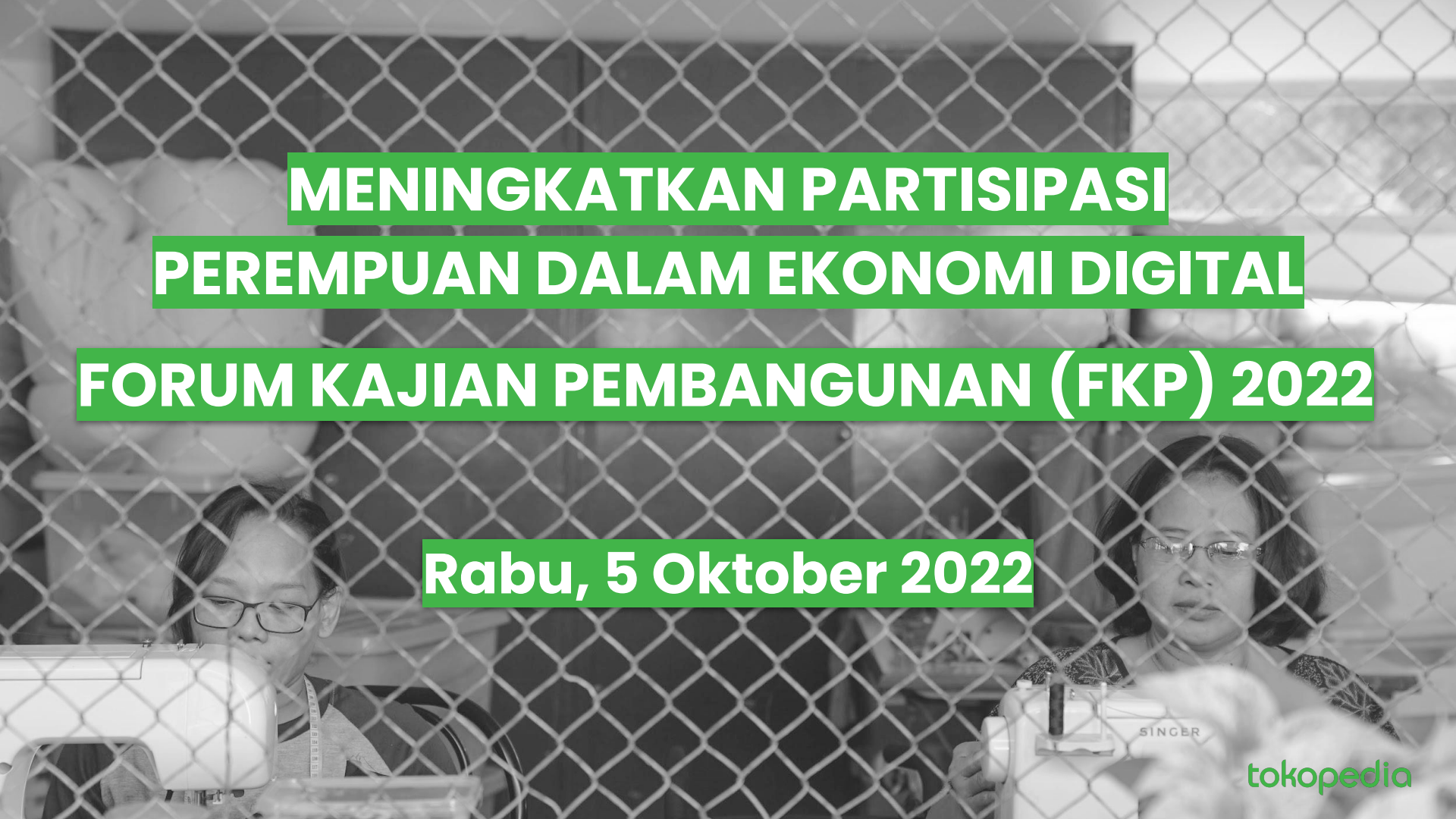


MENINGKATKAN PARTISIPASI PEREMPUAN DALAM EKONOMI DIGITAL

FORUM KAJIAN PEMBANGUNAN (FKP) 2022

Rabu, 5 Oktober 2022

tokopedia

Tantangan bagi Perempuan untuk Berpartisipasi di Dunia Kerja dan Usaha

Konstruksi Sosial Mengenai Peran Perempuan

Dalam berbagai kultur masyarakat terdapat stigma mengenai perbedaan perilaku dan peran antar gender .

