangsung hingga akhir 2020 (Xinhua, 2020b).

Pemerintah Tiongkok merilis Pemberitahuan Pengurangan Berkala dan Pembebasan Kontribusi Perusahaan untuk Asuransi Sosial (ILO, 2020c). Menurut kebijakan tersebut, UKM dibebaskan dari tiga skema asuransi sosial iuran pengusaha hingga lima bulan. Selain itu, perusahaan dapat mengajukan penundaan pembayaran hingga enam bulan jika mereka mengalami krisis operasional, dan dapat mengajukan pengembalian pembayaran pada Februari 2020. Pengurangan operasional juga mencakup dana tabungan, termasuk asuransi kesehatan dan dana tabungan perumahan. Mulai Februari 2020, untuk memastikan keseimbangan dana jangka menengah dan panjang, asuransi kesehatan karyawan yang dibayarkan oleh pemberi kerja dikurangi 50 persen, terlepas dari ukuran perusahaan, dan akan dilaksanakan tidak lebih dari lima bulan (United Nations Development Programme/UNDP, 2019). Secara bersamaan, perusahaan yang terdampak pandemi Covid-19 dapat mengajukan

penangguhan pembayaran untuk dana penyediaan perumahan sebelum akhir Juni 2020 (Ping An Digital Economic Research Center, 2020).

Untuk meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk UKM, pemerintah Tiongkok mengeluarkan voucher konsumsi untuk pembelian barang. Pada pertengahan April 2020, lebih dari 10 miliar RMB (US\$1,4 miliar) voucher dibagikan kepada penduduk di 80 kota di seluruh negeri. Secara umum, voucher konsumsi meningkatkan pengeluaran penduduk untuk industri yang terkena dampak parah, dengan efek pengganda pada perekonomian secara keseluruhan. Selain itu, pemerintah mendukung UKM untuk berpartisipasi dalam platform digital guna meningkatkan penjualan dan pemasaran daring dengan menurunkan ambang batas masuk. UKM juga dianggap sebagai prioritas dalam pengadaan pemerintah.

Terakhir, pemerintah Tiongkok meliberalisasi undang-undang ESG untuk memfasilitasi UKM. Misalnya, otoritas setempat mengizinkan pemilik toko untuk menyiapkan meja di luar restoran karena kepadatan meja di dalam ruangan dan aturan jaga jarak. Selanjutnya, pihak berwenang mendefinisikan pandemi sebagai keadaan kahar (*force majeure*) sehingga mencabut tanggung jawab hukum atas kredit bermasalah (NPL).

Dalam implementasinya, perusahaan dan pekerja menyambut baik kebijakan pengurangan premi asuransi sosial (ILO, 2020a). Setidaknya sebanyak 340 miliar RMB (US\$52 miliar) dari tiga premi jaminan sosial telah dibebaskan hingga akhir April 2020. Sekitar 80 persen dari penerima manfaatnya adalah UKM. Pada saat yang sama, sekitar 90 juta pekerja mendapat manfaat dari penangguhan premi asuransi sosial sebesar 35 miliar RMB (US\$5,3 miliar) dan pengembalian pembayaran dana pengangguran ke 3,5 juta perusahaan. Setidaknya 10 miliar RMB (US\$1,5 miliar) telah digunakan untuk subsidi ketenagakerjaan pada kuartal pertama 2020 (ILO, 2020a). Namun, tidak semua kebijakan telah dilaksanakan sepenuhnya. Menurut Horizon Research Consultancy Group (2020), implementasi polis asuransi sosial mencapai 95 persen, sedangkan kebijakan pajak sekitar 83 persen per April 2020 (ILO, 2020a). Selain itu, dilaporkan bahwa pengurangan sewa cakupannya terbatas serta membutuhkan proses yang panjang untuk pemeriksaan dan persetujuan.

Selain itu, ada beberapa kebijakan yang bertumpuk yang diterapkan oleh otoritas lokal dan nasional. Karena itu, semua tingkat pemerintahan harus dilibatkan dalam mengimplementasikan berbagai kebijakan tersebut dan terkoordinasi dengan baik. Untuk mempermudah, pemerintah dapat memanfaatkan infrastruktur digital yang ada guna menciptakan solusi inovatif. Misalnya, mendorong UKM menggunakan alat daring untuk kerja jarak jauh.

3.1.3 Korea Selatan

Menurut Badan Statistik Nasional Korea Selatan, pada 2018 sebanyak 99,9 persen dari total perusahaan adalah UKM dan sebanyak 83,1 persen dari total karyawan bekerja di UKM. Seperti di Tiongkok, UKM Korea Selatan juga merasakan dampak pandemi terhadap penjualan mereka, dengan laba turun hingga hampir 50 persen pada Februari dan Maret 2020. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah negara itu untuk mendukung UKM mereka, seperti mendorong UKM dalam mengadopsi *e-commerce*, memprioritaskan UKM dalam rantai pasok/pengadaan, mengurangi biaya operasional UKM, mendorong permintaan konsumen, dan memberikan bantuan keuangan dan keringanan pajak.

Penggunaan platform *e-commerce* yang meningkat memberikan manfaat bagi UKM yang sangat terdampak pandemi. Pemerintah Korea Selatan mengeluarkan voucher untuk layanan bisnis jarak jauh (misalnya, membeli produk layanan *teleworking*) untuk mendukung perusahaan eksportir. Kebijakan voucher juga mendukung transisi UKM ke platform belanja daring dan mengidentifikasi pembeli potensial di negara-negara dengan pembatasan perjalanan. Selain itu, pihak berwenang mengalokasikan sejumlah besar anggaran tambahan untuk mendukung orientasi UKM ke platform digital, seperti pengecer daring dan platform *online-to-offline* (O2O). Menggunakan platform digital memungkinkan UKM untuk terhubung dengan konsumen yang lebih luas ketimbang saluran bisnis tradisional mereka.

Melalui kebijakan *Digital New Deal*, pemerintah Korea Selatan memberikan voucher kepada 160.000 UKM senilai 4 juta KRW (US\$3,6 juta) untuk mengakses platform kerja jarak jauh (misalnya, konferensi video), bisnis bersubsidi (misalnya, melalui voucher) dan informasi (misalnya, melalui kamar dagang hingga organisasi industri) tentang langkah-langkah dukungan darurat dan operasi bisnis. Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA) memberi UKM berbagai layanan pencocokan pembeli (*link and match*) yang mencakup konsultasi virtual, penandatanganan kontrak, dan "Pameran Korea Daring" yang memanfaatkan realitas berimbuah (AR) dan realitas virtual (VR) yang memungkinkan partisipasi dari seluruh dunia.

Dalam hal memprioritaskan rantai pasokan atau pengadaan UKM, pemerintah Korea Selatan meningkatkan pagu untuk kontrak swasta kecil yang dapat ditandatangani tanpa prosedur tender. Durasi inspeksi dan pendaftaran disederhanakan dari 12 menjadi 8 pekan. Juga, deposit penawaran untuk pembelian publik dan pemerintah dikurangi 50 persen. Hal ini dapat menurunkan beban perusahaan ketika mengikuti proses pengadaan.

Dari segi biaya operasional, pemerintah Korea Selatan memberikan pengurangan dan penangguhan bagi UKM. Misalnya, harga sewa di fasilitas bandara komersial selama enam bulan. Secara bersamaan, biaya asuransi juga dikurangi 50 persen oleh Korporasi Asuransi Perdagangan Korea untuk UKM. Pemerintah memberikan subsidi retensi tenaga kerja yang jumlahnya meningkat dari 75 persen menjadi 90 persen selama tiga bulan, dari 1 April hingga 30 Juni 2020 (Lee, 2020). Awalnya, untuk mendapatkan subsidi, perusahaan perlu membuktikan kelayakan mereka menjadi penerima manfaat melalui perubahan penjualan atau persediaan. Karena pandemi Covid-19, persyaratan dipermudah sehingga perusahaan mana pun dapat mengajukan subsidi ke kantor tenaga kerja setempat dengan memaparkan rencana terperinci mengenai pengurangan jam kerja atau penghentian sementara. Subsidi ini bertujuan untuk membantu mempercepat pemulihan pasar tenaga kerja setelah krisis dengan mempertahankan daya saing dan pekerja terampil.

Untuk meringankan biaya tenaga kerja akibat kenaikan upah minimum, pemerintah menyelenggarakan Program Dana Stabilitas Kerja, yang menyubsidi sebagian gaji karyawan, untuk membantu usaha mikro dan UKM. Melalui program ini jumlah subsidi telah ditingkatkan untuk mengurangi beban pemilik usaha dan karyawan yang makin meningkat akibat pandemi. Program ini sebelumnya menyediakan hingga 110.000 KRW (US\$98) per bulan untuk bisnis dengan karyawan kurang dari lima orang, hingga 90.000 KRW (US\$80) per bulan untuk bisnis dengan karyawan lebih dari lima orang, dengan setiap karyawan mendapat upah bulanan sebesar 2,15 juta KRW (US\$1,8 juta) atau kurang. Ketika pandemi terjadi, pemerintah memperluas program untuk memberikan subsidi tambahan hingga 70.000 KRW (US\$62) per bulan bagi setiap karyawan untuk bisnis dengan kurang dari sepuluh karyawan, hingga 40.000 KRW (US\$36) per 16 bulan untuk bisnis dengan lebih dari 10 karyawan (MOEF, 2020). Pemerintah juga memperkenalkan Subsidi Stabilitas Pekerjaan Darurat, yang memberikan 500.000 KRW (US\$420) per bulan selama tiga bulan kepada karyawan UKM yang cutinya tidak dibayar.

Program kupon diskon untuk perjalanan, restoran, dan fasilitas penginapan di seluruh negeri merupakan bagian dari proyek pemerintah senilai 90,4 miliar KRW (US\$76,2 juta) dengan target memperbaiki pengeluaran domestik. Awalnya, program ini pertama kali dirilis pada Agustus 2020 tetapi ditangguhkan karena ditemukannya kluster baru penularan virus *corona*. Sementara itu, skema *one-time universal transfer* pemerintah Korea Selatan bertujuan untuk mempercepat konsumsi guna membantu usaha kecil dan karyawan mereka. Stimulus tersebut berhasil mencegah kontraksi ekonomi lebih lanjut sebesar -1,0 persen seperti yang diproyeksikan pada 2020 (ILO, 2020b).

Selain itu, pemerintah membagikan voucher yang hanya dapat ditukarkan di perusahaan kecil di lingkungan mereka hingga Agustus 2020. Rata-rata, jumlah voucher yang diterima oleh rumah tangga dengan tiga orang senilai US\$799 (Kim & Lee, 2020). Di sektor swasta, inisiatif pemerintah sedang dilakukan untuk mendorong lebih banyak pembayaran di muka dan pembelian di muka. Selama empat bulan, dari April hingga Juli 2020, pemerintah memberlakukan pengurangan pajak penghasilan bagi pengguna kartu kredit dan kartu debit sebesar 80 persen.

Terakhir, pemerintah Korea Selatan melaksanakan program pembebasan pajak dan keuangan untuk UKM. Percepatan program pinjaman oleh Export and Import Bank of Korea (KEXIM) mendorong kegiatan ekspor-impor. Total 200 miliar KRW (US\$167,4 juta) telah diberikan kepada UKM yang tidak memiliki riwayat transaksi atau peringkat kredit dengan KEXIM. Biasanya, UKM memerlukan penilaian kualitatif, tetapi mungkin memakan waktu lama. Oleh karena itu, selama pandemi penilaian melalui laporan keuangan dianggap sudah cukup memadai. Program pinjaman cepat lainnya disediakan oleh Korea Credit Guarantee Fund dan Korea Technology Finance Corporation, dengan UKM mendapatkan keuntungan dari pendanaan dengan suku bunga yang rendah. Jaminan itu sendiri hanya untuk memenuhi syarat bagi usaha kecil dengan penjualan tahunan kurang dari 100 juta KRW (US\$90.000). Selain itu, pemerintah telah bekerja sama dengan bank sentral, bank pembangunan milik negara, dan seluruh sektor keuangan untuk memberikan sumber daya tambahan kepada UKM yang menghadapi masalah keuangan akibat pandemi. Sebanyak 41,8 triliun KRW (US\$35 miliar, atau 2,1 persen dari PDB) dikeluarkan untuk membantu menstabilkan pasar keuangan serta memasok likuiditas ke UKM.

Sementara itu, ada beberapa skema keringanan pajak dalam bentuk penangguhan pembayaran. Setiap kantor pajak daerah memberitahukan pengenaan dan pengumpulan pajak yang tertunda selama enam bulan, dengan potensi perpanjangan selama enam bulan, serta keringanan pembayaran dengan cara mencicil. Selain itu, pajak badan dan pajak pertambahan nilai (PPn) ditunda selama sembilan bulan. Sektor keuangan membantu pemulihan UKM dengan memperpanjang jatuh tempo pinjaman, setidaknya enam bulan dan termasuk masa tenggang suku bunga enam bulan.

Kebijakan *one-time universal transfer* pada awalnya ditujukan untuk memberikan manfaat bagi rumah tangga yang masuk dalam kelompok pendapatan 70 persen terbawah. Skema ini kemudian dirancang ulang sebagai transisi wajib. Pada akhir Agustus 2020, sekitar 22 juta rumah tangga memperoleh total pendapatan

sebesar 14,2 triliun KRW (US\$12 miliar). Sisanya, 19 juta rumah tangga, harus mendaftar untuk bisa menerima transfer dan memiliki opsi menerima transfer dalam bentuk poin kartu kredit, kartu debit, atau kupon hadiah yang hanya dapat digunakan di usaha kecil di wilayah rumah tangga tersebut. Rumah tangga pemohon masih dapat memilih untuk menyumbangkan dana tersebut ke negara. Mereka yang tidak mengajukan hingga batas waktu transfer lewat, secara otomatis dana tersebut disumbangkan ke negara. Total kontribusi kepada negara berjumlah 280,3 miliar KRW atau US\$250 juta (kira-kira 2 persen dari semua transfer) dan dialokasikan ke Dana Asuransi Ketenagakerjaan untuk mendorong inisiatif retensi kerja dan membantu pertumbuhan pekerjaan (ILO, 2020b).

3.1.4 Malaysia

Kontribusi UKM terhadap PDB Malaysia meningkat dari 491,2 miliar MYR (US\$118,8 miliar) atau 37,8 persen pada 2017 menjadi 521,7 miliar MYR (US\$126,2 miliar) atau 38,3 persen pada 2018. Sektor ini berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan negara, terhitung 98,5 persen dari semua bisnis yang terdaftar. Seperti halnya negara lain, Malaysia pun dilanda pandemi. Namun berkat langkah-langkah penanggulangan pandemi, PDB Malaysia hanya turun 0,7 persen pada kuartal pertama 2020, terendah dalam sepuluh tahun. Bank Negara Malaysia (BNM) memprediksi efeknya memburuk pada kuartal kedua 2020. Pemerintah Malaysia mengambil sejumlah langkah untuk mengantisipasi ekonomi tidak menurun signifikan.

Pada Maret 2020, pemerintah mengumumkan langkah-langkah stimulus putaran kedua, sehingga total stimulus menjadi US\$57 miliar, dengan dua per limanya diberikan kepada usaha kecil. Dari April hingga September 2020, BNM mengeluarkan arahan kepada semua bank untuk memberlakukan moratorium selama enam bulan terhadap semua pembayaran pinjaman/pembiayaan. Peminjam/nasabah yang memenuhi persyaratan pinjaman/pembiayaan tidak akan diminta untuk melakukan pembayaran selama periode ini dan tidak akan ada biaya keterlambatan pembayaran atau denda. Pemerintah mengumumkan langkah-langkah baru untuk mendukung UKM pada April 2020 melalui bantuan dana sebesar 10 miliar MYR (US\$2,4 miliar) atau 0,7 persen dari PDB, termasuk skema dukungan upah yang meningkat. Langkah-langkah terkait telah dilaksanakan sebagai bagian dari paket 27 Maret dan 6 April 2020.

Untuk mendukung pekerja lokal, semua perusahaan dengan pekerja lokal yang menerima gaji bulanan 4.000 MYR (US\$966) ke bawah akan menerima subsidi upah di bawah program subsidi upah dengan total bantuan sebesar 13,8 miliar MYR (US\$3,33 miliar) dengan persyaratan berikut:

- 1) Perusahaan dengan lebih dari 200 karyawan menerima subsidi upah 600 MYR (US\$145) untuk setiap karyawan yang dipekerjakan. Jumlah maksimum karyawan yang dapat diajukan klaimnya oleh perusahaan akan ditingkatkan dari 100 menjadi 200.
- 2) Perusahaan dengan 75 hingga 200 karyawan akan memenuhi syarat untuk menerima subsidi upah bulanan 800 MYR (US\$193) untuk setiap karyawan.
- 3) Perusahaan dengan kurang dari 75 karyawan akan menerima subsidi upah bulanan sebesar 1.200 MYR (US\$290) per karyawan. Selain itu, karyawan yang cuti tidak dibayar akan menerima bantuan keuangan sebesar 600 MYR (US\$145) per bulan mulai 1 Maret 2020, selama maksimal enam bulan.

Dana Pengembangan Sumber Daya Manusia (HRDF) juga telah menganggarkan 50 juta MYR (US\$12,1 juta) untuk kursus singkat keterampilan digital dan kursus keterampilan tinggi. Sebanyak 40 ribu pekerja di sektor pariwisata dan sektor lain yang terkena dampak pandemi juga akan menerima hibah pendamping dari HRDF sebesar 100 juta MYR (US\$24 juta).

Untuk mendukung bisnis, Hibah Khusus PRIHATIN senilai 2,1 miliar MYR (US\$507 juta) diberikan kepada usaha mikro yang memenuhi syarat. Setiap perusahaan akan menerima hibah sebesar 3.000 MYR (US\$725). Skema kredit mikro senilai 700 juta MYR (US\$170 juta) tanpa bunga dan tanpa agunan juga tersedia bagi perusahaan yang terdampak pandemi yang telah beroperasi setidaknya selama enam bulan. Sebanyak 500 juta MYR (US\$121 juta) ditawarkan melalui Bank Simpanan Nasional (BSN) dan 200 juta MYR (US\$48 juta) ditawarkan melalui TEKUN Nasional. UKM dengan kiprah bisnis kurang dari empat tahun dapat memanfaatkan skema BizMula-i dan BizWanita-i untuk pembiayaan hingga 300 ribu MYR (US\$72.500) di bawah Credit Guarantee Malaysia Berhad (CGC). Untuk UKM yang kesulitan mendapatkan pinjaman, Syarikat Jaminan Pembiayaan Perniagaan (SJPP) akan memberikan jaminan sebesar 5 miliar MYR (US\$1,2 miliar) dan meningkatkan cakupan penjaminan dari 70 persen menjadi 80 persen. Kemudian, mulai 1 Mei hingga 31 Desember 2020, Danajamin Nasional Berhad akan menjamin hingga 80 persen dari jumlah pinjaman dengan jumlah pinjaman minimal 20 juta MYR (US\$4,8 juta) untuk keperluan pendanaan kebutuhan modal kerja.

Selain program dukungan bisnis, semua tempat milik pemerintah federal, termasuk yang dimiliki oleh lembaga dan badan hukum, memenuhi syarat untuk pembebasan sewa selama enam bulan. Pedagang ritel UKM di tempat yang dimiliki oleh bisnis yang berafiliasi dengan pemerintah dibebaskan dari membayar sewa sama sekali atau cukup mendapatkan diskon. Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) juga telah memberikan hibah sebesar 10 juta MYR (US\$2,4 juta) untuk mempromosikan penjualan produk di platform *e-commerce* (1.000 MYR atau US\$242 per bisnis). Pemilik properti pribadi juga didorong untuk memberikan bantuan serupa kepada penyewa melalui penurunan tarif sewa. Selama tiga bulan setelah penerapan perintah kendali pergerakan (*movement control order/MCO*), pemilik bangunan atau ruang usaha yang telah memberikan pengurangan tarif sewa kepada UKM akan mendapat pengurangan pajak tambahan sebesar jumlah pengurangan sewa untuk April hingga Juni 2020. Untuk tahun penilaian 2020, pengurangan pajak tambahan ini tunduk pada ketentuan pengurangan sewa, setidaknya 30 persen dari harga sewa. Terakhir, moratorium otomatis 30 hari dari tanggal terakhir MCO bagi perusahaan untuk menyerahkan dokumen legal kepada Komisi Perusahaan Malaysia (Companies Commission of Malaysia/CCM). Batas waktu penyampaian laporan keuangan perseroan juga diperpanjang menjadi tiga bulan sejak tanggal MCO. Perusahaan dengan tahun fiskal yang berakhir 30 September hingga 31 Desember 2019 memenuhi syarat untuk mengikuti kebijakan ini. Keterlambatan pengajuan tidak akan dikenakan biaya.

Dukungan moneter juga diberikan, misalnya, oleh bank sentral Malaysia yang menawari UKM fasilitas bantuan khusus sebesar 5 miliar MYR (US\$1,2 miliar) dengan tingkat bunga 3,5 persen melalui lembaga keuangan yang berpartisipasi. Bank juga akan menawarkan moratorium selama enam bulan serta konversi saldo kartu kredit menjadi pinjaman berjangka dan restrukturisasi pinjaman korporasi. Mulai 1 April 2020, moratorium akan diperluas untuk pinjaman dari TEKUN, MARA, koperasi, dan departemen pemerintah lainnya yang memberikan pembiayaan kepada UKM. Selain itu, pada tanggal yang sama, seluruh pembayaran angsuran pajak penghasilan (PPh) UKM akan ditangguhkan selama tiga bulan. Ini merupakan tambahan dari langkah-langkah yang diumumkan pemerintah sebelumnya, yang mencakup pembayaran pajak tangguhan enam bulan untuk perusahaan di sektor pariwisata mulai 1 April 2020. Terakhir, lembaga keuangan yang berpartisipasi telah menawarkan fasilitas otomasi dan digitalisasi UKM senilai 300 juta MYR (US\$72,5 juta) dengan tingkat bunga 3,75 persen. Selain menurunkan suku bunga, bank mengembangkan fasilitas

pendanaan baru untuk UKM. Pada 24 Maret 2020, bank sentral Malaysia menerapkan moratorium selama enam bulan untuk semua pinjaman bank yang terkena dampak wabah, kecuali saldo kartu kredit.

Pemerintah mengumumkan paket stimulus kelima senilai 2,4 persen dari PDB pada 5 Juni 2020. Malaysia Digital Economy Corporation, yang didirikan oleh pemerintah Malaysia sebagai bagian dari strategi digital negara tersebut, memberikan daftar lengkap solusi digital untuk UKM yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi Malaysia.

3.1.5 Thailand

UKM berkontribusi pada sebagian besar bisnis dan mempekerjakan mayoritas penduduk Thailand. Menurut Kantor Promosi UKM (OSMEP) (2019), pada 2018 hampir tiga juta bisnis diklasifikasikan sebagai UKM, yang mencakup 99,8 persen bisnis. UKM menyumbang 14 juta pekerja atau 86 persen dari total lapangan kerja. Jumlah UKM dan lapangan kerja yang dihasilkan masing-masing meningkat 1 persen dan 4,7 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. UKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB Thailand—menyumbang 45 persen dari total PDB negara itu atau US\$215 miliar. Namun pada awal 2020, pandemi Covid-19 yang juga melanda Thailand, membuat aktivitas ekonomi anjlok. Karena itu, langkah-langkah perlu diambil untuk mencegah perekonomian kolaps.

Pada 5 Februari 2020, Bank of Thailand memangkas suku bunga dari 1,25 persen menjadi 1 persen, kemudian menjadi 0,75 persen pada 20 Maret dan menjadi 0,5 persen pada 20 Mei tahun yang sama. Pada 7 Maret 2020, pemerintah mengumumkan langkah-langkah khusus untuk UKM sebagai bagian dari rencana stimulus senilai 100 miliar THB (US\$3,2 miliar), termasuk pembiayaan murah (2 persen—sesuai batas), pemotongan pajak gaji, pengembalian uang jaminan penggunaan listrik, sosialisasi pengembalian PPN dalam waktu kurang dari 15 hari kepada pengusaha, pemotongan pajak sebesar 1,5 persen (dari 3 persen menjadi 1,5 persen), pemotongan harga atas kontribusi terhadap dana jaminan sosial oleh pemberi kerja dan karyawan, dan pengurangan biaya sewa yang direncanakan untuk properti negara. Bank of Thailand juga melonggarkan aturan yang mengatur pemberian pinjaman dari bank komersial. Terakhir, Bank Tabungan Pemerintah dan Dana Jaminan Sosial akan memberikan pinjaman lunak sebesar US\$5,7 miliar kepada UKM. Kementerian Keuangan juga menyediakan *hotline* untuk menjawab pertanyaan seputar layanan khusus UKM.

Pemerintah mengumumkan paket stimulus kedua pada 25 Maret 2020, dengan total 0,7 persen dari PDB atau sebesar 117 miliar THB (US\$ 3,56 miliar). Paket stimulus ini merupakan bantuan sebesar 5.000 THB (US\$150) per karyawan yang diberikan selama tiga bulan kepada tiga juta karyawan yang tidak menerima dana jaminan sosial. Selain itu, disediakan pinjaman untuk UKM hingga 3 juta THB (US\$0,1 juta) dengan tingkat bunga 3 persen selama dua tahun pertama, yang memungkinkan perusahaan mengklaim hingga tiga kali lipat dari biaya yang mereka butuhkan. Pengurangan bunga memungkinkan UKM untuk memotong upah karyawan dari 1 April hingga 1 Juli demi penghematan. Pemerintah pun memperpanjang pengajuan pengembalian pajak penghasilan badan hingga September dan semua pajak pendapatan selama tiga bulan (untuk membantu bisnis lokal mendapatkan pengembalian PPN lebih cepat), serta memperpanjang batas waktu bagi perusahaan jasa dan operator produk minyak untuk mengajukan pengembalian cukai.

Mulai 1 Januari 2020 hingga 31 Desember 2021, pembebasan pajak dan pengurangan biaya tersedia untuk restrukturisasi utang dengan kreditur non-lembaga keuangan, seperti pinjaman pribadi, sewa beli, dan *leasing*. Pelunasan pokok bagi debitur yang terdampak Covid-19 juga ditangguhkan. Untuk meningkatkan likuiditas, pembayaran pajak harus dikurangi. Karena penghentian sementara selama tiga bulan, mereka yang berpenghasilan rendah, karyawan sementara, dan kontraktor independen masing-masing akan menerima 5.000 THB, yang dialokasikan untuk tiga juta orang. Terakhir, SME Development Bank memberikan total kredit sebesar 10 miliar THB (US\$320 juta).

Pemerintah menyetujui 1,9 triliun THB (US\$61 juta) untuk paket stimulus ketiga pada 7 April 2020. Pemerintah berencana meminjam 1 triliun THB atau US\$32 miliar (6,1 persen dari PDB) untuk meningkatkan kapasitas layanan kesehatan dan memberikan dukungan pendapatan dengan alokasi: (1) sebanyak 600 miliar THB (US\$19 miliar) akan digunakan untuk melaksanakan rencana di bidang kesehatan dan memberikan bantuan keuangan kepada mereka yang terdampak, termasuk memperpanjang bantuan 500 miliar THB (US\$16 miliar) untuk pekerja mandiri dan berpenghasilan rendah menjadi enam bulan dari sebelumnya tiga bulan; dan (2) sebanyak 400 miliar THB (US\$13 miliar) akan digunakan untuk proyek rehabilitasi ekonomi dan sosial yang bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja, memperkuat masyarakat, dan meningkatkan infrastruktur.

Karyawan berhak atas 62 persen dari kontribusi upah harian mereka ke Kantor Jaminan Sosial sebagai kompensasi selama masa penghentian kerja (hingga 90 hari). Bank of Thailand (BOT) juga telah memperkenalkan pinjaman lunak sebesar

500 miliar THB (US\$16 miliar) untuk usaha kecil dan menengah. Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, Riset, dan Inovasi berencana mengoordinasikan program pelatihan bagi 40.000 orang yang kehilangan pekerjaan akibat pandemi. Badan Inovasi Nasional (NIA), lembaga pemerintah yang berfokus pada teknologi, membantu perusahaan rintisan teknologi lokal, terutama layanan perawatan kesehatan masyarakat, untuk mengurangi kunjungan ke rumah sakit. Misalnya, lewat konsultasi jarak jauh (*teleconsulting*) yang menawari pasien dapat mengambil obat di toko obat di dekat lokasi mereka. Terakhir, pemerintah juga memotong biaya pembayaran utilitas, baik untuk individu maupun bisnis.

Pada Juni 2020, pemerintah mengumumkan rencana untuk menyiapkan dana sebesar 50 miliar THB (US\$1,6 miliar) untuk membantu usaha kecil yang terdampak pandemi serta menyetujui dua paket stimulus senilai 22,4 miliar THB (US\$718 juta) untuk menghidupkan kembali industri pariwisata. Thailand adalah negara pertama di luar Tiongkok yang melaporkan kasus Covid-19. Hingga Desember 2020, Thailand telah mencatat 4.246 infeksi sejak awal tahun—jumlah yang jauh lebih rendah daripada negara lain. Keberhasilan Thailand menekan pandemic karena komunikasi yang jelas di antara para ahli kesehatan, kesediaan yang memungkinkan para ilmuwan memimpin respons terhadap pandemi, dan aturan *lockdown* yang efektif dan dipatuhi oleh publik (*The Guardian*, 2020). Dengan demikian, pergerakan domestik bisa dilonggarkan.

Di bawah paket stimulus *We Travel Together*, pemerintah mengalokasikan 20 miliar THB (US\$641 juta). Dari dana tersebut, sebanyak 18 miliar THB (US\$577 juta) akan digunakan untuk menyubsidi 40 persen tarif kamar hotel normal hingga maksimum 3.000 THB (US\$96) per malam hingga lima malam. Sisa 60 persen dari tarif kamar dibayar oleh wisatawan yang memenuhi syarat. Layanan dan fasilitas lain yang ditawarkan di destinasi wisata, seperti makan, akan disubsidi oleh pemerintah. Biaya per kamar per malam dibatasi 600 THB (US\$19). Subsidi juga dibatasi maksimal 40 persen dari biaya riil. Sedangkan sisa dana paket stimulus sebesar 2 miliar THB (US\$64 juta) digunakan untuk menyubsidi dua juta tiket pesawat dengan biaya 2.000 THB (US\$64). Pemerintah akan mengganti 40 persen dari harga tiket jika turis yang memenuhi syarat membayar tiket. Subsidi untuk tiket pulang-pergi dibatasi hingga 1.000 THB (US\$32) per tiket. Pemilik dan operator hotel dan restoran dapat mendaftar mulai 1 Juli 2020, tetapi hanya berlaku untuk mereka yang memiliki lisensi hotel yang memenuhi syarat. Mulai 15 Juli 2020, masyarakat umum bisa mendaftar melalui situs *We Travel Together*. Agar memenuhi syarat, wisatawan harus mendaftar ke tujuan di luar provinsi asal mereka.

Pemerintah juga mengalokasikan dana 2,4 miliar THB (US\$77 juta) untuk membiayai perjalanan liburan bagi sekitar 1,2 juta petugas kesehatan dan sukarelawan dari rumah sakit kecamatan sebagai bagian dari paket stimulus lain yang disebut “Dukungan Moral”. Untuk perjalanan dua hari satu malam, subsidi dibatasi sebesar 2.000 THB (US\$64) per orang. Diharapkan paket tersebut akan digunakan oleh 13.000 agen perjalanan di seluruh negeri.

Bank of Thailand menetapkan skema bantuan tambahan likuiditas senilai 0,9 triliun THB (US\$29 miliar) untuk bisnis swasta (5,5 persen dari PDB). Bank juga mengalokasikan pinjaman lunak senilai 500 miliar THB (US\$16 miliar) untuk UKM, yang dapat meminjam maksimal 500 juta THB (US\$16 juta) dengan tingkat bunga tahunan 2 persen, dengan enam bulan pertama bebas bunga. Selain itu, penundaan pembayaran pinjaman selama enam bulan diterapkan bagi semua UKM dengan batas kredit kurang dari 100 juta THB (US\$3,2 juta) guna menjaga likuiditas mereka.

3.2 PRAKTIK LOKAL

Pemerintah daerah di provinsi dan kabupaten/kota berbagi tanggung jawab dengan pemerintah pusat dalam pemberdayaan UMKM. Bagian ini merinci bagaimana lima pemerintah provinsi/kabupaten terpilih, yaitu Pemprov Jawa Tengah, Pemprov Jawa Barat, Pemprov Sulawesi Selatan, Pemkab Kulon Progo, dan Pemkot Malang, mendukung UMKM di wilayahnya selama pandemi. Dirangkum dari serangkaian wawancara mendalam dengan pemerintah daerah, bagian ini hanya menyajikan program terpilih masing-masing pemerintah daerah. Pemetaan yang lebih spesifik dari program pemerintah daerah disajikan pada Lampiran.

Merespons implikasi pandemi terhadap kelangsungan UMKM, sejumlah pemerintah daerah menyiapkan program taktis untuk membantu UMKM dengan cepat dalam menavigasi lingkungan bisnis baru. Adapun pemerintah daerah yang lain memanfaatkan program yang ada dengan penyesuaian atau modifikasi yang diperlukan. Pemprov Jawa Tengah secara proaktif menciptakan permintaan baru bagi UMKM dan mendorong mereka memasuki pasar baru yang potensial di bawah program yang taktis, seperti memfokuskan produksi pada baju tidur atau daster untuk klaster batik, mempertemukan pelaku bisnis dengan institusi, dan penyelenggaraan UKM Virtual Expo.

Adapun Pemprov Jawa Barat memperkuat program unggulannya UMKM Juara, program peningkatan kapasitas yang bersifat *end-to-end* dan berhasil mendorong UMKM lokal ke pasar nasional/global. Demikian pula program prapandemi yang berfokus pada peningkatan kapasitas, Pengusaha Muda Sulawesi Selatan (YESS), yang diselenggarakan Pemprov Sulawesi Selatan. Program ini terbukti efektif mempertahankan bisnis UMKM selama pandemi, dengan menargetkan generasi muda wirausahawan pemula dan berfokus pada identifikasi peluang pasar. Di seluruh program peningkatan kapasitas, program pembinaan dan pendampingan menjadi fitur penting, terutama dalam mendorong UMKM lokal ke platform *e-commerce* nasional.

Konteks lokal juga memainkan peran kunci dalam memahami praktik lokal yang berhasil. Dalam mendukung *onboarding* UMKM ke platform digital, sejumlah pemerintah daerah mengembangkan *e-commerce* lokal untuk menampilkan konten yang unik dan sesuai dengan pasar lokal, seperti Borongdong.id (Jawa Barat) dan Malangleerr.com (Malang). Selain itu, bekerja sama dengan Bank BJB dan BNI Syariah, Pemprov Jawa Barat membuat kredit mikro berbunga rendah bernama Masyarakat Ekonomi Sejahtera (Mesra) yang menyasar masyarakat lokal di sekitar rumah ibadah.

Pemberdayaan ekonomi lokal makin mendesak dilakukan untuk memastikan keberlanjutan permintaan pada masa yang penuh tantangan ini. Pemkab Kulon Progo mendorong permintaan UMKM dengan mengatur penggunaan batik produksi lokal sebagai seragam pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Daerah, dan komunitas sekolah. Program prapandemi yang mengutamakan UMKM lokal juga memperkuat ketahanan UMKM di Kulon Progo saat pandemi.

Untuk direplikasi di daerah lain atau diluncurkan secara nasional, praktik lokal tersebut memerlukan dukungan sebagai berikut:

» **Komitmen Kepemimpinan**

Adanya visi kepemimpinan yang kuat dan disiplin untuk mengawal proses menuju target.

» **Konteks Lokal**

Memanfaatkan sumber daya dan kearifan lokal untuk membangun keterlibatan UMKM dan masyarakat dalam program/kebijakan.

» **Institusi**

Peran peraturan dan institusi untuk memformalkan dan mengikat berbagai program guna keberlanjutan jangka panjang.

» **Kolaborasi**

Kemitraan dan koordinasi yang kuat di antara para pemangku kepentingan, yang meliputi pemerintah, komunitas lokal, lembaga keuangan, pemain ekonomi digital, dan sektor swasta lainnya.

» **Teknologi/Infrastruktur Digital**

Infrastruktur teknologi yang memadai akan menjadi fondasi yang kuat bagi ketahanan UMKM selama pandemi dan setelahnya.

3.2.1 Jawa Tengah

Provinsi ini adalah rumah bagi lebih dari empat juta UMKM. Ketika pandemi melanda, dampaknya menghantam lebih dari 80 persen UMKM, yang ditunjukkan dengan menurunnya permintaan dan omzet, serta meningkatnya UMKM yang mengalami kesulitan keuangan. Untuk mendukung dan memitigasi hal tersebut, Pemprov Jawa Tengah merumuskan sejumlah program inovatif, seperti membantu pengalihan jenis usaha untuk meningkatkan permintaan produk tertentu, memperluas akses pasar melalui *e-commerce* dan pameran atau *expo* virtual, serta menyediakan bantuan nontunai untuk membantu UMKM memperoleh pendapatan.

Pemprov Jawa Tengah melalui Dinas Koperasi dan UKM membantu UMKM dalam mengalihkan produksi untuk memenuhi permintaan yang meningkat selama pandemi. Di antaranya, membantu UKM fesyen dengan mendanai produksi 2,6 juta masker dua lapis senilai Rp10,5 miliar. Masker tersebut kemudian dibagikan kepada masyarakat secara gratis. Dinas Koperasi dan UKM juga bekerja sama dengan Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana mengidentifikasi perempuan terpilih sebagai kepala keluarga untuk memproduksi masker. Program tersebut telah memberikan manfaat kepada 476 UMKM fesyen (Dinkop UKM Salatiga, 2020) dan memberdayakan sekitar 17.000 perempuan kepala keluarga di 35 kota/kabupaten di Jawa Tengah (*Berita Satu*, 2020).

Tak kalah pentingnya, Pemprov Jawa Tengah berhasil meyakinkan banyak usaha kecil di klaster batik untuk beralih membuat daster karena lonjakan permintaan produk selama pandemi. Ke depan, Pemprov Jateng mengelompokkan usaha berdasarkan jenis sektornya untuk memudahkan pemberdayaan UMKM dan menciptakan ekosistem melalui rumah produksi bersama di setiap klaster. Misalnya di klaster batik, kegiatan akan terintegrasi di beberapa pemangku kepentingan. UMKM batik dilatih untuk memproduksi batik dengan pola geometris, desainer lokal mempelajari fesyen, dan wirausahawan muda belajar tentang *e-commerce* atau strategi pemasaran guna menjual produk batik tersebut.

Pemprov Jawa Tengah juga bekerja sama dengan platform *e-commerce* untuk mempersiapkan UMKM *go digital*. Platform *e-commerce* ini memberikan pelatihan kepada sejumlah UMKM yang nantinya bertanggung jawab untuk mengikutsertakan 5-10 UMKM lagi ke platform tersebut. Selain itu, pemerintah juga mencanangkan program untuk mendukung *onboarding* UMKM ke pasar digital. Tertanam dalam program ini adalah subsidi dan persyaratan perdagangan yang ramah untuk menopang keberadaan UMKM di pasar. Program ini terbukti sukses dengan mendorong lebih dari 1.500 UMKM bergabung dengan GoFood. Subsidi dalam program ini digunakan untuk membayar ongkos kirim yang dikeluarkan oleh UMKM tersebut. Pemberian voucher diskon atau subsidi terbukti meningkatkan penjualan. Hal ini juga menjadi insentif bagi UMKM untuk masuk ke platform digital.

Pemprov Jawa Tengah juga memfasilitasi pasar digital untuk memamerkan dan menyatukan produk UMKM melalui penyelenggaraan UKM Virtual Expo (UVO) guna menghubungkan UKM dengan pembeli dalam dan luar negeri. Pada 2020, Pemprov Jawa Tengah menginisiasi sejumlah UVO yang diikuti lebih dari 250 UMKM yang menjual produknya secara daring. Pemprov juga memberikan insentif kepada konsumen berupa *door prize*, gratis ongkos kirim, dan diskon hingga 20 persen untuk produk (Febrinastri & Hapsari, 2020; Ikhsan, 2020). Program ini menghasilkan omzet Rp4,4 miliar dan UMKM memperluas produknya ke luar negeri, seperti Jepang, Singapura, Qatar, Hong Kong, Makau, Belanda, Irak, Australia, Turki, dan India. Untuk memastikan kelancaran transaksi antara pembeli dan penjual, pemprov juga membantu UKM dengan memberikan fasilitas kredit hingga pendampingan bahasa untuk mengatasi hambatan komunikasi dengan pembeli asing.

Keberhasilan program tersebut mendorong pemerintah untuk melanjutkan UVO pada 2021. Kali ini, UVO memperluas layanannya dengan menyediakan

dukungan lain yang dibutuhkan UMKM seperti pelatihan, bantuan keuangan, dan fasilitasi perdagangan (ekspor-impor). Pemerintah menyediakan situs khusus untuk program ini bekerja sama dengan Bank Jateng dan Otoritas Jasa Keuangan.

Pemprov Jawa Tengah bersama Kemendag menggandeng Accor Group agar memprioritaskan pengadaan bahan makanan hotel dari UMKM (lihat Tabel 1.4). Untuk membantu UMKM di industri makanan dan minuman—sektor yang paling terpuak saat pandemi, pemprov berinisiatif membantu penyediaan bahan baku berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Koperasi dan UKM Jawa Tengah Nomor 910/3568/2020 dengan alokasi dana Rp38 miliar. Pada pertengahan Mei 2020, pemprov telah menyalurkan bantuan kepada 3.691 UMKM senilai Rp9 miliar yang dialokasikan untuk bantuan bahan baku berupa gula, telur, minyak sayur, tepung, dan mentega (Pemprov Jawa Tengah, 2020).

3.2.2 Jawa Barat

Peningkatan skala UKM adalah kunci untuk meningkatkan produktivitas dan mencapai pertumbuhan yang inklusif. Peningkatan skala diperlukan oleh perusahaan untuk memenuhi pertumbuhan permintaan, memperkuat daya kompetitif, ataupun menangkap peluang baru di pasar.

Dalam hal ini, Pemprov Jawa Barat tidak hanya menyadari pentingnya UMKM untuk terus tumbuh, tetapi juga menyadari hambatan yang mengganjal UMKM untuk berkembang, seperti masalah manajerial dan sumber daya manusia, teknologi, pembiayaan, dan akses pasar. Belakangan, pemprov mengidentifikasi sekitar 58.000 UMKM terdampak pandemi yang berkepanjangan. Pemprov kemudian berinisiatif menciptakan lingkungan yang kondusif bagi UMKM agar bisa bertahan dan bahkan berkembang dengan cara meningkatkan kapasitas secara *end-to-end*, menciptakan ekosistem *e-commerce* yang bermanfaat bagi UMKM, dan memberikan pinjaman yang terjangkau.

Pemprov Jawa Barat memiliki dua program utama dalam meningkatkan kapasitas dan kualitas UMKM. *Pertama*, meluncurkan program UMKM Juara yang merupakan program peningkatan kapasitas yang holistik dengan memberikan pendampingan dan pembinaan selama enam bulan dalam hal analisis bisnis, pembiayaan, pemasaran, pemasaran digital, dan regulasi, yang diakhiri dengan pertemuan bisnis dan pameran. Dimulai pada 2019, program ini telah melatih lebih dari 5.000 UMKM hingga 2020. Akibat pandemi pada 2020, durasi program dipersingkat menjadi dua bulan. Khusus pada 2020, program berfokus pemberian

motivasi bertahan hidup, literasi keuangan, pengelolaan arus kas, strategi pemasaran selama pandemi, digitalisasi bisnis (lewat WhatsApp dan Google Bisnisku), katalog produk, dan *pitching* bisnis kepada investor. *Kedua*, program *One Product One Pesantren* (OPOP) yang bertujuan membangun kapasitas pesantren dalam menumbuhkan kewirausahaan. Program ini memberikan pendampingan dan pembinaan bagi pesantren dan diakhiri dengan temu bisnis dan pameran. Pelatihan terdiri dari dua jalur, yaitu *startup* dan *scaling up*.

