



KINERJA UMKM DAN DIGITALISASI KEUANGAN



Erlinda Sholihah, S.E., M.M | Risma Nurhapsari, S.E., M.Ak
Aftuqa Sholikatur Rohmania, S.M., M.M | Dr. Ratnaningrum, S.E., M.Si
Heni Susilowati, S.E., M.M | Titin Hargyatni, S.E., M.M

Editor:
Ahmad Sahri Romadon, S.E., M.Ak

KINERJA UMKM DAN DIGITALISASI KEUANGAN



Kinerja UMKM merupakan cakupan keseluruhan kemampuan UMKM dalam memuaskan pemangku kepentingannya, baik dari segi finansial ataupun non finansial. Peran pemerintah dalam penguatan kinerja UMKM sangatlah penting. Sehingga diperlukan kerjasama yang baik antara pemerintah beserta jajarannya dan pemangku kepentingan UMKM itu sendiri. Hal tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan kemajuan perekonomian nasional. Penerapan keuangan digital yang baik memberikan manfaat dan keuntungan terhadap kinerja keuangan. Hal ini nantinya berpotensi menjadi solusi ekonomi. Adanya keuangan digital bagi pelaku usaha UMKM dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja bisnisnya. Peningkatan kinerja tersebut dapat berupa kemampuan kecekatan transaksi, metode pembayaran yang simpel, kemudahan pengawasan keuangan dan barang serta kesenangan komunikasi dengan konsumen. Sehingga diharapkan pemanfaatan keuangan digital yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara maksimal.

Buku ini tidak hanya menjelaskan kinerja UMKM saja tetapi juga membahas mengenai bagaimana bentuk dukungan pemerintah terhadap UMKM untuk meningkatkan kemajuan perekonomian nasional. Sudah saatnya UMKM menerapkan keuangan digital. Penerapan keuangan digital yang baik memberikan manfaat dan keuntungan terhadap kinerja keuangan. Hal ini nantinya berpotensi menjadi solusi ekonomi. Adanya keuangan digital bagi pelaku usaha UMKM dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja bisnisnya. Peningkatan kinerja tersebut dapat berupa kemampuan kecekatan transaksi, metode pembayaran yang simpel, kemudahan pengawasan keuangan dan barang serta kesenangan komunikasi dengan konsumen. Sehingga diharapkan pemanfaatan keuangan digital yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara maksimal. Buku ini cocok dijadikan rujukan dan referensi kalangan intelektual di lingkungan perguruan tinggi, praktisi yang berkecimpung sebagai pelaku UMKM serta masyarakat umum yang ingin menambah pengetahuan dan wawasan tentang kinerja UMKM dan digitalisasi keuangan. Buku ini hadir memberi gambaran bagi pembaca tentang bagaimana kinerja UMKM dan adopsi layanan keuangan digital pada UMKM.



eureka
media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/UTE/2021

☎ 0858 5343 1992
✉ eurekaediaaksara@gmail.com
📍 Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-151-953-5



9 786231 519535

KINERJA UMKM DAN DIGITALISASI KEUANGAN

Erlinda Sholihah, S.E., M.M
Risma Nurhapsari, S.E., M.Ak
Aftuqa Sholikatur Rohmania, S.M., M.M
Dr. Ratnaningrum, S.E., M.Si
Heni Susilowati, S.E., M.M
Titin Hargyatni, S.E., M.M



eureka
media aksara

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

KINERJA UMKM DAN DIGITALISASI KEUANGAN

Penulis : Erlinda Sholihah, S.E., M.M
Risma Nurhapsari, S.E., M.Ak
Aftuqa Sholikatur Rohmania, S.M., M.M
Dr. Ratnaningrum, S.E., M.Si
Heni Susilowati, S.E., M.M
Titin Hargyatni, S.E., M.M

Editor : Ahmad Sahri Romadon, S.E., M.Ak

Desain Sampul : Eri Setiawan

Tata Letak : Leli Agustin

ISBN : 978-623-151-953-5

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, DESEMBER 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan bunga rampai yang berjudul “Kinerja UMKM dan Digitalisasi Keuangan”. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat kepada semua pembaca buku ini khususnya yang tertarik terhadap peningkatan kinerja UMKM dan adopsi layanan keuangan digital pada UMKM.

Dengan terbitnya bunga rampai ini penulis berharap dapat dijadikan buku rujukan dan referensi oleh para mahasiswa, akademisi, serta masyarakat dalam menambah pengetahuan tentang Kinerja UMKM dan Digitalisasi Keuangan. Di dalam buku ini penulis memberikan gambaran bagi pembaca tentang bagaimana kinerja UMKM dan adopsi layanan keuangan digital pada UMKM.

Pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis secara terbuka menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca sebagai upaya kami untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya kami selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, berkenaan dengan selesainya bunga rampai ini maka kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan ikut andil dalam proses penyusunan dan penerbitan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca dan berkontribusi bagi pengembangan UMKM.