- **Perempuan dan *Feminity***

  Terdapat konstruksi sosial mengenai karakter dan atribut yang diasosiasikan dengan perempuan, termasuk memiliki peran untuk pengasuhan, memiliki tingkat emosional yang lebih tinggi, dan cenderung pasif.

- **Peran Perempuan sebagai Produk dari Konstruksi Sosial**

  Umumnya manusia tidak terlahir dengan *feminity* dan *masculinity*, namun merupakan produk dari pola asuh, lingkungan, hubungan kekeluargaan, pendidikan, media, dan faktor kultural lainnya.

Source:
Eagly, 1987; Adamson, 2017; Gill & Scharff, 2013

Peran Teknologi dalam Meningkatkan Partisipasi Perempuan

- **Peran Teknologi yang berkaitan dengan Pekerjaan Domestik**
  Adanya teknologi mesin cuci, microwave, vacuum cleaner, dan lainnya memberikan ruang bagi perempuan untuk memiliki peran di luar pekerjaan domestik.

- **Peran Teknologi dalam Memberikan Fleksibilitas di Dunia Kerja**
  Pendapatan di dunia kerja berbanding lurus dan *multiplying* dengan alokasi waktu yang diberikan oleh pekerja. Contoh: pengacara vs apoteker

Perubahan sistem pada perusahaan/pasar tenaga kerja memiliki peran dalam memberikan ruang bagi partisipasi perempuan, misalnya melalui skema remunerasi. Perubahan tersebut dapat terakselerasi melalui adopsi teknologi.

Source: Goldin, 2014

Tantangan Perempuan di Dunia Digital

- **Kurangnya Literasi Digital**
  Berdasarkan riset*, perempuan cenderung memiliki literasi digital yang lebih rendah dibanding laki-laki

- **Disparitas Akses Informasi**
  Terdapat **11%** disparitas kepemilikan ponsel pintar berdasarkan gender

- **Terbatasnya akses perempuan ke layanan keuangan digital**
  29,1% perempuan dan **33.2%** laki-laki memiliki pemahaman mengenai investasi digital

Source:
*Cummings & O'Neil (2015)
BPS (2019), Wakhidah (2012), Suwana (2017), Rowntree (2019), BPS (2019), Indonesia Fintech Report (2019), UN Women (2020), World Bank (2021)

Peran Tokopedia untuk Menjadi Jembatan bagi Perempuan Berdaya

Tentang Tokopedia

Visi

Membangun sebuah Super Ecosystem dimana siapa pun bisa memulai dan menemukan apa pun