Pemprov Jawa Barat juga mendorong UMKM untuk masuk ke platform digital dengan menjalin nota kesepahaman dengan Gojek, Shopee, Blibli, Tokopedia, dan Bukalapak agar mengenakan biaya transaksi yang lebih rendah. Blibli bahkan memiliki halaman khusus untuk produk UMKM Juara. Seiring dengan pemerintah pusat mengamanatkan 40 persen pengadaan pemerintah dari UMKM, Pemprov Jawa Barat membangun kemitraan dengan Mbiz untuk mendukung UMKM yang berpartisipasi dalam *e-procurement* pemerintah ataupun mendaftar di platform PaDi atau Pasar Digital yang diinisiasi Kementerian BUMN. Pemprov Jawa Barat juga berupaya mengunci permintaan UMKM dengan mendirikan *e-commerce*, yaitu Borongdong.id, untuk melayani kebutuhan sembako ataupun produk lokal pegawai negeri sipil di Jawa Barat yang pendapatannya relatif tidak terganggu selama pandemi.

Dalam hal dukungan pembiayaan bagi UMKM, pemprov meluncurkan kredit Masyarakat Ekonomi Sejahtera (Mesra) sebagai kredit mikro dengan menggandeng Bank BJB dan BNI Syariah yang menyasar pengusaha mikro. Program ini unik karena menyasar masyarakat yang tinggal di sekitar tempat ibadah atau anggota rumah ibadah. Selain itu, debitur tidak memerlukan agunan, jangka waktu pinjaman pendek (berkisar antara enam sampai dua belas bulan), dan tingkat bunga yang relatif rendah dibandingkan dengan tingkat bunga yang berlaku (8 persen biaya admin dibayar di muka untuk keperluan pelatihan dan administrasi). Sebagai upaya lain untuk memastikan UMKM memiliki akses pembiayaan, pemprov juga mengembangkan aplikasi Kabayan (Konsultasi Daring Akses Pembiayaan) yang menampilkan informasi program pendanaan yang tersedia untuk UMKM.

3.2.3 Sulawesi Selatan

Pemprov Sulawesi Selatan juga menyelenggarakan program untuk mendukung UMKM selama pandemi Covid-19. Program tersebut ada yang merupakan kelanjutan program prapandemi dan ada juga program baru yang dibuat setelah pandemi melanda

Salah satu program prapandemi yang berhasil membantu UMKM tetap bergeliat adalah Pengusaha Muda Sulawesi Selatan (*Young Entrepreneur Sulawesi Selatan/ YESS*), pelatihan informal selama tiga bulan yang menargetkan pemuda di bawah 17 tahun untuk berpartisipasi dalam pelatihan kewirausahaan dua mingguan, yang materinya sebagian besar adalah praktik. Program pelatihan YESS meliputi penanaman pola pikir kewirausahaan pada bulan ke-1; pembinaan manajemen bisnis, seperti pembiayaan, produksi, pemasaran, desain, dan *branding* pada bulan ke-2; dan dilanjutkan dengan praktik penjualan produk di pasar pada bulan ke-3. Dimulai pada 2018, program ini telah meluluskan lebih dari 150 wirausahawan muda hingga tahun 2020 (Dinas Koperasi & UMKM Provinsi Sulawesi Selatan, 2020).

Pemprov Sulawesi Selatan juga merancang program *onboarding* ke pasar digital yang dibarengi dengan pemberian subsidi dan pemberlakuan syarat-syarat perdagangan yang ramah. Pemerintah daerah membangun kemitraan dengan GoFood untuk menggalang UMKM yang memproduksi makanan dan memberikan subsidi biaya pengiriman gratis kepada pelanggan. Sebagai bagian dari program *onboarding*, pemerintah daerah memberikan kuota internet satu bulan untuk 3.000 UMKM guna mendorong mereka untuk memasuki platform *e-commerce*.

Pemerintah setempat juga memfasilitasi pertemuan bisnis antara calon pembeli dan UMKM penghasil alat pelindung diri (APD), masker, dan pelindung wajah. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, pemprov juga mengawasi UMKM dalam pemenuhan standar dan kualitas (Dinas Koperasi dan UMK Sulawesi Selatan, 2020)

3.2.4 Kulon Progo

Pemkab Kulon Progo meraih Nakamukti Award¹²2017-2020 dan Nakamukti Nindya¹³ 2017-2018 berkat berbagai programnya yang merangkul UMKM dengan menciptakan permintaan lokal yang berkelanjutan melalui pemberdayaan UMKM untuk mengolah sumber daya lokal. Pemkab juga mendukung UMKM dengan meningkatkan kapasitas mereka dan mempromosikan produknya.

Selama pandemi, peningkatan kapasitas itu diarahkan pada inovasi produk (misalnya, produk makanan dan minuman olahan) dan adopsi teknologi (misalnya, pelatihan pengolahan makanan dan digitalisasi keuangan). Dalam hal

12 Natamukti merupakan penghargaan bagi pemerintah kota atau kabupaten yang berhasil dalam memasarkan dan meningkatkan kualitas produk lokal, serta berhasil membangun ekosistem UMKM yang kondusif.

13 Natamukti Nindya merupakan penghargaan bagi pemerintah kota atau kabupaten yang dinilai sebagai wilayah terbaik dalam meningkatkan daya saing UMKM secara menyeluruh.

ini, Pemkab bekerja sama dengan ritel modern seperti PT Sumber Alfaria Trijaya dan PT Indomarco Prismatama, BUMN/BUMD seperti PT Angkasa Pura I dan Bank BPD DIY, dan pelaku pasar digital.

Pemkab Kulon Progo juga menjalankan program prapandemi untuk mempertahankan permintaan dari pasar lokal. Pemkab membuat peraturan daerah dan kampanye untuk mempromosikan produk lokal, misalnya, dengan mewajibkan pegawai negeri sipil, siswa, guru, dan pejabat BUMD mengenakan batik lokal, yakni batik *geblek renteng*, sebagai seragam. Pemkab juga menjalin kemitraan dengan ritel modern dan BUMN/BUMD untuk memamerkan produk UKM. Kemitraan dengan PT Sumber Alfaria Trijaya dan PT Indomarco Prismatama memungkinkan UMKM untuk belajar tentang kurasi produk dari ritel modern.

Di luar itu, Pemkab Kulon Progo juga membuat berbagai program baru untuk memajukan UMKM pada masa pandemi. Contohnya adalah *expo* daring Gebyar Batik Dekranasda dan kampanye Gayeng Regeng Blonjo Bareng, yang mendorong masyarakat Kulon Progo yang tinggal jauh dari daerahnya untuk tetap berkomitmen membeli produk Kulon Progo.

3.2.5 Malang

Sebagai salah satu kota pariwisata, Malang mengalami penurunan jumlah wisatawan yang signifikan akibat pandemi. Akibatnya, UMKM terkena dampak dominonya, terutama UMKM makanan dan minuman, industri kreatif, pakaian, dan kerajinan. Untuk mengatasi masalah tersebut, Pemkot Malang membuat sejumlah program seperti peningkatan kapasitas, perluasan akses pasar, dan pemberian bantuan keuangan.

Sebagaimana pemerintah daerah lainnya, Pemkot Malang juga melanjutkan program-program prapandemi yang terbukti mampu membantu UMKM tetap bertahan. Salah satunya, Sekolah Pasar Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas), program pelatihan bagi penjual di pasar tradisional tentang manajemen usaha, timbangan yang jujur (*fair weight*), dan pengetahuan bisnis lainnya. Sebelum pandemi, Pemkot Malang bekerja sama dengan Google untuk menyelenggarakan Gerakan Pelatihan Usaha Rakyat Digital (Gapura Digital) yang memberikan kelas pelatihan gratis kepada UMKM yang akan masuk ke platform digital. Gapura Digital tidak hanya diadakan di Malang, tetapi juga di kota-kota besar lainnya, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, dan Solo. Berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya, Pemkot Malang menginisiasi pendampingan atau pembinaan UMKM secara berkala mengenai legalisasi usaha, standardisasi, sertifikasi, serta penguatan dan perlindungan usaha lain.

Untuk memperluas akses pasar, pemerintah daerah juga memfasilitasi pasar digital untuk memamerkan dan menyatukan produk UMKM dengan meluncurkan aplikasi Bakul Pasar Ngalam sebagai pasar daring untuk pasar rakyat dan Malangleerrr.com sebagai platform daring untuk produk lokal. Bakul Pasar Ngalam telah menjangkau 10 pasar tradisional di kota tersebut dan akan diperluas ke pasar tradisional lainnya (*Republika*, 2020b).

Pemkot Malang juga melaksanakan program bantuan keuangan, seperti program pinjaman lunak yang dikenal dengan *Ojo Percoyo Karo Renternir* (OJIR). OJIR memberikan pinjaman tanpa agunan (hanya KTP) dengan tenor 24 bulan dan tanpa bunga (subsidi dari Badan Amil Zakat Nasional). Dengan pokok pinjaman maksimum Rp10 juta (US\$700) untuk satu debitur, pada 2020 program ini memiliki 139 debitur di 21 kecamatan dan enam pasar tradisional dengan total dana yang dikucurkan mencapai Rp531 juta (US\$37.180).

3.3 PEMERINTAH PUSAT (KEMENTERIAN/LEMBAGA)

Pemerintah telah memprakarsai rencana dan program strategis untuk meningkatkan permintaan terhadap produk UMKM selama pandemi. Program tersebut mulai dari mendorong UMKM untuk menyesuaikan model bisnis, meningkatkan akses ke pasar, hingga memberikan bantuan keuangan. Bagian ini membahas program-program yang ada berdasarkan kategori pengalihan model bisnis, perluasan akses pasar, dan bantuan keuangan; dan mengidentifikasi pemangku kepentingan yang menjadi pelaksana, sektor prioritas, dan mekanisme pelaksanaan. Bagian ini hanya menyoroti program-program terpilih yang berhasil membawa dampak substansial atau berpotensi untuk direplikasi atau dimodifikasi untuk penerapan lebih lanjut. Adapun pemetaan lebih terperinci program kementerian yang berpartisipasi bisa dilihat dalam Lampiran.

3.3.1 Pengalihan Model Bisnis

Dalam membantu UMKM beradaptasi dengan permintaan baru, pemerintah menyelenggarakan program peningkatan kapasitas. Penyesuaian bisnis dilakukan dengan cara (1) mengalihkan produk untuk memenuhi permintaan yang meningkat selama pandemi dan (2) mempersiapkan UMKM *go digital*.

Pandemi Covid-19 telah memaksa masyarakat untuk bekerja atau belajar dari rumah, yang mengakibatkan naiknya permintaan untuk kategori produk tertentu, seperti makanan beku/makanan siap masak dan alat pelindung diri. Menyikapi kenaikan permintaan pelanggan terhadap makanan beku/makanan siap saji, KKP memberikan pelatihan secara daring tentang pengolahan produk perikanan,

peningkatan kualitas produk, dan digitalisasi bisnis. Minimnya koneksi internet dan mahalnya biaya kuota internet untuk mengakses pelatihan secara daring menjadi tantangan utama pelaksanaan program ini, khususnya bagi peserta dari wilayah pesisir. Selain itu, interaksi antara pelatih dan peserta yang kurang intensif menyebabkan peserta mengalami kesulitan dalam mempraktikkan materi secara langsung.

Sementara itu, Kemenperin mendukung program peningkatan kapasitas UKM dalam penyediaan alat pelindung diri seperti masker, *hazmat*, pelindung wajah, dan pembuatan kotak sanitasi. Di bawah pos anggaran dekonsentrasi industri kecil menengah yang terkena dampak Covid-19, Kemenperin menyediakan pelatihan pembuatan alat pelindung diri untuk UKM fesyen di Bali, Sulawesi Tengah, dan Kalimantan Selatan. Di Bali, UKM mengikuti pelatihan pembuatan masker dua lapis. Di Sulawesi Tengah, sebanyak 10 industri kecil menengah dibantu untuk memproduksi 3.000 masker berstandar kesehatan yang akan dibagikan secara gratis kepada masyarakat. Sementara itu di Kalimantan Selatan, industri kecil menengah fesyen mendapatkan pesanan memproduksi 100.000 masker untuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 (Kementerian Perindustrian, 2020).

Selain membantu UMKM memenuhi permintaan produk tertentu yang terus meningkat, pemerintah bekerja sama dengan pelaku pasar digital untuk mempersiapkan UMKM *go digital*. Kemenkop UKM menginisiasi program Kakak Asuh UMKM dengan merekrut dan melatih pakar pemasaran digital sebagai kakak asuh, yang bertugas mendukung digitalisasi 2-3 UMKM ke pasar tertentu.

Pemerintah juga meluncurkan program baru untuk merespons dampak pandemi yang mendukung UMKM dalam menavigasi lingkungan bisnis baru. Di bawah program Beli Kreatif Lokal, Kemenparekraf merekrut 500 UMKM ekonomi kreatif dari subsektor kuliner, fesyen, dan kerajinan di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam hal strategi promosi digital, membangun jaringan penjualan, *onboarding* ke platform digital, dan pembentukan badan hukum, termasuk sertifikasi hak kekayaan intelektual. Para pelaku UMKM juga didampingi dengan pembinaan secara daring dengan 150 pelatih yang bertugas memantau kemajuan dan target pendapatan. Program peningkatan kapasitas secara *end-to-end* memberikan manfaat bagi UMKM dalam memperoleh total pendapatan sekitar Rp22 miliar. Angka ini berasal dari semua peserta yang melaporkan sendiri pendapatannya selama periode pendampingan program.

KKP juga memberikan pelatihan peningkatan kapasitas di bawah program Pasar Laut Indonesia (#pasarlautindonesia). Program ini merekrut 800 UMKM perikanan dan memberikan pelatihan serta pendampingan daring mengenai standar produksi, desain paket, pembiayaan, dan pemasaran. Program ini juga memungkinkan konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan UMKM dan menerima manfaat, seperti biaya pengiriman gratis dan harga yang lebih murah, sehingga diharapkan permintaan konsumen akan terus meningkat.

Selain program-program baru yang diperkenalkan untuk membantu bisnis UMKM tetap bertahan selama pandemi, beberapa program prapandemi juga tetap bisa dimanfaatkan guna meningkatkan kapasitas UMKM. Untuk pemberdayaan pengusaha perempuan, Kementerian PPPA telah memberikan pendampingan dan produksi bagi pengusaha perempuan di bawah program industri rumahan. Melalui implementasi Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pedoman Umum Pengembangan Industri Rumah Tangga untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pemberdayaan Perempuan, perkembangan industri rumahan pada 2020 telah menjangkau sekitar 3.700 pengusaha perempuan di 16 provinsi di Indonesia.

Kemendag di bawah Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional juga terus berupaya menciptakan eksportir baru dengan menginisiasi kompetisi Good Design Indonesia dan pendampingan reguler bagi eksportir. ajang Good Design Indonesia merupakan kompetisi desain produk yang pemenangnya berkesempatan menjadi desainer produk internasional. Sementara itu, pendampingan reguler untuk ekspor ditargetkan untuk seluruh sektor UMKM, dengan kementerian berkolaborasi dengan pelaku usaha sebagai fasilitator pendampingan. Menarik untuk dicatat bahwa eksportir pemula atau baru pada 2020 mencapai rekor 41 persen dari total peserta pendampingan, melebihi target awal sebesar 15 persen.

Sementara Kemendag berfokus pada peningkatan jumlah eksportir baru, Kemenpora menginisiasi program Kewirausahaan Muda sebagai kompetisi bagi mahasiswa pendidikan tinggi di Indonesia. Bekerja sama dengan lembaga inkubator bisnis di 32 perguruan tinggi, Kemenpora juga mengadakan pelatihan kewirausahaan dan kurasi produk. Program ini menyediakan sejumlah dana bagi pemenang kompetisi untuk memulai bisnis. Selain itu, kementerian juga melaksanakan program Peningkatan Ekosistem Kewirausahaan Muda yang bertujuan memberikan advokasi, pendampingan, dan pendampingan teknis kepada pemerintah daerah untuk meningkatkan tata kelola program

kewirausahaan di daerah. Dukungan tersebut juga mencakup penyusunan peraturan kewirausahaan dan bantuan untuk meningkatkan jaringan lintas sektor.

Kementerian BUMN juga melanjutkan program prapandemi untuk mendukung keberlangsungan UMKM, seperti program Rumah BUMN. Program ini membantu UMKM untuk berkembang dari pedagang tradisional menjadi modern, yang selanjutnya *go digital* hingga *go export*. Saat ini, terdapat 245 Rumah BUMN yang dibina oleh 14 BUMN.

3.3.2 Perluasan Akses Pasar

Karena UMKM mengalami kesulitan untuk beroperasi secara normal selama pembatasan sosial berskala besar, pemerintah mengambil peran untuk menghubungkan UMKM ke pasar baru yang potensial. Program yang berkaitan dengan hal tersebut meliputi (1) fasilitasi pasar untuk memamerkan dan menyatukan produk UMKM, (2) *onboarding* ke pasar digital, dan (3) sertifikasi produk dan fasilitasi ekspor.

Dalam hal memberikan kesempatan bagi UMKM memamerkan produk mereka, sejumlah program baru, acara, ataupun kampanye diperkenalkan. KKP membuat kampanye Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) dengan membeli produk UMKM perikanan dan mendistribusikannya kepada penerima manfaat selama pandemi. Mekanisme pelaksanaan program ini terdiri dari tiga tahap, yakni pembelian, serah terima, dan distribusi. Pada 2020, KKP menargetkan distribusi di 110 lokasi di Indonesia dengan paket yang meliputi produk perikanan dan masker. Program tersebut menyerap sekitar 100 jenis produk ikan olahan senilai Rp3,5 miliar dengan paket bantuan menjangkau sekitar 11.000 orang.

Selain mengadvokasi UMKM untuk memamerkan produknya dan masuk ke platform digital, Kemenparekraf juga meluncurkan sejumlah kampanye seperti Beli Buku Lokal, Beli Kreatif Lokal, Jakarta Sneakers Day (JSD) Future Format V.2, Hari Belanja Sepatu Kets Nasional, dan Jakcloth. Kampanye tersebut diikuti dengan menampilkan halaman khusus di pasar digital dan memberikan diskon dan voucher untuk menarik konsumen. Beli Buku Lokal menguntungkan 71 penerbit dan penulis buku, dengan total transaksi senilai Rp1,7 miliar selama masa kampanye dari awal Agustus hingga akhir September 2020. Beli Kreatif Lokal melibatkan 500 pelaku usaha di bidang fesyen, kerajinan, serta makanan dan minuman; dan memfasilitasi promosi digital; dan pembentukan badan hukum serta sertifikasi hak kekayaan intelektual, dengan total transaksi sebesar Rp22 miliar selama periode kampanye dari pertengahan April hingga akhir Desember 2020.

JSD Future Format V.2 sebagai bentuk baru dari Jakarta Sneakers Day mengalihkan *expo* luring menjadi *expo* daring dengan menggandeng pasar digital. Total nilai transaksi kampanye ini mencapai Rp3,9 miliar selama tiga hari penjualan pada Juli. Hari Belanja Sepatu Kets Nasional yang diinisiasi Kemenparekraf, JSD, dan pasar digital memberikan manfaat bagi ratusan pelaku usaha di bidang fesyen, khususnya yang bergerak dalam produksi sepatu kets. Kemenparekraf juga memberikan subsidi diskon, berkontribusi terhadap total transaksi sebesar Rp3,6 miliar selama tiga hari penjualan pada November. Terakhir, Kemenparekraf memberikan subsidi diskon untuk mendukung program Jakcloth, pameran *clothing* merek lokal terbesar di Indonesia yang sebelumnya digelar secara luring sebelum pandemi. Dalam pameran daring di bawah pasar digital, program ini mencatat total nilai transaksi Rp2,2 miliar selama tiga hari penjualan pada November.

Adapun Kemenperin melanjutkan program *link and match* untuk menghubungkan UMKM dengan industri besar atau jaringan eksportir untuk produk tertentu, seperti (1) UMKM pengolahan ikan tuna cakalang dengan industri mi instan, (2) UMKM gula aren dengan jaringan eksportir, (3) UMKM mebel dengan toko mebel, dan (4) UMKM komponen otomotif (onderdil) agar menjadi mata rantai industri otomotif nasional. Kementerian juga meningkatkan kapasitas UKM untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka serta untuk mempersempit kesenjangan kualifikasi produk antara UKM dan industri besar ataupun jaringan eksportir.

Sementara itu, Kemendag melakukan beberapa inisiatif untuk memperbesar akses UMKM ke pasar potensial, seperti membangun pusat jajanan kuliner; menyelenggarakan *virtual business matching* untuk mempertemukan pelaku bisnis secara virtual; membantu promosi di Archipelago, *marketplace* milik Amazon; dan memfasilitasi penjualan dalam program kebutuhan jamaah haji. Pusat jajanan kuliner dibangun di destinasi wisata superprioritas, yakni Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur), Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Likupang (Sulawesi Utara), Danau Toba (Sumatera Utara), dan Borobudur (Jawa Tengah). *Link and match* bisnis virtual yang dilakukan pada 2020 di antaranya adalah InaExport yang merupakan platform pasar digital bagi UMKM yang terdaftar dan Trade Expo Indonesia. Sementara itu, bekerja sama dengan Indonesian Trade Promotion Center (ITPC) di Vancouver, Kanada, Kemendag memfasilitasi *onboarding* produk di Archipelago. Kemendag pun membantu UMKM menjual produknya dalam program kebutuhan jamaah haji bekerja sama dengan Kamar Dagang dan Industri Indonesia, Kemenag, dan Kemenkop UKM.

Untuk produk pertanian, Kementan mendirikan Toko Tani Indonesia Center (TTIC) sebagai poros yang mengumpulkan produk pertanian dari produsen dan menjualnya kepada konsumen dengan harga yang kompetitif. Pada 2020, TTIC bekerja sama dengan Gojek menyediakan layanan belanja daring, dengan Kementan mengalokasikan anggaran untuk mensubsidi ongkos pengiriman gratis.

Kementerian BUMN juga meluncurkan PaDi UMKM sebagai platform yang memfasilitasi transaksi B2C—dari UMKM ke konsumen—dan B2B—dari UMKM ke BUMN. Pada tahap uji coba, platform ini telah melibatkan sembilan BUMN dengan nilai transaksi mencapai Rp10,7 triliun. PaDi juga mengadakan *expo* virtual untuk memperluas pasar UMKM. Ihtwal jumlah penerima manfaat, Kementerian BUMN menyatakan ada 62.000 UMKM yang mengikuti program ini hingga akhir April 2021.

Beberapa program juga memberikan manfaat tambahan dengan menegosiasikan persyaratan perdagangan yang menguntungkan UMKM untuk masuk ke platform digital. Di tingkat pusat, Kemenparekraf menghubungkan UMKM dengan pasar digital dan, di bawah MoU, menegosiasikan bagi hasil yang lebih tinggi bagi UMKM.

Untuk memudahkan *onboarding* UMKM, Kemenkominfo bekerja sama dengan pemerintah daerah meningkatkan literasi digital UMKM melalui program peningkatan kapasitas serta mendorong jumlah UMKM yang aktif berjualan ataupun aktif bertransaksi di pasar digital dengan memberikan tiga hal, yaitu bimbingan secara hibrida, kuota internet untuk enam bulan, dan voucher *cashback* di *e-commerce*.

Upaya pemerintah untuk memperluas akses pasar UMKM juga mencakup pelatihan sertifikasi produk dan fasilitasi ekspor. Kemendag, misalnya, membantu UMKM mendaftarkan hak kekayaan intelektual dan sertifikasi halal serta menggunakan kode batang (*barcode*). Selain itu, meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi produk. Kekayaan intelektual dan sertifikasi halal penting bagi UMKM karena dapat meningkatkan daya saing di pasar. Adapun pencantuman *barcode* pada produk UMKM memudahkan mereka memasuki supermarket atau pengecer besar.

Sementara itu, KKP memberikan pelatihan ekspor melalui lokakarya daring atau webinar tentang informasi pasar dan jaminan kualitas di negara tujuan ekspor. Webinar mencakup pelatihan digitalisasi dalam program Bangga Buatan

Indonesia yang diselenggarakan bersama Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. KKP juga bekerja sama dengan Codex dari Amerika Serikat dalam melaksanakan pelatihan penjaminan mutu untuk pasar ekspor. Contoh lain, Kemenperin menginisiasi fasilitasi ekspor seperti menyediakan intelijen pasar (*market intelligence*), melakukan perjudohan bisnis dipandu fasilitator ekspor, dan mengembangkan kapasitas UMKM supaya bisa memenuhi kebutuhan ekspor.

Selain itu, fasilitasi ekspor mencakup program relaksasi ekspor yang digagas Kemendag, khususnya di bawah Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. Kemendag menetapkan relaksasi ekspor kopi dengan membuka akses ekspor bagi semua eksportir dari sebelumnya hanya untuk eksportir kopi yang terdaftar.

Kemendag juga mendirikan Pusat Ekspor di Surabaya bekerja sama dengan KADIN dan Pemprov Jawa Timur untuk memberikan konsultasi ekspor, pendampingan, dan *link and match* bisnis reguler bagi calon eksportir di Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur, serta wilayah Kalimantan.

3.3.3 Bantuan Keuangan

Untuk meningkatkan kapasitas keuangan UMKM selama pandemi, terutama agar mereka mampu memproduksi dan memenuhi permintaan, pemerintah melaksanakan program bantuan keuangan yang berfokus pada dua bidang, yakni (1) bantuan keuangan berbasis uang tunai, yang disalurkan oleh lembaga pemerintah secara langsung atau bekerja sama dengan lembaga keuangan dan lembaga sponsor; dan (2) bantuan dalam bentuk barang/bahan baku (nontunai).

Berfokus pada usaha pariwisata dan ekonomi kreatif, Kemenparekraf menyalurkan hibah Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) untuk keperluan modal kerja dan belanja modal. Program ini dimulai pada 2017 dan anggarannya meningkat signifikan selama pandemi. Pada tahun pertama hingga ketiga pelaksanaan, nilai anggarannya Rp4,7 miliar hingga Rp5,8 miliar, lalu kemudian melonjak menjadi Rp24 miliar pada 2020 (*Republika*, 2020a). Program ini difokuskan untuk mendukung UMKM di enam sektor, yaitu fesyen, kerajinan, film animasi, video, *game*, dan pariwisata, terutama desa wisata. BIP dibagikan kepada kandidat terpilih setelah melalui proses seleksi, baik kepada UMKM yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum, dengan hibah masing-masing Rp100 juta atau Rp200 juta (Kemenparekraf, 2020).

Didesain khusus untuk membantu UMKM pada masa pandemi, Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) untuk pengusaha mikro yang tidak memiliki pinjaman bank diluncurkan oleh Kemenkop UKM dengan memberikan bantuan langsung tunai sebesar Rp2,4 juta per pengusaha mikro. Sekitar 12 juta pengusaha mikro telah mendapatkan manfaat dari program ini. Untuk mendukung program ini, Kementerian PPPA bekerja sama dengan lembaga swadaya masyarakat Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga (PEKKA) mengidentifikasi calon pengusaha perempuan penerima manfaat, dan kemudian memasok data tersebut ke Kemenkop UKM untuk pengajuan BPUM.

Kemensos juga tak ketinggalan dengan memperkenalkan Program Kewirausahaan Sosial (Prokus) yang menargetkan 10.000 keluarga yang telah “lulus” dari Program Keluarga Harapan untuk menerima bantuan tunai sebesar Rp3,5 juta.

Dukungan finansial tersebut disertai dengan pendampingan dari inkubator dan konsultan bisnis untuk membantu para penerima manfaat mengembangkan ide bisnisnya.

Berperan dalam mendukung pembiayaan UMKM, Kemenkeu membuat beberapa inisiatif. Di antaranya dengan memberikan insentif pajak penghasilan bagi UMKM sebesar 0,5 persen dari penjualan; menunjuk Pusat Investasi Pemerintah, badan layanan umum di Kemenkeu, sebagai koordinator pencairan kredit ultramikro; dan mengimplementasikan kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional, seperti restrukturisasi kredit dan subsidi suku bunga non-Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kemenkeu menyatakan program tersebut efektif membantu UMKM pada masa pandemi dibandingkan dengan program lain. Survei Direktorat Jenderal Perbendaharaan menunjukkan bahwa 9 dari 10 responden menilai bahwa subsidi suku bunga non-KUR membantu mereka dalam menurunkan risiko kredit bermasalah. Selain itu, 7 dari 10 responden mengungkapkan bahwa program tersebut juga membantu mereka dalam menjaga arus kas. Penting untuk dicatat bahwa sasaran penerima subsidi suku bunga non-KUR adalah UMKM dengan pinjaman maksimum Rp10 miliar, orang yang meminjam kredit kendaraan bermotor untuk kegiatan produktif seperti *ride-hailing* atau taksi berbasis aplikasi dan/atau usaha informal lainnya, dan masyarakat yang meminjam kredit pemilikan rumah (KPR) dengan luas bangunan maksimal 70 meter persegi.

Beberapa program bantuan keuangan juga digulirkan dengan menggandeng lembaga keuangan/sponsor. Misalnya, KUR Super-Mikro sebagai bagian dari KUR yang disalurkan melalui kerja sama dengan bank-bank terpilih. KUR adalah dukungan pembiayaan untuk keperluan modal kerja dan/atau investasi yang ditujukan kepada perorangan, badan usaha, dan/atau kelompok usaha yang produktif tetapi tidak memiliki agunan yang memadai (Keputusan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 8 Tahun 2015). KUR Super-Mikro menyediakan pinjaman maksimal Rp10 juta dengan suku bunga bersubsidi 0 persen hingga akhir Desember 2020 dan menjadi 6 persen setelahnya. KUR Super-Mikro terutama ditujukan untuk pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja dan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha (OJK, n.d.).

Sebagai salah satu penyalur KUR, Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) juga menyalurkan kredit mikro produktif melalui kerja sama dengan PT Pegadaian (Persero) dan PT Permodalan Nasional Madani (Persero). Selain itu, Himbara memberikan dukungan finansial lebih lanjut seperti pembiayaan piutang (*invoice financing*) lewat PaDi UMKM, platform milik Kementerian BUMN.

Selain bantuan tunai langsung kepada UMKM, beberapa program pemerintah juga didedikasikan untuk menghubungkan UMKM dengan sumber pendanaan potensial. Misalnya, karena banyak UMKM sektor kreatif terkendala oleh kemampuan keuangan selama pandemi, Kemenparekraf berinisiatif menyediakan program *link and match* antara UMKM dan calon sponsor/investor. Program ini sebenarnya telah ditetapkan sebelum pandemi. Namun karena kebutuhan dukungan pembiayaan yang mendesak, program menjadi lebih intensif dijalankan selama pandemi.

Dukungan pembiayaan bagi UMKM juga melibatkan pembiayaan ekspor yang digagas Kemendag, khususnya di bawah Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional. Pembiayaan ekspor terdiri dari bantuan produksi, asuransi, dan penjaminan yang bekerja sama dengan Indonesia Eximbank, BNI, dan BRI. Kemendag menyebutkan bahwa lembaga keuangan tersebut telah menyalurkan pembiayaan ekspor hingga Rp167 miliar.

Program bantuan keuangan lainnya juga diberikan dalam bentuk non-tunai atau barang. Untuk mendukung kelangsungan hidup UMKM perikanan, KKP memberikan bantuan berupa barang melalui program stimulus ekonomi. Program tersebut mendistribusikan 300 paket alat pengolah ikan dan 300 paket *chest freezer* (untuk wilayah Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat, Sumatera Selatan, dan Lampung),

300 paket peralatan pedagang ikan (untuk wilayah DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan DI Yogyakarta), dan 5 unit penyimpanan dingin *portable* (untuk Kabupaten Muara Enim, Kabupaten Sukabumi, Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Pasuruan, dan Kabupaten Sampang).

Kemenkominfo mendukung *onboarding* UMKM ke pasar digital dengan memfasilitasi penyediaan telepon seluler gratis untuk UMKM. Program ini berkolaborasi dengan program tanggung jawab sosial perusahaan, dengan Kemenkominfo bertanggung jawab untuk menghubungkan sektor swasta dengan UMKM yang ditargetkan.

3.4 PROGRAM UMKM DALAM PERSPEKTIF GESI

Dalam perspektif kesetaraan gender dan inklusi sosial (*gender equality and social inclusion/GESI*), perempuan memiliki kontribusi yang besar terhadap sektor UMKM di Indonesia. Sekitar 60 persen UMKM Indonesia dimiliki oleh perempuan, dengan sebagian besar UMKM tersebut merupakan usaha mikro dan bergerak di sektor informal (World Bank, 2020b). Jumlah wirausaha perempuan di Indonesia juga tumbuh signifikan dari 12,7 juta pada 2017 dan 14,3 juta pada 2018, menjadi 30,6 juta pada 2020 (Investing in Women, 2018; IFC, 2020). Berkontribusi sebesar 9,1 persen terhadap PDB dan lebih dari 5 persen terhadap ekspor, perusahaan-perusahaan yang dipimpin perempuan Indonesia menyerap 116,73 juta karyawan pada 2018 (Investing in Women, 2018). Di Asia Tenggara, sebuah survei mengungkapkan bahwa persentase perempuan yang memiliki bisnis di Indonesia adalah yang tertinggi dibandingkan dengan negara-negara tetangganya—angkanya 21 persen sedangkan rata-rata regional dan rata-rata global masing-masing 12 persen dan 8 persen (Sasakawa Peace Foundation, 2017).

Selain UMKM perempuan, UMKM disabilitas dan lanjut usia juga perlu mendapatkan perhatian. Berdasarkan temuan survei, prevalensi disabilitas di Indonesia meningkat secara signifikan pada periode 2000-2016 (Cameron and Suarez, 2017). Studi serupa juga mengungkapkan bahwa sebagian besar penyandang disabilitas cenderung bekerja di usaha perorangan/rumah tangga yang tercermin dari proporsi 67-76 persen. Berdasarkan status pekerjaan, penelitian serupa menyatakan bahwa 25-39 persen penyandang disabilitas memiliki usaha dengan persentase paling tinggi daripada status pekerjaan lainnya. Sama halnya dengan penyandang disabilitas, prevalensi penduduk lanjut usia di Indonesia juga memiliki proyeksi positif dari 7,56 persen pada 2010 menjadi 15,77 persen pada 2035 (Kemenkes, 2019). Terkait dengan UMKM, penelitian menyatakan bahwa memiliki usaha dapat membuat lansia hidup mandiri dan produktif. Namun, data UMKM lansia di Indonesia sulit diidentifikasi.

Secara umum, pandemi Covid-19 membuat UMKM yang dikelola perempuan, penyandang disabilitas, dan lansia, lebih rentan. Survei mengungkapkan bahwa UMKM Indonesia yang dipimpin perempuan lebih mungkin menutup sementara usahanya karena pandemi dibandingkan dengan UMKM yang dipimpin laki-laki (ADB, 2020). Selain itu, survei serupa menunjukkan bahwa UMKM yang dipimpin perempuan juga rentan mengalami (1) penurunan penjualan dan pendapatan yang signifikan, (2) pengurangan jumlah karyawan yang lebih tinggi, (3) penangguhan pembayaran upah bulanan, dan (4) kekurangan dana yang parah untuk melanjutkan operasi bisnis mereka daripada UMKM yang dipimpin laki-laki.

UMKM yang dijalankan oleh lansia penyandang disabilitas juga menderita karena pandemi. Survei organisasi penyandang disabilitas (DPO) bekerja sama dengan MAHKOTA menunjukkan bahwa sebagian besar penyandang disabilitas yang terlibat dalam UMKM mengalami penurunan pendapatan yang besar, hingga lebih dari 70 persen, sejak pandemi melanda (Coordinating Ministry for Human Development and Cultural Affairs, 2021). Sementara itu, kebijakan pembatasan sosial berskala besar pun berdampak pada kinerja usaha UMKM yang dikelola oleh lansia karena sebagian besar usahanya masih dijalankan secara luring.

Di tengah pandemi Covid-19, pemerintah pusat dan daerah menginisiasi berbagai program untuk memperkuat kelangsungan UMKM milik perempuan, penyandang disabilitas, dan lanjut usia. Pemerintah pusat memberdayakan mereka melalui peningkatan kapasitas dan dukungan keuangan. Sedangkan pemerintah daerah mendukung program peningkatan kapasitas dengan pelibatan masyarakat lokal dan perluasan akses pasar.

Untuk memberdayakan perempuan pengusaha, Kementerian PPPA mengembangkan model industri rumahan yang memberikan pendampingan bagi perempuan yang memiliki usaha mikro di rumah. Dilaksanakan sejak 2016, pendampingan bertujuan untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga dengan kegiatan produktif, memajukan industri kreatif, serta memperkuat jaringan industri rumah tangga. Hingga 2020, program ini telah menjangkau sekitar 3.700 perempuan pengusaha di 16 provinsi.

Peningkatan kapasitas perempuan lainnya adalah program Kelas Inkubasi Sispreneur yang digagas Kementerian PPPA bekerja sama dengan XL Axiata. Dilaksanakan pada Agustus 2020 hingga akhir 2020 dan memberikan manfaat bagi 200 pengusaha mikro perempuan, inkubasi dilakukan secara daring melalui tiga program utama, yaitu "*Product Ready*", "*Market Ready*", dan "*Digital Ready*".

Pemerintah melalui Kemenko Perekonomian memiliki program peningkatan kapasitas lain, yaitu Kartu Prakerja. Program ini tidak hanya mengembangkan peningkatan kompetensi dan keterampilan ulang kelompok sasaran, tetapi juga mendorong lulusan program pelatihan Kartu Prakerja untuk mengakses KUR untuk membiayai bisnis awal mereka. Dalam hal inklusivitas program, penerima manfaat adalah perempuan (45 persen), penyandang disabilitas (2 persen), dan lansia berusia di atas 60 tahun (2 persen) (Project Management Office of Pre-Employment Card, 2020).

Seperti halnya dukungan dana bagi UMKMyang dipimpin perempuan, pemerintah melalui Kementerian PPPA bekerja sama dengan Yayasan Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga atau PEKKA mengidentifikasi pengusaha perempuan yang prospektif sebagai penerima manfaat BPUM. Dalam program ini, data 3.000 calon penerima manfaat telah diserahkan ke Kemenkop UKM untuk diproses lebih lanjut. Di luar itu, Kemenko Perekonomian juga merilis KUR Super-Mikro dengan plafon maksimal Rp10 juta per debitur dan tingkat bunga 0 persen—karena bunga sebesar 6 persen disubsidi penuh—hingga 31 Desember 2020 dan selanjutnya diberlakukan bunga 6 persen. Penerima manfaat program ini adalah pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja dan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha.

Untuk meningkatkan kapasitas pengusaha perempuan, Pemprov Jawa Tengah melalui Dinas Koperasi dan UKM yang bekerja sama dengan Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk, dan Keluarga Berencana mengidentifikasi perempuan kepala keluarga dalam memproduksi masker. Pada 2020, program tersebut telah memberikan manfaat kepada 476 UMKM berbasis fesyen dan memberdayakan sekitar 17.000 perempuan kepala keluarga di 35 kota/kabupaten di Jawa Tengah. Adapun Pemprov Jawa Barat meluncurkan program Sekoper Cinta untuk mewadahi komunitas perempuan berbagi ilmu dan pengalaman guna meningkatkan kualitas hidup dan ekonomi secara mandiri. Terkait dengan UMKM, Sekoper Cinta menghubungkan pengusaha perempuan dengan platform digital (misalnya, Gojek) dan lembaga keuangan (misalnya, Bank Wakaf Mikro dan BJB lewat kredit Mesra) untuk memperluas bisnis dan literasi keuangan mereka. Diluncurkan pada 2018, program ini telah memberikan manfaat bagi 2.700 perempuan di 100 desa di Jawa Barat.

Dukungan finansial bagi perempuan dan penyandang disabilitas yang bergerak di sektor UMKM ditegaskan pemerintah melalui Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif. Perpres tersebut

menekankan prioritas strategi nasional dengan fokus pada segmen kelas berpenghasilan rendah, UKM, dan kelompok marginal, termasuk perempuan dan penyandang disabilitas. Menarik untuk dicatat bahwa perpres tersebut juga menyoroti rendahnya kepemilikan rekening perempuan di lembaga keuangan formal. Menurut data Global Findex pada 2017, hanya 51,4 persen perempuan Indonesia yang memiliki rekening di lembaga keuangan formal, lebih rendah daripada di negara-negara berpenghasilan menengah ke bawah (53 persen) dan kawasan Asia Timur dan Pasifik (67,9 persen).

Adapun Pemprov Sulawesi Selatan mendorong pengusaha perempuan di sektor makanan dan minuman untuk bergabung ke platform GoFood. Untuk itu, pemprov menyediakan kuota internet bagi mereka. Menarik untuk dicatat bahwa platform digital seperti Gojek yang terhubung dengan UMKM juga memiliki kebijakan dan program untuk memastikan ekosistem yang aman dan inklusif bagi mitra UMKM (Go-Jek, 2020).

04

WAWASAN DARI SEKTOR SWASTA

Bagian ini menyoroti peran sektor swasta dalam mendukung UMKM di Indonesia. Sektor swasta dikategorikan menjadi dua kelompok, yakni asosiasi Indonesia dan penggerak bisnis (*business enabler*). Sementara asosiasi adalah pemain di segmen UMKM, pelaku usaha merupakan sistem pendukung mereka. Penggerak bisnis memungkinkan pelaku UMKM untuk tampil lebih baik melalui pemanfaatan teknologi atau layanan pendukung yang lebih maju.

Selama masa pandemi, asosiasi dan penggerak bisnis mendapati perubahan perilaku pelanggan, yang mendorong munculnya permintaan baru terhadap UMKM. Berbagi tujuan yang sama, asosiasi mendukung UMKM dengan memberikan pembinaan untuk membantu mereka menghadapi permintaan baru. Kehadiran penggerak bisnis, khususnya platform *e-commerce*, sangat penting karena membantu UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pasar, sesuatu yang kurang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Meski berat, pandemi Covid-19 memiliki berkah tersembunyi dari perspektif digitalisasi. Mereka yang memiliki kehadiran daring yang kuat akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan hidup. Karenanya, pandemi mendorong banyak pelaku UMKM bergabung ke platform digital. Asosiasi dan pelaku bisnis mendorong pelaku UMKM untuk membuka toko daring, dan dengan kerja sama yang kuat dengan pemerintah pusat dan daerah, pelaku bisnis menawarkan pembinaan digital untuk mendukung tujuan ini. Sistem daring akan membuka akses pasar bagi UMKM.

Pasar lain yang menjanjikan bagi UMKM adalah program pengadaan pemerintah. Beberapa pemerintah daerah mulai menghubungkan UMKM mereka ke pasar digital dengan program pengadaan. Ketika implementasi program ini tercapai, kehadiran UMKM secara digital seharusnya dapat membantu kelancaran program tersebut.

UMKM perlu mendapatkan akses terhadap bantuan keuangan karena modal kerja mereka yang terbatas, terutama selama pandemi sebab mereka perlu waktu untuk mengeksplorasi permintaan baru. UMKM mendapatkan hal tersebut di antaranya lewat KUR dan subsidi suku bunga. Jikapun pemerintah melalui program KUR tidak dapat melayani semua UMKM, layanan teknologi finansial (*fintech*) dapat membantu memenuhinya. Memanfaatkan inovasi teknologi untuk mengurangi biaya operasional penyediaan layanan perbankan atau keuangan, khususnya untuk segmen *unbanked* atau mereka yang belum tersentuh layanan keuangan formal, *fintech* dapat meningkatkan inklusi keuangan UMKM sehingga membantu mereka untuk bertahan, bahkan berkembang.