Semarang, 16 November 2023

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 DINAMIKA UMKM DI INDONESIA	1
A. Pendahuluan.....	1
B. Definisi dan Karakteristik UMKM.....	4
C. Peluang dan Tantangan Globalisasi UMKM	12
D. Peran UMKM Di Era Digital	14
E. Kendala UMKM di Era Digital.....	18
F. Reformasi UMKM di Era Digital	20
G. Rangkuman.....	22
H. Tugas dan Evaluasi	24
Daftar Pustaka.....	24
BAB 2 LITERASI KEUANGAN PADA UMKM.....	29
A. Pendahuluan.....	29
B. Definisi Literasi Keuangan	30
C. Literasi Keuangan bagi Pelaku Bisnis.....	34
D. Upaya Peningkatan Literasi Keuangan.....	35
E. Pentingnya Literasi Keuangan bagi UMKM.....	36
F. Manfaat Literasi Keuangan bagi UMKM.....	38
G. Rangkuman.....	39
H. Tugas dan Evaluasi	40
Daftar Pustaka.....	41
BAB 3 LITERASI DIGITAL DALAM UMKM.....	45
A. Pendahuluan.....	45
B. Definisi Literasi Digital.....	46
C. Literasi Digital bagi Pelaku Bisnis	47
D. Upaya Peningkatan Literasi Digital bagi Pelaku Bisnis.....	51
E. Pentingnya Literasi Digital bagi UMKM.....	54
F. Manfaat Literasi Digital bagi UMKM.....	55
G. Rangkuman.....	57
H. Tugas Dan Evaluasi	58
Daftar Pustaka.....	58

BAB 4 DUKUNGAN PEMERINTAH TERHADAP UMKM.....	60
A. Pendahuluan	60
B. Definisi dan Fungsi Dukungan Pemerintah terhadap UMKM	63
C. Bentuk Dukungan Pemerintah terhadap UMKM.....	65
D. Lembaga-lembaga dan Kebijakannya dalam Meningkatkan Kinerja UMKM	68
E. Peran Dukungan Pemerintah terhadap UMKM di Masa Krisis.....	72
F. Peran Dukungan Pemerintah terhadap Kinerja UMKM	79
G. Rangkuman	81
H. Tugas dan Evaluasi.....	82
Daftar Pustaka	83
BAB 5 INKLUSI KEUANGAN PADA UMKM.....	90
A. Pendahuluan	90
B. Definisi Inklusi Keuangan.....	94
C. Inklusi Keuangan pada Pelaku Bisnis.....	97
D. Upaya Peningkatan Inklusi Keuangan pada Pelaku Bisnis	104
E. Pentingnya Inklusi Keuangan pada UMKM	107
F. Peran Inklusi Keuangan pada Kinerja UMKM	110
G. Rangkuman	114
H. Tugas dan Evaluasi.....	115
Daftar Pustaka	116
BAB 6 ADOPSI LAYANAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM.....	125
A. Pendahuluan	125
B. Definisi dan Jenis Keuangan Digital	128
C. Peluang Keuangan Digital Dalam Kegiatan Bisnis....	135
D. Manfaat Adopsi Keuangan Digital Pada UMKM	137
E. Kendala Pelaku Bisnis Dalam Menggunakan Layanan Keuangan Digital.....	140
F. Peran Adopsi Layanan Keuangan Digital Bagi Kinerja UMKM.....	142
G. Rangkuman	146

H. Tugas dan Evaluasi	147
Daftar Pustaka.....	148
TENTANG PENULIS.....	155

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah UMKM di Negara ASEAN menurut Asean Investment Report.....	3
Tabel 1.2	Kriteria Klasifikasi UMKM di APEC.....	5
Tabel 1.3	MSME Empowerment Report 2022	19
Tabel 3.1	Kriteria UMKM.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan kriteria UU UMKM tahun 2008 dan PP UMKM No.7	9
---	---

BAB

1

DINAMIKA UMKM DI INDONESIA

Heni Susilowati, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

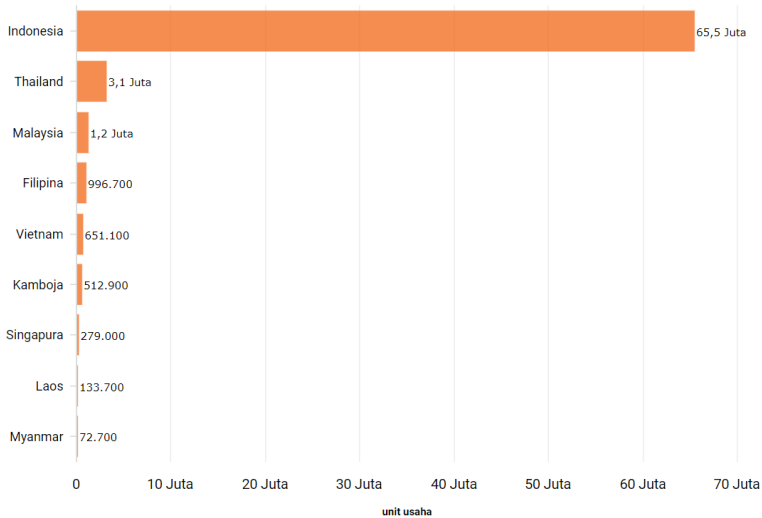
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi topik yang relevan dibicarakan karena kontribusinya yang signifikan terhadap pembangunan perekonomian. UMKM berperan vital dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, tetapi di negara-negara maju seperti Jepang, Amerika Serikat, China atau negara Eropa lainnya. Selain berperan penting menciptakan lapangan kerja, UMKM juga membantu industrialisasi di daerah pedesaan dan daerah tertinggal, sehingga mengurangi ketimpangan regional, menjamin distribusi pendapatan nasional yang lebih adil dan merata (Md Riyazuddin & Abdulla, 2019). Secara global, UMKM menjadi pemain kunci dalam perekonomian suatu negara dan ekosistem perusahaan yang lebih luas. Dalam konteks agenda Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB), UMKM membantu pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang terutama berkaitan dengan industrialisasi, pertumbuhan bersama dan pekerjaan yang layak (OECD, 2017).