Misi

Mencapai pemerataan ekonomi secara digital

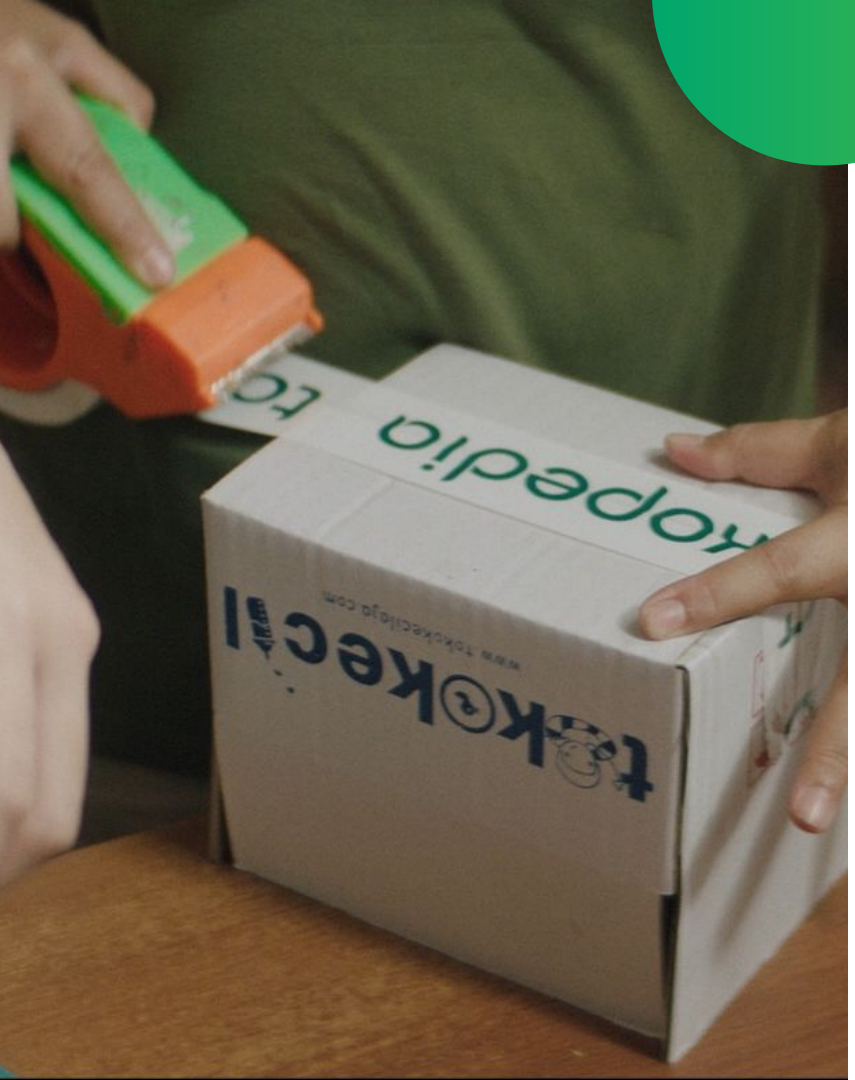
99% Kecamatan telah terjangkau

>12 juta Penjual Terdaftar

86,5% Penjual adalah Pebisnis Baru

Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2018, jumlah **penduduk Indonesia yang memiliki rekening bank masih di bawah 50 juta orang**.

Dengan jangkauan yang luas, banyaknya jumlah pengguna, dan adanya berbagai produk digital, kehadiran **Tokopedia memiliki potensi kontribusi pada literasi dan inklusi produk keuangan**.



Tokopedia Fokus Dorong UMKM

76,4%

penjual bergabung karena kemudahan mengelola bisnis di Tokopedia.

94%

penjual berskala ultra mikro.

18,6%

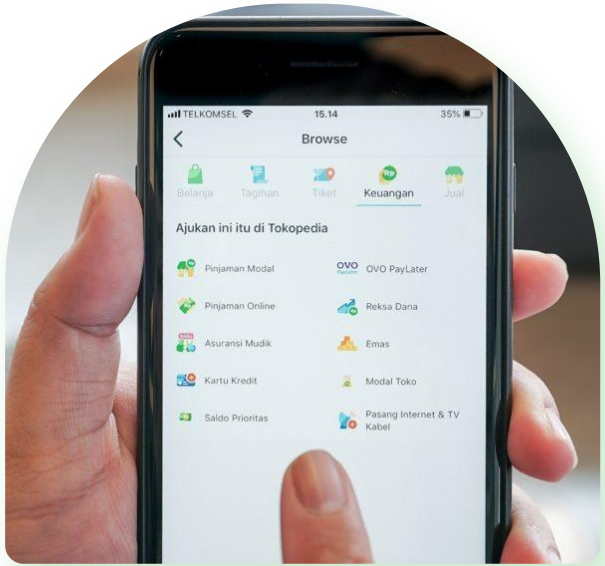
perempuan mendominasi persentase pelaku usaha yang baru memulai di Tokopedia, dibandingkan laki-laki 13,2%

68,6%

penjual yang bergabung saat pandemi adalah pencari nafkah tunggal di keluarga.