Memberikan pembiayaan penghubung (*bridging financing*) bagi UMKM peserta pengadaan pemerintah, *fintech* menjadi salah satu pilihan pendanaan yang layak bagi UMKM dalam mengakses pasar baru. Karena itu, diperlukan kebijakan yang mendukung agar *fintech* dapat melayani UMKM dengan lebih baik. Keputusan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, yang menetapkan besaran pinjaman yang ditawarkan *fintech* maksimal Rp2 miliar kepada satu peminjam, menjadi kendala bagi *fintech* untuk menyalurkan pinjaman dalam jumlah besar yang diperlukan untuk menyokong kelangsungan UMKM selama pandemi.

4.1 ASOSIASI DI INDONESIA: BERBAGI KEPENTINGAN BERSAMA

Bagian berikut memaparkan program asosiasi di Indonesia dalam mendukung UMKM selama wabah Covid-19 melanda. Program-program tersebut dibagi menjadi tiga kategori, yakni pengalihan model bisnis, perluasan akses pasar, dan bantuan keuangan.

4.1.1 Pengalihan Model Bisnis

Secara umum, program asosiasi di Indonesia dalam kategori pengalihan model bisnis terkait dengan inisiatif beradaptasi dengan perubahan permintaan dan peningkatan kapasitas untuk memenuhi permintaan.

Beradaptasi dengan Perubahan Permintaan

Dalam merespons pandemi, beberapa asosiasi membantu anggotanya dalam membaca perubahan permintaan pasar dan mengalihkan bisnis untuk memenuhi permintaan pasar. Asosiasi Industri Furnitur dan Kerajinan Indonesia (ASMINDO), misalnya, mengalami kesulitan untuk mengekspor produk karena terhambatnya akses terhadap ekspor. Namun, ASMINDO melihat adanya kenaikan permintaan domestik terhadap furnitur kerja untuk rumah tangga seperti meja dan kursi kerja. Demikian juga Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) yang melihat lonjakan permintaan untuk makanan beku, kesehatan, dan layanan rumah/layanan pengiriman.

Memperkuat Kapasitas untuk Memenuhi Permintaan

Untuk membantu anggotanya dalam memenuhi permintaan, terutama karena beberapa anggota kekurangan tenaga kerja terampil, ASMINDO mengadakan pelatihan "3-in-1" yang meliputi desain, produksi, dan *finishing*, bekerja sama dengan Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Industri Kemenperin, dengan menargetkan 2.000 calon tenaga kerja. Sementara itu, APINDO melatih kembali anggotanya melalui APINDO UMKM Academy dengan mengadakan webinar mingguan dan mengundang pengusaha sohor dari berbagai sektor untuk berbagi ilmu dan wawasan kepada UMKM, khususnya dalam menghadapi situasi pandemi. Pada 2020, APINDO juga memberikan pelatihan bagi 200 UMKM terpilih. APINDO pun membantu UMKM dalam mendapatkan paten dan sertifikasi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.

4.1.2 Perluasan Akses Pasar

Program asosiasi dalam kategori perluasan akses pasar meliputi pengembangan saluran pemasaran yang inovatif dan dorongan untuk mengakses pengadaan pemerintah.

Mengembangkan Saluran Pemasaran yang Inovatif

ASMINDO bekerja sama dengan pusat perbelanjaan di beberapa kota memanfaatkan aula kosong di pusat perbelanjaan sebagai tempat pameran furnitur semipermanen, selama 3-6 bulan, dengan pembayaran biaya sewa melalui skema bagi hasil. Selain itu, mereka mengadakan pameran internasional tahunan, yaitu Jogja International Furniture and Craft Fair Indonesia (JIFFINA) dan Indonesia International Furniture Expo (IFEX) di Jakarta. JIFFINA diselenggarakan secara hibrida, baik luring maupun daring dengan memanfaatkan siaran langsung YouTube untuk memamerkan produk 10 perusahaan per hari, serta

Zoom untuk berkomunikasi dengan pembeli. Untuk IFEX, tidak hanya diadakan di Indonesia, tetapi juga di negara-negara ASEAN lain.

Karena kebijakan pembatasan sosial berskala besar, anggota Asosiasi Pedagang Ritel Indonesia (APRINDO) beralih ke pasar digital, baik melalui platform yang ada maupun platform baru yang dikembangkan sendiri ataupun penjualan langsung melalui WhatsApp. APRINDO memberikan akses kepada UMKM untuk ekspansi ke toko ritel modern. Data APRINDO menyebutkan sekitar sepertiga produk ritel modern berasal dari UMKM. Asosiasi juga membangun kemitraan inti-plasma dan *private label* yang memungkinkan UMKM berkolaborasi dengan petani dalam produksinya dan menjual produknya ke pengecer modern di bawah *private label*.

Harapan Program Pengadaan Pemerintah

APINDO mendorong anggotanya, perusahaan skala besar, untuk melakukan pengadaan dari UMKM. Di industri tekstil, misalnya, sebagian besar pengadaan berasal dari UMKM. Dalam hal ini, APINDO menawarkan fasilitasi, seperti sosialisasi dan pelatihan, untuk memperlancar proses pengadaan.

Inisiatif lain yang dapat memperluas pasar bagi UMKM adalah menjajaki program pengadaan pemerintah. Baik ASMINDO maupun APINDO menaruh harapan pada program pengadaan pemerintah, namun keduanya memahami bahwa masih ada hambatan untuk berpartisipasi dalam pengadaan ini, terutama administrasi dan pembiayaan.

Meski menganggap positif program pengadaan pemerintah, Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) pesimistis dalam pelaksanaannya karena kontinuitas pasokan dan administrasi legal formal harus dipenuhi agar program ini berhasil.

4.1.3 Bantuan Keuangan

KUR menjadi sumber utama dukungan keuangan bagi UMKM. Sebagian besar anggota asosiasi memperoleh manfaat dari rendahnya suku bunga yang ditawarkan program KUR. Sejumlah pihak menyoroti sulitnya mendapatkan dukungan finansial dari lembaga keuangan lain karena kian ketatnya persetujuan pinjaman sehubungan ketidakpastian yang disebabkan oleh pandemi.

PHRI menyoroti keengganan anggotanya untuk mengajukan pinjaman yang disebabkan ketidakpastian dalam kemampuan mereka membayar utang. Pendapatan anggota PHRI tergantung pada mobilitas masyarakat sehingga

pemberian subsidi bunga untuk pinjaman saja tidak akan menyelesaikan masalah. Namun mereka mengakui bahwa begitu pembatasan sosial dilonggarkan, subsidi semacam ini akan bermanfaat bagi mereka.

Jika pinjaman mungkin tidak membantu selama mobilitas orang terbatas, bantuan keuangan dalam bentuk barang dapat mengurangi beban anggota PHRI. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, hotel di bawah perseroan terbatas memperoleh insentif pajak dengan tarif hanya 0,5 persen untuk pajak penghasilan selama tiga tahun. Karena insentif pajak akan berakhir pada 2021 sedangkan pandemi belum berakhir, asosiasi berharap kebijakan ini diperpanjang.

4.2 PENGGERAK BISNIS: MEMPERKUAT EKOSISTEM

Bagian ini memaparkan program sektor swasta agar UMKM bertahan selama pandemi. Program-program tersebut dibagi menjadi tiga kategori, yaitu pengalihan model bisnis, perluasan akses pasar, dan bantuan keuangan.

4.2.1 Pengalihan Model Bisnis

Program sektor swasta dalam kategori pengalihan atau pivot model bisnis berfokus pada navigasi ke permintaan baru yang muncul.

Menavigasi Permintaan Baru yang Muncul

Menggunakan analisis mahadata (*big data*), platform *e-commerce* dapat membantu UMKM membaca perubahan perilaku pelanggan dan mengusulkan alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan permintaan. Kemampuan membaca pasar merupakan kekurangan UMKM, sehingga keberadaan platform *e-commerce* dapat melayani tujuan ini. Bukalapak, misalnya, menyoroti bahwa pada bulan pertama pandemi, konsumen lebih banyak mencari produk yang berhubungan dengan kesehatan, seperti masker. Periode berikutnya, konsumen banyak mencari barang yang berhubungan dengan hobi, seperti sepeda. Informasi ini dapat membantu UMKM untuk menyesuaikan model bisnis, proses produksi, dan produk akhirnya agar mampu menghadapi permintaan baru.

Menanggapi perubahan perilaku pelanggan, Gojek juga meluncurkan kategori Siap Masak (*Ready to Cook*) di GoFood. Sejak diluncurkan pada April 2020, transaksi tumbuh tiga kali lipat dalam sebulan. Melayani secara *end-to-end* dalam rantai pasok, dari produsen/pedagang hingga transportasi (dan pembayaran), Gojek berkepentingan melihat mitranya tumbuh sehingga bisnis intinya, yaitu transportasi, ikut tumbuh.

4.2.2 Perluasan Akses Pasar

Program sektor swasta dalam kategori perluasan akses pasar menonjolkan program daring, pembinaan intensif, dan akses pengadaan pemerintah.

Dampak Positif dari *Going Onboard*

Pemanfaatan teknologi digital atau daring menjadi lebih masif selama pandemi Covid-19 karena mobilitas orang dibatasi. Ketika pembatasan sosial berskala besar diterapkan, mereka yang usahanya berbasis teknologi daring lebih mampu bertahan. Platform *e-commerce* menunjukkan permintaan yang kuat untuk *onboarding* selama pandemi. Bukalapak, misalnya, mengalami peningkatan dua kali lipat (*y-o-y*) dalam nilai proses total atau *total processing value* (TPV). Demikian juga jumlah UMKM di platform ini tumbuh 4 juta (*y-o-y*), sehingga mencapai 13,5 juta UMKM.

Keinginan untuk *go digital* tidak hanya datang dari UMKM. Platform *e-commerce* juga aktif mendorong mitra mereka untuk *online*. MokaPOS, misalnya, mendorong pedagang yang menggunakan perangkat lunak mereka untuk bergabung dengan GoStore, bekerja sama dengan Gojek. GoStore memungkinkan UMKM untuk memiliki situs sendiri sebagai gerai yang terintegrasi dengan berbagai platform seperti Google, Facebook, dan Instagram. Inisiatif ini dimaksudkan untuk memperluas pasar UMKM agar tidak hanya mengandalkan Gojek atau platform digital lainnya dalam membangun ekosistem daring.

Inisiatif lain yang menarik dalam memperluas pasar adalah kolaborasi antara Gojek dan Pemkot Yogyakarta untuk meningkatkan penjualan di pasar tradisional karena masyarakat enggan pergi ke pasar tradisional selama pandemi. Melalui GoShop, Gojek memberikan akses bagi para penjual di pasar tradisional untuk menjual produknya. Didukung dengan pemberian diskon pengiriman khusus, program ini menunjukkan hasil yang menggembirakan, yang tercermin dari transaksi yang tumbuh hingga 33 persen di pasar tradisional di Yogyakarta.

Perlunya Pembinaan yang Intensif dan Konsisten

Literasi digital UMKM umumnya masih terbatas. Meski sudah banyak pelatihan yang diselenggarakan oleh platform *e-commerce* yang bekerja sama dengan pemerintah, namun mengimplementasikan apa yang didapat dari pelatihan sering kali masih menjadi tantangan bagi mereka. Awalnya, beberapa dari UMKM bahkan tidak memiliki alamat *e-mail* dan tidak tahu cara membuat surat elektronik tersebut. Pandemi menjadi berkah tersembunyi karena mendorong mereka untuk belajar lebih cepat untuk mempertahankan bisnisnya.

Pembinaan perlu dimulai dari awal (*pre-onboard*), diikuti dengan pemantauan ketat terhadap pelaksanaannya. Bukalapak menyebutkan komitmen yang kuat dari Pemprov Kepulauan Bangka Belitung yang mendorong UMKM di wilayah tersebut untuk bergabung dengan Bukalapak dan memantau kemajuannya secara berkala. Komitmen tersebut sangat penting untuk memastikan pencapaian target. Setelah UMKM *onboard*, mereka dapat mengakses pasar potensial baru, yakni pengadaan pemerintah yang terintegrasi dengan platform *e-commerce*. Pendekatan sukses lainnya dilakukan oleh Pemprov Sumatera Utara yang bekerja sama dengan Kemenparekraf dalam mendorong UMKM di sekitar destinasi wisata superprioritas, Danau Toba, bergabung dengan platform digital.

Setelah UMKM bergabung, pembinaan untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam pemasaran digital perlu terus dilakukan. Blibli menawarkan beberapa program pelatihan untuk mendukung UMKM, mulai dari pengemasan, penyajian (*display* produk yang tepat), hingga pemasaran. Blibli juga telah mendedikasikan tim aktivasi *merchant* (atau Blibli University) untuk menjaga pedagang di platform Blibli dan memperkuat kompetensi mereka dalam menjual produk melalui *e-commerce* ini. Blibli juga mengembangkan Program Kakak Asuh untuk UMKM. Program yang diprakarsai oleh Kemenkop UKM ini menugaskan satu “kakak asuh” (pasar digital yang mapan) untuk membantu tiga “adik asuh” (UMKM) guna meningkatkan penjualan dengan skema bagi hasil.

Gojek juga berkolaborasi dengan banyak lembaga dan asosiasi pemerintah untuk memberikan pelatihan pemasaran digital kepada dan mengembangkan bisnis. Di bawah program GoWirausaha, Gojek berbagi tip sukses berbisnis di platform digital. Program GoWirausaha #GerakanOnlineNusantara yang diluncurkan pada 2018 telah melatih lebih dari 17.000 pelaku UMKM dan berkolaborasi dengan lebih dari 27 komunitas dan instansi pemerintah. Modul pelatihan program ini berfokus pada pentingnya inovasi dan kemampuan adaptasi terhadap tren terkini serta penerapan protokol kesehatan.

Membuat Program Pengadaan Pemerintah Berjalan

Pengadaan pemerintah merupakan program yang menjanjikan untuk memperluas pasar UMKM. Bukan hal sulit untuk menampilkan informasi pengadaan produk UMKM di Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah (LKPP). Masalahnya ada pada kemampuan UMKM untuk memenuhi permintaan tersebut. Tidak hanya dari segi legalitas, tetapi juga jaminan kualitas dan kuantitas. Sebab itu, diperlukan pembinaan untuk memastikan hal tersebut terpenuhi.

4.2.3 Bantuan Keuangan

Program sektor swasta dalam kategori bantuan keuangan menonjolkan kehadiran *fintech* serta voucher dan promosi.

Dukungan yang Diperlukan dari Perbankan Konvensional

BRI merupakan bank yang paling aktif melayani segmen UMKM, khususnya usaha mikro. Dengan jangkauannya yang luas hingga ke pelosok, BRI memiliki kapasitas untuk menyalurkan kredit kepada unit usaha yang lebih kecil dan menjadi bank utama penyalur program KUR pemerintah. Dalam pendukung program PEN, BRI berhasil menyelesaikan restrukturisasi pinjaman sebesar Rp162 triliun dan memberikan subsidi suku bunga Rp4,7 triliun.

Berfokus pada pinjaman kecil, BRI memahami pentingnya pemantauan yang ketat untuk memastikan kualitas pinjaman dapat dipertahankan. BRI secara aktif melakukan pendampingan kepada debitur UMKM untuk memastikan bahwa mereka dapat melunasi utangnya sehingga mengurangi risiko gagal bayar. Pendampingan juga dinilai efektif untuk membantu pertumbuhan debitur sehingga dapat dimigrasikan ke kredit yang lebih besar, yang penting untuk mendukung pertumbuhan kredit bank.

Untuk mendukung UMKM, BRI memperkenalkan berbagai program, seperti Desa Brilian, sebuah klaster UMKM yang dapat membantu debitur dalam memperluas akses pasar, sekaligus memudahkan dalam melakukan pendampingan. BRI meyakini bahwa klaster UMKM akan mendorong peningkatan kapasitas, mitigasi risiko, dan profil debitur yang lebih efektif. BRI telah mengembangkan lebih dari 9.000 klaster di seluruh Indonesia. Khusus untuk membantu debitur pada masa pandemi, BRI menyediakan Kredit Umum Pedesaan (Kupedes) Bangkit yang memungkinkan debitur menambah pinjaman hingga 20 persen dari pinjaman *outstanding*.

Untuk bersaing dengan *fintech*, BRI menyiapkan produk pinjaman bernama Kredit Ekstra Cepat (KECE) yang didukung oleh proses bisnis digital yang akan mempercepat proses kredit dan memberikan pembiayaan jangka pendek dengan pembayaran bunga yang fleksibel secara harian, mingguan, ataupun bulanan. Program KECE memanfaatkan agen BRILink di lokasi UMKM berada untuk pemeriksaan awal dan dilanjutkan dengan penilaian di kantor pusat.

Telah berkecimpung di bisnis mikro selama beberapa dekade, BRI telah mengembangkan pendekatan menyeluruh untuk menangani UMKM dengan

bantuan petugas kredit (mantri) yang memberikan pembinaan dan layanan secara *end-to-end*. Mulai dari originasi hingga penagihan, BRI memastikan pertumbuhan kredit dan kualitas kredit terjaga dengan baik. BRI juga mengadaptasi proses bisnisnya untuk mengakomodasi UMKM yang legalitasnya kurang formal dalam pengajuan kredit, misalnya, dengan mengganti dokumen formal debitur KUR Super-Mikro dengan penilaian bisnis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan peluang bisnis debitur.

BRI berkepentingan untuk melihat debiturnya berkembang dengan kualitas aset yang kuat karena akan mendukung bank tumbuh dan mempertahankan profitabilitasnya. Dengan demikian, setiap program pemerintah yang menasar segmen UMKM yang disalurkan melalui BRI akan dapat memenuhi target karena bank ini telah memiliki standar operasional prosedur yang teruji.

Fintech sebagai Opsi Alternatif Pembiayaan

Banyak UMKM yang belum mendapatkan dukungan finansial karena tidak memenuhi prasyarat untuk mengakses kredit dari perbankan atau lembaga keuangan tradisional. Misalnya, karena kurangnya aset yang dijaminkan untuk agunan, badan usahanya informal, hingga arus kasnya tidak teratur. Karena itulah sejumlah perusahaan *fintech* menawarkan pinjaman kepada UMKM. Investree, salah satu pemain *fintech* terkemuka di Indonesia, cukup aktif menyalurkan pembiayaan berbasis *invoice* kepada UMKM. Berkolaborasi dengan Bhinneka.com, Investree mengembangkan Garuda Finansial, platform *peer-to-peer lending* untuk UMKM penyedia barang dan/atau jasa kepada instansi pemerintah. Melalui platform ini, Investree melakukan verifikasi dan memberikan *scoring* khusus pada *invoice* UMKM sebelum menyalurkan pinjaman.

Singkatnya, perusahaan *fintech* dapat memberikan solusi pembiayaan jangka pendek bagi UMKM, terutama bagi mereka yang bergerak di sektor yang kurang berisiko. Investree juga menjalin kerja sama dengan Mbiz, platform *e-commerce* pengadaan B2B. Investree pun menyalurkan dana PEN dari Bank Mandiri untuk kredit UMKM dengan bunga rendah (8 persen per tahun). Investree meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui kampanye "*Beyond Lending*", khususnya di bidang *invoice* digital dan akuntansi berbasis komputasi awan (*cloud accounting*).

Meski program KUR pemerintah sangat diminati, terutama pada masa pandemi, selalu ada ruang bagi *fintech* untuk memainkan perannya. Kuncinya adalah adanya pesanan pembelian dan jaminan pembayaran piutang untuk mengamankan pinjaman. UMKM biasanya tidak mempermasalahkan suku

bunga, selama masih ada margin yang cukup untuk menopang usahanya. Yang mereka butuhkan adalah ketersediaan pembiayaan dan kecepatan proses pinjaman. Terkait dengan hal ini, penting untuk memiliki aturan yang mendukung para pemain *fintech* agar bisa berkembang. Salah satu regulasi yang menjadi kendala adalah Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 Tahun 2016 yang menetapkan besaran pokok yang ditawarkan *fintech* maksimal Rp2 miliar kepada satu peminjam. Aturan ini menghalangi *fintech* untuk menyalurkan pinjaman dalam jumlah lebih besar yang diperlukan UMKM untuk bertahan dan bangkit dari krisis akibat pandemi.

Merangsang Permintaan Melalui Voucher dan Promosi

Selama pandemi, sejumlah platform *e-commerce* membuat prakarsa untuk mendukung mitra pedagangnya. Gojek, misalnya, menawarkan diskon kepada penggunanya dalam program Hari Kuliner Nasional untuk membantu para pedagang makanan memulihkan penjualan yang anjlok. Program ini berhasil meningkatkan pendapatan pedagang makanan—yang jumlahnya di Gojek mencapai 74 ribu—sebesar 12 persen.

Inisiatif serupa juga dilakukan oleh MokaPOS, meski dalam skala yang lebih kecil. MokaPOS adalah aplikasi kasir berbasis daring yang menyediakan laporan *decode* analitis untuk pedagang. Memiliki sekitar 40.000 mitra pedagang, MokaPOS mendukung UMKM dengan memungkinkan mereka mengatur beberapa jenis promosi. MokaPOS mendorong penggunanya untuk menawarkan diskon tunai kepada pembeli untuk mendorong penjualan pada masa pandemi.

Adapun Blibli, bekerja sama Kemenparekraf, menawarkan diskon tunai untuk tiket perjalanan guna mendukung sektor pariwisata. Blibli juga melakukan beberapa promosi untuk membantu mitra pedagangnya pada masa pandemi.

Pendekatan lain yang bisa dilakukan pemerintah untuk mendorong permintaan produk UMKM adalah dengan mengalokasikan dana untuk promosi/kampanye. Hal ini dapat memperluas akses pasar bagi UMKM dan secara bersamaan merangsang permintaan. Selain itu, memiliki kegiatan promosi yang dirancang dengan baik dan masif akan memudahkan akuntabilitasnya daripada menawarkan diskon langsung (seperti biaya pengiriman gratis) karena kerumitan dalam administrasi—setiap platform memiliki sistem yang dikembangkan sendiri.

05

TANTANGAN, PELUANG, DAN PENGGERAK

5.1 TANTANGAN DAN PELUANG

Sementara memetakan berbagai program pemerintah, studi ini juga mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dapat menjadi bahan perbaikan dan perumusan program baru di masa depan. Tantangan meliputi permasalahan struktural seperti infrastruktur, kapabilitas, dan regulasi, yang perinciannya dijelaskan di bawah ini.

Pertama, tidak tersedianya basis data UMKM yang kuat serta infrastruktur dan literasi digital yang kurang memadai—jaringan internet, kepemilikan perangkat seluler, dan keterjangkauan untuk membeli paket data internet—yang dibutuhkan UMKM untuk masuk ke platform digital.

Kedua, masalah kemampuan yang meliputi: (1) kurangnya skalabilitas UMKM atau kemampuan untuk memenuhi permintaan massal, yang saat ini diatasi dengan mengumpulkan pasokan UMKM melalui agregator; (2) kurangnya sumber daya (terutama modal), jaringan, dan kemampuan untuk menjadi mitra BUMN/BUMD/sector swasta, serta minimnya rantai nilai atau peluang ekspor; (3) lemahnya legalitas, kemampuan administrasi, dan literasi digital; (4) kurangnya literasi dan inklusi keuangan; dan, (5) keragu-raguan UMKM untuk merumuskan usahanya sehingga menghambat peluang mereka untuk mendapatkan akses yang lebih baik terhadap dukungan pemerintah, seperti KUR, insentif, ataupun subsidi.

Ketiga, masalah regulasi yang meliputi: (1) kesulitan UMKM dalam mengakses pengadaan pemerintah, terutama kurangnya transparansi administrasi dan

pembiayaan modal kerja; (2) pembatasan pinjaman *fintech* kepada UMKM sebesar Rp2 miliar untuk satu peminjam, sedangkan kebutuhan pembiayaan biasanya lebih dari jumlah itu; dan, (3) kurangnya kehadiran pemerintah sebagai pemilik anggaran dalam program yang signifikan seperti pemberian voucher, yang disebabkan oleh isu seperti masalah kepemimpinan, kurangnya kompetensi pihak pemerintah, rendahnya dukungan kelembagaan, dan kurangnya pemantauan dalam tata kelola.

Untuk mengatasi tantangan tersebut dibutuhkan penegakan Undang-Undang Cipta Kerja dan kolaborasi atau integrasi lebih lanjut. Dalam mendukung peningkatan kapasitas untuk pivot model bisnis, ada peluang untuk menghubungkan KUR Super-Mikro dan Kartu Prakerja dengan visi untuk menciptakan lebih banyak wirausahawan sebagaimana ide dari Kemenko Perekonomian, memperkuat pendampingan dan sentra/klaster untuk mempromosikan permintaan UMKM seperti pandangan Kementerian PPN/Bappenas, dan mereplikasi kampanye terpadu untuk mengedukasi konsumen dengan belajar dari program Bela Beli Kulon Progo ataupun Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia oleh pemerintah pusat.

Pada strategi perluasan akses pasar, terdapat potensi "*white space*" dari implementasi Undang-Undang Cipta Kerja yang mengamankan 40 persen pengadaan harus dipenuhi oleh UMKM (Kotak 5.1). Selain itu, memperkuat kolaborasi masa depan dengan pasar digital untuk merangsang permintaan impulsif, misalnya, dengan memberikan subsidi biaya pengiriman. Juga, memperluas kerja sama dengan perwakilan Indonesia di luar negeri (misalnya ITPC) untuk membangun intelijen pasar sehingga pasar internasional dapat dijangkau oleh UMKM; dan membangun *one stop service* di tingkat pusat dan daerah untuk memberikan konsultasi ekspor, pendampingan, dan perijinan bisnis. Ihtwal bantuan keuangan, peluang UMKM dapat diperluas melalui kerja sama dengan perusahaan *fintech* guna membantu memediasi pembiayaan bagi UMKM yang akan memasuki pasar pengadaan pemerintah karena *fintech* dapat menjadi solusi pembiayaan jangka pendek bagi UMKM. Selain itu, dengan memberikan diskon langsung atau voucher melalui *e-commerce* untuk mendorong permintaan UMKM dan peningkatan inklusi keuangan melalui pelibatan *fintech*, koperasi, lembaga pembiayaan ultramikro, dan Eximbank.

Kotak 5.1 Partisipasi UMKM dan Koperasi dalam Pengadaan Pemerintah

Baru-baru ini, pemerintah menetapkan aturan partisipasi UMKM dalam pengadaan pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sebagai turunan dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, PP tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan landasan pengembangan usaha bagi UMKM dalam meningkatkan kapasitas dan daya saingnya. Berlaku sejak 2 Februari 2021, PP menetapkan bahwa kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah wajib mengalokasikan setidaknya 40 persen pengadaan untuk produk UMKM dan koperasi. PP tersebut juga mengimbau Kementerian BUMN dan pemerintah daerah untuk mendorong BUMN dan BUMD melaksanakan hal yang sama.

Sejak 2002, Indonesia telah menerapkan e-procurement, baik di tingkat pusat maupun daerah, yang mekanismenya terus dikembangkan. Pada 2020, di tengah pandemi Covid-19, LKPP bekerja sama dengan pasar digital meluncurkan program Bela Pengadaan. Program ini merupakan turunan dari program Bangga Buatan Indonesia yang menghubungkan UMKM dan koperasi dengan kementerian, lembaga, dan/atau pemerintah daerah dalam proyek pengadaan dengan nilai di bawah Rp50 juta. UMKM yang berminat mengikuti Bela Pengadaan harus mendaftarkan usahanya di e-commerce yang menjadi mitra LKPP, yang merupakan agregator produk tertentu. Misalnya, Bukalapak merupakan agregator produk alat tulis, sedangkan Shopee dan Blibli sebagai agregator produk makanan. Hingga pertengahan 2020, ada lima pasar digital yang menjadi agregator LKPP. Mengenai pembayaran, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 menyebutkan bahwa UMKM dan koperasi menerima pembayaran penuh secara langsung jika nilai pengadaan di bawah Rp50 juta.

Sebelum pandemi, LKPP telah mengembangkan aplikasi e-procurement, yaitu Sistem Pengadaan Secara Elektronik Nasional (SPSE), yang digunakan dalam Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) di pemerintah pusat dan daerah. UMKM dan koperasi peserta pengadaan pemerintah yang nilainya Rp50 juta hingga Rp200 juta harus mendaftarkan usahanya di LPSE dan mengikuti persyaratan pengadaan. Selain itu, UMKM dan koperasi harus mengisi profil usahanya dalam Sistem Informasi Kinerja

Penyedia (SiKAP), yang merupakan bagian dari SPSE, yang digunakan untuk menata profil usaha UMKM dan koperasi yang menjadi penyedia pengadaan barang pemerintah. Ini membantu pemerintah dalam menilai dan memilih penyedia barang dan jasa potensial. Mengenai pembayaran, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 menyebutkan bahwa uang muka minimum yang diterima oleh UMKM dan koperasi penyedia pengadaan pemerintah adalah 50 persen dari nilai pengadaan.

Selain itu, LKPP mengembangkan e-catalogue yang menampilkan barang, komoditas konstruksi, ataupun jasa lainnya secara elektronik. E-catalogue menyediakan informasi mengenai barang dan/atau jasa seperti spesifikasi teknis, tingkat kandungan komponen dalam negeri, negara asal, harga, penyedia, dan lain-lain. Menjual barang dan/atau jasa di atas Rp200 juta, e-catalogue memfasilitasi e-purchasing dengan atau tanpa negosiasi harga antara pemerintah dan UMKM dan koperasi sebagai penyedia. Ihtwal pembayaran, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 menyatakan bahwa uang muka minimum yang diterima oleh UMKM dan koperasi adalah 30 persen dari total nilai transaksi, yaitu dari Rp200 juta hingga Rp2,5 miliar.

Dari sisi mekanisme pengawasan, PP tersebut mewajibkan Kemenkop UKM dan pemerintah daerah untuk memantau pengadaan barang pemerintah dari UMKM dan koperasi. Pemantauan tersebut meliputi audit, penelaahan, evaluasi, dan/atau fasilitasi whistleblowing. Kemenkop UKM juga bekerja sama dengan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan dalam mengawasi pelaksanaan pengadaan pemerintah, yang meliputi perencanaan, penganggaran, pemilihan penyedia, pelaksanaan kontrak, serah terima proyek, dan pelaporan. Selain itu, pemantauan dan evaluasi harus dilakukan secara berkala minimal dua kali setahun, yaitu pada Juni dan Desember, dan laporannya disampaikan kepada Presiden RI. Peraturan pemerintah tersebut juga menggarisbawahi bahwa realisasi 40 persen pengadaan pemerintah dari UMKM dan koperasi harus diumumkan secara transparan kepada publik.

Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 juga memberikan kemudahan lain bagi pelaku usaha UMKM dalam hal-hal berikut:

- Legalitas—termasuk kemudahan pendirian perseroan terbatas, pembinaan pemerintah dalam pemenuhan standar produk, dan pembebasan biaya perizinan.

- Produksi dan pembiayaan—meliputi penyediaan bahan baku, peralatan produksi, dan peningkatan kapasitas untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia UMKM serta fasilitasi pembiayaan.
- Pascaproduksi dan pemasaran—termasuk mengalokasikan 30 persen dari lahan komersial, pusat perbelanjaan, dan infrastruktur untuk UMKM; membebankan hanya 30 persen dari biaya sewa komersial untuk UMKM; serta mengalokasikan minimal 40 persen dari pengadaan pemerintah untuk UMKM.

5.2 PENGGERAK

Berdasarkan studi pustaka dan konsultasi dengan pemangku kepentingan, yakni pihak pemerintah dan sektor swasta, penelitian ini mendapati faktor-faktor yang dapat menentukan keberhasilan program dalam meningkatkan permintaan UMKM.

5.2.1 Peningkatan Kapasitas

Pemberdayaan UMKM merupakan kunci dalam meningkatkan peluang bertahan, terutama bagi usaha berskala mikro dan kecil. Kurangnya skalabilitas, terutama dalam hal pengetahuan dan sumber daya, menjadi alasan pemerintah untuk menyediakan program peningkatan kapasitas bagi usaha mikro dan kecil. Alasan untuk tindakan afirmatif semacam ini dibenarkan oleh fakta bahwa perusahaan kecil biasanya hanya bertahan selama tiga sampai lima tahun. Karena itu, gagasan mendukung usaha kecil tidak semata-mata karena ada krisis akibat pandemi, melainkan lebih karena siklus hidup perusahaan yang rentan terhadap kebangkrutan.

Hipotesisnya adalah pengembangan kapasitas UMKM memberikan dampak positif terhadap kinerja atau kemampuan bertahan perusahaan. Ini menjadi lebih penting ketika perusahaan menghadapi masa-masa sulit dan ketika ancaman terhadap kelangsungan hidup menjadi nyata. Perusahaan yang telah mengikuti atau berpartisipasi dalam program peningkatan kapasitas diharapkan memiliki peluang bertahan yang lebih tinggi daripada yang tidak berpartisipasi.

Dalam konteks krisis karena pandemi saat ini, program pengembangan kapasitas perlu dijalankan karena kejutan permintaan (*demand shock*) tidak separah krisis ekonomi lainnya. Selama pandemi, UMKM tidak mampu menangkap

sebagian besar permintaan pasar karena adanya pembatasan sosial. Padahal masih ada sejumlah permintaan yang layak untuk dijajaki. Karena itu, kuncinya adalah menjangkau dan menemukan permintaan tersembunyi tersebut. Pengembangan kapasitas membantu perusahaan mengidentifikasi permintaan. Program tersebut diperlukan agar UMKM dapat mengambil langkah strategis agar bisa bertahan melewati krisis pandemi.

Seperti diungkapkan dalam penelitian ini, ada sejumlah persyaratan untuk program pengembangan kapasitas. Program yang berhasil dilaksanakan dengan pembinaan dan pendampingan yang erat dan mencakup seluruh proses bisnis dari awal hingga akhir (*end-to-end*).

5.2.2 Peran Pemerintah

Bantuan pemerintah untuk UMKM sangat penting karena tidak ada lembaga lain dalam perekonomian yang mampu dengan cepat memobilisasi sumber daya dalam skala besar dan dalam waktu singkat. UMKM, terutama yang mikro dan kecil, biasanya tidak memiliki sumber daya untuk meningkatkan kemampuannya. Maka, bantuan pemerintah sangat berarti bagi UMKM karena menegaskan komitmen dan memberikan pendanaan hingga pengetahuan usaha. Di sini, komitmen tersebut harus mencakup pembentukan kerangka peraturan yang kuat untuk memastikan keberhasilan program.

Peran pemerintah daerah di negara yang menganut asas desentralisasi seperti Indonesia sangat penting sehubungan adanya pemisahan kekuasaan antara pemerintah pusat dan daerah. Karena itu, pelibatan pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM tidak boleh dikesampingkan. Ada sejumlah alasan mengapa peran pemerintah daerah penting. Pertama, pemerintah daerah memiliki kewenangan yang memungkinkan fokus program hanya untuk UMKM di daerah tersebut. Kedua, pemerintah daerah memiliki pengetahuan yang lebih baik daripada pemerintah pusat tentang situasi lokal dan karakteristik UMKM di daerahnya. Menggabungkan kedua hal tersebut menghasilkan program yang berfokus pada target yang telah ditetapkan. Selain itu, fakta bahwa pemerintah daerah memiliki kekuasaan yang signifikan memungkinkan pembentukan sejumlah peraturan untuk mempertahankan program yang telah dirancang dengan baik dan mempraktikkannya dari waktu ke waktu.

Karena lebih memahami situasi di wilayahnya, pemerintah daerah mengetahui kerarifan lokal yang bisa dimanfaatkan untuk mendukung UMKM. Hal ini dapat dilakukan, misalnya, dengan menyesuaikan program dengan kearifan lokal

yang mencerminkan keunggulan komparatif daerah. Berbeda dengan pelibatan peran yang biasa dilakukan oleh pemerintah pusat, keberhasilan program di tingkat daerah sering kali berkorelasi positif dengan kualitas pemimpin daerah. Studi ini menemukan bukti tentang hal tersebut di hampir semua pemerintah daerah yang diwawancarai tim studi.

5.2.3 Kemampuan dan Infrastruktur Digital

Penggerak ketiga adalah kemampuan dan infrastruktur digital. Dua hal ini sangat penting selama pandemi karena platform *e-commerce* menawarkan cara yang efektif bagi UMKM untuk mendapatkan pasar yang jauh lebih luas sehubungan dengan pemberlakuan pembatasan sosial dan gencarnya kampanye tinggal di rumah.

Platform digital menawarkan potensi yang besar dalam membantu UMKM menjangkau permintaan. Pertama, *onboarding* ke platform *e-commerce* secara otomatis mempertemukan UMKM dengan kumpulan permintaan yang jauh lebih besar. Kedua, pengetahuan yang diperoleh dan diproses oleh *e-commerce* memberikan informasi yang sangat berharga namun murah kepada UMKM sebagai bahan untuk mengambil keputusan strategis dalam memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas. Ketiga, *fintech* berpotensi menjadi sumber pendanaan alternatif bagi usaha mikro dan kecil yang membutuhkan pencairan yang cepat, yang biasanya tidak mungkin diperoleh dari bank konvensional.

Bagian tak terpisahkan dari digitalisasi adalah infrastruktur dasar dan literasi digital. Contoh yang pertama adalah banyaknya pengusaha mikro dan kecil yang tidak memiliki atau tidak mampu mengoperasikan telepon pintar, terutama mereka yang berada di daerah terpencil. Untuk literasi digital, studi ini menemukan bahwa literasi digital masyarakat masih lemah, bahkan di daerah perkotaan di Pulau Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan investasi yang besar untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pengusaha mikro dan kecil. Sementara itu, dari sudut pandang publik, koneksi internet berkecepatan tinggi dan andal sangat diperlukan untuk mendorong penetrasi *e-commerce* ke seluruh wilayah di Tanah Air dan agar UMKM bisa menembus pasar ekspor.

5.2.4 Kolaborasi dan Kemitraan

Penggerak keempat adalah kolaborasi antara pemerintah dan swasta. Bukti menunjukkan bahwa kolaborasi antara keduanya memberikan akses bagi UMKM ke permintaan yang tersembunyi. Studi kasus dari sejumlah program menunjukkan bahwa kolaborasi tersebut perlu menjadi satu kesatuan. Karena itu, pelajaran dari temuan studi adalah proposisi bahwa program bantuan pada masa pandemi harus dibangun berdasarkan—atau dimodifikasi dari—program yang sudah ada/reguler yang sudah terbukti berhasil. Kolaborasi yang kompak dan solid memang membutuhkan waktu agar kokoh.

Kolaborasi atau kemitraan antar-berbagai elemen sektor swasta, terutama antar-asosiasi bisnis dan/atau bisnis dalam kelompok industri yang luas (misalnya, hotel-restoran dengan sektor ritel dan pertanian), atau bahkan lintas sektor yang berbeda (misalnya, asosiasi furnitur dan sektor ritel), dapat membuka jalan bagi UMKM untuk menjangkau permintaan yang belum digarap. Berbeda dengan kondisi normal, kondisi pada masa krisis, terutama krisis pandemi ini, membuktikan bahwa jalan untuk berkolaborasi atau menjalin kemitraan memang ada dan layak untuk dijajaki lebih lanjut.

06

PROGRAM UNGGULAN DAN QUICK WINS UNTUK MEMBANGKITKAN KEMBALI PERMINTAAN

Bagian ini berfokus pada program-program unggulan pemerintah pusat dan daerah yang diklasifikasikan ke dalam enam kategori, yakni peningkatan kapasitas, pengembangan klaster (sentra), orientasi ke platform digital, *link and match*, bantuan strategis dalam bentuk barang, dan bantuan keuangan.

6.1 PROGRAM UNGGULAN

6.1.1 Peningkatan Kapasitas

Banyak lembaga pemerintah telah menjalankan program peningkatan kapasitas UMKM, yang sebagian besar dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Di tengah ketidakpastian ekonomi akibat pandemi, UMKM membutuhkan bantuan peningkatan kapasitas untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam beradaptasi dengan permintaan dan lingkungan bisnis yang baru. Sementara program peningkatan kapasitas sebelum pandemi berhasil membangun fondasi bisnis UMKM, program-program terpilih dalam Tabel 6.1 berhasil membantu UMKM dalam memperoleh keterampilan yang relevan untuk bertahan dan berkembang pada masa-masa sulit ini.

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6.1, program-program utama tersebut merupakan modifikasi atau perpanjangan dari program yang sedang berjalan, seperti UMKM Juara (program Jawa Barat) ataupun yang baru diluncurkan dalam masa pandemi, yaitu Beli Kreatif Lokal (Kemenparekraf) dan Kartu Prakerja (Kemenko Perekonomian). UMKM Juara, program yang berhasil mendorong UMKM lokal ke pasar nasional dan global, melakukan penyesuaian dengan menyampaikan program melalui pertemuan tatap muka dan pertemuan daring, serta mempercepat jadwal program dari periode enam bulan menjadi dua bulan. Beli Kreatif Lokal, program peningkatan kapasitas pelaku usaha kuliner, fesyen, dan kerajinan, berhasil menaikkan pendapatan UMKM sehingga mereka bisa bertahan pada masa pandemi. Memberikan pelatihan informal bagi para pengangguran dan pengusaha mikro, Kartu Prakerja menawarkan berbagai konten keterampilan kewirausahaan sehingga mendorong munculnya calon pengusaha dan menciptakan lapangan kerja.

Fitur penting yang memberikan dampak positif, seperti yang terlihat dari program UMKM Juara dan Beli Kreatif Lokal, meliputi (1) penyediaan pembinaan dan pendampingan untuk memantau kemajuan dan mengevaluasi kinerja UMKM selama periode peningkatan kapasitas; (2) wirausaha *end-to-end* atau program kewirausahaan yang mencakup seluruh program peningkatan kapasitas dari sisi produksi hingga pemasaran; dan, (3) fleksibilitas untuk memilih konten pembelajaran berdasarkan relevansi dan hubungan langsung dengan insentif setelah program selesai, terutama terlihat pada program Kartu Prakerja.

Tabel 6.1 Program Peningkatan Kapasitas

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
Nama Program	UMKM Juara	Beli Kreatif Lokal	Kartu Prakerja
a. Format program	UMKM yang dinobatkan sebagai <i>champion</i> atau penggerak akan mendapatkan pendampingan dan pelatihan oleh para ahli selama 6 bulan.	Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia merupakan program untuk memfasilitasi 500 pekerja kreatif di Jabodetabek.	Kartu Prakerja bertujuan untuk mengembangkan kompetensi tenaga kerja, termasuk peningkatan keterampilan (<i>upskilling</i>) dan pelatihan ulang (<i>reskilling</i>), dengan menyediakan dana untuk mengakses pelatihan di konten mitra terpilih.

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
Nama Program	UMKM Juara	Beli Kreatif Lokal	Kartu Prakerja
b. Durasi program	6 bulan dalam rencana awal, 2 bulan di masa pandemi.	13 April hingga 30 Desember 2020.	Gelombang pertama Kartu Prakerja dimulai pada 11 April 2020. Gelombang terbaru, angkatan 17 dimulai 5 Juni 2021.
c. Penerima manfaat program	5.514 UKM mengikuti program ini.	500 pengusaha subsektor fesyen, kerajinan, dan kuliner, serta 2.713 pekerja kreatif.	5,5 juta orang Indonesia yang sedang mencari pekerjaan, pekerja yang diberhentikan, dan pekerja yang perlu ditingkatkan kompetensinya.
d. Total dana yang disalurkan untuk program	Rp2,8 miliar hanya untuk biaya bantuan.	Rp12,5 miliar.	Rp3,55 juta per penerima, dengan rincian sebagai berikut: Bantuan pelatihan Rp1 juta. Insentif pasca-pelatihan total Rp2,4 juta (Rp600.000 x 4 bulan). Insentif pascasurvei total Rp150.000 (Rp50.000 x 3 survei).
e. Hambatan dan tantangan untuk mengembangkan dan melaksanakan program	Kemampuan masing-masing UKM di masing-masing daerah tidak merata, sehingga membutuhkan perhatian ekstra bagi para pendamping.	Pertemuan fisik masih diperlukan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat/pelaku kreatif Beberapa peserta tidak mengirimkan data secara rutin, sehingga data omzet penjualan tidak dapat terlacak secara utuh.	Mengelola ekspektasi publik dan mengamankan reformasi; Mempersiapkan transisi dari program jaminan semi sosial ke program peningkatan keterampilan; Membangun budaya belajar digital; dan Memastikan keberlanjutan program: mencocokkan desain kebijakan dan pengoperasian program.