Dinamika UMKM di Indonesia mengalami perubahan sesuai dengan situasi yang dihadapi dengan berupaya memiliki kompetensi dan kapabilitas dalam proses beradaptasi secara terus menerus. UMKM di era digital berkembang secara pesat

ditandai dengan meningkatnya preferensi masyarakat yang mulai berubah pada transaksi digital. Agar digitalisasi berkembang dalam ekosistem ekonomi dan transaksi digital yang kondusif diperlukan dukungan dari semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis dan masyarakat. UMKM di negara berkembang dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi permasalahan ekonomi maupun sosial seperti mengentaskan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan pemerataan pendapatan (Sulistyastuti, 2004).

Pada periode 1997-1998 saat krisis melanda terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis ekonomi ketika melanda. Data Badan Pusat Statistik (BPS) pasca krisis 1997-1998 menunjukkan bahwa jumlah UMKM mengalami peningkatan dan mampu menyerap tenaga kerja 85-107 juta sampai tahun 2012. Saat ini sektor UMKM telah berkembang menjadi sektor yang sangat dinamis selama lima dekade terakhir. Jumlah pengusaha tercatat sebanyak 56.539.560 unit usaha dan 99% adalah UMKM sebanyak 56.534.592 unit (LPPI, 2015). Data menurut ASEAN Investment report menunjukkan UMKM Indonesia jumlahnya terbesar di tingkat kawasan ASEAN (Ahdiat, 2022). Laporan mencatat jumlah UMKM tahun 2021 sekitar 65,46 juta unit, jauh lebih tinggi dibanding negara tetangga. UMKM mampu menyerap tenaga kerja 97% sedangkan negara tetangga hanya mampu menyerap tenaga kerja kisaran 35%-85%. UMKM Indonesia menyumbang 60,3% Produk Domestik Bruto (PDP) tetapi jumlah ini masih tertinggal dengan Myanmar, dan berkontribusi terhadap ekspor sebesar 14,4% juga tertinggal dengan Singapura 38,3%, Thailand 28,7%, Myanmar 23,7% dan Vietnam 18,7%. Secara detail data jumlah UMKM di ASEAN tampak seperti grafik di tabel 1.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN menurut Asean Investment Report



Memasuki industri 4.0 menuju 5.0 era society UMKM mengalami perkembangan yang signifikan, dimana kemajuan UMKM tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang terjadi saat ini. Dengan memanfaatkan sarana Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), pelaku usaha melebarkan pangsa pasarnya dan menggunakan aplikasi online dan media sosial untuk memasarkan produknya. Sistem pembayaran mulai beralih tidak lagi menggunakan uang tunai melainkan menggunakan uang digital dengan mengarahkan smartphone ke QR code yang disediakan UMKM. Kementerian Koperasi dan UMKM terus berupaya memprioritaskan formalisasi UMKM dengan meluncurkan *platform online single submission* (OSS) yang bertujuan untuk mengintegrasikan registrasi dan perizinan berusaha baik di tingkat pusat maupun daerah.

Pemerintah terus mendorong digitalisasi masyarakat dengan memberikan pelayanan digital yang semakin luas ke seluruh Indonesia. Pembangunan infrastruktur digital terus dilakukan agar dapat menopang pengembangan ekonomi digital nasional. Sebagai komitmen nyata untuk mewujudkan cita-cita pembangunan inklusif salah satunya ditandai dengan

terbangunya infrastruktur konektivitas digital melalui Palapa Ring. Pembangunan Palapa Ring diharapkan dapat mengaselerasi pertumbuhan dan pemerataan pembangunan sosial ekonomi di seluruh wilayah Indonesia melalui ketersediaan infrastruktur jaringan telekomunikasi berkapasitas besar sehingga memberikan jaminankualitas internet berkualitas tinggi, aman dan murah (Sugiarto, 2019).