Source: Riset LPEM FEB UI 2019 dan 2020

Ekosistem **Tokopedia**



- **Marketplace & Produk Digital**
  Platform bisnis C2C gratis untuk penjual dan pembeli, dengan 40 produk digital yang dapat memudahkan hidup.

- **Tekfin & Pembayaran**
  Tokopedia bekerja sama dengan penyelenggara jasa pembayaran dompet digital, investasi, kredit modal bisnis, kartu kredit virtual, produk proteksi, serta beragam produk keuangan lainnya.

- **Logistik & Fulfillment**
  Pengiriman yang semakin mudah dengan sistem fulfillment dan logistik terintegrasi.

- **Mitra Tokopedia**
  Aplikasi Mitra Tokopedia kami memberdayakan retailer tradisional untuk mendapatkan lebih dengan menyediakan sarana teknologi untuk berjualan produk digital.

Pengguna Tokopedia Melek Finansial

50% Penjual
lebih melek dalam produk jasa keuangan

90%
Penjual Tokopedia
merasa lebih aman untuk melakukan transaksi non tunai

53.8%
Pengguna Tokopedia
memanfaatkan produk *e-wallet* untuk pertama kalinya setelah menggunakan Tokopedia

Dampak produk fintech Tokopedia terhadap pemahaman keuangan pengguna

Dompet Elektronik

82.11%* paham mengenai *e-wallet*

Produk Investasi

78.6%* paham mengenai produk Investasi digital

Transfer antar-bank

72.34%* paham mengenai transfer bank

Tabungan

70.87%* paham mengenai tabungan

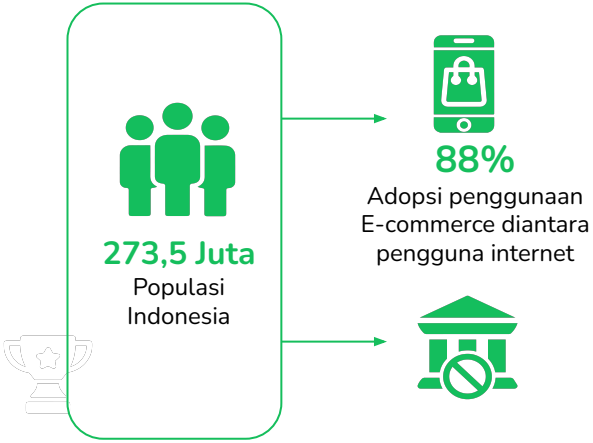
1.* dari yang sebelumnya belum paham
2. Source: LPEM FEB UI 2020

Fintech Pendanaan dan Credit Scoring di Tokopedia Membuka Jalan bagi UMKM Perempuan Mendapatkan Akses Keuangan

Dhanapala lahir dari keinginan untuk **mendukung UMKM dalam ekosistem Tokopedia melalui pinjaman produktif secara online, mudah, dan terpercaya.** Dhanapala menyasar UMKM Tokopedia yang memerlukan **modal usaha** yang dapat digunakan untuk **ekspansi usaha**, **pembelian inventaris**, dan lainnya yang dapat ditarik **kapan saja.**

Dhanapala

Rp. 916.644 Milyar	33197	196455	Rp. 244.902 Milyar
Total dana tersalurkan	Jumlah peminjam	Pinjaman dicairkan	Dana pinjaman berjalan



tokoscore

Menjadi penyedia *Innovative Credit Scoring (ICS)* untuk ***segment underserved*** **pertama di Indonesia** yang menggunakan **data e-commerce dengan misi untuk pemerataan akses finansial kepada semua orang melalui teknologi** tentunya dengan mengedepankan keamanan dan privasi data pengguna.