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Barat	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
Nama Program	UMKM Juara	Beli Kreatif Lokal	Kartu Prakerja
f. Rekomendasi untuk modifikasi	<p>Melanjutkan pelatihan setelah masa pelatihan wajib dua bulan. Kelanjutan ini bersifat fleksibel, menyesuaikan dengan keperluan UMKM.</p> <p>Menetapkan target minimum UMKM yang dinobatkan sebagai <i>champion</i> dari setiap kabupaten, dengan tujuan pemeratakan dampak positif dari program UMKM Juara.</p> <p>Mereplikasi format program ini ke daerah lain dengan modul yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik daerah.</p>	<p>Mereplikasi program ini ke daerah lain dan diutamakan ke sentra wisata yang sudah terdapat UMKM yang memiliki kapasitas produksi di ketiga bidang kreatif yang dicakup oleh program ini.</p> <p>Memperbesar porsi pelatihan literasi digital dalam rangka meningkatkan kemampuan <i>onboarding</i> ke platform <i>e-commerce</i>.</p>	<p>Menciptakan program turunan yang memfasilitasi penciptaan wirausaha andal (seperti program magang) dan/ atau memberikan akses terjamin terhadap permintaan (misalnya jaminan akses ke program pengadaan pemerintah untuk UMKM) dalam rentang waktu tertentu (atau dengan <i>sunset clause</i>).</p>

Sumber: Penulis (2021)

6.1.2 Pengembangan Klaster (Sentra)

Keberhasilan dalam pengalihan model bisnis selama pandemi menuntut strategi yang berfokus pada pengembangan produk yang baru muncul dengan membangun kompetensi. Memiliki kompetensi yang kuat dalam produksi batik, Pemprov Jawa Tengah mendorong UMKM di bawah klaster batik untuk mengalihkan produksinya ke produk daster, karena permintaan untuk kategori siap pakai meningkat signifikan selama pandemi sehubungan dengan adanya aktivitas “tinggal di rumah”. Demikian pula yang dilakukan Kemenko Perekonomian dengan mengembangkan klaster rendang di Payakumbuh dan klaster rumput laut di Wakatobi untuk memperkuat daya saing produk lokal (Tabel 6.2).

Pengembangan kluster (sentra) membentuk ekosistem pendukung yang memungkinkan kolaborasi antar-pemangku kepentingan. Seperti yang ditunjukkan oleh kluster batik di Jawa Tengah, meningkatnya kemampuan UMKM dalam memproduksi dan memasarkan produk batik juga didorong oleh interaksi dengan desainer lokal yang memberikan pengetahuan mengenai tren terbaru di industri fesyen, dan UMKM ritel yang berbagi pemahaman yang relevan tentang *e-commerce*. Pengembangan kluster yang menargetkan komoditas tertentu akan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dan memfokuskan pemberian dukungan dan pengembangan keterampilan/kompetensi yang diperlukan untuk memperkuat daya saing dan skalabilitas. Lebih lanjut, strategi ini bisa membuka akses UMKM ke pasar yang lebih luas, yakni pelanggan institusi, ekspor, hingga rantai nilai global.

Tabel 6.2 Program Pengembangan Kluster (Sentra)

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
Nama Program	Perubahan dari Kluster Batik Menjadi Daster	Sentra Rendang dan Rumput Laut
a. Format program	Guna memenuhi tingginya permintaan daster berbahan batik pada masa pandemi, Pemprov Jateng memberikan bantuan kepada kluster busana batik untuk mengubah produk batik menjadi busana siap pakai.	Merupakan program sinergi antara kementerian dan lembaga untuk meningkatkan daya saing UMKM. Sinergi dilakukan untuk memfasilitasi UMKM dalam hal infrastruktur dan pembinaan.
b. Durasi program	2-3 tahun.	Pendirian kluster rendang dimulai pada 2017.
c. Penerima manfaat program	Pekerja UMKM batik di kawasan Lasem, Rembang.	Hingga saat ini, ada 51 UKM yang bergabung sebagai anggota kluster rendang (26 bergabung secara formal).
d. Total dana yang disalurkan untuk program	Rp414.158.000 digunakan untuk pelatihan desain dan menjahit (Rp206.885.000); pemasaran dan acara (Rp129.594.000); dan peningkatan kapasitas koperasi (Rp77.679.000).	Rp16,5 miliar dari dana alokasi khusus Kemenperin 2017-2019.

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Tengah	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
Nama Program	Perubahan dari Kluster Batik Menjadi Daster	Sentra Rendang dan Rumput Laut
e. Hambatan dan tantangan untuk mengembangkan dan melaksanakan program	Ego setiap pelaku usaha untuk bergabung dalam koperasi, terbatasnya pengrajin terampil, kualitas pengurus/pengelola koperasi, dan sarana produksi.	Tantangan dalam mempersiapkan izin usaha baik untuk pasar domestik maupun ekspor.
f. Rekomendasi untuk modifikasi	<p>Menyediakan informasi tentang perkembangan pasar/permintaan beserta akses ke informasi tersebut.</p> <p>Memperbaiki akses terhadap barang input dan akses ke permodalan.</p> <p>Mereplikasi program inovasi produk sesuai permintaan pasar ini ke sentra-sentra UMKM lain.</p>	<p>Mereplikasi program untuk mengembangkan jenis makanan yang memiliki potensi pasar besar (domestik maupun ekspor).</p> <p>Salah satu bagian dari inovasi produk adalah mengembangkan industri pengepakan/pengalengan dari jenis makanan yang dikembangkan. Pemerintah perlu mengundang investor untuk pengembangan industri ini.</p>

Sumber: Penulis (2021)

6.1.3 Onboarding ke Platform Digital

Pandemi Covid-19 telah mendorong terjalannya kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital dalam memfasilitasi UMKM untuk bergabung dengan platform *e-commerce* atau *e-marketplace* guna menjangkau pelanggan selama berlangsungnya pembatasan mobilitas dan operasi bisnis. Selain itu, sejumlah pemerintah daerah berkolaborasi dengan pemain digital nasional dan regional sebagai strategi *quick wins* proses *onboarding* UMKM ke pasar digital.

Terkendala oleh kurangnya infrastruktur teknologi dan literasi yang memadai, UMKM sangat bergantung pada dukungan pendampingan. Program pilihan yang ditunjukkan pada Tabel 6.3 memperlihatkan kolaborasi antara pemain digital dan bantuan pembinaan/*mentorship* yang intens, sehingga memudahkan UMKM untuk *go digital*. Insentif pendukung, seperti subsidi kuota internet, subsidi pengiriman, ataupun potongan biaya komisi, juga membantu menarik UMKM untuk bergabung dengan platform digital dan mengajak mereka untuk aktif berjualan di platform tersebut.

Program Kakak Asuh Kemenkop UKM yang menggandeng *e-marketplace* berhasil menggalang UMKM melalui pendampingan langsung dari “saudara asuh” kepada UMKM. Pemprov Jawa Barat melalui program UMKM Juara berkolaborasi dengan sejumlah platform *e-commerce* untuk mendorong UMKM masuk ke pasar digital dan menegosiasikan biaya komisi yang lebih rendah sehingga memberikan manfaat komersial tambahan. Di Sulawesi Selatan, Gojek memberikan subsidi gratis ongkos kirim kepada UMKM makanan dan minuman yang tergabung dalam platform GoFood. Sementara itu, sebanyak 3.000 UMKM mendapat insentif kuota internet gratis dari Pemprov Sulawesi Selatan. Sebelum memulai program *onboarding*, Pemprov Sulawesi Selatan bekerja sama dengan bank anggota Himbara untuk memperkenalkan sistem perbankan kepada UMKM guna mendukung kesiapan UMKM melakukan transaksi digital.

Tabel 6.3 Program Onboarding ke Platform Digital

Lembaga	Kementerian Koperasi dan UKM	Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan	Pemerintah Provinsi Jawa Barat
Nama Program	Kakak Asuh	<i>Onboarding</i> GoFood	Bantuan Onboarding Platform Digital/ Virtual Expo untuk UMKM Juara
a. Format program	Berkolaborasi dengan <i>e-marketplace</i> , seperti Blibli dan Lazada Indonesia, UMKM yang belum <i>onboarding</i> akan didampingi oleh “kakak asuh” untuk membuka dan memperluas akses pemasaran produknya di pasar digital.	Bergabungnya UMKM makanan dan minuman lokal dengan GoFood dan pemberian subsidi kuota internet sebagai insentif.	Berkolaborasi dengan platform digital, seperti Shopee, Blibli, Tokopedia, dan Bukalapak, untuk <i>onboarding</i> UMKM.
b. Durasi program	Mulai Agustus 2020.	Mulai 2021 dan akan direplikasi pada 2022 dan seterusnya jika membawa efek pengganda yang signifikan.	Satu tahun dan dilanjutkan dengan perpanjangan.

Lembaga	Kementerian Koperasi dan UKM	Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan	Pemerintah Provinsi Jawa Barat
Nama Program	Kakak Asuh	Onboarding GoFood	Bantuan Onboarding Platform Digital/ Virtual Expo untuk UMKM Juara
c. Penerima manfaat program	<i>Data tidak tersedia saat studi selesai.</i>	Sekitar 3.000 UMKM.	Sekitar 200 UMKM.
d. Total dana yang disalurkan untuk program	<p>“Kakak Asuh” merupakan kerja sama timbal balik antara SMESCO (Kemenkop UKM) dengan platform digital tanpa dibiayai dari anggaran pemerintah. “Kakak Asuh” akan memberikan pendampingan kepada “Adik Asuh”. “Kakak Asuh” akan mendapatkan komisi 7,5 persen per unit yang terjual. Lazada dan Blibli adalah dua platform digital yang meluncurkan program Kakak Asuh pada 2020.</p>	Sekitar Rp200 juta.	Biaya kemitraan dengan sponsor/BJB sebesar Rp500 juta serta dukungan dari APBD sebesar Rp30 juta.
e. Hambatan dan tantangan untuk mengembangkan dan melaksanakan program	Tingkat keberhasilan melakukan <i>onboarding</i> UMKM ke <i>e-marketplace</i> relatif kecil, hanya 5 persen.	Belum ada yang teridentifikasi, namun pemerintah saat ini sedang mempersiapkan dokumen resmi instruksi pelaksanaan.	<p>Kendala pendataan UMKM.</p> <p>Diperlukan penyebaran informasi.</p> <p>Tutorial tatap muka dianggap lebih efektif untuk menarik UMKM.</p>

Lembaga	Kementerian Koperasi dan UKM	Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan	Pemerintah Provinsi Jawa Barat
Nama Program	Kakak Asuh	Onboarding GoFood	Bantuan Onboarding Platform Digital/ Virtual Expo untuk UMKM Juara
f. Rekomendasi untuk modifikasi	Memberikan pelatihan awal tentang literasi digital dasar, seperti membuat <i>e-mail</i> , sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan keberhasilan program <i>onboarding</i> .	Memperluas program serupa untuk sektor UMKM lainnya di luar sektor makanan dan minuman, seperti ritel ke GoShop/ GoMart.	Memanfaatkan basis data UMKM dari seleksi program UMKM Juara sebagai calon UMKM potensial untuk <i>onboarding</i> .

Sumber: Penulis (2021)

6.1.4 Link and Match

Pada masa pandemi, pasar ritel atau segmen B2C mengalami penurunan daya beli. Agar tak kehilangan pendapatan, UMKM harus membuka pasar baru. Untuk itu, pemerintah bisa memfasilitasi perhubungan bisnis antara UMKM dan calon *off-taker* yang akan membawa UMKM ke pelanggan institusi (segmen B2B). Di tingkat lokal, program *link and match* yang sukses melibatkan *business matching* yang diinisiasi oleh pemerintah untuk menghubungkan UMKM dengan lembaga yang potensial, seperti yang dilakukan oleh Pemprov Jawa Tengah dengan memfasilitasi pembicaraan antara Accor Group dan UMKM untuk memprioritaskan UMKM dalam pengadaan kebutuhan sehari-hari hotel dan menampilkan produk/jasa UMKM di fasilitas hotel (lihat Tabel 6.4).

Dalam program yang lebih terstruktur, penyelenggaraan pameran virtual menjadi alternatif untuk menghubungkan UMKM dengan pembeli dari dalam dan luar negeri secara efektif di tengah pembatasan mobilitas. Meskipun tingkat partisipasi dalam sesi virtual pertama Trade Expo Indonesia yang diselenggarakan Kemendag masih rendah, pameran ini perlu dilanjutkan dengan sejumlah peningkatan dalam hal teknologi maupun pemasarannya, seperti yang dipelajari dari praktik global di negara-negara maju seperti Korea Selatan.

Program *link and match* B2B terbukti efektif memulihkan permintaan terhadap UMKM. Bersama perjodohan bisnis, program *link and match* disajikan secara rinci pada Tabel 6.4. Perjodohan bisnis merupakan kunci utama program *link and match* Pemprov Jawa Tengah karena tepat memilih sasaran, yaitu kelompok usaha mikro yang rentan keluar dari industri. Sementara itu, program Kemendag memanfaatkan teknologi digital lebih optimal sebagai sarana promosi ekspor.

Tabel 6.4 Program Unggulan Link and Match

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Kementerian Perdagangan	Kementerian Perdagangan
Nama Program	Fasilitasi <i>Business Matching</i> dengan Accor Group	<i>Virtual Expo</i>
a. Format program	<p>Pengadaan kebutuhan sehari-hari hotel.</p> <p>Penyediaan pojok-pojok UMKM.</p> <p>Pameran reguler/mini <i>expo</i> pada hari-hari tertentu.</p> <p>Paket wisata dalam program <i>city tour</i> untuk tamu hotel.</p>	Kemendag menggelar Trade Expo Indonesia secara virtual.
b. Durasi program	Kontrak berlaku selama lima tahun dan akan dievaluasi setiap tahun.	Program dimulai pada September 2020.
c. Penerima manfaat program	Hotel di Jawa Tengah seperti Hotel Royal Solo, Novotel Solo, dan Hotel Ibis Semarang Simpang Lima.	UMKM khusus kerajinan seperti aksesoris, dekorasi, cendera mata, dan mainan anak.
d. Jumlah dana yang disalurkan untuk program tersebut	Anggaran pertemuan sebesar Rp15 juta, dan transaksi sebesar Rp1.561.506.500 per tahun.	Sekitar Rp200 juta.
e. Hambatan dan tantangan untuk mengembangkan dan melaksanakan program	Tidak semua produk UMKM memenuhi standar dan kualitas yang disyaratkan oleh hotel.	Kemampuan UMKM tetap menjadi tantangan untuk <i>onboarding</i> . Kemendag membantu UMKM dalam membuat akun di <i>marketplace</i> dan mengecek transaksi melalui sistem karena sebagian besar transaksi dilakukan melalui <i>marketplace</i> .

Lembaga	Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Kementerian Perdagangan	Kementerian Perdagangan
Nama Program	Fasilitasi <i>Business Matching</i> dengan Accor Group	<i>Virtual Expo</i>
f. Rekomendasi untuk modifikasi	Memperluas program serupa dengan jaringan perhotelan lainnya, baik jaringan global maupun lokal, sekaligus mereplikasi program ini ke daerah lainnya.	Membawa konsep acara virtual yang lebih interaktif, misalnya dengan menggunakan teknologi <i>virtual reality</i> , untuk menarik calon pembeli dalam mengeksplorasi produk lebih lanjut. Konsep ini juga bisa didukung melalui kolaborasi dengan mitra pelaku digital dan pelaku industri kreatif, sehingga dapat sekaligus meningkatkan kunjungan.
f. Rekomendasi untuk modifikasi	Memastikan ketentuan komersial yang adil (tarif sewa, porsi bagi hasil) dan ketentuan pembayaran kepada UMKM, misalnya kebijakan kolektibilitas maksimal 30 hari, untuk meningkatkan modal kerja dan likuiditas UMKM. Mengadakan pendampingan bagi UMKM yang berpotensi menjadi pemasok agar dapat memenuhi ketentuan standar dan kualitas.	

Sumber: Penulis (2021)

6.1.5 Bantuan Strategis dalam Bentuk Barang

Agar UMKM dapat segera mengalihkan bisnisnya dengan menghasilkan produk baru yang diminta oleh pelanggan, beberapa program memberikan bantuan strategis dalam bentuk nontunai atau dalam bentuk barang. Seperti terlihat pada Tabel 6.5, program jenis ini membantu UMKM mengakses modal kerja dalam bentuk bahan baku (program yang dilaksanakan oleh Pemprov Jawa Tengah), belanja modal dalam bentuk alat produksi dan penyimpanan (program KKP), atau aset tetap/infrastruktur dalam bentuk telepon seluler dan kredit (sumbangan sektor swasta difasilitasi oleh Kemenkominfo). Modifikasi ke depan dapat dilakukan dengan memperluas cakupan, baik jumlah penerima, provinsi, ataupun sektor, diikuti dengan memperluas sosialisasi program tersebut.

Tabel 6.5 Program Unggulan Bantuan Strategis dalam Bentuk Barang

Institusi	Kementerian Kelautan dan Perikanan	Kementerian Komunikasi dan Informatika (dengan Sektor Swasta)	Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
Nama Program	Peralatan Pengolahan Ikan	Ponsel dan Pulsa	Bahan Baku Makanan
a. Format	Bantuan peralatan pengolahan, alat pendingin (chest freezer) dan alat pemasaran.	Kemenkominfo menggandeng korporasi yang memiliki CSR untuk menyediakan ponsel bagi UMKM.	Menyediakan bahan baku produksi bagi UMKM di bidang pangan seperti gula, tepung terigu, minyak, telur, dan lain-lain.
b. Durasi	Dari 2020 hingga 2024.	<i>Data tidak tersedia saat studi selesai.</i>	Empat bulan.
c. Penerima manfaat	281 penerima bantuan peralatan pengolahan dan 257 penerima bantuan chest freezer di 9 provinsi pada 2020.	<i>Data tidak tersedia saat studi selesai.</i>	5.858 UKM di bidang pangan.
d. Sumber daya	Dianggarkan dalam PEN sebesar Rp4,52 miliar.	Tidak tersedia, Menkominfo bertindak sebagai fasilitator dalam program ini	Rp15.468.592.000
e. Tantangan	1. Biaya internet mahal. 2. Penyampaian <i>workshop</i> kurang interaksi.	<i>Data tidak tersedia saat studi selesai.</i>	Duplikasi calon penerima hingga risiko kenaikan harga.
f. Rekomendasi untuk modifikasi program	Cakupan provinsi diperluas, terutama penghasil ikan tertinggi berdasar data BPS, seperti Sumatera Utara, Maluku, Papua Barat, Sulawesi Utara dan Sulawesi Selatan.	Keputusan Menteri Keuangan Nomor 349/KMK.02/2020 tentang biaya paket data dan komunikasi tahun anggaran 2020 dapat mengakomodasi bantuan ini.	Dapat diadopsi di tingkat nasional, terutama provinsi yang paling terdampak pandemi, yakni Bali, Kepulauan Riau, dan Banten.

Institusi	Kementerian Kelautan dan Perikanan	Kementerian Komunikasi dan Informatika (dengan Sektor Swasta)	Pemerintah Provinsi Jawa Tengah
Nama Program	Peralatan Pengolahan Ikan	Ponsel dan Pulsa	Bahan Baku Makanan
f. Rekomendasi untuk modifikasi program	Adanya sosialisasi dan asistensi untuk bisa mendapatkan Sertifikasi Kelayakan Pengolahan (SKP).	Perluasan kolaborasi dengan perusahaan telekomunikasi, e-commerce, dan perusahaan layanan digital lainnya.	Prioritas sektor makanan dan minuman atau sektor lainnya yang paling terdampak selama pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Dapat memanfaatkan <i>e-Warong</i> (Electronic Warung Gotong Royong), seperti penyaluran BPNT.

Sumber: Penulis (2021)

6.1.6 Bantuan Keuangan

Selama pandemi, pemerintah menjalankan berbagai program bantuan keuangan untuk menyelamatkan UMKM di berbagai sektor. BPUM, program baru yang diluncurkan oleh Kemenkop UKM, memberikan bantuan tunai untuk 12 juta usaha mikro pada 2020 dan 12,8 juta usaha mikro pada 2021, dengan sasaran mereka yang *unbankable*—ditunjukkan dengan tidak adanya *outstanding* kredit dari bank. KUR yang merupakan program pembiayaan unggulan bagi UMKM juga disalurkan kepada usaha mikro melalui KUR Super-Mikro dengan pinjaman maksimal Rp10 juta. Selama 2020, bunga KUR Super-Mikro dan KUR—yang plafon pinjamannya Rp25 juta—disubsidi oleh pemerintah.

Seperti ditunjukkan pada Tabel 6.6, dengan menargetkan subsektor terpilih di UMKM pariwisata dan ekonomi kreatif, Kemenparekraf meningkatkan alokasi anggaran untuk program reguler Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) pada 2020 dengan mengucurkan hibah Rp100-200 juta per perusahaan terpilih untuk modal kerja dan belanja modal. Dalam membantu biaya operasional, pemerintah bekerja sama dengan PLN untuk memberikan subsidi listrik bagi UMKM terpilih. Untuk modifikasi program ke depan, sama seperti program bantuan barang, cakupan program perlu diperluas, baik dari sisi jumlah penerima, provinsi, maupun sektor. Program tersebut juga dapat dikombinasikan dengan program lain seperti pendampingan dan bantuan dalam bentuk barang.

Tabel 6.6 Program Bantuan Keuangan

Institusi	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Kementerian Koperasi dan UKM	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian	Perusahaan Listrik Negara (PLN)
Nama Program	Bantuan Insentif Pemerintah (BIP)	Bantuan Produktif bagi Usaha Mikro (BPUM)	Kredit Usaha Rakyat (KUR)	Subsidi listrik
a. Format	BIP Reguler: Maksimal Rp200 juta per penerima. BIP JPU (efek pandemi): Rp20 juta per penerima untuk pelaku usaha di bidang fesyen, kuliner, dan kriya.	Transfer tunai Rp2,4 juta per usaha mikro yang tidak menerima kredit bank.	KUR maksimal Rp25 juta per debitur, bunga 6% per tahun. KUR Super-Mikro maksimal Rp10 juta per debitur, bunga 0% hingga 31 Des 2020, dan selanjutnya normal 6 persen.	Subsidi listrik oleh PLN untuk rumah tangga dan UKM.
b. Durasi	Pendaftaran dibuka mulai 9 Juli 2020 hingga 7 Agustus 2020.	Pada 2020 (rencana perpanjangan tahun 2021).	November 2007 hingga sekarang.	Mei-Oktober 2020 (masih dapat diperpanjang).
c. Penerima manfaat	Badan usaha yang telah berdiri minimal satu tahun dan berbadan hukum.	12 juta dan 12,8 juta usaha mikro pada tahun 2020 dan 2021, masing-masing	KUR: 1.066.083 penerima per Februari 2021. KUR Super-Mikro: penerima manfaat adalah pekerja yang diberhentikan dan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha.	Setiap rumah tangga konsumen pascabayar atau UKM yang menggunakan listrik berdaya 450 VA dan 900 VA.
d. Sumber daya	Rp24 miliar.	Masing-masing sebesar Rp28,8 triliun dan Rp15,36 triliun pada 2020 dan 2021.	Sekitar Rp130.657 triliun per September 2020 dan Rp38.672 triliun per Februari 2021.	Anggaran mencapai Rp3,07 triliun.

Institusi	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Kementerian Koperasi dan UKM	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian	Perusahaan Listrik Negara (PLN)
Nama Program	Bantuan Insentif Pemerintah (BIP)	Bantuan Produktif bagi Usaha Mikro (BPUM)	Kredit Usaha Rakyat (KUR)	Subsidi listrik
e. Tantangan	<i>Pengumpulan data sedang berlangsung.</i>	Tidak tersedianya basis data UMKM untuk mengidentifikasi penerima manfaat yang memenuhi syarat.	Suku bunga KUR masih relatif tinggi. Distribusi KUR sangat terkonsentrasi di Pulau Jawa. Informasi kurang tersebar. Jumlah dana untuk KUR dianggap kurang.	Realisasi penyaluran subsidi hingga saat ini belum sepenuhnya tepat sasaran.
f. Rekomendasi untuk modifikasi program	BIP JPU diperluas untuk sektor pariwisata.	Cakupan jumlah penerima BPUM ditambah. BPUM dikombinasikan dengan bantuan lainnya seperti bantuan operasional.	Cakupan di luar Jawa diperluas.	Program ini dapat dikombinasikan dengan program lain seperti BPUM
f. Rekomendasi untuk modifikasi program	BIP JPU diperluas untuk sektor pariwisata.	Asistensi untuk pengurusan perizinan dan NPWP, izin usaha, dan lain-lain. Diikuti pendampingan, termasuk <i>coaching</i> dan <i>mentoring</i> , seperti penyusunan laporan keuangan. Basis data BPUM diintegrasikan dengan program bantuan sosial lainnya.	Cakupan di luar Jawa diperluas.	Alternatif: voucher listrik untuk konsumen prabayar, khusus usaha mikro.

Sumber: Penulis (2021)

6.2 QUICK WINS

Ketidakpastian kapan pandemi Covid-19 berakhir membuat pentingnya upaya yang lebih terpadu untuk memulihkan permintaan terhadap produk UMKM dengan cepat sambil menavigasi jalan menuju pemulihan ekonomi makro. Studi ini mengidentifikasi beberapa program yang dapat dijadikan “*quick wins*”, yaitu program potensial yang dapat memberikan dampak besar untuk mendorong permintaan UMKM dan dapat segera dilaksanakan dalam jangka waktu yang singkat (90 hari atau kurang). Selain dampak langsung dan kelayakan implementasi, studi juga mempertimbangkan prospek pertumbuhan ekosistem sebagai kriteria tambahan untuk memastikan bahwa program tersebut dapat menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan, sehingga dapat memperkuat ketahanan.

Program *quick wins* yang diidentifikasi di bagian berikut berfokus pada fasilitasi strategi perluasan akses pasar bagi UMKM dengan memanfaatkan permintaan baru pada masa pandemi. Misalnya, mempercepat digitalisasi UMKM melalui *onboarding* ke platform digital dan memfasilitasi lebih banyak UMKM yang berpartisipasi dalam sistem pengadaan pemerintah. Studi ini juga mengungkapkan peran kampanye nasional dalam mempromosikan produk lokal sebagai upaya konsisten untuk membangun kesadaran konsumen, sehingga menciptakan permintaan impulsif jangka pendek dan memperkuat preferensi konsumen terhadap produk UMKM dalam jangka panjang. Karena itu, strategi *quick wins* lain yang akan dibahas adalah replikasi Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia atau BBI.

6.2.1 Mempercepat *Onboarding* UMKM ke Platform Digital

Pembatasan mobilitas dan terbatasnya kegiatan operasional bisnis selama pandemi membatasi tuntutan terhadap penggunaan teknologi dalam penyampaian produk dan layanan kepada konsumen. Pandemi telah mempercepat adopsi digital secara umum dan *e-commerce* secara khusus. Berawal dari kontribusi 2 persen terhadap total ritel Indonesia pada 2016, kontribusi *e-commerce* tumbuh secara masif menjadi 20 persen pada 2020.¹⁴ Ada prediksi bahwa konsumen akan melanjutkan perilaku digital yang baru mereka diadopsi saat pandemi, seperti yang ditunjukkan oleh prospek pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang meningkat rata-rata 23 persen per tahun hingga 2025, yang sebagian besar didorong oleh *e-commerce*.¹⁵

¹⁴ Sisanya 80 persen kontribusi terdiri dari jalur perdagangan tradisional (warung/mom and pop store, lapak/jajanan kaki lima, pasar basah) dan jalur perdagangan modern (jaringan ritel besar termasuk supermarket, hypermarket, toko serbaada, toko khusus). Sumber: Bank Dunia, Bank Indonesia, Euromonitor, CLSA, analisis Momentum Works seperti dilansir dari Blooming E-commerce in Indonesia (Momentum Works, 2021).

¹⁵ Google, TEMASEK, and BAIN & COMPANY (2020).

Adopsi digital yang cepat selama pandemi dan pertumbuhan ekonomi digital yang konsisten merupakan alasan penting memasukkan lebih banyak UMKM ke platform digital. Tidak hanya untuk bertahan dari pandemi, tetapi juga untuk berkembang seiring dengan cepatnya pertumbuhan ekonomi digital. Setidaknya ada dua jalur yang memungkinkan untuk mendorong UMKM masuk ke platform digital, yaitu:

» **Masuknya UMKM ke Platform E-Commerce yang Sudah Mapan**¹⁶

Selain bantuan langsung untuk memfasilitasi *onboarding*, dukungan penjualan dan pemasaran diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM setelah mereka berada di *marketplace*. Praktik global dan lokal menunjukkan dampak efektif dari voucher, dalam bentuk diskon langsung untuk produk/ layanan atau subsidi biaya pengiriman, dan halaman khusus atau kampanye promosi di platform untuk menciptakan pembelian oleh pelanggan. Melalui kolaborasi antara pemerintah dan platform *e-commerce*, sumber daya dari kedua belah pihak dapat disumbangkan bersama untuk memberikan dampak signifikan dengan anggaran yang efisien.

» **UMKM ke Platform E-Commerce yang Dikembangkan oleh Kementerian atau Pemerintah Daerah**¹⁷

Tergantung pada anggaran pemerintah untuk menyediakan voucher supaya permintaan meningkat dengan cepat, dukungan penjualan dan pemasaran juga dapat diberikan dalam bentuk lain. Misalnya, dukungan kampanye untuk menyebarluaskan informasi tentang produk UMKM atau akses langsung untuk *link and match* dengan pengadaan pemerintah sehingga menciptakan segmen baru dari permintaan.

Dalam mengembangkan kebijakan dan program untuk mempercepat *onboarding* UMKM ke platform digital, pembuat kebijakan dapat berfokus pada fitur-fitur utama seperti yang terdapat pada Tabel 6.7.

16 Untuk menghindari keraguan, platform e-commerce akan mencakup platform pasar digital dan platform sektor spesifik. Contoh platform marketplace yang sudah mapan di antaranya Blibli, Bukalapak, JD.id, Lazada, Shopee, dan Tokopedia. Contoh platform sektor spesifik di antaranya GoFood dan GrabFood (pengiriman makanan) serta Traveloka dan Tiket.com (sektor pariwisata dan hiburan).

17 Contoh platform e-commerce yang dikembangkan oleh kementerian atau pemerintah daerah di antaranya Pasar Digital (PaDi) oleh Kementerian BUMN, Borongdong.id oleh Jawa Barat, dan Malangleerr.com oleh Malang.

Tabel 6.7 Fitur Utama Kebijakan/Program Onboarding UMKM ke Platform Digital

Fitur Kebijakan/ Program	Deskripsi
Hasil yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> • Memperluas akses pasar UMKM melalui kehadiran digital. • Meningkatkan efisiensi operasional bisnis UMKM melalui digitalisasi. • Mempromosikan inovasi dan dengan demikian mempercepat skala usaha UMKM. • Meningkatkan akses kewirausahaan dari perspektif GESI dengan menghilangkan hambatan keterbatasan fisik dari model bisnis luring.
Target/fokus sektor UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan dan minuman: layanan makanan, makanan ringan, dan lain-lain. • Pertanian, peternakan, perikanan: makanan pokok, sayuran, buah-buahan, unggas, ikan, dan lain-lain. • Tekstil/fesyen: pakaian, masker/alat pelindung diri (permintaan pada masa pandemi), dan lain-lain.
Insentif	<ul style="list-style-type: none"> • Insentif untuk UMKM • Subsidi atau keringanan biaya <i>onboarding</i> seperti biaya pendaftaran dan biaya administrasi. • Diskon atau keringanan biaya platform seperti komisi penjualan dan biaya layanan. • Subsidi kuota internet/pulsa selama masa <i>onboarding</i>. • Insentif bagi pelanggan akhir (pembeli) untuk mendorong permintaan UMKM: • Diskon langsung untuk produk. • Subsidi ongkos kirim.
Prasyarat	<ul style="list-style-type: none"> • Kapabilitas UMKM: • Literasi digital. • Keterampilan operasional bisnis. • Kualitas produk terstandarisasi (sertifikasi menjadi nilai tambah). • Dukungan dari pemerintah: • Ketersediaan infrastruktur digital seperti akses internet, teknologi, dan infrastruktur telekomunikasi. • Dukungan kebijakan dalam pelaksanaan program dan pemberian insentif.

Sumber: Penulis (2021)

Belajar dari praktik sebelumnya, program *onboarding* layak untuk diteruskan karena adanya tujuan bersama dan potensi sinergi antara pembuat kebijakan dan platform *e-commerce*. Sementara pemerintah memiliki kewajiban untuk membantu kelangsungan bisnis UMKM, platform digital bergantung pada lebih banyak UMKM yang bergabung dengan mereka untuk meningkatkan lalu lintas dan transaksi. Dari sisi sumber daya, pemerintah memiliki kemampuan untuk menyediakan basis data UMKM potensial dan kebijakan atau program pendukung. Sementara itu, platform digital memiliki kemampuan untuk menyediakan ekosistem *marketplace* dan meningkatkan kapasitas terintegrasi pasca-*onboarding* untuk membantu pertumbuhan bisnis UMKM. Ilustrasi potensi sinergi dan kolaborasi antara pemerintah dan platform digital dapat dilihat pada Tabel 6.7.

Tabel 6.8 Peran Pemangku Kepentingan di Seluruh Tahap Onboarding Platform Digital

Pemangku Kepentingan	Fase: <i>Pra-Onboarding</i>	Fase: <i>Onboarding</i>	Fase: Pengembangan Awal	Fase: Pertumbuhan dan Retensi
Instansi pemerintah (kementerian, pemerintah daerah)	Memberikan basis data UMKM potensial (akan sangat baik jika UMKM potensial telah melalui proses penyaringan untuk meningkatkan tingkat keberhasilan sosialisasi). Memberikan peningkatan kapasitas pada literasi digital dasar.	Diseminasi informasi tentang sosialisasi rincian program untuk UMKM potensial.	Memberikan insentif dan dukungan untuk mendorong permintaan.	Memberikan program peningkatan kapasitas bagi UMKM untuk memperluas akses pasar (ekspor, pengadaan pemerintah, dan lain-lain.)
Platform digital (<i>marketplace</i>, layanan pengiriman makanan)	<i>Screening</i> UMKM potensial siap orientasi.	Memberikan pelatih/mentor untuk memberi induksi dan kapasitas selama proses <i>onboarding</i> . Memberikan bantuan administratif untuk memudahkan sosialisasi.	Memberikan insentif dan dukungan untuk mendorong permintaan.	Memberikan dukungan tambahan data/informasi, pemasaran, atau inisiatif operasional dan strategis bagi UMKM untuk meningkatkan bisnis UMKM sehingga dapat meningkatkan transaksi.

Sumber: Penulis (2021)

6.2.2 Memfasilitasi Lebih Banyak UMKM yang Berpartisipasi dalam Pengadaan Pemerintah

Pada 2020, pengadaan pemerintah untuk produk dan layanan sebesar ke Rp1.027 triliun—kontribusi 41 persen terhadap total APBN.¹⁸ Angka ini akan tumbuh menjadi Rp1.214 triliun pada 2021, yang berkontribusi 44 persen terhadap total APBN.¹⁹ Dengan 40 persen kuota yang dialokasikan untuk UMKM seperti yang disyaratkan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021,²⁰ nilai pengadaan pemerintah untuk UMKM setidaknya Rp480 triliun per tahun. Meskipun anggarannya besar dan jumlahnya terus bertambah,²¹ risiko gagal bayar (*sovereign risk*) pengadaan pemerintah hampir nol. Karena itu, permintaan baru ini memberikan peluang yang menguntungkan bagi UMKM. Tidak hanya selama pandemi—dengan pelanggan potensial lainnya, B2C/ritel atau B2B/lembaga, memiliki risiko gagal bayar yang lebih tinggi karena krisis—tetapi juga setelahnya.

Kuota 40 persen untuk UMKM dalam pengadaan pemerintah di Indonesia lebih tinggi daripada negara-negara perbandingan yang diidentifikasi dalam penelitian ini.²² Sebagai aturan yang baru diperkenalkan, diseminasi lanjutan, bimbingan, dan mekanisme penguatan diperlukan untuk memastikan UMKM dapat memanfaatkan akses pasar ini secara maksimal. Peraturan pelaksana harus dibuat untuk memperkuat penerapan kuota 40 persen tersebut dengan fokus pada fitur-fitur utama seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6.9.

18 Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (2020) dihitung oleh penulis.

19 Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (2021) dan Kementerian Keuangan (2021) dihitung oleh penulis.

20 Lihat Kotak 5.1 di Bab 5.1.

21 CAGR total pengadaan pemerintah dalam APBN 2017-2021 mencapai 3,97 persen. Nilai pada 2021 adalah angka yang dianggarkan.

22 Australia menetapkan kuota 35 persen, sedangkan Tiongkok menetapkan kuota 30 persen. Untuk lebih jelasnya lihat Lampiran 1.

Tabel 6.9 Fitur Utama Kebijakan/Program Partisipasi UMKM dalam Pengadaan Pemerintah

Fitur Kebijakan/ Program	Deskripsi
Hasil yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> • Memperluas akses pasar UMKM ke pengadaan pemerintah. • Memperkuat kuota 40 persen pengadaan pemerintah untuk UMKM.
Target/fokus produk UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan dan minuman: makanan ringan dan makanan untuk pertemuan pemerintah. • Perlengkapan kantor dan alat tulis. • Perlengkapan kantor dan perumahan pemerintah: lemari arsip, perabotan, dan lain-lain. • Peralatan elektronik: komputer, televisi, dan lain-lain. • Layanan: perawatan kantor, perbaikan dan perawatan kendaraan, dan lain-lain. • Hotel dan restoran: tempat pertemuan pemerintah.
Insentif	<ul style="list-style-type: none"> • Insentif untuk UMKM: • Pembinaan standardisasi mutu dan sertifikasi produk. • Kemudahan pendaftaran sistem pengadaan LKPP. • Insentif bagi entitas pemerintah untuk memprioritaskan UMKM: • Pengakuan/penghargaan khusus untuk pemenuhan kuota yang berhasil.
Prasyarat	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan UMKM: legalitas dan administrasi yang baik. • Mekanisme dan regulasi yang ramah UMKM untuk membantu UMKM dalam menavigasi prosedur/sistem pengadaan.

Sumber: Penulis (2021)

Studi ini mengusulkan untuk memperluas cakupan instansi dalam program pengadaan. Tidak hanya mencakup kementerian atau lembaga pemerintah, tetapi juga BUMN. Namun ide ini mungkin baru dapat dilaksanakan dalam jangka panjang karena program ini baru saja dimulai dan masih banyak yang harus dilakukan dan dipelajari. Kolaborasi antar-pemangku kepentingan memiliki peran penting untuk mempercepat proses *onboarding*, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 6.10.

Tabel 6.10 Peran Pemangku Kepentingan di Seluruh Tahap Pengadaan Pemerintah

Pemangku Kepentingan	Fase: Pra-Onboarding	Fase: Orientasi	Fase: Pemantauan dan Evaluasi
Instansi pemerintah (kementerian, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara)	<p>Pemetaan permintaan dan spesifikasi yang dibutuhkan oleh instansi pemerintah.</p> <p>Memberikan diseminasi dan peningkatan kapasitas untuk UMKM pada spesifikasi/persyaratan pengadaan.</p>	Memperbarui permintaan dan spesifikasi produk/jasa ke sistem pengadaan.	Memantau pemenuhan kuota pengadaan untuk UMKM
Instansi pemerintah fokus pada kebijakan pengadaan (LKPP)	Memberikan bantuan teknis dalam pengadaan pemerintah.	Memberikan bantuan teknis untuk lembaga dan UMKM dalam menavigasi mekanisme sistem pengadaan pemerintah.	<p>Memasok data dan informasi dari mekanisme yang sedang berlangsung.</p> <p>Memantau pemenuhan kuota pengadaan untuk UMKM.</p>
Asosiasi usaha (mewakili kelompok UMKM di sektor/ kelompok usaha tertentu)	<p><i>Screening</i> UMKM potensial siap <i>onboarding</i>.</p> <p>Memberikan diseminasi dan peningkatan kapasitas untuk UMKM pada spesifikasi/persyaratan pengadaan.</p>	Memberikan bantuan administrasi dan teknis untuk memfasilitasi sosialisasi.	Memberikan dukungan tambahan data/informasi, pemasaran, atau inisiatif operasional dan strategis untuk meningkatkan kapasitas UMKM.
Lembaga keuangan (bank, koperasi, <i>fintech</i>)	<p>Merancang struktur pembiayaan yang sesuai dengan risiko bagi UMKM yang memenangi kontrak dari pemerintah.</p> <p>Membangun kemitraan dengan pemangku kepentingan terkait untuk menyebarkan informasi bantuan pembiayaan bagi UMKM yang memenangi kontrak dengan pemerintah.</p>	<p>Mendorong tersedianya bantuan pembiayaan kepada UMKM peserta pengadaan pemerintah.</p> <p>Mengintegrasikan data dengan sistem pengadaan untuk <i>review</i> aplikasi kredit.</p>	Mengevaluasi kredit bermasalah untuk memperbaiki struktur pembiayaan dan penyaringan profil debitur.

Sumber: Penulis (2021)

Untuk memperluas peluang pengadaan pemerintah bagi UMKM, tahapan-tahapan di atas harus didahului dengan langkah awal untuk menghilangkan hambatan dan menyederhanakan mekanisme bagi UMKM yang baru mengenal pengadaan pemerintah. Belajar dari praktik global, pemerintah dapat mendorong ekosistem yang ramah UMKM melalui kebijakan berikut:

- » **Ukuran kontrak yang adil:** Dengan kapasitas keuangan yang terbatas, UMKM secara alami akan tersisih dari kontrak penawaran yang bernilai besar. Untuk menghilangkan penghalang tersebut, kontrak besar dapat dibagi menjadi sejumlah kontrak yang nilainya lebih kecil dengan volume yang lebih rendah. Pedoman dan pengukuran khusus harus dirancang untuk memastikan kontak yang adil dan inklusif untuk UMKM.²³
- » **Syarat pembayaran yang efisien:** Instansi pemerintah harus membayar pemasok UMKM secara tepat waktu dalam jangka waktu yang lebih singkat. Misalnya, dengan menetapkan jangka waktu 30 hari, bukan 90 hari, untuk membantu UMKM meningkatkan pengelolaan arus kas mereka.²⁴
- » **Peraturan pelaksana:** Menindaklanjuti Undang-Undang Cipta Kerja dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 perlu dibuat peraturan pelaksana untuk memperkuat penerapan kuota 40 persen bagi UMKM dan menyederhanakan prosedur.