B. Definisi dan Karakteristik UMKM

1. Definisi UMKM

Definisi UMKM mencerminkan karakteristik ekonomi yang mendasarinya, sehingga secara substansial memiliki pengertian yang beragam. Beberapa ahli, lembaga-lembaga resmi dunia dan sejumlah regulasi yang ditetapkan pemerintah mengklasifikasikan UMKM dengan kriteria yang berbeda-beda. Studi di Eropa (EuropeCommision, 2012) menunjukkan bahwa faktor yang paling banyak digunakan dalam mengklasifikasikan UMKM adalah: jumlah karyawan, pergantian karyawan tahunan dan saldo aktif. Selain faktor-faktor tersebut, ada beberapa faktor lain seperti modal sosial atau kredit yang dapat diakses. Sedangkan negara-negara yang tergabung dalam Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) menggunakan kriteria jumlah penjualan/pendapatan dan/atau jumlah asset atau modal untuk mendefinisikan UMKM (Tambunan, 2021). Tabel 2 menunjukkan kriteria klasifikasi UMKM di APEC:

Tabel 1.2 Kriteria Klasifikasi UMKM di APEC

Ekonomi	Jumlah Pekerja	Omzet	Aset	Sektor/ industri	Tahun dikeluarkannya undang-undang/peraturan mengenai definisi ini
Australia	X	X			?
Brunei Darussalam	X				?
Kanada	X				?
Cili	X	X			2010
Cina	X	X	X	X	2017
Hong Kong, Cina	X			X	?
Indonesia		X	X		2008
Jepang	X		X	X	1999
Korea (RoK)		X	X	X	2015
Malaysia	X	X		X	2014
Meksiko	X	X		X	2009
Selandia Baru	X				?
Papua New Guinea	X	X	X	X	2016
Peru		X			2013
Filipina			X		2008
Rusia	X	X			2015
Singapura	X	X			2011
Cina Taipei	X	X	X	X	2009
Thailand	X		X	X	2002
Amerika Serikat	X	X		X	2017
Vietnam	X	X	X		2018

Catatan: tidak semua anggota APEC memiliki undang-undang atau keputusan khusus yang mendefinisikan UMKM. Sebaliknya beberapa anggota memiliki definisi kerja yang dapat disesuaikan sesuai dengan berbagai lembaga yang menerapkan kebijakan UMKM.

Sumber: APEC (2020).

Berdasar kriteria klasifikasi tersebut definisi UMKM menurut beberapa pendapat adalah:

a. Menurut Undang-Undang RI No.20 Tahun 2008

Definisi UMKM diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 pada BAB I (Ketentuan Umum) pasal 1 dari UU tersebut, menyatakan bahwa: (1) Usaha Mikro (UMI) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagaimana diatur dalam UU tersebut. (2) Usaha Kecil (UK) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang

dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UM atau UB yang memenuhi kriteria UK sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. (3) Usaha Menengah (UM) adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UMI, UK atau UB yang memenuhi kriteria UM sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. (4) Usaha Besar (UB) adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai asset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.

b. Menurut *Word Bank*

Bank Dunia mendefinisikan UMKM berdasar tiga klasifikasi yaitu: (1) *Micro Enterprise*, yaitu usaha yang memiliki kriteria jumlah karyawan kurang dari 30 orang, dan pendapatan setahun tidak melebihi USD 3 juta, (2) *Small Enterprise*, usaha yang memiliki kriteria jumlah karyawan kurang dari 100 orang, pendapatan setahun tidak melebihi USD 10 juta, dan jumlah asset tidak melebihi USD 10 juta, (3) *Medium Enterprise*, usaha yang memiliki kriteria jumlah karyawan maksimal 300 orang, pendapatan setahun hingga USD 15 juta, dan jumlah asset mencapai USD 15 juta.

- c. Menurut OECD (*The Organization of Economic Co-operation and Development*)

OECD memberikan definisi UMKM sebagai perusahaan independent yang mempekerjakan karyawan kurang dari jumlah tertentu. Batasan jumlah karyawan berbeda-beda antar negara, misalnya Amerika Serikat (USA) untuk usaha mikro mempekerjakan jumlah karyawan paling banyak 10 orang, usaha kecil mempekerjakan jumlah karyawan kurang dari 50 orang dan usaha menengah mempekerjakan jumlah karyawan kurang dari 500 orang.

- d. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

BPS memberikan definisi UMKM berdasarkan kriteria jumlah tenaga kerja. Usaha mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang dan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20-99 orang.