Sumber:
-Indonesia Fintech Report 2020 (Produced by Fintech Singapore, fintechnews.sg,
-Bank Indonesia, Februari 2022)

Program Pemberdayaan UMKM Perempuan Melalui Tokopedia

Tokopedia merupakan “rumah” bagi para pelaku UMKM, termasuk UMKM Perempuan.

Komitmen kami tertuang di dalam inisiatif program pemberdayaan masyarakat yang dinamakan Tokopedia Bersama.

Melalui inisiatif ini, Tokopedia berharap dapat menjadi “motor” bagi terciptanya rantai pasok bisnis yang berdampak luas dan inklusif.

Kolaborasi CSR Tokopedia bersama Coca-Cola Foundation Indonesia serta Asosiasi Pendamping Perempuan Pengusaha Usaha Kecil (ASPPUK) dalam pendampingan peningkatan skil digital UMKM Perempuan di saat pandemi tahun 2020 lalu.

Tokopedia berkolaborasi dengan Migrant Care memberikan pendampingan intensif kepada 237 wanita purna migran di Jawa Timur dan Jawa Tengah untuk mengembangkan usahanya secara digital pada tahun 2021 silam.

Program Pemberdayaan UMKM Perempuan Melalui Tokopedia

Pada tahun 2021, Tokopedia telah berhasil memberikan pendampingan dan pelatihan kepada lebih dari 700 UMKM, termasuk di dalamnya UMKM Perempuan, terkait edukasi e-commerce, agar UMKM dapat ekspansi bisnisnya melalui platform Tokopedia

Pada tahun 2022, Tokopedia telah berhasil memberikan pendampingan, pelatihan dan alat produksi kepada lebih 300 orang perempuan di Desa Gentong dan Desa Soco, Kabupaten Ngawi, untuk dapat memproduksi produk makanan ringan yang dipasarkan melalui platform Tokopedia. Lebih dari 7.000 produk telah terjual dalam kurun waktu 2 bulan

Program Pemberdayaan UMKM Perempuan Melalui Tokopedia

Tokopedia mendukung upaya transformasi digital bagi pelaku UMKM khusus perempuan melalui penyelenggaraan **Kelas Perempuan Maju Digital** yang telah dilaksanakan di Bali, Jawa Timur, & Jawa Barat.

Kegiatan ini merupakan wadah yang baik untuk dapat berkolaborasi dan berdiskusi bagaimana kita dapat **membangun usaha perempuan lokal ke arah yang lebih positif**.

Tokopedia Mendukung Pengembangan Talenta Digital Perempuan

START Women in Tech

IT & Digital Literacy Training for Women in Need

Production Facilities and Mentoring for Migrant Workers

Tokopedia x Dekranas

E-Commerce Education & Intensive Mentoring

Womenpreneur Webinar

Kolaborasi Tokopedia dalam B20 WiBAC

B20 Women in Business Action Council (WiBAC) merupakan bagian dari komunitas bisnis B20 (bagian dari G20) yang memiliki kepedulian terhadap isu kesetaraan gender.

Tokopedia dan Unilever memiliki visi yang selaras dengan B20 WiBAC untuk menciptakan kesempatan yang setara antar gender, khususnya bagi UMKM perempuan.

Pada *side event* WiBAC B20 17 Juni 2022, **Tokopedia dan Unilever Indonesia menandatangani MoU kerja sama program pemberdayaan perempuan** yang menggabungkan kekuatan masing-masing perusahaan. Tokopedia berfokus pada pelatihan digitalisasi UMKM dan literasi keuangan secara digital, melalui program Kelas Perempuan Maju Digital. Sementara, Unilever akan memberikan materi mengenai pengenalan dan pemasaran.

Thank you!

tokopedia.com/about