Mendapatkan manfaat maksimal dari kebijakan pengadaan pemerintah mungkin masih sulit, terutama bagi UMKM yang belum pernah berpartisipasi dalam proses pengadaan pemerintah sebelumnya. Namun ruang untuk implementasi strategi *quick wins* terbuka lebar. Artinya, dengan berfokus pada UMKM yang sudah berpengalaman atau memenuhi spesifikasi atau standar pengadaan pemerintah, langkah yang dapat diambil dalam jangka pendek untuk mendorong permintaan UMKM melalui jalur ini meliputi:

²³ Di Jerman, kebijakan tersebut berhasil membuat 48 persen kontrak publik masuk ke UKM. Di Uni Eropa, rata-rata angkanya hanya 29 persen.

²⁴ Kebijakan pembayaran kepada pemasok di Australia berfokus pada fasilitasi pembayaran yang efisien dan tepat waktu kepada pemasok. Pada 2019-2020, sebanyak 90,9 persen dari faktur dibayar dalam waktu 20 hari.

» **Uji Coba Implementasi Kuota di Sektor Terpilih**

Sektor yang menjadi fokus harus mencakup sektor yang melibatkan segmen UMKM dalam skala besar dan sering melakukan pembelian, seperti makanan, minuman, dan ritel. Pemerintah dapat memprioritaskan UMKM untuk pengadaan kudapan/makanan kotakan, alat tulis, furnitur, seragam, dan lain-lain.

» **Meningkatkan Akses UMKM terhadap Pembiayaan Modal Kerja**

Khusus untuk jenis usaha yang melibatkan modal awal yang besar dan nilai kontrak yang tinggi, kebutuhan modal kerja dapat menjadi hambatan bagi UMKM untuk memasuki pasar pengadaan pemerintah. Pemerintah dapat berkolaborasi dengan lembaga keuangan—yang berani menanggung risiko dalam melayani UMKM yang badan usahanya belum formal dan kemampuan administrasinya masih rendah—untuk menyediakan pembiayaan bagi UMKM yang telah memenangi kontrak dari pemerintah. Fitur bantuan pembiayaan juga harus dimasukkan ke dalam sistem pengadaan pemerintah untuk memungkinkan integrasi data tanpa batas yang akan mempercepat waktu proses aplikasi pinjaman.

6.2.3 Replikasi Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia

Untuk menciptakan permintaan yang berkelanjutan terhadap produk UMKM, gerakan nasional untuk membeli produk buatan dalam negeri harus terus digalakkan. Sejak 2009, pemerintah meluncurkan kampanye “100% Cinta Indonesia” untuk mendorong apresiasi masyarakat terhadap produk lokal serta untuk mengangkat produk Indonesia di pasar internasional. Dengan visi yang sama, pada 2020, Presiden RI mencanangkan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (BBI) untuk menanamkan kebanggaan membeli dan memakai produk lokal kepada konsumen. Berbeda dengan kampanye “100% Cinta Indonesia”, Gerakan Nasional BBI memiliki fokus tematik dan diikuti oleh program-program turunannya.

Berfokus pada digitalisasi UMKM untuk mendukung adaptasi *new normal*, program BBI mendorong *onboarding* UMKM ke platform *e-commerce* serta mendorong konsumen untuk berbelanja di platform *e-commerce*. Gerakan nasional tersebut kemudian dijabarkan ke dalam berbagai program kementerian yang bekerja sama dengan pemerintah daerah dan platform *e-commerce*. Sepanjang 2020, Gerakan Nasional BBI berhasil mengikutsertakan lebih dari 3,8 juta pelaku kreatif dan UMKM, melebihi target awal sebanyak 2 juta pelaku.

Pada 2021, program BBI menunjukkan capaian yang sangat positif. Tidak hanya untuk mengatalisasi permintaan jangka panjang bagi UMKM melalui kampanye yang konsisten, tetapi juga mendorong pembelian impulsif sebagai dampak langsung dari kampanye besar-besaran. Program *quick wins* berikut dapat meningkatkan permintaan produk UMKM di bawah program BBI:

» **Mengintegrasikan Kampanye BBI di Seluruh Saluran Komunikasi**

Pemerintah pusat dan daerah perlu mempromosikan gerakan nasional ini melalui berbagai saluran komunikasi, seperti iklan televisi, papan iklan, ataupun dalam acara pameran UMKM, untuk menjangkau basis konsumen yang lebih luas. Di era digital, kampanye juga bisa memanfaatkan media sosial atau platform digital marketing untuk efisiensi anggaran dan berkolaborasi dengan pemimpin utama atau influencer agar kampanye viral.

» **Memanfaatkan Konten Lokal untuk Mempromosikan UMKM Lokal**

Tema BBI pada 2021 adalah “Produk Artisan Indonesia” dengan fokus pada pengembangan konten dan sumber daya lokal. Sejalan dengan tema tersebut, kampanye BBI dapat mendorong kampanye skala lokal untuk menampilkan dan menciptakan permintaan akan komoditas lokal. Beberapa praktik yang teridentifikasi dalam penelitian ini di antaranya kebijakan pemerintah untuk menjadikan batik lokal sebagai seragam dan dukungan untuk menyerap pasokan komoditas pangan lokal.

Dalam mereplikasi gerakan nasional ke lembaga pemerintah lainnya, seperti kementerian, pemerintah daerah, dan badan usaha milik negara, beberapa modifikasi harus diterapkan untuk menangkap tujuan tertentu atau menyesuaikan kampanye dengan kearifan lokal, dengan fitur utama seperti yang diilustrasikan pada Tabel 6.11. Upaya bersama di antara para pemangku kepentingan diperlukan untuk merancang kampanye yang efektif, seperti ditunjukkan pada Tabel 6.12.

Tabel 6.11 Fitur Utama Kebijakan/Program Peningkatan Permintaan UMKM Melalui Kampanye

Fitur Kebijakan/ Program	Deskripsi
Hasil yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> • Mempromosikan permintaan UMKM melalui kampanye strategis. • Membina pembangunan ekonomi lokal/regional.
Target/fokus produk UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Kerajinan: kain tenun (tenun), batik, kerajinan tangan, dan lain-lain. • Produk yang bersumber dan dibuat secara lokal. • Produk yang diproduksi atau dijual oleh komunitas GESI.
Insentif	<ul style="list-style-type: none"> • Insentif untuk UMKM: • Eksposur produk/merek di media (peningkatan kesadaran). • Diskon atau subsidi untuk biaya yang terkait dengan pemasaran, seperti iklan dan pameran. • Insentif bagi pelanggan akhir (pembeli) untuk mendorong permintaan UMKM: • Diskon langsung untuk produk. • Subsidi ongkos kirim.
Prasyarat	<ul style="list-style-type: none"> • Standar kualitas produk UMKM (sertifikasi merupakan nilai tambah). • Skala operasi bisnis UMKM yang memadai untuk menangkap potensi kenaikan/permintaan massal. • Literasi digital dan infrastruktur digital (bila program menyertakan <i>onboarding</i> ke platform digital).

Tabel 6.12 Peran Pemangku Kepentingan di Seluruh Tahap Pelaksanaan Kampanye

Pemangku Kepentingan	Fase: Perencanaan Pra-Kampanye	Fase: Implementasi	Fase: Pemantauan dan Evaluasi
Instansi pemerintah (kementerian, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara)	<p>Mengidentifikasi fokus sektor²⁵ (sektor dengan kontribusi terbesar/ sektor strategis).</p> <p>Memilih saluran potensial, format, ataupun media potensial untuk komunikasi yang efektif.</p> <p>Melakukan diseminasi dan peningkatan kapasitas UMKM untuk mendapatkan peluang pasar yang potensial.</p>	<p>Mengatur semua kegiatan kampanye yang direncanakan.</p> <p>Melakukan sosialisasi program dan kebijakan kampanye.</p>	Memantau dan mengevaluasi efektivitas kegiatan program kampanye.
Asosiasi Usaha (mewakili kelompok UMKM di sektor/ kelompok usaha tertentu)	<p>Memberikan masukan dan umpan balik untuk perencanaan kampanye.</p> <p>Melakukan sosialisasi dan peningkatan kapasitas UMKM untuk mendapatkan pasar yang potensial.</p>	Memberikan pendampingan atau bantuan bagi UMKM dalam menangkap permintaan yang diciptakan oleh kampanye.	Memberikan dukungan tambahan pada data/informasi/ input untuk pemantauan dan evaluasi program.

Sumber: Penulis (2021)

²⁵ Sebagai titik awal, acuan pada fokus sektor mencakup pertanian dan perikanan, makanan dan minuman, furnitur dan kerajinan, fesyen, dan pariwisata (lima sektor strategis yang didukung oleh Kemenkop UKM).

07

REKOMENDASI UNTUK MEMBANGKITKAN KEMBALI PERMINTAAN UMKM DI INDONESIA

Berdasarkan temuan penelitian, studi ini merekomendasikan sejumlah hal untuk meningkatkan permintaan terhadap UMKM yang lesu terbanting pandemi.

7.1 MENINGKATKAN KAPASITAS UMKM

Usaha mikro dan kecil tidak memiliki pengetahuan dan sumber daya untuk meningkatkan kapasitas guna menanggung permintaan potensial selama pandemi yang sebagian besar “tersembunyi”. Karena itu, program peningkatan kapasitas adalah suatu keharusan. Hanya mekanisme programnya yang perlu disesuaikan karena dimaksudkan untuk membantu UMKM bertahan dari krisis akibat pandemi.

Seperti dijelaskan sebelumnya,²⁶ parameter keberhasilan program peningkatan kapasitas meliputi (1) pembinaan dan pendampingan dengan interaksi yang erat antara pelatih dan pengusaha, (2) ruang lingkup pelatihan meliputi kewirausahaan *end-to-end* atau ketajaman kewirausahaan, dan (3) fleksibilitas untuk kebutuhan yang berbeda di seluruh perusahaan. Karena itu, kajian ini mengusulkan paket pembinaan dan pendampingan yang komprehensif seperti dalam program UMKM Juara yang dibesut Pemprov Jawa Barat sebagai salah satu program yang direkomendasikan dengan sejumlah modifikasi.

²⁶ Lihat bagian Lampiran mengenai program-program yang dijalankan.

Studi ini mengusulkan untuk mempersingkat masa pelatihan. Jika program UMKM Juara dijadikan acuan, mempersingkat durasi program dari enam bulan menjadi dua bulan layak dipertimbangkan. Tujuannya, memaksimalkan jumlah perusahaan yang mengikuti program. Salah satu *quick wins* yang dapat diterapkan adalah memperbanyak UMKM yang dapat berniaga di platform *e-commerce*.

Meskipun durasinya dipersingkat, program harus tetap mencakup hal mendasar seperti motivasi bertahan hidup, literasi keuangan, manajemen arus kas, strategi pemasaran selama pandemi, digitalisasi bisnis, katalog produk, dan pengenalan produk (*pitching*) kepada investor. Elemen lainnya dapat disampaikan melalui metode yang tidak memerlukan kehadiran mentor. Misalnya, metode belajar mandiri seperti pada program Kartu Prakerja atau metode pembinaan daring seperti pada program Beli Kreatif yang dijalankan Kemenparekraf.

Studi ini mengusulkan agar pemerintah meningkatkan secara signifikan alokasi dana untuk program peningkatan kapasitas. Sebagian besar anggaran tambahan harus ditujukan untuk membiayai lebih banyak pelatih/mentor sehingga program dapat membawa lebih banyak usaha mikro dan kecil. Usulan ini juga dibenarkan fakta bahwa program-program tipikal belum menggunakan ketersediaan pelatih/mentor di pasar secara maksimal, yang menunjukkan ada banyak ruang untuk membawa lebih banyak perusahaan ke dalam program.

Studi ini mengusulkan seperangkat kriteria seleksi yang lebih dalam untuk perusahaan yang memenuhi syarat berpartisipasi dalam program ini. Seperti dalam UMKM Juara, kriteria utamanya adalah perusahaan memiliki skala usaha minimum dalam suatu periode (biasanya satu tahun) dan telah menjadi badan usaha formal. Selain itu, studi ini mengusulkan sistem kuota berdasarkan lokasi dan gender. Ihwal ini diperkenalkan agar elemen GESI masuk ke dalam program sehingga meningkatkan sifat inklusivitas program. Selain itu, pada masa pandemi, dukungan pemerintah harus lebih menysasar UMKM milik kelompok marginal (perempuan dan penyandang disabilitas) karena mereka lebih banyak terdampak.²⁷

Kuota berdasarkan lokasi menentukan jumlah tetap perusahaan yang akan dipilih dari setiap kabupaten dalam satu provinsi. Karena itu, kuota ditetapkan di tingkat kabupaten. Mekanisme ini mengadopsi model Kartu Prakerja yang bertujuan untuk memperkenalkan “aspek pemerataan” program.

27 UMKM yang dipimpin perempuan rentan mengalami (1) penurunan penjualan dan pendapatan yang signifikan, (2) pengurangan jumlah karyawan yang lebih tinggi, (3) penangguhan pembayaran upah bulanan, dan (4) kekurangan dana yang parah untuk melanjutkan operasi bisnis daripada UMKM yang dipimpin laki-laki (ADB, 2020). Selain itu, survei yang dilakukan oleh organisasi penyandang disabilitas (DPO) bekerja sama dengan MAHKOTA menunjukkan bahwa sebagian besar penyandang disabilitas yang terlibat dalam UMKM mengalami penurunan pendapatan yang drastis, hingga lebih dari 70 persen, sejak pandemi (Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan 2021).

Selanjutnya, menetapkan kuota berdasarkan gender pemilik usaha. Kuota ditetapkan untuk menentukan jumlah pengusaha perempuan. Seperti kuota lokasi, kuota gender dapat ditetapkan di tingkat kabupaten. Formula kuota gender dirumuskan untuk mencerminkan komposisi populasi pemilik usaha pada tingkat yang lebih terpilah, yang lebih inklusif.

Bukti menunjukkan bahwa daerah atau instansi yang telah mengembangkan dan melaksanakan program pembinaan dan pendampingan yang dirancang dengan baik, menghasilkan UMKM yang tangguh atau mampu tumbuh bahkan dalam situasi sulit seperti pada krisis pandemi saat ini. Maka, studi ini menyarankan replikasi program-program tersebut di daerah lain.

Karakteristik dan mekanisme utama program perlu dipertahankan dalam replikasi. Penyesuaian diperlukan tetapi terbatas pada menyelaraskan program dengan kebutuhan atau karakteristik lokal, seperti keunggulan komparatif wilayah dan faktor sosial ekonomi semacam ketersediaan infrastruktur, khususnya infrastruktur digital.

Beberapa program yang berhasil selanjutnya dapat dirancang untuk mengarusutamakan GESI di kalangan UMKM. Contohnya adalah sekolah informal yang menumbuhkan kewirausahaan di kalangan anak muda di Sulawesi Selatan (YESS). Sekolah tersebut, dalam konsep dan ide awalnya, merupakan program inklusi sosial karena terbuka untuk anak muda dari semua strata sosial meskipun letaknya yang relatif terpencil, jauh dari kota besar dan berada di luar Jawa. Mereplikasi ide sekolah informal ini di daerah lain merupakan jalan untuk mengarusutamakan GESI dalam pengembangan UMKM.

7.2 MENGEMBANGKAN KLASTER

Seperti telah dijelaskan, salah satu opsi strategis perusahaan untuk bertahan selama krisis pandemi adalah pivot ke bisnis lain atau dengan cepat mengubah model bisnisnya. Ini adalah bentuk yang lebih umum dari inovasi. Sebagai pembelajaran, perlu dilakukan pengarusutamaan inovasi di kalangan UMKM sebagai upaya membekali UMKM dalam menghadapi krisis lain pada masa mendatang.

Strategi inovasi tersebut selayaknya dilakukan di tingkat klaster/sentra karena dapat efektif menjangkau banyak UMKM dalam waktu singkat dengan sumber daya yang efisien. Terlebih, klaster/sentra UMKM di Indonesia telah memiliki produk dan ekosistem yang mapan. Dalam konteks krisis seperti saat ini,

spesialisasi produk dalam sebuah klaster dapat memudahkan program untuk meningkatkan kemampuan inovasi perusahaan, seperti yang terbukti dengan cepat dilakukannya pengalihan bisnis sentra batik di Jawa Tengah yang kemudian memproduksi daster selama masa pandemi.

Secara khusus, peningkatan inovasi untuk mengembangkan klaster/sentra dapat dilakukan dengan beberapa cara. Pertama, menyediakan informasi tentang perkembangan pasar, termasuk pasar ekspor, dan permintaan beserta akses ke informasi tersebut.

Kedua, memperluas akses ke input dan sumber pembiayaan. Informasi tentang pemasok input alternatif sangat dibutuhkan, termasuk dalam konteks pandemi, mengingat sejumlah pemasok dapat saja berhenti menyuplai karena gangguan bisnis selama pandemi. Dalam hal akses pembiayaan, akses ke perusahaan *fintech* layak untuk diperluas mengingat perbankan konvensional sangat terbatas dalam memberikan kredit ketika pandemi, serta untuk memberikan kredit dalam waktu cepat.

Ketiga, mereplikasi inovasi produk dan/atau inovasi di dalam proses bisnis ke klaster/sentra lain. Hal ini sangat relevan terutama pada masa pandemi yang memerlukan respons yang cepat untuk menghadapi pasar atau permintaan yang sangat dinamis.

7.3 MENGINTENSIFKAN DAN MEMPERLUAS ONBOARDING UMKM KE PLATFORM E-COMMERCE

Onboarding ke platform *e-commerce* adalah langkah strategis paling populer yang dipromosikan oleh pemerintah dan diikuti oleh banyak UMKM selama krisis pandemi. Program ini pun adalah salah satu *quick wins* yang direkomendasikan oleh studi ini. Alasannya, program menjangkau pasar yang jauh lebih luas, yang tersembunyi karena adanya pembatasan sosial selama pandemi.

Bukti menunjukkan bahwa *onboarding* ke platform digital memang meningkatkan penjualan perusahaan. Program ini menawarkan cara yang efektif untuk menjangkau pelanggan selama pandemi. Namun, program ini bukanlah satu-satunya obat meskipun mungkin merupakan salah satu strategi paling efektif untuk meningkatkan peluang UMKM bertahan selama krisis pandemi. Karena itu, rekomendasinya mengajak sebanyak mungkin perusahaan yang bergabung ke platform *e-commerce*.

Bukan hanya platform *e-commerce* besar, tetapi juga mereka yang beroperasi di tingkat lokal. Meskipun *onboarding* ke platform digital besar lebih disukai, bergabung dengan platform lokal juga memberikan manfaat.

Ada sejumlah insentif yang dapat diberikan untuk meningkatkan partisipasi UMKM di *e-commerce*. Insentif ini dikategorikan dalam dua kelompok, yaitu insentif untuk pelaku usaha dan insentif untuk konsumen. Insentif untuk pelaku pada dasarnya memberikan keringanan biaya bagi UMKM untuk berniaga di pasar *e-commerce*, seperti keringanan biaya masuk *e-commerce* hingga subsidi biaya koneksi internet.

Adapun insentif untuk konsumen berupa subsidi yang dapat mengurangi harga produk ataupun biaya pengiriman. Salah satu bentuk insentif ini adalah voucher yang sering digunakan *e-commerce*. Dalam konteks pandemi, studi ini mendapati bahwa program voucher efektif dalam mendorong permintaan terhadap UMKM. Walaupun efektif, program voucher yang disponsori pemerintah menghadapi **kendala kelembagaan yang tidak memungkinkan pencairan dana dalam jumlah besar.**

Karena itu, studi ini merekomendasikan upaya untuk menemukan cara inovatif yang dapat membuat pendanaan disalurkan secara efektif dan efisien dengan meminimalkan hambatan kelembagaan. Pada saat ini, model yang tampaknya dapat diterapkan adalah membuat penganggaran yang relatif kecil, baik di pemerintah pusat maupun daerah. Model ini telah diterapkan di beberapa daerah dan tampaknya cukup menjanjikan karena cukup fleksibel untuk disesuaikan dengan karakteristik lokal.

Onboarding UMKM bukanlah langkah sekali jadi. Ada banyak hal yang harus dilakukan, terutama sebagian besar dari mereka, yang mikro dan kecil, membutuhkan pengetahuan dan kemampuan untuk masuk ke platform digital untuk pertama kalinya. Hal ini terkait dengan literasi digital usaha mikro dan kecil.²⁸ Ihwal ini pemerintah dapat memainkan perannya untuk membantu mengurangi masalah literasi digital. Hambatan lainnya adalah kurangnya infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil. Hal ini merupakan tanggung jawab pemerintah untuk berinvestasi dalam penyediaan infrastruktur digital guna mengatasi masalah tersebut. Memperluas jangkauan infrastruktur digital membantu pemerintah menjadikan program *onboarding* ke platform digital menjadi program yang lebih inklusif secara sosial—mengarusutamakan GESI. Dengan demikian, program tersebut memungkinkan kelompok yang terpinggirkan meningkatkan perekonomian mereka melalui wirausaha.

28 Hal ini tercermin dari tingkat keberhasilan orientasi yang sangat rendah, yakni sekitar 5 persen dari semua perusahaan yang bergabung untuk pertama kalinya.

Selain menyediakan infrastruktur digital yang memadai, pemerintah harus mengidentifikasi hambatan UMKM milik kelompok marginal masuk ke platform digital, seperti minimnya infrastruktur di daerah terpencil dan kurangnya literasi digital.

Sejumlah program yang memanfaatkan teknologi digital terbukti efektif menampilkan produk atau layanan UMKM selama pandemi, misalnya melalui pameran virtual. Pengalaman internasional menunjukkan penggunaan fitur teknologi yang lebih canggih, seperti realitas berimbuah (AR) dan realitas virtual (VR), bisa menarik pembeli dari mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa pameran dengan menggunakan teknologi digital perlu dilanjutkan.

Perluasan dapat dilakukan di semua aspek *expo* virtual, seperti durasi, peserta, hingga frekuensi penyelenggaraan. Pemerintah pusat dapat mendukung daerah untuk menyelenggarakan pameran virtual tersebut karena terbukti meningkatkan peluang bertemunya pembeli dengan UMKM. Jika menargetkan pasar internasional, pameran perlu menggunakan teknologi digital yang mutakhir seperti AR dan VR dan/atau berkolaborasi dengan platform *e-commerce*.

7.4 MEMPERLUAS PROGRAM LINK AND MATCH

Studi ini mendapati bahwa intensifikasi program *link and match* UMKM untuk memasok input ke pelaku bisnis besar, seperti yang dilakukan oleh Pemprov Jawa Tengah dengan menghubungkan UMKM dengan pelaku bisnis perhotelan, berhasil mempertahankan tingkat permintaan terhadap UMKM. Dengan demikian, program ini layak untuk direplikasi di sektor dan daerah lain.

Namun demikian, penting untuk disadari bahwa efektivitas program ini perlu disertai pendampingan yang erat dan menyeluruh bagi UMKM yang terlibat. Pendampingan sangat diperlukan agar barang dan/atau jasa yang dipasok oleh UMKM dapat memenuhi standar dan berkelanjutan serta konsisten sepanjang waktu. Dengan demikian, dukungan sumber daya untuk peningkatan kapasitas UMKM layak dinaikkan signifikan, antara lain, untuk menjamin UMKM yang telah terhubung dengan usaha besar terus menjalankan bisnisnya.

Faktor lain yang juga penting adalah kemampuan pemerintah dalam melakukan pendekatan bisnis yang persuasif (*lobbying*) untuk mengusahakan skema hubungan bisnis yang berpihak pada UMKM, walaupun hanya dalam waktu tertentu ataupun dengan adanya kebijakan semacam *sunset clause*. Skema tersebut, misalnya, ketentuan komersial yang sesuai dengan skala kecil UMKM (tarif sewa hingga porsi bagi hasil) dan ketentuan pembayaran kepada UMKM yang relatif cepat (misalnya maksimal 30 hari) untuk menjamin likuiditas UMKM.

7.5 MEMAKSIMALKAN PEMANFAATAN KUOTA 40 PERSEN DALAM PENGADAAN PEMERINTAH

Baru saja diperkenalkan, program kuota 40 persen dalam pengadaan pemerintah belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM. Sudah selayaknya UMKM memanfaatkan program ini karena praktik global membuktikan bahwa program ini berhasil membangkitkan UMKM dari krisis akibat pandemi.²⁹ Bukti tersebut mendorong studi ini untuk mengusung program ini sebagai salah satu *quick wins* guna meningkatkan permintaan bagi UMKM.

Pengadaan pemerintah menjadi semacam “konsumen terakhir” bagi UMKM, yang menyediakan *captive market* dan membantu UMKM bertahan pada masa-masa sulit. Pemerintah memang merupakan pembeli terbesar produk dan jasa UMKM, sebagaimana tampak pada besarnya belanja publik dalam APBN.

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan dalam memaksimalkan program kuota ini, mengingat program tersebut baru saja dirilis ke publik pada akhir 2020. Karena itu, sosialisasi program perlu digencarkan. Sosialisasi juga perlu disertai dengan bimbingan, karena studi ini mendapati bahwa UMKM membutuhkan waktu untuk memanfaatkan program kuota tersebut. Bimbingan juga meliputi cara meningkatkan standar mutu dan sertifikasi barang yang diproduksi UMKM. Studi ini mendapati bahwa salah satu kendala utama bagi UMKM adalah belum mampunya mereka memenuhi kualitas yang ditetapkan dalam pengadaan.

Faktor lain yang juga berperan dalam memfasilitasi UMKM memenuhi kuota pengadaan ini adalah dukungan modal kerja. Banyak UMKM yang tidak mampu melaksanakan proyek tersebut karena tidak bisa mendapatkan pembiayaan yang cepat yang mereka butuhkan. Studi ini mendapati bahwa adanya *fintech* menjanjikan cara untuk mengatasi kelangkaan modal kerja ini.

Fintech memberikan opsi pembiayaan lain yang layak untuk UMKM melalui mekanisme yang lebih sederhana dan waktu pemrosesan yang cepat. Hal ini dimungkinkan karena adanya digitalisasi proses *back-end* dalam tinjauan kredit. Asalkan ongkos pembiayaan dapat ditutup dengan margin dari pendapatan usaha, layanan *fintech* dapat membantu UMKM dalam membiayai kebutuhan modal kerja. Kajian ini mengidentifikasi peluang melibatkan *fintech* khususnya untuk membantu UMKM dalam mendapatkan pembiayaan jangka pendek untuk keperluan pengadaan pemerintah. Kebutuhan UMKM untuk mendapatkan pembiayaan penghubung atau *bridging financing* bisa dipenuhi oleh *fintech*.

²⁹ Lihat Bab 3 untuk tinjauan praktik pengadaan pemerintah di negara lain.

Selain semua hal di atas, program kuota untuk UMKM perlu diperluas cakupan instansinya. Tidak hanya kementerian atau lembaga pemerintah, tetapi juga harus mencakup BUMN. Namun usulan ini mungkin baru dapat dilaksanakan dalam jangka panjang karena program baru saja dimulai dan masih banyak yang harus dilakukan dan dipelajari.

7.6 MELANJUTKAN GERAKAN NASIONAL BANGGA BUATAN INDONESIA

Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia atau BBI yang digabungkan dengan program *onboarding* UMKM ke platform *e-commerce* terbukti mampu membantu UMKM sejak diluncurkan pada 2020. Karena itu, program tersebut layak diteruskan, bahkan setelah pandemi berakhir kelak. Ini alasan program tersebut menjadi *quick wins* lainnya.

Terdapat sejumlah kebijakan yang dapat diambil pemerintah untuk memaksimalkan *output* dan *outcome* dari kampanye BBI. Pertama, mengintegrasikan kampanye BBI di semua saluran komunikasi, termasuk menggunakan media sosial dan jalur komunikasi digital lainnya. Kesuksesan kampanye terintegrasi ini bergantung pada ketersediaan sumber dana dan koordinasi yang cermat. Karena itu, penambahan anggaran diperlukan untuk menjamin suksesnya program kampanye nasional ini.

Secara khusus, mengenai tema BBI 2021 yang mengedepankan produk artisan Indonesia yang berfokus pada budaya dan sumber daya lokal, pemerintah dapat membantu tercapainya tujuan kampanye dengan mengadopsi kegiatan atau inisiatif publik yang sejalan ke dalam kebijakan. Studi ini mendapati bahwa aturan pemerintah mengenai pemakaian batik lokal untuk seragam sekolah, misalnya, dapat secara nyata membantu tercapainya program kampanye penggunaan produk dalam negeri.

7.7 MENYEDERHANAKAN MEKANISME PEMBIAYAAN UMKM

Dalam memberikan bantuan keuangan untuk UMKM, diperlukan pendekatan khusus untuk mendorong potensi mereka tanpa membahayakan manajemen risiko. Di satu sisi, belajar dari layanan perbankan konvensional yang telah ditawarkan BRI kepada UMKM, ada dua fitur yang menonjol yang penting untuk disorot, yakni (1) peran penting pembinaan dalam membantu UMKM sejak penilaian awal pinjaman hingga tahap pertumbuhan dan (2) mekanisme yang fleksibel dalam proses kredit untuk mengakomodasi UMKM yang kurang memiliki kemampuan administrasi.

Studi ini merekomendasikan penyederhanaan mekanisme pembiayaan UMKM. Dengan minimnya formalitas dan pelaporan keuangan yang sebagian besar dikelola oleh UMKM, persyaratan program bantuan keuangan perlu disesuaikan untuk mengakomodasi kekurangan UMKM, terutama UMKM yang dikelola kelompok marginal (perempuan dan penyandang disabilitas). Misalnya, transaksi bisnis UMKM di platform digital dapat menjadi proksi laporan keuangan—dalam hal ini digitalisasi UMKM berperan sebagai *enabler* sekaligus insentif. Sehingga, meskipun tidak ada dokumentasi formal, penilaian yang disesuaikan dengan kemampuan pembayaran UMKM dan prospek pertumbuhan bisnis tetap dapat diterapkan, seperti pendekatan BRI untuk segmen supermikro.

7.8 MEMAKSIMALKAN KOLABORASI ANTAR-PEMANGKU KEPENTINGAN

Banyak UMKM bergantung pada pemerintah dan asosiasi bisnis untuk soal yang menjadi perhatian semua. Saat pandemi, pemerintah dan asosiasi saling terhubung dan mendapatkan informasi tentang situasi terkini krisis serta kelangsungan hidup anggota asosiasi. Kerja sama tersebut untuk memastikan pertukaran informasi tentang tantangan dan peluang guna menemukan pasar baru bagi anggota asosiasi, atau untuk UMKM di suatu sektor atau di daerah.

Karena itu, studi ini merekomendasikan para pemangku kepentingan utama untuk lebih banyak menjalin kerja sama. Misalnya, antara pemerintah dan asosiasi bisnis; antara asosiasi bisnis dan sektor swasta lainnya; antara pemerintah dan lembaga keuangan, termasuk dengan *fintech*; ataupun antara asosiasi bisnis dan lembaga keuangan.

Studi ini mengidentifikasi bahwa kerja sama tersebut telah dijalin. Contohnya, PHRI dengan Air Asia untuk paket wisata murah; antara Pemprov Jawa Tengah dan Accor Group untuk menghubungkan pemasok bahan makanan dan fasilitas hotel; ataupun antara perusahaan *fintech* Investree dan sektor swasta lain, termasuk bank komersial untuk menyediakan pembiayaan berbasis faktur untuk UMKM, terutama untuk mereka yang mendapatkan kontrak dari pemerintah. Studi ini menyarankan agar kolaborasi semacam itu harus dibuat lebih banyak lagi selama pandemi ini.

Untuk mempercepat penerapan kesetaraan gender dan inklusi sosial (GESI) pada program tersebut, pemerintah dapat bekerja sama dengan pemangku kepentingan yang memiliki kepedulian yang sama. Misalnya, Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK) yang digandeng Kementerian PPPA untuk mengevaluasi implementasi model industri rumahan; Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI); dan Kongres Wanita Indonesia (KOWANI) dalam hal kesetaraan gender. Untuk kelompok penyandang disabilitas, Perhimpunan Penyandang Disabilitas Indonesia (PPDI) dan Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI) dapat dilibatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- ADB. (2020). *Asia Small and Medium-sized Enterprise Monitor 2020: Volume II-- COVID-19 Impact on Micro, Small, and Medium-sized Enterprises in Developing Asia*.
- Al Hafiz, M. P. (2017). Para Pemenang ICSB Indonesia City Awards 2017 Natamukti. *Marketeers*. <https://marketeers.com/icsb-indonesia-city-awards-2017-gelar-penghargaan-natamukti/>
- Alim, M. (2020). KKP Kucurkan Rp4,52 Miliar Bantu UMKM Perikanan di Jateng. *Jurnas.Com*. <https://www.jurnas.com/artikel/83362/KKP-Kucurkan-Rp452-Miliar-Bantu-UMKM-Perikanan-di-Jateng/>
- Apriansyah, V. (2019). Penghargaan Natamukti : Malang Sukses Tingkatkan Sektor UMKM. *Malang Daily*. <https://malangdaily.com/2019/10/penghargaan-natamukti-malang-sukses-tingkatkan-sektor-umkm/>
- Australian National Audit Office. (2020). *The Australian Taxation Office's Management of Risks Related to the Rapid Implementation of COVID-19 Economic Response Measures*.
- Australian Small Business and Family Enterprise Ombudsman. (2020). *Small Business Counts December 2020*.
- Azanella, L. A. (2021). Mengenal Apa Itu Bantuan Insentif Pemerintah Kemenparekraf dan Cara Mendapatkannya. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/09/163500565/mengenal-apa-itu-bantuan-insentif-pemerintah-kemenparekraf-dan-cara?page=all>
- Bappenas. (2020). *Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM: Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha bagi UMKM Indonesia*.
- BPS. (2020). *Analisis Hasil Survei Dampak COVID-19 terhadap Pelaku Usaha*.
- BPS. (2021). *Berita Resmi Statistik 5 Februari 2021*.
- Cameron, L., & Suarez, D. C. (2017). *Disability in Indonesia: What can we learn from the data?*
- Cassells, R., Duncan, A., Kiely, D., & Mavisakalyan, A. (2020). *Impact and Response of Businesses in Australia to COVID-19*.
- Dinas Koperasi & UMKM Provinsi Sulawesi Selatan. (2020). *Diskop UKM Sulsel Wisuda 72 Peserta YESS Angkatan Kedua – Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sulawesi Selatan*.

- Dinas Koperasi dan UMK Sulawesi Selatan. (2020). *Diskop Sulsel gelar pelatihan online tangani dampak COVID-19 bagi UMKM – Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sulawesi Selatan.*
- Dinkop UKM Salatiga. (2020). *Masker Kain untuk Jateng.*
- Dinkop UKM Kulon Progo. (2018). *Belabeliku.com untuk UMKM Kulon Progo.* [https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/447/belabelikucom-untuk-umkm-kulon-progo#:~:text=Apa itu Belabeliku %3F%2C dijelaskan bahwa,untuk pelaku UMKM Kulon Progo.](https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/447/belabelikucom-untuk-umkm-kulon-progo#:~:text=Apa%20itu%20Belabeliku%20dijelaskan%20bahwa,untuk%20pelaku%20UMKM%20Kulon%20Progo.)
- Dinkop UKM Kulon Progo. (2020). *TOMIRA MENARIK PERHATIAN KEMENTERIAN KOPERASI UKM RI.* <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/853/tomira-menarik-perhatian-kementerian-koperasi-ukm-ri>
- Estu, M. (2019). Inilah Kepala Daerah Peraih Penghargaan Natamukti 2019. *Marketeers.* <https://www.marketeers.com/inilah-kepala-daerah-peraih-penghargaan-natamukti-2019/>
- Febrianto, V. (2019). Pemkot Malang luncurkan Program “OJIR”, cegah jeratan rentenir. *Antara.* <https://www.antarane.ws.com/berita/1197163/pemkot-malang-luncurkan-program-ojir-cegah-jeratan-rentenir>
- Febrinastri, F., & Hapsari, D. K. (2020). UMKM Ramaikan UKM Virtual Expo yang Diselenggarakan Pempro Jateng - Bagian 2. *Suara.Com.*
- Frayne, A. (2020). *Australia: Despite best intentions, JobKeeper creates problems for employers and employees.*
- GetCapital. (2020). *Closing the SME revenue gap: the effectiveness of jobkeeper payments.*
- Gideon, A. (2020). Menteri Teten Umumkan 10 Pemenang UKM Award 2020, Ini Daftarnya. *Liputan6.Com.* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4400406/menteri-teten-umumkan-10-pemenang-ukm-award-2020-ini-daftarnya>
- Go-Jek. (2020). *Sustainability Report 2020: Creating Long-Term Value for People and the Planet.*
- Google, TEMASEK, & BAIN & COMPANY. (2020). *e-Conomy SEA 2020 At full velocity: Resilient and racing ahead.*
- Habibah, A. F. (2019). Kemenko Perekonomian gelar acara Penghargaan KUR 2019. *Antara.* <https://www.antarane.ws.com/berita/1215556/kemenko-perekonomian-gelar-acara-penghargaan-kur-2019>

- Hastuti, R. K. (2020). Sutiaji Raih The Best Municipality in Digital Transformation. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201024100920-4-196788/sutiaji-raih-the-best-municipality-in-digital-transformation>
- IFC. (2020). *Pelaku UMKM Perempuan Terus Bertambah, Butuh Perhatian Pemerintah*.
- Ikhsan, M. F. N. (2020). *Belanja di UKM Virtual Expo, Bonus Diskon 20 Persen dan Bebas Ongkos Kirim*. Business.Com.
- ILO. (2020a). *China - Rapid assessment of the impact of COVID-19* (Issue July).
- ILO. (2020b). *Republic of Korea: A rapid assessment of the employment impacts of COVID-19 Key*.
- ILO. (2020c). *Social Security Policy Monitor China* (Issue March).
- ILO. (2020d). *The Clock is Ticking for Survival of Indonesian Enterprises, Jobs at Risk*.
- Investing in Women. (2018). *Kontribusi Perempuan dalam UMKM Turut Dongkrak PDB*.
- Jateng Berdayakan 17.000 Perempuan untuk Jahit Masker Kain*. (2020). Berita Satu.
- Jayani, D. H. (2021). *10 Provinsi dengan Pertumbuhan Ekonomi Terendah 2020*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/10-provinsi-dengan-pertumbuhan-ekonomi-terendah-2020>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. (2021). *Strategi KKP Bangkitkan Ekonomi UKM Pengolah Ikan di Tahun 2021*. <https://kkp.go.id/djpdspkp/artikel/27158-strategi-kkp-bangkitkan-ekonomi-ukm-pengolah-ikan-di-tahun-2021>
- Kementerian Keuangan (2021). *Informasi APBN 2021 Percepatan Pemulihan Ekonomi dan Penguatan Reformasi*.
- Kementerian Kesehatan. (2019). *Indonesia Masuki Periode Aging Population*.
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan. (2021). *Pemerintah Optimalkan Hasil Survei Dampak Pandemi COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Penyandang Disabilitas*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Bantuan Insentif Pemerintah (BIP)*.
- Kementerian Perindustrian. (2020). *Kemenperin Manfaatkan Anggaran Dekonsentrasi untuk IKM Terimbas COVID-19*.
- Kim, M. J., & Lee, S. (2020). *Can Stimulus Checks Boost an Economy Under Covid-19? Evidence from South Korea* (Issue 13567). <https://doi.org/10.1080/10168737.2020.1864435>

- Kresic, A., Cracan, R., Milatovic, J., & Sanfey, P. (2020). *Support for SMEs in the COVID-19 crisis: the case of China*.
- Kurniawan, B. (2015). Batik Motif Geblek Renteng dan “Bela Beli Kulonprogo” ala Bupati Hasto. *DetikNews*. <https://news.detik.com/berita/d-3102521/batik-motif-geblek-renteng-dan-bela-beli-kulonprogo-ala-bupati-hasto>
- Lee, B. (2020). *Support for SMEs in the Covid-19 crisis: the case of the Republic of Korea*.
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. (2021). *Anggaran Pengadaan Barang dan Jasa Capai Rp1.214 Triliun di 2021*.
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. (2020). *SIARAN PERS Transformasi Digital dan Profesionalisme SDM Pengadaan*.
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah . (2020). *SIARAN PERS Transformasi Digital dan Profesionalisme SDM Pengadaan*.
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah. (2021). *Anggaran Pengadaan Barang dan Jasa Capai Rp1.214 Triliun di 2021*.
- LIPI. (2020). *Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID-19*.
- Lu, Q., Cai, Z., Chen, B., & Liu, T. (2020). Social Policy Responses to the Covid-19 Crisis in China in 2020. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Malaysia Digital Economy Corporation. (2020). *MDEC ANNOUNCES SHOP MALAYSIA ONLINE, AN INITIATIVE UNDER THE NATIONAL ECONOMIC RECOVERY PLAN (PENJANA) TO BOOST GROWTH OF THE DIGITAL ECONOMY*.
- Marketeers. (2018). Para Kepala Daerah Peraih Natamukti 2018. *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/para-kepala-daerah-peraih-natamukti-2018/>
- McKinsey & Company. (2020a). *Collaboration in crisis: Reflecting on Australia's COVID-19 response*.
- McKinsey & Company. (2020b). *Which small businesses are most vulnerable to COVID-19—and when*.
- MOEF. (2020). *Safeguarding Economic Resilience in Responding to the Economic Impact of COVID-19*.
- Momentum Works. (2021). *Blooming Ecommerce in Indonesia*.
- OJK. (n.d.). *KUR Super Mikro, Pahlawan bagi Pekerja Terkena PHK dan Ibu Rumah Tangga Produktif*.


- PDAM Kulon Progo. (2015). *Air Minum Dalam Kemasan*. <http://pdam-kulonprogo.id/v1/halaman/detail/air-minum-dalam-kemasan>
- Pemrov Jawa Tengah. (2020). *Pemrov Beri Bantuan Bahan Baku Untuk UKM Boga di Jateng - Pemerintah Provinsi Jawa Tengah*.
- Ping An Digital Economic Research Center. (2020). *China's SMEs Amid the Pandemic*.
- Project Management Office of Pre-Employment Card. (2020). *Sudahkah Kartu Prakerja Inklusif untuk Semua Orang? Berikut Datanya*.
- Queensland Government. (2021). *Business Queensland*.
- Republika. (2020a). *Kememparekraf Siapkan Bantuan Insentif Pemerintah Rp 24 M*.
- Republika. (2020b). *Pemkot Malang Dorong Warga Belanja Daring di Pasar Rakyat*.
- Sasakawa Peace Foundation. (2017). *Advancing Women's Empowerment: Growing Women's Entrepreneurship Through ICT In Southeast Asia*.
- Si, C. (2020). *Job recruitment rose in Q3, vice-minister says*.
- TNP2K. (2021). *Mempertahankan Usaha Mikro pada Masa Pandemi COVID-19*.
- United Nations Development Programme (UNDP). (2019). *Human Development Report 2019 Beyond income, beyond average, beyond today: Inequalities in human development in the 21st century*.
- World Bank. (2020a). *COVID-19 Indonesia Observatory: Impacts on Digital Merchants - Insights from the Bukalapak-WB Survey*.
- World Bank. (2020b). *Indonesia Economic Prospects: the Long Road to Recovery*.
- World Bank. (2021). *Insights from the COVID-19 Digital Merchant Survey*.
- Xiaoping, Y. (2021). *Can "red envelope" help people stay put?* China Daily.
- Xinhua. (2020a). *China cuts electricity costs of enterprises from February to June*.
- Xinhua. (2020b). *China extends electricity price cut to aid businesses*.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1:

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

PROGRAM UNGGULAN

Kategori Program Unggulan	Kementerian/Lembaga/ Pemerintah Daerah	Negara Lain
Pengalihan Model Bisnis		
 <p>Program peningkatan kapasitas dapat membantu UMKM dalam memenuhi permintaan produk yang meningkat saat pandemi.</p>	Peningkatan Kapasitas	
 <p>Pembangunan sentra/kluster juga dapat menciptakan ekosistem yang mendukung UMKM dalam meningkatkan kapasitasnya.</p>	Pengembangan Sentra/ Kluster	
Perluasan Akses Pasar		
 <p>Akses UMKM ke pasar baru yang potensial difasilitasi melalui program <i>onboarding</i> ke platform digital dan <i>link and match</i>.</p>	<i>Onboarding</i> ke Platform Digital <i>Link and Match</i>	Pengadaan Pemerintah
 <p>Merujuk Undang-Undang Cipta Kerja, UMKM berkesempatan memperluas akses pasarnya ke pengadaan pemerintah.</p>		
Bantuan Keuangan		
 <p>Selain bantuan tunai, bantuan nontunai (<i>in-kind</i>) juga dapat membantu UMKM bertahan selama pandemi.</p>	Bantuan Tunai dan Subsidi Bantuan Non-Tunai (<i>In-kind</i>)	
 <p>Berkaca dari negara lain, voucher atau subsidi langsung ke konsumen dapat meningkatkan permintaan UMKM.</p>		Voucher

PENGALIHAN MODEL BISNIS



PENINGKATAN KAPASITAS

MENDUKUNG UMKM MENINGKATKAN KOMPETENSI UNTUK MEMENUHI PERMINTAAN BARU PADA MASA PANDEMI.