- e. Menurut Keputusan Menteri Keuangan No.316/KMK.16/1994

UMKM didefinisikan sebagai usaha perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penghasilan/omzet per tahun setinggi-tingginya 600.000.000 atau asset/aktiva setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati), terdiri dari: (1) bidang usaha (Fa, CV, PT dan koperasi) dan (2) perorangan (pengrajin, industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa)

- f. Menurut Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN)

Memberikan pengertian UMKM sebagai kumpulan para pelaku usaha ekonomi yang kemudian dikategorikan sebagai perusahaan berskala kecil, menggunakan teknologi tradisional dan dikelola secara sederhana.

g. Menurut PP UMKM No.7 Tahun 2021

PP UMKM No.7 Tahun 2021 merupakan peraturan terbaru tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Adanya penetapan PP ini diharapkan mampu mendorong koperasi dan UMKM semakin tangguh dan kuat serta dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Salah satu kemudahan dalam PP ini adalah dalam proses perijinan yang akan diproses dalam perijinan tunggal yang terdiri perizinan berusaha, sertifikat jaminan halal, dan sertifikat nasional Indonesia. Sedangkan pemberdayaan koperasi dan UMKM masuk ke *infrastruktur public* seperti di bandara, stasiun kereta api dan rest area diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan omzet UMKM. Secara lebih rinci perbedaan kriteria UMKM berdasar PP NO.20 tahun 2008 dan PP UMKM No.7 tahun 2021 dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:

PERBANDINGAN KRITERIA UMKM

UU UMKM 2008

KRITERIA UMKM

UMKM diklasifikasikan menurut kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih adalah jumlah aset sesudah di kurangi dengan hutang atau kewajiban

KEKAYAAN BERSIH/MODAL USAHA

- 1.Usaha Mikro:
Paling banyak Rp50 juta
 - 2.Usaha Kecil:
Lebih dari Rp50 juta – paling banyak Rp500 juta
 - 3.Usaha Menengah:
Lebih dari Rp500 juta – paling banyak Rp10 miliar
- Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.

HASIL PENJUALAN TAHUNAN

- 1.Usaha Mikro:
Paling banyak Rp300 juta
- 2.Usaha Kecil:
Lebih dari Rp300 jt – paling banyak Rp2,5 miliar
- 3.Usaha Menengah:
Lebih dari Rp2,5 miliar – paling banyak Rp50 miliar



PP UMKM NO.7/2021

KRITERIA UMKM

UMKM diklasifikasikan menurut kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha yakni modal sendiri dan modal pinjaman untuk melakukan aktivitas usaha.

KEKAYAAN BERSIH/MODAL USAHA

- 1.Usaha Mikro:
Paling banyak Rp1 miliar
 - 2.Usaha Kecil:
Lebih dari Rp1 miliar – paling banyak Rp5 miliar
 - 3.Usaha Menengah:
Lebih dari Rp5 miliar – paling banyak Rp10 miliar
- Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.

HASIL PENJUALAN TAHUNAN

- 1.Usaha Mikro:
Paling banyak Rp2 miliar
- 2.Usaha Kecil:
Lebih dari Rp2 miliar – paling banyak Rp15 miliar
- 3.Usaha Menengah:
Lebih dari Rp15 miliar – paling banyak Rp50 miliar

Sumber: <https://peraturan.bpk.go.id/>

Gambar 1.1 Perbandingan kriteria UU UMKM tahun 2008 dan PP UMKM No.7

Perlu bagi pelaku usaha mengikuti perubahan dan memahami adanya perkembangan regulasi yang berkaitan dengan usaha bisnis yang dijalankan. Regulasi terbaru yang dikeluarkan pemerintah dapat dipergunakan sebagai dasar penentu langkah-langkah yang akan di ambil dikemudian hari sebagai keputusan kebijakan perusahaan (Susilowati, *et al.*, 2022).

2. Karakteristik UMKM

UMKM dapat dikelompokkan ke dalam usaha mikro, kecil dan menengah. Terdapat perbedaan karakteristik antara usaha mikro, kecil dan menengah dalam berbagai aspek seperti orientasi pasar, profil UMKM, sistem organisasi dan manajemen yang diterapkan, proses produksi, lokasi serta beberapa aspek lainnya. Karakteristik UMKM tersebut merupakan ciri-ciri/sifat aktivitas usaha UMKM atau perilaku pengusaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Karakteristik menjadi pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Adapun Ciri-ciri atau karakteristik UMKM berdasar ukurannya menurut Susilowati, *et al.*, (2022) adalah:

a. Karakteristik Usaha Mikro

- 1) Barang yang diperjualbelikan tidak menentu dan berubah-ubah sesuai keinginan pemilik usaha.
- 2) Tempat/lokasi usaha tidak tetap dan berubah-ubah sesuai keinginan pemiliknya.
- 3) Usaha tetap berjalan meskipun kondisi perekonomian negara sedang krisis.
- 4) Belum melaksanakan administrasi pembukuan keuangan.
- 5) Tidak ada batasan pada aset pribadi dan aset bisnis.
- 6) Jumlah pegawai kurang dari 5 orang.
- 7) Pemilik belum mempunyai pengetahuan yang cukup tentang kewirausahaan.
- 8) Tingkat pendidikan rata-rata rendah.
- 9) Izin usaha dan persyaratan lainnya belum didaftarkan.
- 10) Lokasi usaha dekat dengan rumah.

b. Karakteristik Usaha Kecil

- 1) Jenis barang yang dijual tetap tidak berubah.
- 2) Mempunyai lokasi/tempat usaha tetap yang tidak berpindah-pindah sesuai keinginan pemiliknya.
- 3) Sudah mulai melaksanakan administrasi pembukuan keuangan secara sederhana.

