

SIARAN PERS

Pentingnya Memetakan Kendala dan Dukungan yang Diperlukan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Jakarta, 27 Juni 2023 — Sebagian besar program dukungan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) selama ini lebih ditujukan bagi usaha mikro—yang merupakan penyumbang terbanyak sektor pekerjaan informal. Sementara, usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki dinamika usaha dengan karakteristik yang berbeda dengan usaha mikro sehingga memerlukan jenis dukungan yang berbeda agar bisa terus bertahan dan berkembang. The SMERU Research Institute (SMERU) dan Tokopedia menyelenggarakan **Forum Kajian Pembangunan (FKP) 2023 – Seri 4 “Bangkit dan Berjuang: Potret Kondisi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia”** untuk mendiskusikan kondisi UKM saat ini, serta dukungan seperti apa yang dapat membantu kelompok usaha ini berkelanjutan dan bertambah banyak.

UKM dan Usaha Mikro Memiliki Dinamika Usaha yang Berbeda sehingga Membutuhkan Dukungan yang Berbeda Pula

Dari sekitar 64 juta UMKM, sebesar 98,7% adalah usaha berskala mikro, sedangkan sisanya UKM¹. Produktivitas UKM sangat tinggi dan kontribusinya terhadap perekonomian juga berpotensi sangat besar, sehingga jumlahnya yang masih cukup kecil ini sangat perlu diperbanyak. SMERU melakukan studi pendahuluan yang mengeksplorasi kendala dan dukungan yang dibutuhkan bagi pengembangan UKM ke depan. Harapannya, penelusuran kondisi UKM ini dapat menjadi basis penyusunan program maupun kebijakan yang dapat mendukung pengembangan UKM yang lebih inklusif dan berkelanjutan, serta menjadi pembelajaran bagi usaha skala mikro untuk dapat naik kelas.

Studi SMERU menemukan, masalah yang dihadapi UKM belum teridentifikasi secara mendalam sehingga masih ada ketidaksesuaian antara kebutuhan dengan dukungan yang tersedia. **Wandira Larasati, peneliti SMERU** yang memimpin studi tersebut, menjelaskan, “Dukungan yang diperlukan UKM meliputi fasilitasi program *mentoring/coaching* sesuai kendala UKM; optimalisasi penjangkauan pasar dalam negeri dan luar negeri; perbaikan kualitas pendidikan vokasi agar SDM yang terlibat dalam UKM berdaya saing tinggi; penguatan infrastruktur pendukung digitalisasi dan logistik; serta kejelasan mekanisme dan prosedur perizinan atau sertifikasi.” Sementara, **Rossa Novitasari, Kepala Bidang Investasi UKM, Kementerian Koperasi dan UKM**, mengatakan, pemerintah melakukan berbagai langkah untuk membuat ekosistem yang kondusif bagi UMKM. “Beberapa upaya yang sudah dilakukan pemerintah, yaitu memberi kemudahan pembiayaan bagi UMKM, akses pembiayaan alternatif, melakukan pendampingan SDM, dan masih banyak lagi lainnya,”

¹ [Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah \(UMKM\) dan Usaha Besar \(UB\) Tahun 2018–2019](#) (2021)

terang Rossa. Pemerintah juga membuat kebijakan yang mewajibkan kementerian/lembaga dan pemerintah daerah untuk belanja produk UMKM minimal 40% dari anggarannya.

Strategi Mendorong Usaha Kecil Naik Kelas Menjadi UKM

UKM mampu menciptakan lapangan kerja yang signifikan, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara meningkatkan jumlah UKM adalah dengan mendorong usaha mikro naik kelas. Wandira menjelaskan, terdapat sejumlah faktor yang menyebabkan usaha mikro sulit naik kelas menjadi UKM, seperti minimnya penjelasan soal risiko dan keuntungan skema pembiayaan; sulitnya memenuhi sertifikasi BPOM untuk produk makanan, minuman (herbal), dan kosmetik; sulitnya melakukan pemasaran digital karena perkembangannya pesat; dan, terakhir, banyak usaha mikro yang tidak naik kelas karena memilih zona nyaman dan enggan mengelola pekerja lebih banyak. "Dukungan utama yang dibutuhkan usaha mikro untuk naik kelas adalah pendampingan berkelanjutan sesuai level usaha, akses terhadap informasi pengembangan usaha, dan perluasan akses pasar dan pemanfaatan teknologi digital," tambah Wandira.

Dukungan yang tepat dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait dapat menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif untuk perkembangan UKM di Indonesia. Rossa menjelaskan, saat ini pemerintah sedang mengumpulkan data UMKM di seluruh Indonesia. "Diharapkan dalam dua tahun ke depan dapat tersusun data lengkap 64 juta UMKM yang dapat digunakan untuk perencanaan yang lebih baik, misalnya UMKM mana yang memerlukan pendampingan dan kementerian atau lembaga apa yang paling tepat untuk mendampingi atau memberikan dukungan," tambah Rossa.