UMKM Juara

Pemerintah Provinsi Jawa Barat

- » Pendampingan dan pelatihan selama 6 bulan.
- » Berpartisipasi dalam temu bisnis dan pameran lokal maupun internasional.
- » Penerima manfaatnya **5.500 UMKM sejak 2019**.



Kartu Prakerja

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

- » Meningkatkan kompetensi melalui *upskilling* dan *reskilling*.
- » Dampak positif program:
- » 35% peserta program yang sebelumnya merupakan pengangguran saat ini telah menjadi wirausahawan dan pekerja.
- » Per Maret 2021, **peningkatan jumlah wirausahawan mencapai 47%** dibandingkan dengan Februari 2020.
- » Inklusivitas program: **45%, 5%, dan 2% peserta program ini adalah perempuan, penyandang disabilitas, dan lansia.**



Beli Kreatif Lokal

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

- » Program turunan dari Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia.
- » Pendampingan strategi promosi digital, legalitas usaha, dan jaringan penjualan.
- » Penerima manfaatnya **500 pelaku kreatif di Jabodetabek**.



Pengembangan Sentra/Kluster

Menghidupkan ekosistem yang mendukung peningkatan kapasitas UMKM.

- » Pendampingan untuk memenuhi permintaan **daster yang meningkat drastis saat pandemi**.
- » Pendampingan meliputi **pelatihan desain, pemasaran, dan pengembangan *business hub***.
- » Penerima manfaatnya pengrajin batik di **Sentra Batik Lasem, Rembang**.



Pengembangan Sentra Rendang dan Rumput Laut

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

- » Sejak 2017, pemerintah mengembangkan **Sentra Rendang di Kota Payakumbuh, Sumatera Barat**.
- » Pemerintah juga mengembangkan **Sentra Rumput Laut di Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara**.

PERLUASAN AKSES PASAR



ONBOARDING KE PLATFORM DIGITAL

MEMPERLUAS AKSES PASAR UMKM DI TENGAH PEMBATASAN MOBILITAS SELAMA PANDEMI.



Kakak Asuh

Kementerian Koperasi dan UKM

- » Berkolaborasi dengan e-marketplace (Blibli, Lazada, dll.).
- » Sejumlah "kakak asuh" memberi **pendampingan kepada "adik asuh" untuk onboarding** ke platform digital.



Onboarding ke GoFood

Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan

- » Pemprov Sulawesi Selatan juga menyediakan subsidi kuota internet untuk mendorong UMKM di sektor makanan dan minuman untuk onboard ke GoFood.
- » Penerima manfaatnya **300 UMKM di sektor makanan dan minuman**.



Onboarding ke Platform Digital atau Pameran Virtual untuk UMKM Juara

Pemerintah Provinsi Jawa Barat

- » Berkolaborasi dengan berbagai e-marketplace (Shopee, Blibli, Tokopedia, Bukalapak).
- » Dalam nota kesepahaman, Pemprov Jawa Barat juga menegosiasikan platform fee yang lebih kompetitif untuk UMKM.
- » Penerima manfaatnya **200 UMKM Juara** dan sejumlah UMKM lain di luar UMKM Juara.



LINK AND MATCH

MEMFASILITASI TEMU BISNIS ANTARA UMKM DENGAN CALON PEMBELI YANG POTENSIAL.



Fasilitasi Temu Bisnis dengan Accor Group

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Kementerian Perdagangan

- » Pengadaan bahan baku makanan dan amenities untuk hotel.
- » Penyediaan lapak usaha dan pameran rutin untuk UMKM.
- » Penerima manfaatnya 32 UMKM.
- » Nilai transaksi mencapai Rp 1,5 triliun.



Pameran Virtual

Kementerian Perdagangan

- » Penerima manfaatnya UMKM di industri kriya seperti aksesoris, dekorasi, souvenir, dan mainan anak.

PENGADAAN PEMERINTAH

STUDI KASUS: JERMAN, AUSTRALIA, KOREA SELATAN, DAN CINA



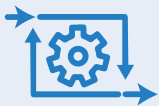
Mengurangi Hambatan

- » **Jerman:** Membagi kontrak pengadaan yang bernilai besar menjadi sejumlah sub-kontrak dengan nilai yang lebih kecil.



Menentukan Kuota

- » **Cina:** kuota 30% bagi UMKM
- » **Australia:** kuota 35% bagi UMKM



Menyederhanakan Prosedur dan Memberikan Pendampingan

- » **Jerman:** Panduan pengadaan yang mudah dipahami dan lembaga penasihat pengadaan bagi UMKM.
- » **Australia:** “Kebijakan pemasok membayar tepat waktu” untuk memastikan pembayaran yang efisien dan tepat waktu.
- » **Korea Selatan:** Dukungan pinjaman bagi UMKM pemenang kontrak.

BANTUAN KEUANGAN



BANTUAN NON-TUNAI

MEMBERIKAN BANTUAN MODAL KERJA ATAU ASET DALAM BENTUK NON-TUNAI ATAU BARANG.



Peralatan Pengolahan Ikan

Kementerian Kelautan dan Perikanan

- » 300 paket peralatan pengolahan ikan.
- » 300 paket chest freezer.
- » 300 paket peralatan pedagang ikan.
- » 5 unit gudang beku portable.



Pembagian Ponsel Gratis

Kementerian Komunikasi dan Informatika

- » Kolaborasi dengan program CSR dari perusahaan swasta.
- » Bertujuan untuk mengurangi hambatan teknologi dalam digitalisasi UMKM.



Bantuan Bahan Baku

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah

- » Bantuan bahan baku berupa gula, tepung terigu, minyak, telur, dan lain-lain untuk UMKM sektor makanan.
- » Penerima manfaatnya 5.858 UMKM sektor makanan.



BANTUAN TUNAI DAN SUBSIDI MERINGANKAN BEBAN UMKM UNTUK BERTAHAN DI TENGAH PANDEMI.



Bantuan Insentif Pemerintah

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

- » Dana hibah ke pelaku usaha kreatif (game developer, kriya, fesyen, dll.).
- » Nilai bantuan: Rp 100-200 juta.



Bantuan Produktif Usaha Mikro

Kementerian Koperasi dan UKM

- » Bantuan transfer tunai ke usaha mikro.
- » Nilai bantuan Rp 2.4 juta.
- » Penerimaanya 12 juta pelaku usaha mikro.



Kredit Usaha Rakyat

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

- » Subsidi bunga KUR sebesar 6% di tiga bulan pertama dan 3% di tiga bulan setelahnya.
- » Plafon KUR Mikro meningkat menjadi 50 juta.
- » KUR Super Mikro untuk pekerja yang terkena PHK dan IRT.



Subsidi Listrik

Perusahaan Listrik Negara

- » Diskon 50% untuk daya listrik 450 VA.
- » Diskon 25% untuk daya listrik 900 VA.



VOUCER

STUDI KASUS: KOREA SELATAN, THAILAND, CHINA, DAN MALAYSIA



Tunai

- » **Korea Selatan:** skema one-time universal transfer dalam bentuk poin kartu kredit/kartu prabayar/voucher untuk dibelanjakan di usaha kecil.



Subsidi Ongkos Kirim

- » **Malaysia:** Shop Malaysia menyediakan voucher diskon dan ongkos kirim.



Diskon

- » **Thailand:** Program We Travel Together memberikan subsidi diskon 40% bagi sektor pariwisata dan akomodasi.
- » **Cina:** Voucher untuk kegiatan rekreasi (digunakan di restoran, pusat perbelanjaan, dll.).

LAMPIRAN 2:

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

QUICK WINS 1: MEMPERCEPAT DIGITALISASI UMKM MELALUI ONBOARDING KE PLATFORM DIGITAL

MEMPERCEPAT DIGITALISASI UMKM MELALUI *ONBOARDING* KE PLATFORM DIGITAL*

*meliputi platform e-commerce besar dan platform e-commerce milik kementerian atau pemerintah daerah.

E-COMMERCE INDONESIA



Kontribusi e-commerce di industri ritel Indonesia tumbuh masif dari 2% pada 2016 menjadi 20% pada 2020¹



Ekonomi digital Indonesia diprediksi tumbuh 23% per tahun hingga 2025, dengan pertumbuhan ini banyak didorong oleh industri e-commerce².

ONBOARDING UMKM KE PLATFORM DIGITAL

Onboarding UMKM ke Platform E-commerce yang Sudah Mapan

Serta memberikan dukungan penjualan dan pemasaran seperti:



Voucher Diskon



Subsidi Ongkos Kirim



Halaman Khusus untuk Promosi

Onboarding UMKM ke Platform E-commerce Milik Kementerian atau Pemerintah Daerah

Serta memberikan dukungan penjualan dan pemasaran seperti



Kampanye Promosi Produk UMKM



Link and Match dengan Pengadaan Pemerintah

FITUR UTAMA PROGRAM *ONBOARDING* UMKM KE PLATFORM DIGITAL

HASIL YANG DIHARAPKAN

- » Memperluas akses pasar.
- » Meningkatkan efisiensi operasional bisnis UMKM.
- » Mempromosikan inovasi sehingga mempercepat skala usaha UMKM.
- » Meningkatkan akses kewirausahaan dari perspektif GESI.

TARGET/FOKUS SEKTOR UMKM



Makanan dan Minuman



Pertanian, Peternakan, dan Perikanan



Tekstil/Fesyen

INSENTIF

Bagi UMKM:

- » Subsidi atau keringanan biaya onboarding.
- » Diskon biaya platform.
- » Subsidi internet/pulsa.

Bagi Konsumen:

- » Diskon langsung.
- » Subsidi ongkos kirim.

PRASYARAT

Kapabilitas UMKM:

- » Literasi digital.
- » Keterampilan operasional bisnis.
- » Kualitas produk terstandarisasi.

Dukungan dari Pemerintah:

- » Ketersediaan infrastruktur digital.
- » Dukungan kebijakan pelaksanaan program dan pengaturan insentif.

PERAN PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM TAHAPAN *ONBOARDING*

	PRA <i>ONBOARDING</i>	<i>ONBOARDING</i>	PENGEMBANGAN AWAL	PERTUMBUHAN DAN RETENSI
Pemerintah	Penyediaan basis data UMKM potensial dan peningkatan literasi digital dasar.	Diseminasi program onboarding.	Insentif dan bantuan (voucer, pemasaran).	Pelatihan bagi UMKM untuk memperluas akses pasar.
Platform digital	Screening UMKM potensial yang siap onboarding.	Penyediaan pendamping/mentor dan bantuan administrasi onboarding.	Insentif dan bantuan (voucer, pemasaran).	Dukungan data/insight, pemasaran, atau inisiatif operasional dan strategis bagi UMKM.

¹ Analisis World Bank, Bank Indonesia, Euromonitor, CLSA, Momentum Works yang dikutip oleh Blooming Ecommerce di Indonesia (Momentum Works 2021).

² Google, Temasek, dan Bain & Company (2020).

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

QUICK WINS 2: MEMFASILITASI LEBIH BANYAK UMKM YANG BERPARTISIPASI DALAM PENGADAAN BARANG DAN JASA PEMERINTAH

MEMFASILITASI LEBIH BANYAK UMKM YANG BERPARTISIPASI DALAM PENGADAAN BARANG DAN JASA PEMERINTAH

PENGADAAN BARANG DAN JASA (PBJ) PEMERINTAH BAGI UMKM DI INDONESIA



Tahun 2020, nilai belanja PBJ mencapai Rp1.027 triliun atau sekitar **41% dari total belanja negara**.¹

Tahun 2021, nilai belanja PBJ meningkat hingga mencapai **Rp1.214 triliun**.²



Kuota **40% PBJ bagi UMKM** bernilai setidaknya **Rp480 triliun per tahun**.³

Dibandingkan negara lain, kuota PBJ untuk UMKM di Indonesia (**40%**) **lebih tinggi dibandingkan Cina (30%) dan Australia (35%)**.

FITUR UTAMA PROGRAM PARTISIPASI UMKM DALAM PENGADAAN PEMERINTAH

HASIL YANG DIHARAPKAN	TARGET/FOKUS SEKTOR UMKM
<ul style="list-style-type: none"> » Memperluas akses pasar. » Memperkuat kuota 40% pengadaan pemerintah untuk UMKM. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> Makanan dan Minuman </div> <div style="text-align: center;"> Perlengkapan dan Alat Tulis Kantor </div> <div style="text-align: center;"> Perlengkapan Kantor dan Perumahan Pemerintah </div> </div>
INSENTIF	
<p>Bagi UMKM:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Pembinaan standarisasi mutu dan sertifikasi produk. » Kemudahan pendaftaran sistem pengadaan LKPP. <p>Bagi Pemerintah yang Memprioritaskan UMKM:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Pengakuan/penghargaan khusus untuk pemenuhan kuota yang berhasil. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> Peralatan Elektronik </div> <div style="text-align: center;"> Jasa Perawatan dan Perbaikan </div> <div style="text-align: center;"> Hotel dan Restoran </div> </div>
	PRASYARAT
	<ul style="list-style-type: none"> » Kemampuan UMKM dalam hal legalitas dan administrasi. » Mekanisme dan regulasi yang ramah untuk membantu UMKM dalam menavigasi prosedur atau sistem pengadaan.

PERAN PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM TAHAPAN ONBOARDING

	PRA ONBOARDING	ONBOARDING	PEMANTAUAN DAN EVALUASI
Pemerintah (Kementerian, Lembaga, Pemerintah Daerah, dan BUMN)	<p>Pemetaan permintaan dan spesifikasinya.</p> <p>Sosialisasi dan peningkatan kapasitas untuk UMKM.</p>	<p>Input permintaan dan spesifikasinya ke sistem pengadaan.</p>	<p>Pengawasan pemenuhan kuota pengadaan bagi UMKM.</p>
Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP)	<p>Pendampingan teknis terkait dengan kebijakan pengadaan pemerintah.</p>	<p>Pendampingan teknis ke pemerintah dan UMKM terkait dengan sistem dan mekanisme pengadaan.</p>	<p>Data dan insight dari mekanisme yang sedang berjalan.</p> <p>Pengawasan pemenuhan kuota bagi UMKM.</p>
Asosiasi Bisnis	<p>Screening UMKM potensial.</p> <p>Sosialisasi dan peningkatan kapasitas UMKM terkait dengan ketentuan pengadaan.</p>	<p>Pendampingan administrasi dan teknis untuk memfasilitasi onboarding.</p>	<p>Data dan insights untuk peningkatan kapasitas UMKM.</p>
Institusi Keuangan	<p>Struktur/produk pendanaan dengan risiko yang terukur untuk melayani UMKM yang memperoleh kontrak pengadaan.</p> <p>Kemitraan dengan pemangku kepentingan terkait dalam mendiseminasi bantuan pendanaan.</p>	<p>Peningkatan ketersediaan bantuan pendanaan.</p> <p>Data yang terintegrasi dengan sistem pengadaan untuk penilaian pengajuan kredit.</p>	<p>Evaluasi non-performing loans untuk memperbaiki struktur pendanaan dan screening profil debitur.</p>

EKOSISTEM PBJ YANG RAMAH BAGI UMKM



Ukuran Kontrak yang Lebih Kecil



Pembayaran yang Efisien



Penyederhanaan Prosedur

LANGKAH JANGKA PENDEK



Uji Coba Implementasi Kuota di Sektor Terpilih



Peningkatan Akses UMKM ke Pembiayaan Modal Kerja

¹ Sumber: Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa, 2020 (<http://www.lkpp.go.id/v3/#/read/5968>), dihitung oleh penulis.

² Sumber: Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa, 2021 (<https://nasional.kontan.co.id/news/nilai-pengadaan-barang-dan-jasa-pemerintah-pada-2021-mencapai-rp-1214-triliun>).

³ Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021.

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

QUICK WINS 2: MEMFASILITASI LEBIH BANYAK UMKM YANG BERPARTISIPASI DALAM PENGADAAN BARANG DAN JASA PEMERINTAH

MEREPLIKASI GERAKAN NASIONAL BANGGA BUATAN INDONESIA

PENGADAAN BARANG DAN JASA (PBJ) PEMERINTAH BAGI UMKM DI INDONESIA



Pada 2009, Indonesia merilis kampanye “100% Cinta Indonesia” **untuk mempromosikan produk lokal**, baik di tingkat domestik maupun internasional.



Dengan visi yang sama, pada 2020, Indonesia merilis Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI).

Tahun 2020, dengan agenda utama onboarding ke platform digital, **Gernas BBI berhasil mendorong 3,8 juta pelaku kreatif dan UMKM**. Angka ini jauh melebihi target awal sebesar 85%.

INISIATIF PENINGKATAN PERMINTAAN MELALUI GERNAS BBI



Mempromosikan Gernas BBI di Berbagai Saluran Komunikasi




Pemerintah dapat mempromosikan Gernas BBI melalui TVC, billboard, acara pameran UMKM, sosial media, dan sebagainya.



Mengangkat Konten Lokal untuk Mempromosikan Produk UMKM

Mengangkat tema Produk Artisan Indonesia pada 2021, Gernas BBI dapat mengembangkan potensi daerah untuk mempromosikan produk UMKM lokal. Contohnya, penggunaan batik lokal sebagai seragam sekolah/ kedinasan dan konsumsi makanan berbahan baku lokal.

INISIATIF PENINGKATAN PERMINTAAN MELALUI GERNAS BBI

HASIL YANG DIHARAPKAN	TARGET/FOKUS SEKTOR UMKM
<ul style="list-style-type: none"> » Mempromosikan permintaan UMKM melalui kampanye strategis. » Membina pembangunan ekonomi lokal/ regional. 	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Kriya</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Produk Bermuatan Lokal</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Produk dari Komunitas GESI¹</p> </div> </div>
INSENTIF	PRASYARAT
<p>Bagi UMKM:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Eksposur produk UMKM di media. » Diskon atau subsidi untuk biaya terkait pemasaran. <p>Bagi Konsumen:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Diskon langsung. » Subsidi ongkos kirim. 	<ul style="list-style-type: none"> » Standar kualitas produk UMKM. » Skala operasi bisnis UMKM yang memadai untuk menangkap potensi permintaan yang tinggi. » Literasi dan infrastruktur digital.

PERAN PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM TAHAPAN IMPLEMENTASI KAMPANYE

	PRA ONBOARDING	ONBOARDING	PEMANTAUAN DAN EVALUASI
Pemerintah (Kementerian, Lembaga, Pemerintah Daerah, dan BUMN)	<ul style="list-style-type: none"> Identifikasi sektor strategis. Pemilihan saluran, format, dan media komunikasi yang efektif Sosialisasi dan peningkatan kapasitas UMKM. 	<ul style="list-style-type: none"> Pelaksanaan aktivitas kampanye. Sosialisasi program dan kebijakan kampanye. 	<ul style="list-style-type: none"> Memantau dan mengevaluasi efektivitas program kampanye.
Asosiasi Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> Masukan dan umpan balik untuk perencanaan kampanye. Sosialisasi dan peningkatan kapasitas UMKM. 	<ul style="list-style-type: none"> Pendampingan bagi UMKM untuk menangkap permintaan yang tercipta oleh kampanye. 	<ul style="list-style-type: none"> Dukungan data/insights/ masukan untuk pemantauan dan evaluasi program.

LAMPIRAN 3:

STUDI PERANCANGAN MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM PROMOSI PERMINTAAN UMKM

REKOMENDASI



PENINGKATAN KAPASITAS


MENINGKATKAN KAPASITAS UMKM
 DALAM MENANGKAP PERMINTAAN "TERSEMBUNYI"

- » **Pendampingan yang erat, materi pelatihan yang menyeluruh**, serta **fleksibilitas penyampaian materi** merupakan fitur penting dalam program peningkatan kapasitas UMKM.
- » Pembinaan dan pendampingan yang komprehensif dapat dimodifikasi pada aspek **penyesuaian periode program** selama pandemi, **peningkatan dukungan pendanaan** untuk menambah mentor/ pelatih, **peningkatan inklusivitas** dalam kriteria seleksi peserta program, serta **replikasi program ke daerah** lainnya.


MENGEMBANGKAN SENTRA/KLUSTER AGAR DAPAT MEMBANTU BANYAK UMKM DENGAN EFISIEN

- » **Pengarusutamaan inovasi** di kalangan UMKM di tingkat kluster/sentra dapat secara efektif membantu banyak UMKM dalam waktu singkat dan sumber daya yang efisien.
- » **Akses terhadap informasi perkembangan pasar, perluasan akses ke input dan sumber pembiayaan**, serta **replikasi inovasi produk** merupakan fitur penting dalam pengembangan sentra/kluster.



PERLUASAN AKSES


MENGINTENSIFKAN DAN MEMPERLUAS ONBOARDING
 UMKM KE PLATFORM E-COMMERCE

- » Perlu adanya insentif bagi pelaku UMKM dan konsumen untuk meningkatkan partisipasi UMKM di e-commerce seperti keringanan biaya onboarding, subsidi internet, voucher diskon, subsidi ongkos kirim.
- » Peningkatan literasi dan infrastruktur digital merupakan hal yang penting agar program onboarding UMKM ke platform e-commerce menjadi program yang lebih inklusif secara sosial (pengarusutamaan GESI).
- » Memperluas program virtual expo untuk menampilkan produk/layanan UMKM berkolaborasi dengan platform e-commerce serta penggunaan fitur teknologi digital interaktif (augmented reality, virtual reality, dll.).


MEMPERLUAS PROGRAM LINK AND MATCH UNTUK MEMASOK INPUT KE PELAKU BISNIS BESAR

- » Intensifikasi program link and match UMKM untuk memasok input ke pelaku besar berhasil mempertahankan tingkat permintaan yang dihadapi UMKM.
- » Namun demikian, efektivitas program ini perlu didukung oleh pendampingan yang erat dan menyeluruh kepada UMKM yang terlibat serta peningkatan kemampuan pemerintah dalam melakukan pendekatan bisnis yang persuasif (lobbying).



PERLUASAN AKSES



MEMAKSIMALKAN PEMANFAATAN KUOTA 40% DALAM PENGADAAN PEMERINTAH

- » Dengan **kapasitas belanja publik yang besar**, pengadaan pemerintah menjadi captive market dalam mendukung UMKM bertahan pada masa-masa sulit.
- » **Sosialisasi yang disertai program bimbingan bagi UMKM, dukungan modal kerja jangka pendek**, serta **perluasan cakupan instansi** dapat mengoptimalkan kuota 40% tersebut.



MELANJUTKAN GERAKAN NASIONAL BANGGA BUATAN INDONESIA (BBI)

- » Semenjak diluncurkan pada 2020, Gerakan Nasional BBI (Gernas BBI) terbukti mampu membantu kinerja banyak UMKM.
- » Mengintegrasikan kampanye Gernas BBI di semua saluran komunikasi serta melegalkan kegiatan atau inisiatif publik yang mengedepankan produk bermuatan lokal ke dalam suatu kebijakan dapat mengoptimalkan output dan outcome dari gerakan ini.



PEMBANGUNAN EKOSISTEM



MENYEDERHANAKAN MEKANISME PEMBIAYAAN UMKM

- » **Pembinaan yang erat** sejak penilaian awal potensi pinjaman hingga tahap pertumbuhan serta **mekanisme yang fleksibel** selama proses kredit merupakan fitur utama dalam memberikan jasa keuangan untuk UMKM.
- » **Mengurangi formalitas, kewajiban pelaporan keuangan**, serta **persyaratan untuk kelompok marginal** merupakan bentuk penyederhanaan mekanisme pembiayaan bagi UMKM.



MEMAKSIMALKAN KOLABORASI ANTAR-PEMANGKU KEPENTINGAN

- » Kolaborasi memungkinkan adanya **pertukaran informasi mengenai tantangan dan peluang** dengan tujuan mencari solusi dalam bentuk pasar baru.
- » Kolaborasi tersebut dapat terjalin antara **pemerintah, asosiasi bisnis, sektor swasta, lembaga keuangan, serta pemangku kepentingan yang memiliki kepedulian yang sama terhadap GESI**.

LAMPIRAN 4:

RANGKUMAN PRAKTIK GLOBAL BERDASARKAN PROGRAM

Kajian literatur memaparkan sejumlah program yang diimplementasikan oleh negara-negara yang menjadi contoh praktik global di studi ini. Program-program tersebut dirangkum menjadi beberapa kategori seperti voucher atau subsidi, subsidi gaji, peningkatan kapasitas, pengadaan pemerintah, dan bantuan keuangan.

Voucher atau Subsidi

Program subsidi untuk konsumen dalam bentuk voucher pada dasarnya memberikan potongan harga pada suatu produk. Namun di sini, sebagai program yang bertujuan untuk meningkatkan permintaan terhadap UMKM, voucher tersebut dikeluarkan khusus untuk produk (barang atau jasa) yang dijual oleh UMKM. Dampak yang diharapkan adalah harga yang lebih rendah bagi konsumen dapat memicu permintaan bagi UMKM.

Studi terdahulu mencatat bahwa voucher tunai merupakan tipe voucher yang paling populer dan efektif dalam program peningkatan permintaan terhadap UMKM. Salah satu contohnya adalah *one-time universal transfer scheme* dari pemerintah Korea Selatan. Pada program ini, sebanyak 19 juta rumah tangga mengajukan permohonan transfer, dengan mereka memiliki pilihan untuk menerima transfer tersebut dalam bentuk poin kartu kredit, kartu prabayar, atau voucher yang dapat dibelanjakan di usaha kecil (ILO, 2020b). Dampak dari program ini, lebih dari sepertiga rumah tangga mengalami peningkatan pengeluaran rumah tangga dan makanan serta seperempat rumah tangga mengalami peningkatan pengeluaran total. Tantangan utama dalam program ini adalah mayoritas rumah tangga melaporkan adanya sejumlah kesulitan dalam menggunakan voucher tersebut di beberapa usaha kecil.

Contoh lainnya di Thailand, khususnya untuk sektor yang berkaitan dengan pariwisata. Program tersebut, *We Travel Together*, memberikan subsidi diskon sebesar 40 persen bagi sektor pariwisata dan akomodasi (hotel, jasa lainnya, dan fasilitas yang disediakan di destinasi wisata serta tiket pesawat). Dikampanyekan sejak Juli 2020, sekitar 4,46 juta orang telah memesan penawaran tersebut melalui portal *We Travel Together*. Sama halnya dengan di Tiongkok, ada voucher yang dikeluarkan oleh pemerintah Tiongkok yang dapat digunakan untuk kegiatan rekreasi (digunakan di restoran atau pusat perbelanjaan). Kupon-kupon

tersebut terbukti mampu meningkatkan konsumsi masyarakat lebih dari 8 persen (China Briefing, 2020). Lebih dari 10 juta unit usaha, 90 persennya merupakan UMKM, telah menerima manfaat dari program voucher berskala nasional ini.

Program subsidi lainnya adalah *The Shop Malaysia Online*, sebuah program kemitraan pemerintah Malaysia dan 20 platform *e-commerce* yang memberikan voucher potongan harga dan ongkos kirim gratis. Program ini sukses menghasilkan penjualan di *e-commerce* sebesar lebih dari 896 juta MYR (US\$217 juta) serta memberikan manfaat kepada lebih dari 7,8 juta konsumen dan 210.000 penjual di seluruh penjuru Malaysia (Malaysia Digital Economy Corporation, 2020).

Subsidi Gaji

Kajian literatur menunjukkan terdapat tiga jenis program subsidi gaji, yaitu dana keringanan pekerja (*employee relief fund*), subsidi cuti pekerja (*employee leave subsidy*), dan insentif strategis lainnya. Untuk tipe yang pertama, dana keringanan pekerja diterapkan setidaknya di empat negara yang menjadi studi kasus penelitian ini. Pertama, UMKM di Tiongkok yang tidak mengurangi jumlah pekerjanya atau hanya sedikit mengurangi jumlah pekerjanya dapat memperoleh kembali asuransi pengangguran yang mereka bayarkan tahun sebelumnya (Ping An Digital Economic Research Center, 2020). Tujuan dari program ini adalah untuk menghindari adanya pemutusan hubungan kerja (PHK) serta mengurangi tingkat PHK. Namun dalam praktiknya, program ini menghadapi banyak tantangan. Misalnya, dalam hal kualifikasi penerima manfaat, orang yang diasuransikan bisa tidak terqualifikasi sebagai penerima asuransi pengangguran meskipun dia mengalami PHK kecuali jika dia memberikan kontribusi di sistem asuransi pengangguran dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Dampaknya, kebijakan lanjutan diluncurkan untuk mengatasi masalah ini meskipun subsidi yang dikucurkan lebih rendah dari tunjangan asuransi pengangguran yang seharusnya (Lu *et al.*, 2020). Anggaran yang dialirkan hingga akhir September 2020 mencapai 85 miliar RMB (US\$12,7 miliar) (Si, 2020). Total penerima manfaat program ini hingga akhir April 2020 sebanyak 3,5 juta perusahaan dengan lebih dari 90 juta pekerja.

Kedua, program JobKeeper Payment dari pemerintah Australia memungkinkan bisnis-bisnis kecil yang terdampak pandemi memperoleh subsidi dari pemerintah sehingga mereka mampu membayar gaji para pekerjanya (Australian Government, 2020). Program ini terbukti mampu meningkatkan arus kas UMKM yang terdampak pandemi sebesar 15-20 persen (GetCapital, 2020). JobKeeper juga mampu menekan penurunan jumlah lapangan kerja yang signifikan sejak pertengahan Maret 2020. Survei ABS pada 2020 menunjukkan bahwa 44 persen entitas usaha melaporkan program JobKeeper Payment memengaruhi keputusan mereka untuk mempertahankan pekerjanya. Hal ini menyiratkan bahwa program tersebut memberikan kepercayaan diri bagi UMKM secara umum. Pada akhirnya, UMKM memilih untuk mengurangi jam kerja daripada mengurangi jumlah pekerjanya. Totalnya, anggaran untuk program ini adalah sebesar 130 miliar AUD (US\$100,7 miliar). Per 20 Mei 2020 atau enam minggu setelah program ini resmi diluncurkan, jumlah penerima manfaat program ini mencapai 759.654 unit usaha (GetCapital, 2020).

Ketiga, program subsidi gaji di Malaysia senilai MYR (US\$145) per pekerja untuk seluruh pekerja yang memenuhi syarat (Kementerian Keuangan Malaysia, 2021). Program ini memiliki anggaran senilai 12,76 miliar MYR (US\$3,1 miliar) per Februari 2021. Penerima manfaat program ini mencapai 322.177 unit usaha dengan 2,64 juta tenaga kerja per Februari 2021 (Kementerian Keuangan Malaysia, 2021).

Terakhir, program *Job Stability Funds* dari pemerintah Korea Selatan yang memberikan subsidi untuk unit usaha. Pada program ini, unit usaha yang memiliki tenaga kerja kurang dari 10 orang dapat memperoleh tambahan subsidi hingga 70 ribu KRW (US\$ 62,09) per tenaga kerja setiap bulan (Ministry of Employment and Labor Republic of Korea, n.d.). Pemerintah Korea Selatan juga meningkatkan anggaran untuk program ini hingga 1,8 triliun KRW (US\$1,6 juta) guna merespons urgensi dan kebutuhan UMKM saat pandemi.

Selain subsidi ketenagakerjaan yang menyorot isu penurunan upah dan gaji, pemerintah Korea Selatan juga merancang tiga jenis subsidi ketenagakerjaan berbentuk "subsidi cuti" (Ministry of Employment and Labor Republic of Korea, n.d.). Subsidi yang pertama, yaitu subsidi stabilitas pekerjaan darurat (*emergency employment stability subsidy*), memberikan 500 KRW (US\$420) per bulan selama tiga bulan untuk tenaga kerja UMKM yang mengambil cuti tidak dibayar. Anggaran program subsidi ini mencapai 1,5 triliun KRW (US\$1,2 miliar) memperoleh manfaat dari program ini. Kedua, program subsidi retensi pekerjaan (*employment retention subsidy*), yaitu tunjangan cuti berbayar dari pemerintah sebagai tunjangan hidup bagi mereka yang melakukan karantina mandiri atau rawat inap. Anggaran untuk program ini mencapai 1,01 triliun KRW (US\$853,3 juta) per Juli 2020. Sebanyak 77.210 unit usaha tercatat telah menerima subsidi ini. Ketiga, program subsidi cuti perawatan keluarga darurat (*emergency family care leave subsidy*) yang memberikan tunjangan senilai 50 ribu KRW per hari (US\$44 per hari selama 5-10 hari) untuk pekerja yang keluarganya terkonfirmasi tertular Covid-19 atau menunjukkan gejala Covid-19. Total anggaran untuk program ini mencapai 52,9 miliar KRW (US\$47 juta).

Ketika subsidi upah dan cuti di atas dirancang untuk dicairkan secara rutin dalam kurun waktu tertentu, pemerintah Tiongkok justru menerapkan subsidi ketenagakerjaan yang dibayarkan sekali pada awal 2021. Bersifat strategis, program ini memberikan insentif bagi unit usaha untuk tetap beroperasi dengan mengikuti protokol kesehatan selama periode festival Tahun Baru Cina. Subsidi *one-off* ini membantu unit usaha yang mulai memproduksi dan mengantarkan pesannya untuk berkembang tanpa mengesampingkan pencegahan dan pengendalian pandemi Covid-19 (Ping An Digital Economic Research Center, 2020). Anggaran untuk program ini terbilang besar namun alokasinya berbeda-beda untuk setiap kota. Pemerintah Tiongkok mendistribusikan bantuan yang mereka sebut sebagai "*stay-on-duty red envelopes*" sebesar 200 RMB (US\$31) hingga 1.000 RMB (US\$154) per tenaga kerja di Hangzhou, Shenzhen, Tianjin, dan Ningbo. Program ini terbukti mampu mengurangi jumlah tenaga kerja yang berpergian selama festival Tahun Baru Cina ((Xiaoping, 2021).

Peningkatan Kapasitas

Kajian literatur menunjukkan terdapat empat kategori program peningkatan kapasitas yang terbilang sukses, yaitu peningkatan kapabilitas digital, pelatihan secara daring, dan bantuan pendampingan secara daring.

Umumnya, program peningkatan kapabilitas digital berupa pemberian bantuan pendanaan yang memungkinkan UMKM berinvestasi di teknologi digital. Malaysia, contohnya, mengimplementasikan berbagai program dan memberikan hibah sebagai insentif bagi UMKM untuk masuk ke ranah digital (Malaysia Digital Economy Corporation, n.d.). Pertama, program *SME Digitalization Initiative* yang memberikan hibah kepada UMKM pengguna teknologi digital dalam aktivitas operasionalnya sehari-hari. Pemerintah Malaysia memberikan 50 persen hibah *matching grant* bernilai hingga 5.000 MYR (US\$1.215) kepada setiap UMKM untuk berlangganan jasa digital tertentu yang telah disepakati pemerintah. Total anggaran untuk program ini mencapai 40,5 juta MYR (US\$9,85 juta) per Februari 2021 dengan penerima manfaat sebanyak 8.580 unit usaha.

Kedua, program *SME Technology Transformation Fund* (STTF) yang merupakan bantuan keuangan bagi UMKM yang melakukan digitalisasi dan/atau berinvestasi di teknologi otomatisasi dalam kegiatan operasional bisnisnya. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mencapai kinerja bisnis yang lebih baik, yang meliputi produktivitas yang lebih tinggi, proses bisnis yang lebih efisien, manajemen biaya yang lebih efisien, serta penetrasi pasar yang lebih besar (SME Bank Group, n.d.). Anggaran untuk program ini berkisar dari 100 ribu MYR (US\$24.313) hingga 3 juta MYR (US\$729.394) dengan total anggaran mencapai 2,1 miliar MYR (US\$0,51 milyar). Hingga studi ini berlangsung, program berhasil menarik minat 18 UMKM dengan nilai investasi 36,55 juta MYR (US\$8,89 juta).

Ketiga, pemerintah Malaysia melakukan program digitalisasi lainnya namun target unit usahanya harus mengajukan *matching fund* terlebih dahulu. Program ini dikenal dengan nama *SMART Automation Grant* (SAG). Dengan nilai anggaran mencapai 6,2 juta MYR (US\$1,51 juta), program ini menarik minat 66 UMKM dan perusahaan kelas menengah (The Edge Markets, 2021). Per Februari 2021, sektor jasa yang terlibat dalam program ini terdiri dari 30 persen sektor pergudangan dan perdagangan ritel, 24 persen sektor jasa lainnya, dan 14 persen sektor profesional.

Contoh lainnya adalah hibah bisnis respons cepat (*quick response business grant*) dari pemerintah Australia selama pandemi untuk UMKM dan organisasi nonprofit (Australia Government, 2020). Program ini memberikan hibah kepada UMKM untuk berinvestasi dalam peningkatan kapabilitas *online* dan *e-commerce*. Hibah tersebut umumnya digunakan UMKM untuk mengikuti pelatihan daring dan webinar, membeli perangkat keras dan perangkat lunak, mengembangkan situs web dan *e-commerce*, atau meningkatkan kemampuan pemasaran berbasis digital. Total anggaran untuk program ini mencapai 5 juta AUD (US\$3,88 juta) pada 2020.

Penyediaan pelatihan *online* termasuk peningkatan kapasitas yang mendorong dan memfasilitasi UMKM untuk masuk ke platform *e-commerce*. Ada dua contoh program terkait dengan hal ini. Pertama, Kementerian Sumber Daya Manusia dan Perlindungan Sosial Tiongkok mengumumkan akses gratis ke platform pelatihan daring sejak awal pandemi atau sekitar Februari 2020 (OECD, 2020). Kedua, di Australia, negara bagian Queensland memberikan pelatihan berbasis *online* gratis yang ditujukan untuk usaha-usaha kecil yang terdampak pandemi (Queensland Government, 2021).

Pemberian bantuan pendampingan secara daring juga merupakan salah satu program peningkatan kapasitas yang dilakukan di tiga negara yang menjadi studi kasus penelitian ini. Pemerintah Malaysia mengeluarkan anggaran sebesar 5 juta MYR (US\$1,2 juta) untuk merealisasikan *one-stop platform* pendampingan secara daring yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja SME Hub dalam membantu lebih banyak lagi UMKM (KPMG, 2020). Contoh lain dilakukan oleh negara bagian Hessian di Jerman, dengan Business Advisory Services for MSMEs and Training of Entrepreneurs di sana memberikan pelayanan pendampingan bisnis untuk UMKM. Bantuan bisa berupa dukungan tidak langsung dengan mengurangi biaya pelatihan di tingkat perusahaan, seperti untuk pelatihan perdagangan internasional.

Contoh lain yang juga menarik adalah program yang dijalankan oleh Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA) dalam meningkatkan kemampuan UMKM bertahan di tengah pandemi melalui pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dan realitas virtual (VR) untuk memfasilitasi UMKM dalam pameran virtual. Kegiatan lembaga tersebut juga meliputi fasilitasi *buyer matching* seperti konsultasi virtual, penandatanganan kontrak, dan penyelenggaraan pameran daring.

Pengadaan Pemerintah

Kajian literatur menemukan bahwa inisiatif berikut penting untuk membantu UMKM berpartisipasi dalam pengadaan pemerintah. Inisiatif tersebut meliputi mengurangi hambatan untuk berpartisipasi, menyederhanakan proses dan menyediakan pendampingan pengadaan, serta menetapkan kuota pengadaan bagi UMKM.

Jerman membuat inisiatif dengan membagi nilai kontrak pengadaan yang besar menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dengan volume yang lebih rendah untuk mengurangi hambatan partisipasi UMKM dalam pengadaan pemerintah. Pada saat yang sama, pemerintah Jerman juga merilis panduan dan kalkulator berbasis daring agar pembagian nilai kontrak pengadaan itu adil. Proses ini didesain dengan baik untuk menarik lebih banyak partisipasi dari UMKM. Di Jerman, sebanyak 48 persen kontrak pemerintah dialokasikan untuk UMKM. Kuota tersebut jauh lebih tinggi daripada di negara Eropa lain yang rata-rata hanya 29 persen.

Kajian literatur juga menemukan setidaknya terdapat tiga negara yang menyederhanakan proses pengadaan serta memberikan pendampingan pada saat yang sama. Pertama, pemerintah Jerman merilis daftar resmi perusahaan yang memenuhi syarat di awal untuk menjadi pemasok pada pengadaan sektor-sektor jasa. Pemerintah Jerman juga mendirikan asosiasi bagi perusahaan yang telah memenuhi syarat di awal, khususnya di sektor konstruksi; menyediakan panduan/pedoman yang ramah bagi UMKM; serta mendirikan lembaga penasihat pengadaan bagi UMKM. Kedua, kebijakan pembayaran pemasok tepat waktu (*supplier pay on time policy*) di Australia berfokus untuk memfasilitasi UMKM agar mendapatkan pembayaran yang efisien dan tepat waktu. Pada 2019-2020, di bawah program ini, sebanyak 90,9 persen tagihan dibayarkan dalam kurun waktu 20 hari. Ketiga, pemerintah Korea Selatan memberikan bantuan likuiditas untuk UMKM dalam pengadaan pemerintah. Sebanyak 13.000 pinjaman telah dikucurkan dengan nilai pinjaman lebih dari US\$400 juta. Pemerintah Korea Selatan juga menyederhanakan proses pengadaan dengan mengurangi inspeksi di lapangan.

Studi ini juga menemukan bahwa terdapat dua negara, yakni Tiongkok dan Australia, yang menetapkan kuota bagi UMKM dalam pengadaan pemerintah. Pertama, di Tiongkok, sebanyak 30 persen anggaran pengadaan pemerintah dialokasikan untuk membeli barang dan jasa dari UMKM, dengan 60 persen dari nilai tersebut dialokasikan khusus untuk usaha kecil atau mikro. Pada 2018, nilai kontrak pengadaan pemerintah Tiongkok yang dialokasikan ke UMKM mencapai 2.748,9 miliar RMB (US\$442,8 miliar) yang merepresentasikan 76,7 persen pengadaan pemerintah RRT (Chen *et al.*, 2020). Kedua, pada 2018, pemerintah federal Australia mengumumkan komitmen untuk mengalokasikan setidaknya 35 persen dari kontrak pemerintah bernilai hingga 20 juta AUD (US\$15 juta) untuk UMKM. Pada 2019-2020, sebanyak 85,1 persen dari total pengadaan pemerintah Australia dialokasikan bagi UMKM.

Bantuan Keuangan

Kajian literatur menemukan contoh program yang termasuk ke dalam kategori bantuan keuangan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam menangkap permintaan. Pertama, banyak negara memotong biaya operasional unit usaha. Pemerintah Tiongkok menurunkan biaya utilitas dan mengurangi pembayaran asuransi sosial, sehingga menghemat biaya usaha (Ping An Digital Economic Research Center, 2020). Pemerintah Malaysia dan Korea Selatan juga menerapkan potongan harga untuk ritel UMKM yang menyewa tempat usaha milik perusahaan yang berafiliasi dengan pemerintah. Sama halnya dengan Tiongkok, Australia memberikan keringanan biaya listrik untuk penyewa lapak komersial.