- 4) Sudah adanya pemisahan harta pribadi dengan harta usaha yang dijalankan.
 - 5) Memiliki pengetahuan yang memadai tentang kewirausahaan.
 - 6) Memiliki izin pendirian usaha atau persyaratan izin lainnya termasuk NPWP.
 - 7) Telah melatih dan mendidik karyawan.
 - 8) Bermitra dengan lembaga perbankan untuk menambah permodalan.
 - 9) Pengelolaan usaha belum terlaksana dengan baik.
- c. Karakteristik Usaha Menengah
- 1) Struktur organisasi lebih baik dengan pembagian tugas yang jelas pada setiap pegawai.
 - 2) Melaksanakan sistem pembukuan akuntansi secara tertib sehingga audit dan penilaian pemeriksaan perbankan mudah dilakukan.
 - 3) Memiliki persyaratan hukum untuk izin.
 - 4) Peraturan perburuan dikelola dengan baik.
 - 5) Memiliki akses terhadap sumber permodalan dari perbankan.
 - 6) Karyawan yang terdidik dan terlatih.

Dari ciri-ciri umum UMKM di atas, UMKM yang memiliki pendapatan yang rendah, tidak selalu berarti profitabilitas lebih rendah pula. Usaha skala kecil yang sudah mapan sering kali memiliki fasilitas dan peralatan yang memadai, dapat membantu menjaga biaya tetap rendah dibandingkan usaha yang mempunyai hutang. UMKM tingkat mikro atau kecil umumnya memiliki wilayah pasar yang lebih kecil, namun dengan digitalisasi hal ini telah berubah menjadi pemasaran khusus yang dapat menjangkau global tergantung pada pengiriman produk. Secara umum, usaha skala kecil melayani wilayah yang jauh lebih kecil dibandingkan perusahaan atau usaha swasta yang lebih besar. Bisnis dengan skala terkecil biasanya melayani komunitas tunggal, seperti toko kelontong di daerah pedesaan. UMKM sering kali berbentuk perseorangan,

kemitraan, atau perseroan terbatas. Jangkauan operasi UMKM seringkali hanya beroperasi di wilayah terbatas dan biasanya tidak memiliki gerai penjualan di beberapa kota, provinsi, atau negara.

C. Peluang dan Tantangan Globalisasi UMKM

UMKM menjadi pilar penting perekonomian Indonesia karena memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap output produk yang dihasilkan perusahaan, menyediakan lapangan kerja dan menumbuhkan ekspor. Meskipun tidak diragukan lagi bahwa UMKM digital memberikan manfaat yang banyak, namun harus kita sadari banyak juga tantangan kompleks yang ditimbulkan adanya digitalisasi. Penggunaan teknologi hampir di semua bidang, memungkinkan semakin tingginya risiko keamanan siber dan privasi data, paparan penipuan secara digital, adanya mis informasi online, kesenjangan digital yang terjadi terus menerus dan munculnya permasalahan terkait infrastruktur.

Digitalisasi pada UMKM di Indonesia sangatlah penting karena digitalisasi dapat membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Dengan mengadopsi teknologi digital seperti *online marketplace* dan aplikasi digital lainnya, pelaku UMKM dapat menyederhanakan proses mereka menghemat waktu dan biaya serta memungkinkan mengalokasikan sumber daya mereka secara lebih efektif. Selain itu, digitalisasi dapat membantu UMKM mengakses pasar dan pelanggan baru serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menjual produk atau jasanya di luar wilayah lokalnya. Terutama bermanfaat bagi UMKM di pedesaan atau daerah terpencil dengan akses terbatas terhadap pasar tradisional. Digitalisasi juga dapat memungkinkan UMKM bersaing lebih baik dengan perusahaan besar. Dengan memanfaatkan alat dan teknologi digital, UMKM dapat menyamakan kedudukan dan menawarkan layanan dan produk yang setara dengan UMKM yang lebih besar. Digitalisasi juga dapat membantu UMKM

meningkatkan stabilitas dan keberlanjutan keuangan mereka dengan menggunakan alat digital untuk mengelola keuangan mereka, UMKM dapat memperoleh visibilitas yang lebih besar mengenai kinerja keuangan mereka dan membuat keputusan yang lebih tepat mengenai operasi mereka.

Persaingan dalam skala global semakin meningkat, pelaku UMKM harus memiliki daya saing dengan melakukan perbaikan secara khusus di bidang manajemen, pemasaran, diversifikasi produk, mengembangkan infrastruktur dan meningkatkan penggunaan teknologi. Oleh karena itu UMKM sebagai tulang punggung perekonomian negara maupun perekonomian dunia, harus memiliki daya saing agar mampu bertahan. Hasil Survei Forum Ekonomi Dunia (WorldEconomicForum, 2017) menunjukkan masih kurangnya pelatihan keterampilan bisnis di lembaga pendidikan sebagai salah satu hambatan yang membatasi potensi kewirausahaan digital. Dalam kegiatan kewirausahaan digital dibutuhkan model yang mampu beradaptasi terhadap kemajuan teknologi.