Indah Agustin, pemilik usaha Sleep Buddy Bedding, mengakui bahwa berdasarkan pengalamannya, untuk naik kelas dari usaha mikro ke UKM, pelaku usaha perlu memiliki pengetahuan yang baik tentang manajemen usaha, yang meliputi aspek produksi, distribusi, pemasaran, pembiayaan, perpajakan, dan manajerial. "Kami butuh dukungan dari para pelaku usaha yang sudah berpengalaman atau dari organisasi-organisasi yang relevan dengan kami para pelaku UKM ini, misalnya dengan *sharing* ke kami. Hal itu dapat membantu kami dalam menjaga agar usaha kami lebih *sustainable* karena berjalan di jalur yang benar," ujar Indah.

Senior Vice President of Tokopedia Marketing Solutions, Alfredo Setiabudi, mengatakan, "Sebagai perusahaan teknologi buatan Indonesia, Tokopedia terus berupaya membantu tumbuh kembang UMKM lokal lewat pemanfaatan teknologi, mengingat saat ini Tokopedia telah menjadi rumah bagi lebih dari 14 juta penjual yang hampir 100%-nya UMKM. Kami senantiasa menghadirkan berbagai inisiatif yang dapat membantu pelaku usaha dari berbagai skala, termasuk kecil dan menengah, agar bisa relevan dengan perkembangan era digital. Maka, **Tokopedia menerapkan inisiatif Hyperlocal dengan sederet manifestasinya** yang berteknologi *geo-tagging* untuk mendekatkan pembeli dan penjual di mana pun mereka berada, agar UMKM di seluruh penjuru Indonesia punya kesempatan yang sama untuk bertumbuh dan berkembang."

Alfredo juga menambahkan bahwa sejalan dengan riset SMERU, aspek pemasaran menjadi sangat penting untuk para pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan bisnisnya. "Karenanya, perlu strategi yang pas untuk menargetkan orang yang tepat, di waktu yang tepat dengan produk dan penawaran yang tepat. Untuk membantu UMKM dari segi pemasaran, **Tokopedia menghadirkan solusi pemasaran menyeluruh yaitu Tokopedia Marketing Solutions**. Layanan ini membantu pelaku usaha dari berbagai skala tidak terkecuali usaha kecil dan menengah memaksimalkan potensi platform *e-commerce*, mencapai tujuan promosi dan menghasilkan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Salah satu jenis iklan yang dapat dimanfaatkan adalah [Iklan Otomatis](#) pada fitur TopAds (fitur beriklan agar produk tampil teratas di halaman pencarian Tokopedia), yang memungkinkan UMKM mengiklankan produk hanya dengan satu klik tanpa perlu mengatur biaya per iklan," jelas Alfredo.

"Kami berharap melalui berbagai kolaborasi, inovasi dan dukungan dari para mitra strategis, pelaku usaha di Indonesia termasuk kecil dan menengah, bisa menemukan momentum untuk makin meraja di negeri sendiri dengan memanfaatkan teknologi," tutup Alfredo.

Untuk keterangan lebih lanjut silakan menghubungi:

Novita Eka Syaputri (Staf Komunikasi, The SMERU Research Institute)

nsyaputri@smeru.or.id | 08561887009

Materi presentasi para pembicara dapat diunduh di <https://smeru.or.id/id/event-id/fkp2023seri4>.

Tentang Forum Kajian Pembangunan (FKP)

FKP adalah forum tempat para peneliti, akademisi, pakar, masyarakat sipil, komunitas internasional, dan pembuat kebijakan bertemu dan mendiskusikan hasil studi tentang isu-isu kebijakan pembangunan terkini di Indonesia. FKP diselenggarakan oleh konsorsium berbagai organisasi yang bekerja sama dengan Indonesia Project dari Australian National University (ANU). Setiap bulannya, institusi yang tergabung dalam konsorsium FKP secara bergiliran menjadi tuan rumah untuk mengadakan seri seminar FKP. Pada Juni 2023 ini, SMERU menjadi tuan rumah untuk empat seri seminar FKP dengan topik perlindungan sosial; kepemudaan; pendidikan; serta usaha kecil, menengah, dan mikro.

Tentang The SMERU Research Institute (SMERU)

SMERU adalah lembaga independen yang melakukan penelitian dan kajian kebijakan publik. Sejak didirikan pada 2001, SMERU telah menjadi lembaga terdepan dalam melakukan kajian di bidang kemiskinan dan ketimpangan. SMERU juga berpengalaman dalam menjalankan penelitian kebijakan sosial dan ekonomi, termasuk penelitian tentang ekosistem untuk perusahaan rintisan berbasis teknologi di Indonesia dan ekonomi digital. Informasi lebih lanjut tentang SMERU dapat dilihat di www.smeru.or.id.