Kedua, pemberian keringanan pajak sangat penting untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam menangkap permintaan. Program ini bervariasi, dari yang sederhana hingga yang paling kompleks. Tiongkok memberikan contoh yang sederhana dengan mengurangi pajak pertambahan nilai (PPN) bagi wajib pajak yang memiliki usaha kecil (Ping An Digital Economic Research Center, 2020). Australia dan Korea Selatan memiliki contoh pemberian

keringanan pajak yang rumit. Australia menerapkan program keringanan pajak seperti pajak manfaat tambahan (*fringe benefit tax*), konsesi pajak, penggantian jadwal penyusutan dengan penghapusan pajak aset instan permanen untuk usaha kecil, pembayaran penyederhanaan pajak untuk usaha kecil, hingga mengurangi periode peninjauan untuk pengembalian pajak usaha kecil menjadi satu tahun setelah pengajuan. Di sisi lain, Korea Selatan menunda berbagai jenis pajak untuk usaha seperti sejumlah pajak lokal, pajak perusahaan, dan PPN.

Ketiga, terdapat program yang dirancang untuk mengurangi tambahan modal UMKM selama masa pandemi untuk mempertahankan kapasitas UMKM dalam memproduksi. Program komprehensif pemerintah Malaysia diperinci di bawah ini:

- » *PENJANA Tourism Financing* (PTF): 282 pengajuan (dari total 579 pengajuan) telah disetujui dengan total pendanaan mencapai 57,1 juta MYR (US\$13,8 juta).
- » *PENJANA Microfinancing*: bantuan pendanaan senilai 363,4 juta MYR (US\$88,3 juta) telah diberikan kepada 10.774 usaha mikro, termasuk ke sektor ritel dan jasa.
- » *SME Go-Scheme for Liquidity Support*: program ini membantu 16.000 kontraktor tipe G2¹ dan G3².
- » *SME Soft Loans Fund*: penerima manfaat dari program ini berjumlah 24.628 UMKM dengan total bantuan senilai 11,63 miliar MYR (US\$2,8 miliar).
- » *TEKUN Business Recovery Scheme* (TBRS): total bantuan senilai 100 juta MYR (US\$24 juta) dengan jumlah penerima manfaat 14.946 usaha kecil dan mikro.
- » *Spur Set Up of New Businesses*: bertujuan untuk mendorong terciptanya usaha baru, dengan keringanan pendanaan yang disediakan meliputi:
 - Potongan pajak penghasilan hingga 20.000 MYR (US\$4.800) per tahun selama tiga tahun penilaian untuk UMKM yang baru didirikan pada 1 Juli 2020 hingga 31 Desember 2021.
 - Pembebasan bea materai bagi UMKM untuk instrumen apa pun yang digunakan dalam merger dan akuisisi selama periode 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021.

Contoh dari negara lain, misalnya, Jerman membuat program bernama *Central Innovation Programme for Small and Medium-Sized Enterprises* (*Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand/ZIM*) yang memberikan hibah untuk usaha mikro dan pengusaha individual, program pinjaman cepat dari KfW (bank pembangunan milik negara di Jerman), dan bantuan likuiditas. Di Tiongkok, pemerintah membantu UMKM melalui pinjaman dengan bunga ringan dan penundaan pembayaran. Adapun pemerintah Thailand memberikan pinjaman dengan bunga rendah, relaksasi pembayaran, serta pengurangan beban bunga. Terakhir, pemerintah Australia melaksanakan *SME Guarantee Scheme* fase kedua. Program ini telah memberikan 15.600 pinjaman kepada unit usaha dengan nilai bantuan senilai 1,5 miliar AUD (US\$1,1 miliar) hingga Juli 2020.

¹ Kontraktor dengan kapasitas tender tidak melebihi 500.000 MYR (US\$120.000).

² Kontraktor dengan kapasitas tender tidak melebihi 1.000.000 MYR (US\$240.000)

TABEL LAMPIRAN 5

Pemetaan Program Pemerintah Daerah

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
PENGALIHAN MODEL BISNIS					
Pelatihan	<p>Peningkatan Kemampuan UMKM Industri Tembakau</p> <p>Untuk mengembangkan model bisnis UMKM di industri hasil tembakau dan/atau daerah penghasil bahan baku industri hasil tembakau. Dilakukan sepanjang 2020 dengan pagu anggaran kegiatan Rp5,6 miliar.</p> <p>Pendidikan dan Pelatihan SDM Koperasi dan UMKM</p> <p>Selain industri tembakau, industri lainnya juga memperoleh pelatihan sumber daya manusia (SDM) UMKM. Dilakukan sepanjang 2020 dengan pagu anggaran kegiatan Rp2,6 miliar.</p> <p>Bimbingan Teknis Peningkatan Kapasitas Pembiayaan UMKM</p> <p>Untuk mendukung UMKM yang mencoba pola usaha yang baru. Bimbingan teknis (bimtek) diberikan selama tiga hari dengan penerima manfaat sebanyak 50 orang. Bimtek ini memiliki pagu anggaran Rp90 juta.</p>	<p>UMKM Juara</p> <p>UMKM yang dinobatkan sebagai UMKM Juara akan memperoleh pendampingan dan pelatihan oleh tenaga ahli selama enam bulan; mengikuti temu bisnis, gelar produk, <i>benchmarking</i>; dan turut serta dalam pameran lokal dan mancanegara.</p> <p>One Pesantren One Product (OPOP) sebagai UMKM Pesantren</p> <p>Satu pesantren diharapkan dapat memproduksi satu produk sehingga tercipta kemandirian dan pemberdayaan ekonomi.</p> <p>Program ini meliputi pelatihan, pendampingan usaha, temu usaha, lomba produk unggulan pesantren, penguatan modal usaha, dan pameran OPOP.</p> <p>Konsultasi Online Akses Pembiayaan (KABAYAN)</p> <p>Layanan konsultasi secara <i>online</i> mengenai akses pembiayaan untuk seluruh UMKM di Jawa Barat.</p>	<p>Young Entrepreneurs of South Sulawesi</p> <p>Sekolah informal selama tiga bulan untuk melatih pengusaha muda di Sulawesi Selatan.</p>	<p>Dukungan Inovasi Produk</p> <p>Meliputi olahan pisang, durian, mi sehat, teh celup, dan wedang wuh celup.</p> <p>Pelatihan Pengolahan dan Pengemasan Sari Buah dalam Kemasan</p> <p>Bertujuan agar pemilik usaha sari buah memiliki legalitas seperti Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dan Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) serta kemasannya memenuhi standar, sehingga mereka dapat menjual produknya di seluruh ToMiRa, toko modern, dan tempat wisata di Kulon Progo.</p> <p>Pelatihan Marketing Daring</p> <p>Gerakan yang sinergis antara UMKM dan duta <i>marketing</i> dalam mempromosikan produk UMKM. Selain itu, Pemkab Kulon Progo menginisiasi webinar tentang digitalisasi keuangan bagi UMKM.</p> <p>Penguatan Aspek Kelembagaan</p> <p>Fasilitasi dan pendampingan pengurusan perizinan IUMK</p>	<p>Sekolah Pasar Pedagang Cerdas (Sepasar Pedas)</p> <p>Pelatihan yang diberikan kepada penjual di pasar tradisional agar dapat bersaing dengan toko-toko modern, yang materinya tentang menjalankan tertib ukur, manajemen toko yang baik, dan lain-lain.</p> <p>Pembinaan dan Pelatihan Keterampilan Kerja bagi Tenaga Kerja dan Masyarakat Calon Wirausaha Baru</p> <p>Meliputi pelatihan makanan olahan.</p>

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Pelatihan	<p>Pengembangan Kluster Batik</p> <p>Dalam rangka memenuhi tingginya permintaan akan daster sebagai produk <i>ready-to-wear</i> pada masa pandemi, Pemprob Jawa Tengah melakukan pendampingan pada kluster batik untuk mengubah produknya menjadi daster.</p>			<p>Penguatan Produktivitas dan Legalitas</p> <p>Meliputi (i) pelatihan sertifikasi bagi pengelola ritel modern; (ii) pelatihan kewirausahaan dan inovasi produk lokal (olahan pisang, kopi, durian, mi sehat, teh celup, wedang uwuh celup, dan lain-lain); dan (iii) pelatihan serta fasilitasi pengurusan hak kekayaan intelektual.</p>	
Akses ke jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	<p>Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-cita (Sekoper Cinta)</p> <p>UMKM perempuan diharapkan dapat mengakses program Sekoper Cinta untuk saling bertukar pengetahuan dan pengalaman, sehingga meningkatkan kualitas hidup dan ekonominya secara mandiri.</p> <p>Webinar Penjajakan Pasar Turki dan Gelar Produk KUMKM</p> <p>Mempertemukan 45 pelaku KUMKM Jawa Barat yang terdiri dari UMKM Juara dan juara OPOP 2019, dengan 10 pengusaha dari Turki.</p> <p>Fasilitasi Pertemuan Bisnis</p> <p>Fasilitasi melalui platform Madeinindonesia.com dengan tujuan utama negara Timur Tengah, yaitu UEA dan Mesir.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Kemitraan TOMIRA (Toko Milik Rakyat) dengan Koperasi dan Pelaku Usaha Ritel Modern)</p> <p>Untuk memperkuat dan memperluas usaha serta daya saing melalui kemitraan antara pelaku usaha besar dengan koperasi dan UMKM dengan prinsip saling memperkuat, saling membutuhkan, saling memercayai, dan saling menguntungkan.</p>	Belum teridentifikasi.

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	<p>Bimbingan Teknis Peningkatan Kapasitas Pembiayaan UMKM</p> <p>Untuk mendukung UMKM yang mencoba pola usaha yang baru. Bimtek dilakukan selama tiga hari di satu lokasi dengan penerima manfaat sebanyak 50 orang. Pagu anggarannya Rp90 juta.</p>	<p>Kolaborasi dengan <i>E-marketplace</i></p> <p>Di bawah MoU, Pemprov Jawa Barat berkolaborasi dengan platform seperti Shopee, Blibli, Tokopedia, dan Bukalapak.</p>	<p>Kolaborasi dengan Go-Food</p> <p>Bekerja sama dengan GoFood, Pemprov Sulawesi Selatan memberikan dukungan <i>onboarding</i> untuk UMKM makanan dan minuman. Untuk mendukung program ini, GoFood juga memberikan subsidi ongkos kirim kepada konsumen.</p>	<p>Belabeliku.com</p> <p>Menyiapkan dan memfasilitasi UMKM masuk ke pasar digital. Platform belabeliku.com diharapkan dapat mem-<i>branding</i>, mempromosikan, dan meningkatkan penjualan produk UMKM Kulon Progo.</p>	<p>Malanggleerrr.com</p> <p>Situs jual-beli <i>online</i> untuk pelaku UMKM di Kota Malang yang menjual barang (industri kreatif, makanan, minuman, dan pakaian) dan jasa (aneka jasa dan akomodasi wisata).</p>
Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	<p>Fasilitasi Studi Kelayakan Usaha bagi UMKM</p> <p>Untuk memberikan pendampingan bagi UMKM dalam pemanfaatan teknologi. Pendampingan dilakukan selama tiga hari di tiga lokasi dengan penerima manfaat sebanyak 50 orang. Pagu anggarannya Rp90 juta.</p> <p>Pelatihan Pendamping UMKM</p> <p>Untuk meningkatkan <i>onboarding</i> UMKM ke platform pasar digital, Pemprov Jawa Tengah bekerja sama dengan <i>e-marketplace</i> memberikan pelatihan kepada pendamping UMKM, dengan pendamping tersebut kemudian bertanggung jawab untuk memasukkan 5-10 UMKM ke <i>e-marketplace</i>.</p>				<p>Pelatihan Literasi Keuangan Bekerja Sama dengan OJK dan Jagoan Indonesia</p> <p>Rangkaian program kerja Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPKAD) yang bertujuan mendorong literasi keuangan daerah melalui pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha UMKM.</p> <p>Gerakan Pelatihan Usaha Rakyat Digital (Gapura Digital) Secara Gratis Bekerja Sama dengan Google</p> <p>Google memberikan kelas pelatihan gratis kepada pemilik usaha.</p> <p>Pelatihan dilakukan setiap Sabtu dan Minggu, dengan Google telah menyiapkan enam modul materi.</p>

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>					<p>Penandatanganan Naskah Kesepakatan Bersama dengan Gojek dan GoPay</p> <p>Kesepakatan ini untuk merekatkan kerja sama UMKM dengan GoFood, dan sektor pariwisata dengan GoTix, serta kemudahan pembayaran pajak dengan GoBills.</p> <p>Kerja sama dilakukan dalam kerangka Malang Smart City.</p>
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM melalui pelatihan	<p>Startup Bootcamp</p> <p>Berkolaborasi dengan Sampoerna Foundation, Pemprov Jawa Tengah mengadakan seleksi untuk anak-anak muda yang tergabung dalam <i>startup</i> bisnis. Sebanyak 20 dari 2.000 pendaftar diinkubasi dalam suatu <i>bootcamp</i> untuk meningkatkan kapasitas.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Kolaborasi dengan BUMN/ BUMD</p> <p>Kolaborasi dengan PT Angkasa Pura I dan Bank BPD DIY untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, keterampilan, dan wawasan UMKM untuk pengembangan usahanya.</p>	<p>Pelatihan ASEAN SME Academy Bekerja Sama dengan Direktorat Kerja Sama Ekonomi ASEAN Kementerian Luar Negeri dan US-ACTI (United States-ASEAN Connectivity through Trade and Investment)</p>
				<p>Pelatihan Pengemasan Makanan dalam Kaleng dan Minuman dalam Kemasan Bekerja Sama dengan LIPI, Tiara Catering, dan Jowo Finger</p> <p>Pelatihan dilakukan selama empat hari untuk makanan dalam kaleng dan tiga hari untuk produk minuman sari buah.</p>	<p>Pelatihan ini untuk mengenal potensi pasar ASEAN melalui platform <i>online</i> ASEAN SME Academy.</p> <p>Klinik Bisnis Usaha Mikro</p> <p>Pendampingan administrasi keuangan/tata kelola, akses permodalan, manajerial usaha, legalitas usaha, dan pemasaran, serta memberikan fasilitas pengurusan legalitas usaha.</p>

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM mengakses jaringan usaha	<p>UKM Network and Business Fair</p> <p>Dilakukan selama tiga hari dengan pagu anggaran Rp200 juta.</p> <p>Fasilitas Pengembangan Jaringan Produk UKM di Luar Daerah</p> <p>Dilakukan selama lima hari dengan pagu anggaran Rp200 juta.</p> <p>Fasilitas Promo Tile Banner Produk UMKM pada Aplikasi GoFood</p> <p>Dilakukan selama 14 hari dengan pagu anggaran Rp210 juta.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Kerja Sama dengan BUMN</p> <p>Antara lain dengan PT Angkasa Pura I, PT Telkom, Perum PERURI, dan PT Pertamina untuk memperkuat UMKM dari aspek kelembagaan, usaha, ataupun permodalan.</p>	Belum teridentifikasi.
PERLUASAN AKSES PASAR					
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	<p>Rondi (Ruang Online Digital) Melalui Bela Pengadaan</p> <p>Diselenggarakan selama satu hari dengan pagu anggaran Rp121,7 juta.</p>	<p>Kolaborasi dengan Mbizmarket.co.id dalam Pengadaan Barang dan Jasa di Instansi Pemprov Jawa Barat</p> <p>Dalam kolaborasi ini, Pemprov Jawa Barat menggandeng UMKM dalam pengadaan barang dan jasa. Mbiz menyediakan Mbizmarket.co.id sebagai platform <i>marketplace</i> berbasis toko dalam jaringan <i>online</i> bagi instansi di lingkungan Pemprov Jawa Barat.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>Kebijakan Penggunaan Batik Lokal</p> <p>Penggunaan batik lokal “geblek renteng” untuk seluruh ASN, pegawai BUMD, pegawai kelurahan, guru, dan siswa. Pengadaannya wajib dilakukan oleh pengusaha/ pengrajin batik Kulon Progo. Kebijakan ini meningkatkan secara signifikan permintaan batik “geblek renteng”.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	<p>Borong 3 Juta Masker</p> <p>Untuk mendorong permintaan terhadap UMKM sektor tekstil, Pemprov Jawa Tengah menganggarkan Rp10,5 miliar untuk membeli 2,6 juta masker dua lapis dari UMKM tekstil. Masker tersebut kemudian dibagikan gratis kepada publik.</p> <p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>Pembuatan 10 Juta Masker Kain oleh UMKM Jabar</p> <p>Dengan mengalokasikan anggaran dari pos bantuan tidak terduga, Pemprov Jawa Barat melakukan dua tahap pengadaan pembuatan masker, yaitu sebanyak 2 juta masker dari 200 UMKM dan sisanya dari 400-500 UMKM. Masker tersebut kemudian didistribusikan ke masyarakat melalui Polda Jawa Barat.</p> <p>Pelibatan UMKM dalam Bantuan Sosial Pemprov Jawa Barat Tahap III</p> <p>Bantuan sosial terdiri dari bantuan tunai Rp100.000, makanan, minuman, masker, dan tas. Pengadaan bahan makanan seperti beras melibatkan 20 penggilingan beras, gula melibatkan petani tebu, dan garam melibatkan petani garam. Pengadaan minuman seperti susu melibatkan 17.500 peternak sapi perah. Pengadaan masker dan tas melibatkan UMKM.</p> <p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>		<p>Program Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT)</p> <p>Bantuan sosial bagi keluarga miskin, dengan pengadaan komoditas untuk program ini wajib berasal dari pelaku usaha Kulon Progo, seperti (i) beras dari Gapoktan Kulon Progo; (ii) telur dari peternak telur Kulon Progo; (iii) ikan lele dari Pokdakan Kulon Progo; dan (iv) gula jawa dari Koperasi Pengolah Gula Jawa Kulon Progo.</p> <p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Air Minum dalam Kemasan "AirKu"</p> <p>Untuk memperluas jaringan pasar bagi produk unggulan Kulon Progo, air mineral produksi PDAM Tirta Binangun Kulon Progo bekerja sama dengan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. dan PT Indomarco Prismatama untuk menyuplai produk "AirKu" di gerai mereka.</p>	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Kerja sama Pemprov Sulawesi Selatan dengan Bank Sulselbar</p> <p>Memberikan dukungan modal bekerja sama dengan Bank Sulselbar serta mempertemukan produsen dengan pembelinya. Bantuan tersebut, antara lain, Pundi Usaha Rakyat PUR), khususnya untuk petani dan nelayan, dan akses KUR bagi pelaku usaha.</p> <p>Kerja Sama Pemprov Sulawesi Selatan dengan BNI</p> <p>BNI melakukan peninjauan untuk memverifikasi pelaku usaha yang memiliki potensi ekspor dan membutuhkan permodalan.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Mendorong BUMN/sektor swasta untuk memberikan persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	<p>Sinergitas Pembiayaan Bersama Pemangku Kepentingan Terkait</p> <p>Dilakukan selama dua hari dengan melibatkan BUMN, BUMD, dan UMKM. Pagu anggaran kegiatan ini sebesar Rp90 juta.</p> <p>Temu Bisnis dengan Accor Group</p> <p>Bekerja sama dengan Kemendag, Pemprov Jawa Tengah memfasilitasi temu bisnis antara Accor Group dan UMKM untuk memprioritaskan produk UMKM dalam pengadaan hotel.</p>	<p>Berkolaborasi dengan Blibli</p> <p>Produk UMKM Juara ditampilkan pada laman khusus di Blibli.com (https://www.blibli.com/promosi/gin-umkm-juara?appsWebview=true).</p>	<p>Kerja Sama Pemprov Sulawesi Selatan dengan Institusi Keuangan Lainnya</p> <p>Pertemuan Pemprov Sulawesi Selatan dengan Bank Indonesia, OJK, dan Himbara bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelaku usaha dalam sistem perbankan. Pemprov Sulawesi Selatan juga mengimbau Himbara untuk tidak hanya memberikan KUR, tetapi juga pendampingan terhadap para debitur baru agar <i>default rate</i>-nya tidak tinggi.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk membimbing UMKM dalam mengembangkan usahanya	<p>#LapakGanjar</p> <p>Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo mempromosikan sekitar 100 jenis produk UMKM di Jawa Tengah melalui akun Instagramnya dengan tagar #LapakGanjar. Produk yang dipromosikan meliputi aneka makanan, produk kerajinan, hingga jasa seperti pembuatan souvenir pernikahan.</p>	<p>Endorsement dan Kolaborasi Desain oleh Gubernur Jawa Barat kepada Pelaku UMKM</p> <p>Pelaku UMKM seperti sepatu, baju, jaket, hingga sepeda motor, dapat mendaftarkan produknya ke Dinas KUKM untuk diseleksi oleh dinas sebelum berkolaborasi dengan Gubernur Jawa Barat.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Kerja Sama dengan PT Angkasa Pura I</p> <p>Kerja sama untuk memasarkan produk lokal UMKM di gerai Bandara YIA. Di samping itu, Dinas Koperasi UKM melakukan komunikasi dengan MUI untuk memfasilitasi sertifikasi halal bagi produk UMKM.</p>	<p>Sosialisasi Perizinan, Penerapan, Standardisasi, dan Sertifikasi serta Penguatan/Perlindungan bagi Usaha Mikro</p> <p>Meliputi (i) penerapan standardisasi dan sertifikasi bagi usaha mikro (bekerja sama dengan Klinik Bisnis Usaha Mikro Kota Malang, MUI Kota Malang, Dinas Kesehatan, dan perwakilan dari Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual); (ii)</p>

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
				<p>Kolaborasi dengan Pihak Swasta</p> <p>Antara lain dengan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. dan PT Indomarco Prismatama dalam kurasi produk UMKM.</p>	<p>perizinan usaha (bekerja sama dengan Klinik Bisnis Usaha Mikro Kota Malang dan Dinas Kesehatan); (iii)</p> <p>penguatan/perlindungan usaha mikro (bekerja sama dengan Klinik Bisnis Usaha Mikro Kota Malang, perwakilan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, Sucofindo, dan Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Malang).</p>
Lainnya	<p>Fasilitas Onboarding 1.500+ UMKM baru di GoFood</p> <p>Untuk mendorong masuknya lebih dari 1.500 UMKM baru di platform GoFood, Pemprov Jawa Tengah memberikan subsidi ongkos kirim bagi UMKM sektor makanan dan minuman tersebut.</p> <p>UKM Virtual Expo (UVO)</p> <p>Bekerja sama dengan Bank Jateng, UVO diadakan secara tematik (makanan dan minuman, fesyen, kriya, dan furnitur). Pada 2020, UVO telah menghasilkan omzet bagi UMKM hingga Rp4,5 miliar dengan jumlah pengunjung mencapai 20.000 orang. Pemprv juga memberikan pendampingan secara menyeluruh bagi UMKM yang meliputi pendampingan pembiayaan hingga pendampingan bahasa.</p>	<p>Borondong.id</p> <p>Menjual produk UMKM dan pelaku ekonomi kreatif dengan ketentuan yang meliputi: UMKM dan pelaku ekonomi kreatif merupakan produsen/distributor pertama, identitasnya dapat diverifikasi, berdomisili di Jawa Barat, mampu memberikan harga yang kompetitif, dan bersedia mengirim produknya ke <i>fulfilment centre</i>. Target konsumennya adalah ASN karena mereka dianggap tidak terdampak pandemi Covid-19. Borondong.id juga telah bekerja sama dengan perusahaan ekspedisi.</p>	Belum teridentifikasi	<p>Gebyar Batik Dekranasda</p> <p>Sebuah <i>expo</i> daring untuk mempromosikan batik produksi Kabupaten Kulon Progo.</p> <p>Gayeng Regeng Blonjo Bareng</p> <p>Komunitas warga Kulon Progo di perantauan (Jabodetabek) yang membeli produk dari Kulon Progo.</p>	<p>Bakul Pasar Ngalam</p> <p>Sebuah platform <i>online</i> untuk membantu UMKM pasar tradisional.</p>

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
BANTUAN KEUANGAN					
Pendanaan modal kerja	Belum teridentifikasi.	Kredit Mesra (Masyarakat Ekonomi Sejahtera) Program kolaborasi Pemprov Jawa Barat dengan Bank BJB. Pinjaman ini hanya mengenakan biaya administrasi dibayar di muka dan cicilan pokok dibayar sampai jangka waktu pinjaman berakhir. Sebelum pinjaman diberikan, pelaku usaha yang telah memenuhi persyaratan akan diberikan pelatihan keuangan mikro.	Bantuan Pemprov Sulawesi Selatan kepada Pelaku Usaha E-commerce Untuk mendorong pelaku usaha berjualan di <i>e-commerce</i> , Gubernur Sulawesi Selatan memberikan kuota internet gratis kepada 3.000 pelaku usaha yang pertama kali bergabung di <i>e-commerce</i> pada 2021. Bantuan ini berlangsung selama satu bulan dengan kuota sebesar 28 gigabita, bebas telepon, SMS, dan lain-lain.\	Perluasan Akses Permodalan Di antaranya memfasilitasi usulan BPUM bagi 51.726 pelaku usaha mikro	Ojo Percoyo karo Renternir (OJIR) Pinjaman lunak maksimal Rp10 juta dengan tenor dua tahun dan persyaratannya hanya menggunakan KTP. Selain memberikan pinjaman, program ini juga untuk mendorong program literasi keuangan dan pendampingan bisnis UMKM.
Pengeluaran modal	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Bantuan Modal Usaha Berbasis Dusun dan RW dari Pemkab Bantaeng Program ini bertujuan untuk (i) membentuk komunitas usaha di tingkat dusun dan RW; (ii) menciptakan lapangan pekerjaan; dan (iii) meningkatkan pendapatan masyarakat.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Biaya operasional	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Pajak	Sosialisasi Pemulihan Ekonomi Nasional Melalui Keringanan Pajak bagi UMKM Sejauh ini baru dilakukan satu kali selama enam jam. Salah satu tantangan kegiatan ini adalah pelaku usaha enggan untuk melaporkan pajaknya secara rutin.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	JAWA TENGAH	JAWA BARAT	SULAWESI SELATAN	KULON PROGO	MALANG
Mendorong institusi keuangan untuk menyediakan pinjaman jangka pendek untuk UMKM	<p>Sosialisasi Pembiayaan bagi UMKM</p> <p>Dilakukan selama satu hari dengan pagu anggaran Rp48 juta. Salah satu tantangan kegiatan ini adalah pelaku UMKM kerap membutuhkan proses pembiayaan yang cepat.</p> <p>Temu Pembiayaan bagi UMKM</p> <p>Dilakukan selama satu hari dengan pagu anggaran Rp48 juta. Tantangan kegiatan ini antara lain banyak pelaku UMKM yang terkendala dengan agunan serta sistem layanan informasi keuangan.</p> <p>Fasilitasi Restrukturisasi Pembiayaan bagi UMKM terdampak COVID-19</p> <p>Dilakukan selama 1 hari dengan pagu anggaran sebesar Rp48 Juta. Tantangan kegiatan ini, antara lain, beberapa pelaku UMKM enggan berterus terang dengan permasalahan usaha yang mereka hadapi selama pandemi</p>	Belum teridentifikasi	<p>Pembangunan Lembaga Keuangan Mikro oleh Pemprov Sulawesi Selatan</p> <p>Membangun lembaga keuangan mikro bekerja sama dengan BUMDes, lembaga keuangan syariah serta bekerja sama dengan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES).</p>	<p>Koordinasi dengan Perbankan</p> <p>Terdapat tiga skema relaksasi pinjaman bagi pelaku UMKM, yaitu subsidi bunga 50 persen dengan syarat kredit cair sebelum Februari 2021, penundaan angsuran pokok, dan penambahan jangka waktu pinjaman. Perlakuan tersebut tergantung pada permintaan debitur dan penilaian bank.</p> <p>Pinjaman Modal dari Pertamina</p> <p>Nilai modal maksimum mencapai Rp200 juta dengan jangka waktu pinjaman paling lama tiga tahun. Biaya administrasi pinjaman permodalan tersebut sebesar 3 persen per tahun.</p> <p>Kerja Sama dengan Pusat Investasi Pemerintah Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan</p> <p>Untuk mengakses kredit ultramikro bagi UMKM.</p>	Belum teridentifikasi
Lainnya	<p>Bantuan Bahan Baku untuk UMKM Sektor Makanan</p> <p>Diatur dalam Keputusan Kepala Dinas Koperasi UKM Jawa Tengah Nomor 910/3568/2020, bantuan ini berupa pemberian bahan baku produksi untuk UMKM sektor, seperti gula, tepung terigu, minyak, telur, dan sebagainya.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

LAMPIRAN 6

Tabel Lampiran 6.1

Program Kemenko Perekonomian, Kementerian PPN/Bappenas, Kemenkeu, dan Kemenkop UKM

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
PENGALIHAN MODEL BISNIS				
Pelatihan	Kartu Prakerja Program pengembangan kompetensi kerja yang ditujukan untuk pencari kerja, pekerja/buruh yang terkena pemutusan hubungan kerja, dan/atau pekerja/buruh yang membutuhkan peningkatan kompetensi. Selama krisis pandemi Covid-19, difokuskan menjadi program semi-bantuan sosial	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Online Learning (https://edukukm.id/Kelas_online) Pelatihan Daring Pelatihan secara gratis (https://edukukm.id/Kelas_online).
Akses ke jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Top Brand UMKM Program turunan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia untuk menjual produk-produk <i>top brand</i> dari UMKM yang telah melewati proses kurasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital untuk melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	Pelatihan Digitalisasi Pemasaran dan Manajemen Produk Halal bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Kakak Asuh Berkolaborasi dengan <i>e-marketplace</i> , UMKM yang belum <i>onboarding</i> akan didampingi oleh “kakak asuh” untuk membuka dan memperluas akses pemasaran produknya di pasar digital.

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital untuk melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	<p>Program ini mengimplementasikan beberapa program prioritas dalam bidang ekonomi digital, ketenagakerjaan, dan UMKM, serta untuk menyusun Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital. Program ini merupakan kolaborasi antara beberapa K/L dan empat platform digital, yakni LinkAja Syariah, Tokopedia Salam, Blibli Hasanah, dan Bukalapak.</p> <p>Digital Kredit UMKM</p> <p>Berkolaborasi dengan Himbara, program ini meluncurkan layanan kredit secara digital bagi pelaku UMKM bernama DigiKu.</p>			<p>Kolaborasi dengan Platform Digital Sektor Pangan</p> <p>Untuk mendigitalisasi UMKM sektor pangan, Kemenkop UKM bekerja sama dengan Tanihub, Sayur Box, Ekosis, dan Modal Rakyat.</p> <p>E-Brochure</p> <p>Platform untuk membantu pelaku UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produknya secara digital.</p>
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN dalam membantu UMKM melalui pelatihan	Belum teridentifikasi.	<p>Rencana Kerja Pemerintah 2021 dengan Program Prioritas, yaitu Penguatan Kewirausahaan, UMKM, dan Koperasi</p> <p>Bagian dari upaya memulihkan dampak pandemi Covid-19, kegiatan penting dalam program prioritas ini meliputi (i) peningkatan kemitraan usaha antara usaha mikro kecil dan usaha menengah besar; (ii) peningkatan kapasitas usaha dan akses pembiayaan bagi UMKM; dan (iii) peningkatan peluang usaha.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Gotong Royong Bantu UMKM</p> <p>Bekerja sama dengan Pusat Layanan Usaha Terpadu Koperasi dan UMKM (PLUT KUMKM) untuk mendigitalisasi 3.625 UMKM. Kegiatan ini juga berkolaborasi dengan asosiasi komunitas, seperti Asosiasi BDS, LUNAS, FOCUS, AMEN, ICSB, dan Justika.com</p>

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN dalam membantu UMKM mengakses jaringan usaha	<p>Optimalisasi Sinergi Program Pembinaan Klaster/Sentra UMKM/IKM baru</p> <p>Sejak 2019, telah dilaksanakan di UMKM Sentra IKM Rendang Payakumbuh dan Klaster UMKM Rumput Laut Wakatobi.</p>	<p>Pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dalam Major Project RPJMN 2020-2024</p> <p>Salah satu program yang berkaitan dengan UMKM adalah pembangunan desa wisata dan fasilitasi BUMDes.</p> <p>Pengembangan 9 Kawasan Industri di Luar Jawa dan 31 Smelter dalam Major Project RPJMN 2020-2024</p> <p>Salah satu program yang berkaitan dengan UMKM adalah fasilitasi kemitraan usaha dan penyediaan sumber daya manusia.</p> <p>Keperantaraan Pasar: Strategi Pengentasan Kemiskinan untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi Nasional</p> <p>Berkolaborasi dengan KOMPAK, program ini mengembangkan pendekatan keperantaraan pasar sebagai upaya pengentasan kemiskinan dan pengembangan UMKM yang lebih produktif.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Program Pengembangan Koperasi dan UMKM dalam Pendekatan Klaster atau Komoditas Unggulan</p> <p>Sektor yang menjadi prioritas adalah makanan dan minuman, pertanian, perkebunan dan peternakan, tekstil dan produk fesyen, pariwisata berbasis wisata alam, perikanan, industri ekonomi kreatif, jasa, dan alat kesehatan/APD.</p>
Lainnya	Belum teridentifikasi,	<p>Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak Covid-19 terhadap UMKM: Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha bagi UMKM Indonesia</p> <p>Survei dilakukan untuk mengukur seberapa besar dampak pandemi Covid-19 terhadap kondisi bisnis UMKM serta untuk mengidentifikasi alternatif kebijakan untuk menjembatani adaptasi UMKM agar dapat bertahan selama pandemi.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
PERLUASAN AKSES PASAR				
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p> <p>Gerakan Belanja di Warung Tetangga</p> <p>Untuk menjaga daya beli masyarakat terhadap produk UMKM, Kemenkop UKM bermaksud menghubungkan warung dengan Bulog dan sembilan kluster pangan BUMN melalui platform daring. Bulog dan sembilan kluster BUMN berperan sebagai <i>warehouse</i> bagi warung yang dapat memastikan stok bahan pokoknya tetap tersedia dan mudah terkoneksi dengan <i>warehouse</i>.</p>
Persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Laman Khusus UMKM dan Bela Pengadaan Kerjasama dengan LKPP</p> <p>Program dimana 40 persen belanja kementerian dan lembaga difokuskan dari produk UMKM.</p>
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	Belum teridentifikasi.	<p>Revitalisasi Tambak di Kawasan Sentra Produksi Udang dan Bandeng</p> <p>Untuk meningkatkan produksi perikanan budidaya dan nilai ekspor hasil perikanan.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>PaDi (Pasar Digital) UMKM</p> <p>Ekosistem dengan platform digital yang mempertemukan UMKM dan BUMN untuk memberi ruang dan peluang bagi UMKM dalam mendapatkan transaksi serta berkesempatan memperoleh pembiayaan dari BUMN.</p>

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan		Industri 4.0 di Lima Subsektor Prioritas Lima subsektor tersebut adalah makanan dan minuman, tekstil dan pakaian jadi, otomotif, elektronik, serta kimia dan farmasi. Beberapa program untuk UMKM meliputi pengembangan ekosistem inovasi, infrastruktur digital, dan insentif investasi teknologi serta pemberdayaan UMKM.		
Mendorong BUMN/sektor swasta untuk memberikan persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk membimbing UMKM dalam mengembangkan usahanya	Belum teridentifikasi.	Integrasi Pelabuhan Perikanan dan Pasar Ikan Bertaraf Internasional Untuk meningkatkan produksi perikanan tangkap dan nilai ekspor hasil perikanan.	Belum teridentifikasi.	Fasilitasi Sertifikasi Izin Edar Memberikan fasilitasi sertifikasi izin edar untuk 27 juta masker terstandar WHO yang diproduksi oleh UMKM.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
BANTUAN KEUANGAN				
Pendanaan modal kerja	KUR Super-Mikro Ditujukan untuk pekerja yang terkena PHK dan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha produktif. Suku bunga KUR Super-Mikro ditetapkan sebesar 0 persen hingga 31 Desember 2020 dan menjadi 6 persen setelah 31 Desember 2020 dengan kredit maksimum Rp10 juta.	Belum teridentifikasi.	Penjaminan Modal Kerja UMKM Pemerintah menugaskan PT Jamkrindo dan/atau PT Askrindo untuk menjamin pelaku usaha atas kredit modal kerja dari perbankan. Pemerintah juga memberikan dukungan berupa pembayaran imbal jasa penjaminan, <i>counter guarantee</i> (penjaminan balik), <i>loss limit</i> , atau dukungan <i>risk sharing</i> lainnya yang dibutuhkan.	Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM) Ditujukan kepada pelaku usaha mikro yang tidak sedang menerima kredit perbankan dengan nilai bantuan sebesar Rp2,4 juta per pelaku usaha mikro.

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
Pengeluaran modal	<p>Subsidi Bunga KUR</p> <p>Dalam konteks program Pemulihan Ekonomi Nasional, pemerintah memberikan subsidi bunga KUR sebesar 6 persen pada tiga bulan pertama dan 3 persen pada tiga bulan setelahnya.</p> <p>Tambahan Plafon Mikro</p> <p>Plafon maksimum KUR Mikro ditingkatkan menjadi Rp50 juta dari sebelumnya Rp25 juta.</p>	<p>Penguatan Jaminan Usaha Petani dan Nelayan</p> <p>Bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani dan nelayan masing-masing 5 persen dan 10 persen per tahun. Salah satu kegiatan program ini adalah pembiayaan dan asuransi sektor pertanian dan perikanan.</p> <p>Rencana Kerja Pemerintah 2021 dengan Program Prioritas, yaitu Penguatan Kewirausahaan, UMKM dan Koperasi</p> <p>Untuk meningkatkan kapasitas usaha dan akses pembiayaan bagi wirausaha, K/L terkait memberikan dukungan modal usaha, pendampingan akses kredit, dan pengembangan skema pembiayaan.</p>	<p>Program Pemulihan Ekonomi Nasional Meliputi:</p> <p>Restrukturisasi Kredit UMKM</p> <p>Untuk membantu debitur UMKM yang kesulitan membayar pinjamannya agar meringankan beban dan tidak menjadi kredit macet. Berdasarkan data OJK, restrukturisasi pinjaman Sebagian besar diberikan kepada debitur UMKM sebesar Rp359,11 triliun untuk 5,82 juta debitur.</p> <p>Subsidi Bunga Non-KUR</p> <p>Diberikan kepada UMKM yang memiliki pinjaman sebelum pandemic Covid-19 (per 29 Februari 2020) dengan plafon hingga Rp10 miliar. Penerimaannya adalah seluruh debitur UMKM, UMi, Mekaar, KPR, kredit kendaraan bermotor ojek dan usaha informal, dan pegadaian.</p>	Belum teridentifikasi.
Biaya operasional	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Pajak	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Insentif Perpajakan</p> <p>Pemberian insentif PPh final sebesar 0,5 persen kepada UMKM.</p> <p>Pemberian Fasilitas Pajak terhadap Barang dan Jasa yang Diperlukan dalam Penanganan Pandemi Covid-19</p> <p>Diatur oleh PMK No. 28/PMK.03/2020, barang meliputi obat-obatan, vaksin, peralatan laboratorium, pendeteksi, pelindung diri, dan peralatan pendukung lainnya, serta jasa seperti jasa konstruksi, konsultasi, teknik, dan manajemen, mendapatkan fasilitas pembebasan pajak, baik PPh maupun PPN.</p>	Belum teridentifikasi.