Tantangan yang dihadapi UMKM menurut Fahrrial, *et al.*, (2022) di era digital yaitu:

1. Kondisi perekonomian global yang penuh ketidakpastian dapat mengganggu pertumbuhan ekonomi domestik. Risiko geopolitik dapat menekan volume perdagangan dan pertumbuhan ekonomi dunia. Pelemahan ekonomi global ini dapat menekan harga komoditas dunia.
2. Perlu adanya sinergi baik dari pemerintah, pelaku bisnis maupun masyarakat untuk memajukan ekonomi Indonesia agar pertumbuhan ekonomi lebih tinggi, berimbang, berkelanjutan dan inklusif.
3. Perlu mempersiapkan dan meningkatkan daya saing potensi UMKM yang digital agar bermanfaat bagi perekonomian secara menyeluruh.

D. Peran UMKM Di Era Digital

Paska terjadinya pandemi Covid-19 yang melanda di seluruh negara di dunia telah berdampak pada seluruh sektor kehidupan masyarakat termasuk sektor terpenting dalam perekonomian yaitu UMKM (Sumadi, 2021). Dampak pandemi diiringi pesatnya teknologi telah mengubah pola konsumsi, cara beraktifitas dan bekerja manusia hampir semuanya tidak luput dari sentuhan internet. Hal ini berimbas munculnya trend digitalisasi UMKM menjadi kebiasaan baru di masyarakat hingga masa yang akan datang. Dorongan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing terus dilakukan agar kinerja bisnis UMKM lebih maju dan berkembang. Dukungan kelembagaan diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM, dimana lembaga dapat bertindak sebagai koordinator, fasilitator dan stimulator (Susilowati, *et al.*, 2022). Oleh karena itu diperlukan kolaborasi yang baik antara antara pelaku UMKM, pemerintah dan masyarakat, agar tidak tertinggal dalam proses percepatan transformasi digital.

UMKM dapat memanfaatkan media online di sosial media dan aplikasi lain untuk menunjang usahanya. Digitalisasi UMKM merupakan upaya-upaya yang dilakukan pelaku UMKM untuk mendigitalkan pemasaran produk/jasa yang mereka hasilkan. Dengan kata lain digitalisasi UMKM merupakan perubahan pola penjualan dari offline beralih ke online melalui *marketplace*. Secara lebih luas digitalisasi UMKM dapat diartikan dalam kegiatan kewirausahaan digital (*digital entrepreneurship*) yang merupakan praktik bisnis yang menggunakan teknologi baru dengan bantuan internet (Rathe & Rajain, 2023).

Pelaku UMKM semakin menyadari dan memanfaatkan teknologi digital, sehingga dari tahun ke tahun jumlahnya terus meningkat. Data dari Deputi Bidang Kewirausahaan Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2021 UMKM yang terdigitalisasi telah melampaui target sebesar 13,5 juta mencapai mencapai 17,28 juta. Pemerintah menargetkan pada tahun 2024 sebanyak 30 juta atau setengah dari total pelaku

UMKM sebanyak 64,2 juta sudah terdigitaisasi (Susanti, 2023). Dibutuhkan dukungan secara terintegrasi ekonomi keuangan digital nasional, digitalisasi perbankan, interlink antara *fin-tech* dengan perbankan, keseimbangan inovasi dan stabilitas serta menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital antar negara. Terdapat dua bentuk digitalisasi UMKM, yaitu:

1. Bentuk Visual (melalui penglihatan)

Bentuk visual dapat dilakukan dengan iklan, dimana proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain menggunakan penggambaran yang dapat terbaca oleh penglihatan. Komunikasi dalam bentuk visual dapat menggunakan lambang/logo, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi dan warna dalam penyampainnya. Contohnya: iklan yang dilakukan di shopee, olx, tokopedia, lazada dan lain-lain.

2. Bentuk Audio Visual (pandang dengar)

Bentuk audio visual merujuk pada penggunaan komponen suara (audio) dan komponen gambar (visual) dengan bantuan beberapa peralatan untuk dapat menyajikannya.

Lima tren digital yang mengatur budaya kerja UMKM di masa depan (Bansal, 2019) adalah:

1. Bisnis cenderung beroperasi secara online.
2. Komunikasi akan menjadi sangat penting.
3. Dunia usaha melakukan penyesuaian berdasarkan generasi milenial.
4. Media sosial akan menguasai operasional bisnis UMKM.
5. Adopsi teknologi cloud

Peran UMKM di era digital dalam kegiatan kewirausahaan memberikan banyak manfaat yang positif bagi strategi kewirausahaan dan dapat memberikan banyak kemudahan dalam melakukan kegiatan wirausaha seperti kemudahan mengakses informasi, jaringan ekspansi dan juga untuk berkomunikasi (Faling & Biesbroek, 2019); (Zhao, *et al.*,

2021). Perkembangan ekonomi digital telah menjadi kekuatan utama dalam mentransformasi aktivitas bisnis khususnya pada proses pemasaran (Hidayat, 2020; Santoso, 2020; Soemari *et. al.*, 2020). Salah satu cara yang digunakan dalam persaingan bisnis saat ini adalah melalui pemasaran media sosial seperti Whatsapps Business, Instagram Business, Lineat, dan Facebook. Selain pemasaran sosial media, dalam pemasaran digital, terdapat *marketplace* seperti buka lapak, shopee, tokopedia, lazada dan lain-lain.