	Kemenko Perekonomian	Kementerian PPN/Bappenas	Kemenkeu	Kemenkop UKM
Pajak			<p>Pemberian Fasilitas Kepabeanan dan/atau Cukai serta Perpajakan atas Impor Barang untuk Keperluan Penanganan Pandemi Covid-19</p> <p>Diatur oleh PMK nomor 34/PMK.04/2020, impor barang untuk keperluan penanganan pandemi Covid-19 diberikan fasilitas bebas bea masuk dan/atau cukai, PPN/PPnBM tidak dipungut, dan pembebasan PPh Pasal 22.</p>	
<p>Mendorong institusi keuangan untuk menyediakan pinjaman jangka pendek bagi UMKM</p>	<p>KUR Mikro</p> <p>Pinjaman untuk modal kerja dan/atau investasi yang diberikan kepada pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal selama enam bulan. Nilai maksimum kredit sebesar Rp25 juta per debitur dengan suku bunga efektif 6 persen per tahun.</p> <p>Penjaminan Modal Kerja UMKM</p> <p>Pemerintah menugaskan PT Jamkrindo dan/atau PT Askrindo untuk menjamin pelaku usaha atas kredit modal kerja dari perbankan. Pemerintah juga memberikan dukungan berupa pembayaran imbal jasa penjaminan, <i>counter guarantee</i> (penjaminan balik), <i>loss limit</i>, ataupun dukungan <i>risk sharing</i> lainnya yang dibutuhkan.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Penunjukan Pusat Investasi Pemerintah</p> <p>PIP sebagai BLU Kementerian Keuangan ditunjuk sebagai koordinator pencairan dana kredit ultramikro.</p>	Belum teridentifikasi.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

Tabel Lampiran 6.2

Kemenperin, Kemenparekraf, KKP, dan Kementan

	Kemenperin	Kemenparekraf	KKP	Kementan
PENGALIHAN MODEL BISNIS				
Pelatihan	<p>Anggaran Dekonsentrasi untuk IKM Terimbas Covid-19</p> <p>Berkolaborasi dengan dinas perindustrian provinsi, dinas perindustrian kabupaten/kota, Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, serta fasilitas layanan kesehatan dan instansi lainnya. Salah satu bentuk kegiatan dekonsentrasi adalah bimbingan teknis produksi APD (<i>hazmat, face shield</i>, dan masker kain) bagi IKM sandang yang terdampak Covid-19 di Sumatera Selatan.</p> <p>Lokakarya HACCP bagi IKM Minuman dan Bahan Penyegar</p> <p>Untuk memperkuat produk IKM, khususnya minuman, agar mampu bersaing di tingkat global dengan adanya jaminan keamanan dan mutu pangan.</p> <p>Kompetisi Modest Fashion Project</p> <p>Kompetisi sekaligus peningkatan kapasitas UMKM di bidang fesyen.</p> <p>Program Peningkatan Kapasitas</p> <p>Terdapat lima program besar untuk meningkatkan daya saing IKM, khususnya yang terkait dengan peningkatan kualitas produk dan sumber daya manusia.</p> <p>Pendampingan Produksi Bilik Sanitasi</p> <p>Pendampingan ke pelaku IKM untuk memproduksi bilik sanitasi dengan berkolaborasi bersama Balai Besar Logam dan Mesin.</p>	<p>MASAMO (Masak Bersama Master Secara Online)</p> <p>Untuk memfasilitasi pengembangan usaha kreatif di bidang kuliner.</p> <p>Baparekraf Digital Entrepreneurship (BDE 2.0)</p> <p>Sistem inkubasi daring yang dirancang khusus untuk pelaku ekonomi kreatif.</p> <p>InDonesia Care (I Do Care)</p> <p>Kampanye penerapan tatanan normal baru di sektor pariwisata sebagai bentuk dukungan program reaktivasi wisata domestik pascapandemi Covid-19.</p>	<p>Bimbingan Teknis UMKM Pengolah</p> <p>Untuk mendorong UMKM pengolah agar memperoleh sertifikat kelayakan pengolahan serta memfasilitasi pengujian produk untuk penerapan tanda SNI pada produk.</p> <p>Pasar Laut Indonesia</p> <p>Program turunan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan secara daring dalam hal standar produksi, desain kemasan, keuangan, serta pemasaran.</p> <p>Pelatihan tentang Produk Frozen Food/Ready-to-Cook Food</p> <p>Pelatihan ini dilakukan seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk tersebut selama pandemi.</p>	<p>Penumbuhan Wirausahawan Muda Pertanian (PWMP)</p> <p>Berupa bantuan modal sebagai dana stimulan dalam merintis usaha.</p>

	Kemenperin	Kemendikbud	KKP	Kementan
Akses ke jaringan usaha	<p>Bangga Buatan Indonesia</p> <p>Meliputi (i) promosi di <i>e-marketplace</i> dengan tagar #eSmartIKM dan #SemuanyaAdaDisini; (ii) peningkatan kapasitas sebelum maupun setelah <i>onboarding</i> di platform pasar digital; (iii) pendampingan usaha; (iv) fasilitasi pendaftaran merek hingga desain kemasan; (v) pendampingan untuk <i>go global</i>.</p> <p>Indonesia Food Innovation (IFI)</p> <p>Program akselerasi IKM pangan dengan peserta harus melalui proses seleksi kurasi terlebih dahulu. Peserta yang lolos akan berkesempatan mengikuti <i>food camp</i> (webinar harian selama 1,5 bulan yang membahas akselerasi bisnis dan akselerasi teknis dalam menjalankan usaha). IKM yang lolos juga memperoleh fasilitas untuk dihubungkan dengan <i>angle investor</i> agar IKM tersebut menembus pasar ekspor.</p>	<p>Anugerah Bangga Buatan Indonesia (BBI) 2020</p> <p>Penghargaan bagi pelaku UMKM dalam 11 kategori, yaitu fesyen, kriya, kuliner, film, animasi, musik, aplikasi, <i>game</i>, manufaktur, kecantikan dan kebugaran, serta <i>event</i>.</p>	<p>Safari Gemarikan</p> <p>Kampanye untuk meningkatkan konsumsi ikan. KKP akan membeli produk perikanan dengan mengutamakan produk UMKM lokal di lokasi kegiatan, kemudian menyerahkan paket Gemarikan ke daerah target untuk didistribusikan ke kelompok penerima.</p>	Belum teridentifikasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan pemain pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	<p>Kampanye Tematik</p> <p>Bekerja sama dengan <i>e-marketplace</i>, Kemenperin melakukan kampanye secara tematik. Misalnya, menampilkan produk sandang di momen menjelang Lebaran di <i>e-marketplace</i> tertentu.</p>	<p>Beli Buku Lokal</p> <p>Program turunan dari Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang bertujuan untuk mendukung pelaku kreatif di subsektor penerbitan. Kampanye ini bekerja sama dengan IKAPI serta sejumlah <i>e-marketplace</i>.</p> <p>Beli Kreatif Lokal</p> <p>Program turunan dari Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang mendukung pelaku kreatif di subsektor fesyen, kriya, dan kuliner di Jabodetabek.</p>		

	Kemenperin	Kemenparekraf	KKP	Kementan
Kolaborasi antara pemerintah dan pemain pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>		<p>JSD Future Format V.2</p> <p>Format daring dari Jakarta Sneaker Day yang sebelumnya dilangsungkan secara luring. Kegiatan ini menggandeng merek yang telah dikurasi serta <i>e-marketplace</i> yang menjadi mitra resmi.</p> <p>Hari Belanja Sneaker Nasional (HBSN)</p> <p>Untuk meningkatkan antusiasme masyarakat terhadap produk lokal, khususnya sepatu. Kemenparekraf memberikan dukungan seperti <i>government talks</i>, subsidi diskon, <i>placement</i> video, dan publikasi.</p> <p>Jakcloth</p> <p>Salah satu pameran <i>clothing brand</i> B2C terbesar di Indonesia. Saat pandemi, Jakcloth dilakukan secara daring di salah satu <i>e-marketplace</i>.</p> <p>Harbolnas</p> <p>Kegiatan pesta belanja dengan diskon terbesar yang didukung oleh berbagai <i>e-marketplace</i> di Indonesia dan dikawal oleh idEA.</p> <p>SAEXPO 2020</p> <p>Kegiatan pameran mebel yang diselenggarakan oleh Asosiasi Mebel dan Kerajinan Indonesia (ASMINDO) DI Yogyakarta.</p> <p>Beli Kreatif Danau Toba</p> <p>Berdasarkan arahan dari Kemenko Perekonomian, Kemenparekraf menjalankan program Beli Kreatif Danau Toba untuk meningkatkan kapasitas pelaku ekonomi kreatif di daerah Danau Toba agar lebih siap <i>onboarding</i> ke <i>e-marketplace</i>.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	Kemenperin	Kemendag	KKP	Kementan
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM melalui pelatihan	Inkubator Bisnis Kreatif Bekerja sama dengan Universitas Prasetya Mulya, Kemenperin memberikan pembelajaran mulai dari strategi bisnis, empat fungsi manajemen, perencanaan bisnis, hingga <i>business pitching</i> .	Belum teridentifikasi.	Webinar bagi UMKM untuk Menghadapi Dampak Pandemi Covid-19 Webinar tersebut membahas (i) digitalisasi usaha; (ii) persyaratan mutu untuk menembus pasar ekspor; dan (iii) penyerapan produk olahan hasil perikanan lokal dalam kampanye Gemarikan.	Pembinaan UMKM Salah satu program kemitraan dengan Pertamina yang memberikan perhatian khusus terhadap UMKM sektor pertanian.
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM mengakses jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Fasilitasi Digitalisasi Usaha Melalui <i>hashtag</i> #pasarlautindonesia dan kemitraan antara UMKM dengan <i>e-marketplace</i> .	Korporasi Petani Program konsolidasi petani perorangan yang menggarap lahan-lahan sempit di mana petani perseorangan tersebut akan dikoperasikan dalam bentuk koperasi berskala besar.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
PERLUASAN AKSES PASAR				
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	Anggaran Dekonsentrasi untuk IKM Terimbas Covid-19 Di Kalimantan Selatan, IKM sandang yang terdampak pandemi memproduksi masker untuk memenuhi kebutuhan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 sebanyak 100.000 buah.	PP Nomor 7 Tahun 2021 Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.	Peningkatan Akses Pasar Melalui (i) fasilitasi promosi produk UMKM unggulan dalam #pasarlautindonesia pada <i>e-marketplace</i> ; (ii) penyerapan produk lokal daerah dalam kampanye Gemarikan; dan (iii) lokakarya akses pasar luar negeri dalam hal harmonisasi mutu produk yang dipersyaratkan oleh negara importir.	

	Kemenperin	Kememparekraf	KKP	Kementan
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>Ada di Warung</p> <p>Pada 2020, Kememparekraf menjalankan <i>pilot project</i> program Ada di Warung. Program ini bertujuan membantu memasarkan produk pelaku kreatif dan UMKM ke jaringan toko kelontong.</p>	<p>Millennial Shrimp Farm (MSF)</p> <p>Melibatkan generasi milenial untuk mengembangkan budidaya udang. KKP menyediakan KUR dengan bunga 6 persen dan BLU-LPMKP dengan bunga 3 persen.</p> <p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>
Persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	<p>Fasilitasi B2B E-commerce untuk IKM Logam, Mesin, Elektronik, dan Alat Angkut</p> <p>Program ini merupakan tindak lanjut program <i>e-Smart</i> IKM yang mengusung tema #SemuanyaAdaDisini dalam gerakan nasional #BanggaBuatanIndonesia</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	<p>Temu Bisnis</p> <p>Untuk mempertemukan IKM dengan industri besar atau jaringan ekspor. Temu bisnis tersebut meliputi IKM pengolahan ikan cakalang dengan industri besar mi instan, IKM gula palma dengan jaringan ekspor, IKM furnitur dengan <i>furni store</i>, dan IKM komponen otomotif dengan rantai pasok industri otomotif nasional.</p>	<p>Pelatihan Daring Manajemen Jasa Boga</p> <p>Untuk meningkatkan sumber daya manusia pariwisata, khususnya jasa boga dan pelaku usaha pariwisata yang terdampak Covid-19 di lima daerah superprioritas, yaitu Sumatera Utara, Jawa Tengah dan Yogyakarta, NTB, NTT, dan Sulawesi Utara.</p> <p>Big Promo</p> <p>Meliputi pemberian insentif paket-paket wisata yang ditawarkan oleh industri UMKM, destinasi wisata, restoran, agen perjalanan wisata, dan hotel.</p>	<p>Integrasi Pelabuhan Perikanan dan Pasar Ikan Bertaraf Internasional</p> <p>Untuk meningkatkan produksi perikanan tangkap dan nilai ekspor hasil perikanan.</p>	<p>Toko Tani Indonesia</p> <p>Program turunan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang merupakan bentuk komitmen pemerintah dalam penyediaan komoditas pangan strategis yang mudah diakses oleh masyarakat dengan mengimplementasikan skema B2B yang akan digunakan oleh gabungan kelompok tani serta petani lokal.</p>

	Kemenperin	Kemenparekraf	KKP	Kementan
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk memberikan persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	#pasarlautindonesia Berkolaborasi dengan pemangku kepentingan seperti <i>e-marketplace</i> , <i>startup</i> , dan perusahaan logistik, KKP mengajak lebih dari 800 UMKM binaannya untuk berpromosi dalam kampanye ini. UMKM dapat memperoleh fasilitas (i) pelatihan dan pendampingan standar produksi dan desain kemasan; (ii) pembiayaan kredit; dan (iii) akses pemasaran daring.	Gerakan Tiga Kali Ekspor Pertanian (Gratieks) Program selama empat tahun ke depan, dengan para eksportir pertanian diminta untuk meningkatkan ekspornya tiga kali lipat. Untuk mencapai hal tersebut, dibutuhkan kerja sama pembangunan pertanian dari hulu ke hilir.
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk membimbing UMKM dalam mengembangkan usahanya	Dukungan Ekspor untuk 17 IKM Bekerja sama dengan ATT Group (Authorized Global Partner Alibaba.com), 17 IKM yang terdiri dari 9 IKM furnitur, 6 IKM pangan, dan 2 IKM permesinan dapat memperoleh fasilitas intelijen pasar dan pencocokan bisnis dengan fasilitator ekspor dan pelatihan peningkatan kapasitas untuk memenuhi standar ekspor.	Belum teridentifikasi.	Integrasi Pelabuhan Perikanan dan Pasar Ikan Bertaraf Internasional Dalam rangka meningkatkan produksi perikanan tangkap dan nilai ekspor hasil perikanan.	Belum teridentifikasi.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Trade Expo Indonesia Virtual Event (TEI-VE) Format baru pameran tahunan B2B berskala internasional yang diselenggarakan oleh Kemendag. Pada program ini, Kemenparekraf memberikan dukungan berupa <i>virtual booth</i> untuk produk kriya, fesyen, desain interior, dan desain produk. Indonesia Digital Trade Show (IDTS) Pameran multi-industri secara virtual tiga dimensi. Kemenparekraf memberikan fasilitasi berupa <i>booth</i> virtual untuk produk kriya, fesyen, dan kuliner.	Belum teridentifikasi.	Toko Tani Indonesia Center (TTIC) Sebuah pasar yang menjual produk hasil pertanian dan perkebunan langsung dari petani dengan harga yang lebih kompetitif. Pada 2020, TTIC berkolaborasi dengan Gojek menyediakan fasilitas belanja daring, dengan Kementan mengalokasikan dana untuk subsidi ongkos kirim gratis.

	Kemenperin	Kemenparekraf	KKP	Kementan
Lainnya		<p>Creative Culture Home (C2H)</p> <p>Berkolaborasi dengan Summarecon Mall Serpong, Kemenparekraf menampilkan produk desain interior, desain produk, fesyen, dan kuliner yang sudah terkurasi sebagai upaya untuk membangkitkan geliat sektor ekonomi kreatif.</p> <p>Kolaborasi dengan e-marketplace</p> <p>Di bawah nota kesepahaman, Kemenparekraf bekerja sama dengan e-marketplace untuk memasarkan produk UMKM dengan bagi hasil yang lebih besar untuk UMKM.</p>		
BANTUAN KEUANGAN				
Pendanaan modal kerja	Belum teridentifikasi.	<p>Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</p> <p>Bantuan berupa dana hibah berbasis data kepada pekerja pariwisata di lima destinasi superprioritas, yaitu Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Likupang, dan Labuan Bajo.</p> <p>Bantuan Insentif Pemerintah</p> <p>Bantuan berupa dana hibah bagi pelaku usaha subsektor tertentu, yaitu <i>game developer</i>, kriya, fesyen, kuliner, film, dan pariwisata sebesar Rp200 juta untuk pelaku usaha berbadan hukum dan Rp100 juta untuk pelaku usaha yang tidak berbadan hukum.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Dukungan Penguatan Usaha</p> <p>Berupa dukungan UMKM lokal, khususnya sektor perkebunan di Bali, yang meliputi pemberian benih komoditas perkebunan, pupuk organik, serta fasilitas sarana pascapanen.</p> <p>Stimulus bagi Petani Sumatera Selatan</p> <p>Bekerja sama dengan BNI, Pemprov Sumatera Selatan merealisasikan upaya akselerasi KUR Tani untuk membangkitkan kembali sektor pertanian pada masa pandemi.</p>

	Kemenperin	Kemendagri	KKP	Kementan
Pengeluaran modal	<p>Restrukturisasi Mesin dan Peralatan untuk IKM</p> <p>Pemberian potongan harga pembelian mesin/peralatan kepada IKM yang telah membeli mesin/peralatan baru yang seluruhnya terpasang di lokasi perusahaan.</p>	<p>Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</p> <p>Bantuan berupa dana hibah berbasis data untuk pekerja pariwisata di lima destinasi superprioritas, yaitu Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Likupang, dan Labuan Bajo.</p> <p>Bantuan Insentif Pemerintah</p> <p>Bantuan berupa dana hibah ke pelaku usaha subsektor tertentu, yaitu <i>game developer</i>, kriya, fesyen, kuliner, film, dan pariwisata sebesar Rp200 juta untuk pelaku usaha berbadan hukum dan Rp100 juta untuk pelaku usaha yang tidak berbadan hukum.</p>	<p>Stimulus Pemulihan Ekonomi Nasional Sebesar Rp4,52 Miliar</p> <p>Dialokasikan untuk pengolahan pemasaran ikan di Jawa Tengah yang meliputi pemberian (i) peralatan pengolahan perikanan sebanyak 83 paket; (ii) sarana sistem rantai dingin (<i>chest freezer</i>) sebanyak 49 unit; (iii) pinjaman modal kerja sebesar Rp700 juta untuk lima kelompok usaha pengolahan ikan di Kota Semarang; dan sebagainya.</p> <p>Stimulus Pemulihan Ekonomi Nasional Sebesar Rp36 Miliar</p> <p>Dialokasikan untuk pemberian (i) 300 paket peralatan pengolahan ikan; (ii) 300 paket <i>chest freezer</i> untuk penyimpanan ikan; (iii) 300 paket peralatan pedagang ikan; dan (iv) lima unit gudang beku <i>portable</i>.</p>	
Pengeluaran modal			<p>Bantuan Pemerintah Melalui APBN dan APBD</p> <p>Untuk merevitalisasi unit pengolahan ikan berskala mikro kecil serta pemberian bantuan peralatan pengolahan, bantuan <i>chest freezer</i>, bantuan <i>cold storage portable</i>, dan sebagainya.</p> <p>Penguatan Jaminan Usaha Petani dan Nelayan</p> <p>Bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani dan nelayan sebesar masing-masing 5 persen dan 10 persen per tahun. Salah satu kegiatan program ini adalah pembiayaan dan asuransi sektor pertanian dan perikanan.</p>	Belum teridentifikasi.

	Kemenperin	Kemendparekraf	KKP	Kementan
Biaya operasional	Belum teridentifikasi.	<p>Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</p> <p>Bantuan berupa dana hibah berbasis data kepada pekerja pariwisata di lima destinasi superprioritas, yaitu Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Likupang, dan Labuan Bajo.</p> <p>Bantuan Insentif Pemerintah</p> <p>Bantuan berupa dana hibah ke pelaku usaha subsektor tertentu, yaitu <i>game developer</i>, kriya, fesyen, kuliner, film, dan pariwisata sebesar Rp200 juta untuk pelaku usaha berbadan hukum dan Rp100 juta untuk pelaku usaha yang tidak berbadan hukum.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Pajak	Belum teridentifikasi.	<p>Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif</p> <p>Bantuan berupa dana hibah berbasis data untuk pekerja pariwisata di lima destinasi superprioritas, yaitu Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Likupang, dan Labuan Bajo.</p> <p>Bantuan Insentif Pemerintah</p> <p>Bantuan berupa dana hibah ke pelaku usaha subsektor tertentu, yaitu <i>game developer</i>, kriya, fesyen, kuliner, film, dan pariwisata sebesar Rp200 juta untuk pelaku usaha berbadan hukum dan Rp100 juta untuk pelaku usaha yang tidak berbadan hukum.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	Kemenperin	Kemenparekraf	KKP	Kementan
Mendorong institusi keuangan untuk menyediakan pinjaman jangka pendek bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Bantuan untuk UMKM Bantuan untuk wilayah di antaranya Jakarta, Sukabumi, Subang, Pasuruan, Bondowoso, dan Sampang. Bantuan berupa KUR dan akses sumber pendanaan lainnya, gudang beku <i>portable</i> , <i>chest freezer</i> , dan peralatan pengolahan ikan.	Belum teridentifikasi.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

Tabel Lampiran 6.3

Program Kemenkominfo, Kemendag, Kementerian BUMN, dan Kemenpora

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
PENGALIHAN MODEL BISNIS				
Pelatihan	<p>Kita Bela Kita Beli</p> <p>Program turunan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang mengupayakan stimulus dalam bentuk pelatihan/ pendampingan serta stimulus finansial bagi UMKM/UMi. Tiga stimulus pelatihan tersebut meliputi <i>digital talent scholarship</i>, <i>scaling-up</i> UMKM/Umi, dan pelatihan bahasa Inggris dan pemasaran digital.</p> <p>Digital Talent Scholarship</p> <p>Untuk memperkuat dan memberdayakan pelaku UMKM dengan memanfaatkan akses internet secara produktif guna percepatan transformasi digital nasional.</p> <p>Scaling-up UMKM/Umi</p> <p>Memberikan pelatihan digital kepada petani dan nelayan untuk pengembangan dan pendampingan usaha di kedua sektor tersebut.</p> <p>Pelatihan Bahasa Inggris dan Pemasaran Digital</p> <p>Ditujukan untuk UMKM dan UMi serta pelaku desa wisata di destinasi wisata superprioritas.</p> <p>Peningkatan UMKM Active Selling</p> <p>UMKM <i>Active Selling</i> adalah UMKM yang secara aktif melakukan <i>update</i> deskripsi dan foto produk serta berinteraksi dan berjualan di platform digital. Program yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah UMKM <i>Active Selling</i> meliputi pelatihan berbasis modul, pendampingan secara daring dan luring, serta penyediaan paket data sebesar 3 gigabita dan voucher <i>cashback</i> di <i>e-commerce</i> senilai Rp50.000.</p>	<p>Pembinaan UKM</p> <p>Meliputi pembinaan peningkatan kualitas produk, diversifikasi produk, pemberian sertifikasi produk seperti sertifikasi halal dan hak kekayaan intelektual, serta pemberian fasilitas pendaftaran <i>barcode</i>.</p> <p>Pendampingan Eksportir Baru</p> <p>Berkolaborasi dengan praktisi selaku fasilitator, hasil pendampingan ekspor pada 2020 telah melebihi target dengan menghasilkan 41 eksportir baru (target sebelumnya hanya 15 eksportir baru).</p>	<p>Rumah BUMN</p> <p>Komunitas yang berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM, dari yang awalnya hanya toko tradisional menjadi toko yang <i>go modern, go digital, go online</i>, hingga mampu <i>go export</i>. Saat ini, terdapat 245 Rumah BUMN yang dibina oleh 14 BUMN di seluruh Indonesia.</p>	<p>Program Kewirausahaan Muda</p> <p>Peningkatan kapasitas calon wirausaha muda bekerja sama dengan lembaga inkubator bisnis di beberapa perguruan tinggi.</p> <p>Program Perbaikan Ekosistem Kewirausahaan Muda</p> <p>Berupa pemberian advokasi dan pendampingan teknis ke pemerintah daerah untuk memperbaiki tata kelola ekosistem kewirausahaan muda di daerah tersebut.</p>

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
Akses ke jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	<p>Bimbingan Teknis Kewirausahaan</p> <p>Program pengembangan sumber daya manusia UMKM dalam bidang manajemen pelaporan keuangan, pemasaran secara daring, dan sebagainya.</p> <p>Lomba Good Design Indonesia</p> <p>Pemberian penghargaan desain produk, dengan pemenang lomba ini berkesempatan menjadi <i>supplier</i> internasional.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan pemain pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	Belum teridentifikasi.	<p>Pembayaran melalui <i>Fintech</i> dan QRIS</p> <p>Kemendag bekerja sama dengan <i>fintech</i> dan QRIS mendukung <i>cashless</i>. Terkait dengan QRIS, Kemendag berkolaborasi dengan Himbara dan Bank Indonesia untuk menerapkan pembayaran melalui QRIS di salah satu destinasi wisata, yaitu Likupang, Kabupaten Minahasa Utara.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN dalam membantu UMKM melalui pelatihan	<p>Digital Entrepreneurship Academy (DEA)</p> <p>Bekerja sama dengan Mitra Global Tech Company dan <i>startup</i> lokal, program ini bertujuan mencetak talenta digital di sektor UMKM serta untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang unggul dalam menghadapi era revolusi industri 4.0.</p>	<p>Pelatihan bagi Fasilitator UMKM</p> <p>Fasilitator UMKM dilatih agar dapat membantu UMKM binaannya <i>onboarding</i> ke platform digital.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM mengakses jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	<p>Pusat Jajanan Kuliner</p> <p>Dilakukan di lima destinasi wisata superprioritas, yaitu Labuan Bajo, Mandalika, Likupang, Danau Toba, dan Borobudur.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM mengakses jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	<p>Kerja Sama dengan Lembaga Promosi Luar Negeri</p> <p>Di antaranya (i) dengan CBI Belanda untuk pendampingan produk <i>home decor</i> dan <i>natural ingredient</i>; (ii) dengan IPD Jerman untuk produk kayu ringan; (iii) dengan JETRO untuk produk cangkang sawit; (iv) dengan HKTDC untuk produk perhiasan dan furnitur; dan lain-lain.</p> <p>Kerja Sama dengan K/L</p> <p>Di antaranya (i) dengan Kementan untuk produk organik; (ii) dengan Diaspora Indonesia di Australia dan KADIN untuk <i>pilot project</i> Indonesia Trading House di Australia; (iii) dengan KADIN, Kemenag, dan Kemenkop UKM untuk melibatkan UMKM dalam pemenuhan kebutuhan haji; dan lain-lain.</p> <p>Export Centre Surabaya</p> <p>Memberikan konsultasi mengenai ekspor, pendampingan, dan <i>business matching</i> secara reguler bagi UMKM di wilayah Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Kalimantan.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
PERLUASAN AKSES PASAR				
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PaDi UMKM</p> <p>Ekosistem dengan platform digital yang mempertemukan UMKM dan BUMN ini memberikan ruang dan peluang bagi UMKM dalam mendapatkan transaksi serta kesempatan memperoleh pembiayaan dari BUMN.</p> <p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>	<p>PP Nomor 7 Tahun 2021</p> <p>Pemerintah mewajibkan kementerian/ lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.</p>
Persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi	Belum teridentifikasi
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	Belum teridentifikasi.	<p>Kolaborasi Accor Group dan UMKM</p> <p>Mendorong masuknya produk UMKM sebagai pemasok perlengkapan hotel seperti sandal, makanan, kantong <i>laundry</i>, dan lain-lain, serta mempromosikan produk UMKM (di luar perlengkapan hotel) di lobi hotel. Program ini sudah dilakukan di tujuh daerah, yaitu Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Surabaya, Bali, Kalimantan Timur, Jawa Barat, dan Sulawesi Utara.</p>	Belum teridentifikasi	Belum teridentifikasi

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
Mendorong BUMN/sektor swasta memberikan persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	<p>In Store Promotion</p> <p>Salah satu upaya pemulihan ekonomi UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 dan merupakan program turunan dari Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia. UKM yang mengikuti <i>in store promotion</i> akan mendapatkan pelatihan, fasilitasi, dan kemitraan.</p> <p>Relaksasi Perizinan Eksportir Kopi</p> <p>Saat ini, eksportir kopi dapat mengekspor produknya langsung tanpa perlu memiliki perizinan sebagai eksportir terdaftar.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/ sektor swasta untuk membimbing UMKM dalam mengembangkan usahanya	Belum teridentifikasi.	<p>Temu Bisnis Secara Daring</p> <p>Salah satu program temu bisnis secara daring adalah Virtual Trade Expo Indonesia.</p> <p>InaExport</p> <p>Salah satu platform B2B bagi produk UMKM ekspor.</p> <p>Onboarding Produk UMKM di Situs Amazon</p> <p>Bekerja sama dengan ITPC Vancouver, produk UMKM Indonesia dapat dimasukkan ke lapak situs Amazon, khususnya di kategori Archipelago.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
Lainnya	Belum teridentifikasi.	<p>Lomba Video Pernak Pernik Unik Bangga Buatan Indonesia</p> <p>Program turunan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia yang ditujukan bagi UMKM yang ingin menampilkan profil dan produk unggulannya guna mendorong UMKM untuk <i>go digital</i> dalam berpromosi dan bertransaksi.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
BANTUAN KEUANGAN				
Pendanaan modal kerja	Belum teridentifikasi.	<p>Bantuan Sarana untuk Usaha Mikro</p> <p>Salah satu bentuk bantuan sarana ini berupa bantuan perbaikan warung, karena warung merupakan penggerak perekonomian di daerah.</p>	Belum teridentifikasi.	<p>Bantuan Modal bagi Wirausaha Muda</p> <p>Ditujukan bagi wirausaha muda yang bergerak di industri kuliner, pariwisata, pendidikan, maupun industri kreatif. Terdapat lima kategori bantuan permodalan, yaitu: (i) Pra-Wirausaha Muda Pemula (Rp10 juta); (ii) Wirausaha Muda Pemula (Rp10 juta); (iii) Wirausaha Muda Pemula Berkembang (Rp15 juta); (iv) Sentra Kewirausahaan Pemuda (Rp35 juta); dan <i>Sociopreneur</i> (Rp10 juta).</p>
Pengeluaran modal	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Biaya operasional	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Pajak	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	KEMENKOMINFO	KEMENDAG	KEMENTERIAN BUMN	KEMENPORA
Mendorong institusi keuangan untuk menyediakan pinjaman jangka pendek untuk UMKM	Belum teridentifikasi.	<p>Koordinasi dengan Perbankan dan Lembaga Keuangan</p> <p>Untuk memberikan kemudahan atau akses kredit pada UKM.</p> <p>Layanan Pembiayaan Ekspor</p> <p>Berkolaborasi dengan LPEI, BNI, dan BRI, program ini memberikan dukungan pembiayaan ekspor untuk UMKM yang meliputi bantuan produksi, asuransi, dan jaminan. Pembiayaan ekspor ini telah mencapai Rp167 miliar yang berasal dari tiga lembaga keuangan tersebut.</p>	<p>Peran Himbara dalam Penyaluran Bantuan Keuangan UMKM</p> <p>Himbara berperan untuk menyalurkan KUR, menyalurkan kredit mikro produktif bekerja sama dengan Pegadaian dan Permodalan Nasional Madani (PNM), serta memberikan pendanaan berbasis <i>invoice</i> kepada UMKM yang tergabung di platform PaDi.</p>	Belum teridentifikasi.
Lainnya	<p>Pembagian Telepon Seluler Gratis</p> <p>Bekerja sama dengan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), Kemenkominfo membagikan telepon seluler gratis kepada sejumlah UMKM guna mengurangi hambatan teknologi di kelompok tersebut.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

Tabel Lampiran 6.4

Program Kemensos, Kementerian PPPA, dan PLN

	KEMENSOS	KEMENTERIAN PPPA	PLN
PENGALIHAN MODEL BISNIS			
Pelatihan	<p>Program Kewirausahaan Sosial (ProKUS)- Inkubasi <i>Mentoring</i> Bisnis</p> <p>Terdiri dari tiga pilar, yaitu Bantuan Sosial Insentif Modal Usaha (BSiMU), Inkubasi <i>Mentoring</i> Bisnis, dan Pendampingan Sosial. Program ini merupakan lanjutan dari Program Keluarga Harapan (PKH) untuk melatih secara mandiri keluarga penerima manfaat (KPM) agar usaha mereka lebih berkembang lagi.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Akses ke jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku pasar digital dalam melatih UMKM untuk <i>go digital</i>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN dalam membantu UMKM melalui pelatihan	<p>Pendampingan Usaha</p> <p>Bekerja sama dengan Oorange Universitas Padjajaran, Politeknik Negeri Semarang, ZFN Agape Indonesia (Titipku), dan Bina Swadaya</p>	<p>Pendampingan Perempuan dengan Kementerian PPPA dan PT PNM</p> <p>Untuk memberdayakan perempuan agar dapat berpartisipasi secara ekonomi keluarganya sekaligus mengembangkan UMKM mereka.</p> <p>Pendampingan Industri Rumahan</p> <p>Pendampingan non-pendanaan untuk perempuan industri rumahan ultramikro yang bantuannya meliputi sarana produksi dan pelatihan.</p>	Belum teridentifikasi.

	KEMENSOS	KEMENTERIAN PPPA	PLN
Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta/BUMN untuk membantu UMKM mengakses jaringan usaha	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
PERLUASAN AKSES PASAR			
Memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	PP Nomor 7 Tahun 2021 Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.	PP Nomor 7 Tahun 2021 Pemerintah mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah mengalokasikan pengadaan minimum 40 persen untuk UMKM dan koperasi.	Belum teridentifikasi.
Persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/sektor swasta memprioritaskan UMKM di rantai nilai/pengadaan	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/sektor swasta memberikan persyaratan perdagangan yang lebih ramah bagi UMKM	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Mendorong BUMN/sektor swasta untuk membimbing UMKM dalam mengembangkan usahanya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	KEMENSOS	KEMENTERIAN PPPA	PLN
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
BANTUAN KEUANGAN			
Pendanaan modal kerja	<p>Program Kewirausahaan/Bantuan Sosial Insentif Modal Usaha (BSIMU)</p> <p>Ditujukan kepada pelaku usaha yang telah terdaftar sebagai penerima BSIMU. Penerima bantuan akan mendapatkan pendampingan dan bantuan sosial insentif modal usaha sebesar Rp3,5 juta untuk mengembangkan usahanya.</p>	<p>Penyediaan Data Penerima Manfaat BPUM</p> <p>Bekerja sama dengan PEKKA, Kementerian PPPA menyediakan data wirausaha perempuan yang layak menerima BPUM.</p>	Belum teridentifikasi.
Pengeluaran modal	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Biaya operasional	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	<p>Subsidi Listrik</p> <p>Subsidi listrik sebesar 50 persen bagi rumah tangga atau usaha yang menggunakan daya listrik 450 VA dengan maksimal penggunaan 720 jam menyala serta</p> <p>subsidi listrik sebesar 25 persen bagi rumah tangga atau usaha yang menggunakan daya listrik 900 VA dengan maksimal penggunaan 720 jam menyala.</p>
Pajak	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

	KEMENSOS	KEMENTERIAN PPPA	PLN
Mendorong institusi keuangan untuk menyediakan pinjaman jangka pendek bagi UMKM	<p>Dorong Bank Himbara Rekrut KPM PKH Graduasi Menjadi Nasabah KUR</p> <p>Bertujuan untuk mendorong bank anggota Himbara untuk merekrut KPM PKH sebagai nasabah KUR agar mereka mudah mengakses kredit dari bank.</p>	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.
Lainnya	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.	Belum teridentifikasi.

LAMPIRAN 7:

HASIL DISKUSI KELOMPOK TERARAH

Untuk membahas program-program unggulan serta menyusun rekomendasi, studi ini melakukan dua kali diskusi kelompok terarah (FGD) dengan pemerintah (kementerian/ lembaga serta pemerintah daerah) dan sektor swasta. FGD dengan pemerintah dan pihak swasta tersebut dilaksanakan pada 20 April 2021 dan 22 April 2021.

Kedua diskusi tersebut menghasilkan lima ide atau masukan mengenai program yang dapat membantu peningkatan permintaan bagi UMKM, yaitu:

Ekosistem Usaha yang Kondusif

Menciptakan kolaborasi yang kuat antara pemerintah pusat dan daerah untuk membangun ekosistem usaha yang kondusif bagi UMKM lokal agar bertumbuh adalah hal penting. Ekosistem tersebut terdiri dari kapabilitas sumber daya manusia, sumber pendanaan, pasar, dan rantai nilai. Untuk merealisasikannya, diperlukan suatu peraturan yang terintegrasi dari pemangku kepentingan terkait. Di sisi lain, untuk isu-isu yang tidak dapat diatur dalam regulasi, pemerintah daerah dapat membentuk suatu tim yang berfungsi untuk mengawasi kepatuhan antarlembaga.

Sektor swasta seperti pasar daring dan asosiasi bisnis juga membutuhkan kerja sama yang kuat dengan pemerintah pusat dan daerah. Mengingat mereka memiliki banyak program unggulan—seperti pelatihan untuk *onboarding* ke platform digital—yang dapat membantu UMKM bertumbuh, dukungan pemerintah berupa penyediaan data UMKM merupakan hal yang krusial dan dibutuhkan oleh sektor swasta dalam menjalankan berbagai programnya.

Mendukung ekosistem usaha yang kondusif tidak sebatas hingga UMKM beroperasi. Dukungan ini harus terus berlanjut untuk meningkatkan kemampuan UMKM untuk mempertahankan bisnisnya. Sebagai contoh, GoFood sebagai salah satu *marketplace* untuk usaha makanan terus memberikan pelatihan dan ide kepada mitra usahanya, seperti informasi preferensi konsumen atau statistik penjualan mitranya. Dengan demikian, hubungan kemitraan tersebut dapat meningkatkan kualitas produk UMKM serta kemampuan operasionalnya.

Inklusi Digital

Perekonomian yang melambat karena adanya kebijakan pembatasan sosial saat pandemi Covid-19 membuat masyarakat lebih bergantung pada teknologi digital. Sehingga, pada gilirannya, inklusi digital menjadi isu yang penting bagi UMKM dalam mempertahankan permintaannya. Banyak usaha kecil di daerah perdesaan yang kehilangan peluang untuk mendapatkan lebih banyak konsumen karena lemahnya infrastruktur internet di daerah tersebut. Selain itu, literasi digital dan keuangan juga dibutuhkan oleh pemilik usaha dalam mempromosikan dan menjalankan bisnisnya. Sebagian dari mereka, meskipun memiliki akses ke telepon genggam, ternyata masih memiliki hambatan dalam menggunakan teknologi tersebut, khususnya dalam memasarkan produk mereka atau mengintegrasikan transaksi usahanya dengan platform pembayaran digital.

Untuk memastikan bahwa UMKM dapat mengintegrasikan bisnisnya dengan teknologi digital serta memiliki fleksibilitas untuk mengubah bisnisnya selama pandemi, peningkatan kapasitas dan pendampingan menjadi hal yang krusial. Selain itu, jasa keuangan digital yang aman, nyaman, dan tangguh juga diperlukan oleh UMKM untuk memudahkan usahanya dan memberikan rasa percaya kepada mereka dalam mengintegrasikan bisnisnya ke teknologi digital.

Peningkatan Kapasitas untuk Mendukung Kepatuhan Regulasi, Sertifikasi, dan Standarisasi

Salah satu hambatan utama yang dihadapi UMKM saat mengakses pasar baru adalah persyaratan pendirian usaha yang berlandaskan hukum, sertifikasi produk, dan standarisasi. Untuk memastikan bahwa UMKM mengakses pasarnya dengan baik, pemerintah perlu memberikan pelatihan dan pendampingan sehingga mereka dapat memenuhi syarat-syarat tersebut.

Mendaftarkan UMKM ke dalam suatu kelompok besar untuk memfasilitasi pembuatan sertifikat seperti sertifikat halal dan Standar Nasional Indonesia (SNI) adalah langkah yang lebih efektif dari segi biaya serta dapat mempercepat proses *onboarding* ke platform digital yang mensyaratkan sertifikasi tersebut. Selain itu, bagi UMKM yang berminat untuk masuk ke pasar ekspor, pemahaman mereka tentang seluk-beluk regulasi kepabeanan juga perlu ditingkatkan. Kerja sama antara kementerian dan pemangku kepentingan terkait, misalnya Direktorat Jenderal Pajak, dalam menyediakan pendampingan untuk memenuhi regulasi kepabeanan dapat membantu UMKM dalam mengakses pasar ekspor.

Pemetaan Permintaan Secara Sektoral untuk Mengakses Pasar dan Sumber Pendanaan Baru

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan yang mengalokasikan 40 persen pengadaan pemerintah bagi UMKM. Sebagian kementerian dan lembaga pemerintahan tidak asing dengan peraturan tersebut dan bahkan mereka telah mengimplementasikannya. Namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Salah satunya, diperlukan kerja

sama antara setiap kementerian/lembaga dengan LKPP dalam memetakan kebutuhan pengadaan barang dan jasa pemerintah. Pemetaan secara sektoral tersebut dapat menjembatani UMKM dengan sisi permintaannya—kebutuhan pengadaan dari pemerintah.

Di samping itu, pemetaan secara sektoral dapat dilakukan dari sisi penawaran (UMKM). Dengan membangun sistem data UMKM yang terintegrasi dan detail, termasuk jenis usahanya, UMKM dapat lebih mudah terhubung dengan pembeli serta sumber pendanaan. Selain itu, beberapa program dari sektor swasta di bawah program CSR sering kali menysasar UMKM pada sektor-sektor tertentu.

Peningkatan dan Perbaikan Infrastruktur Logistik untuk Membuka Akses Pasar

Akses pasar internasional menghadapi banyak tantangan selama pandemi. Hal ini karena banyak negara membatasi aktivitas ekonominya di perbatasan. Situasi ini mengimplikasikan bahwa UMKM yang konsumen utamanya dari luar negeri, seperti pengrajin furnitur, banyak kehilangan potensi permintaan pada saat pandemi. Untuk membantu UMKM tersebut, pemerintah dapat menginvestasikan anggaran pada pembelian gudang luar negeri, khususnya di negara-negara yang memiliki pasar terbesar, sehingga UMKM dapat menjual produknya di sana dan tetap bertahan di tengah pandemi. Selain itu, isu logistik yang berhubungan dengan pengiriman, seperti waktu tunggu dan ketersediaan kontainer, perlu menjadi perhatian karena proses yang sangat berkaitan dengan waktu ini apabila tertunda dapat menimbulkan inefisiensi dan kerugian bagi UMKM.

Alternatif lainnya untuk UMKM dalam menarik lebih banyak konsumen di tengah pandemi adalah dengan memanfaatkan ruang di pusat perbelanjaan untuk memasarkan produknya. Mengingat banyaknya pusat perbelanjaan dan toko ritel yang tutup selama pandemi, pemerintah dapat memanfaatkan ruang tersebut untuk mempromosikan produk UMKM.

Tabel Lampiran 7.1 Daftar Program yang Didiskusikan Selama FGD

Pengalihan Model Bisnis	Perluasan Akses Pasar	Bantuan Keuangan
<p>Peningkatan Kapasitas:</p> <p>Pemprov Jawa Tengah bekerja sama dengan Sampoerna Foundation menjalankan pelatihan bagi UMKM baru yang potensial, yang salah satu materi pelatihannya adalah manajemen keuangan.</p> <p>Gojek memberikan pelatihan bagi UMKM yang <i>onboarding</i> ke platform digital. Mayoritas peserta pelatihan berasal dari UMKM yang didaftarkan oleh pemerintah daerah atau kementerian terkait. Karena itu, ketersediaan data UMKM dari pemerintah adalah hal yang penting dalam mendukung program peningkatan kapasitas.</p>	<p>Perluasan Akses Pasar:</p> <p>Melalui salah satu program peningkatan kapasitas, Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) membantu UMKM di Sumatera Utara untuk masuk ke pasar digital dan mengeksport produknya. Mereka menyediakan pelatihan untuk memenuhi standar ekspor dan pelatihan untuk memahami persyaratan pajak dan kepastian dengan bekerja sama dengan Direktorat Jenderal Pajak.</p> <p>Badan Ekonomi Kreatif juga bekerja sama dengan PT Sampoerna Retail Community untuk mendistribusikan produk UMKM ke toko grosir lokal.</p>	<p>Voucher:</p> <p>Pemberian voucher ongkos kirim adalah program yang menjanjikan dalam peningkatan permintaan bagi UMKM. Namun, pengimplementasian program ini memiliki beberapa hambatan teknis. Terdapat kemungkinan di mana proses pengembalian dana bisa tidak semulus yang direncanakan dan beberapa UMKM mungkin perlu diinspeksi lebih lanjut untuk mencegah terjadinya kebocoran dana.</p> <p>Bantuan pemerintah seperti kampanye dukungan untuk berbelanja <i>online</i> dapat membantu UMKM dalam memperoleh pembeli baru.</p> <p>Voucher untuk bepergian dan paket penerbangan adalah salah satu program unggulan yang dapat meningkatkan minat konsumen di sektor pariwisata. Seiring dengan kenaikan tingkat vaksinasi, pemerintah perlu memanfaatkan momentum ini untuk memulihkan sektor pariwisata.</p>
<p>Pengalihan Model Bisnis:</p> <p>Pariwisata sebagai salah satu sektor yang paling terdampak selama pandemi mengalami kesulitan untuk “menjual” sektornya ke pasar digital. Untuk itu, bantuan pemerintah berperan penting dalam mendukung sektor ini untuk tetap bertahan selama pandemi.</p> <p>Mengingat banyaknya pegawai negeri sipil yang telah divaksinasi, pemerintah dapat menggunakan jasa akomodasi hotel sebagai tempat pertemuan atau aktivitas pemerintah lainnya.</p>	<p>Pengadaan Pemerintah:</p> <p>Untuk meningkatkan alokasi produk UMKM, pemetaan permintaan pemerintah berdasarkan sektor merupakan hal yang penting. LKPP dapat menjembatani permintaan pengadaan ke UMKM yang sesuai dengan sektornya.</p>	<p>Bantuan Keuangan:</p> <p>Penyediaan sumber pendanaan perlu difasilitasi melalui <i>link and match</i> berdasarkan sektor.</p> <p>Hanya 1,4 persen UMKM di Jawa Barat yang mengakses sumber pendanaan dari program CSR. Padahal, masih terdapat potensi yang dapat digali dari sumber pendanaan ini.</p>

Kotak Lampiran 7.1

Daftar Faktor Pendukung yang Didiskusikan Inklusi Digital

Inklusi digital, inklusi keuangan, dan literasi keuangan berperan penting dalam mempercepat integrasi UMKM ke bisnis daring. Inklusi digital, dalam hal penggunaan teknologi secara produktif, memiliki peranan penting bagi UMKM dalam mempertahankan usahanya di tengah pandemi. UMKM dapat memanfaatkan pemasaran atau pembayaran *online* untuk memudahkan transaksi dengan pembeli.

Penggunaan dana desa untuk mendanai infrastruktur internet di perdesaan juga dapat membantu UMKM yang tinggal di daerah tertinggal untuk memperoleh pembeli baru. Sebuah desa di Semarang, Jawa Tengah, telah berinvestasi untuk membeli antena *broadband* bagi masyarakatnya guna meningkatkan koneksi internet di desa tersebut.



TIM NASIONAL PERCEPATAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN

Grand Kebon Sirih, Lantai 5
Jl. Kebon Sirih No. 3, Jakarta Pusat 10110
Telepon : (021) 3912812
Faksimile : (021) 3912511
Surat : km.unit@tnp2k.go.id
Situs web : www.tnp2k.go.id

ISBN 978-602-275-221-9