Pemanfaatan pemasaran digital tidak hanya tentang pemasaran melalui internet, tetapi juga tentang pemanfaatan dunia digital yang bisa memberikan dampak positif bagi perusahaan. Melalui perkembangan teknologi, banyak pelaku UMKM sudah mulai meninggalkan model pemasaran tradisional dan beralih pada pemasaran modern berbasis teknologi digital karena dinilai lebih efektif dan dapat menjangkau konsumen dalam skala yang lebih luas dan dapat dilakukan dimanapun dalam situasi dan kondisi apapun. Oleh karena itu untuk mendukung upaya digitalisasi UMKM mengharuskan para pembuat kebijakan untuk mengadopsi serangkaian intervensi ganda yang memungkinkan UMKM memperoleh manfaat dari digital dunia sambil mengatasi tantangan digitalisasi. Ribuan UMKM di tanah air menggunakan teknologi berbasis internet untuk melakukan kegiatan bisnis mereka. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui media sosial, *e-commerce* dan membangun situs webnya untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Beberapa manfaat adanya transformasi digital yang dilakukan oleh UMKM antara lain (Feliciano-Cestero, *et al.*, 2023); (Sui & Yao, 2023); (Philipp, *et al.*, 2023); (Buck, *et al.*, 2023):

1. Peningkatan jangkauan transformasi digital, yaitu merupakan proses mentransformasikan operasional suatu organisasi atau lembaga menjadi sebuah sistem digital. Dengan adanya digitalisasi jangkauan pemasaran lebih menjangkau ke daerah-daerah terpencil dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Peningkatan penjualan, dimana digitalisasi UMKM mampu membuka peluang untuk memperoleh penghasilan yang lebih karena semakin besar jangkauan pemasaran semakin banyak pendapatan yang diperoleh ketika menggunakan media sosial untuk memasarkan produk.
3. Kemudahan bertransaksi, dimana transformasi digital UMKM mempermudah metode pembayaran untuk bertransaksi dengan mobile banking, internet banking atau dompet digital yang dapat diunduh secara gratis.
4. Berkembang mengikuti tren, hadirnya transformasi digitalisasi memungkinkan UMKM beradaptasi berkembang mengikuti tren sosial. Dengan membuka toko online, berjualan dengan sistem *dropshipper* atau *reseller*, menjadi youtuber, membuat konten digital, desain grafis dan lainnya.

Beberapa peneliti sebelumnya juga sepakat bahwa agar transformasi digital mampu memberikan manfaat yang optimal ada beberapa tips yang perlu diperhatikan, yaitu (Liu, *et al.*, 2023); (Xin & Du, 2022); (Trincado-Munoz, *et al.*, 2023); (Furtado, *et al.*, 2023):

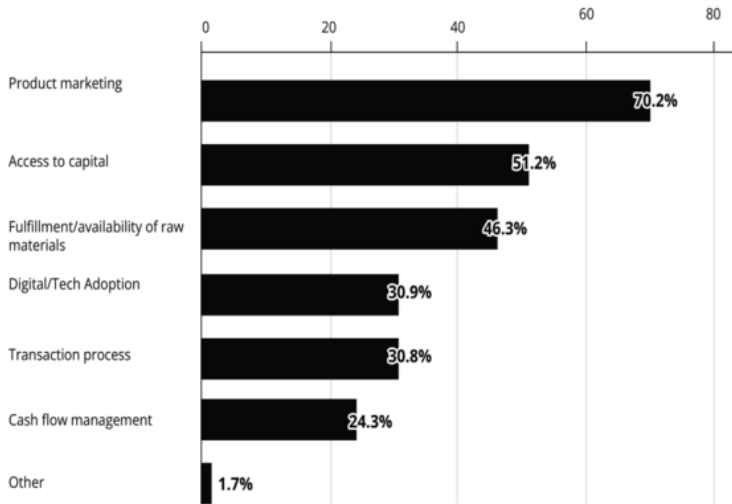
1. Mengidentifikasi teknologi informasi yang dibutuhkan
Tentunya setiap UMKM memiliki keunikan, tantangan dan kebutuhan sendiri-sendiri, sehingga teknologi informasi yang digunakan berbeda-beda sesuai kebutuhan.
2. Memilih perangkat lunak yang tepat
Pelaku UMKM memilih software yang tepat selaras dengan rencana bisnis, tujuan dan kebutuhan teknologi yang diperlukan.
3. Membuat rencana bisnis
Rencana bisnis sebaiknya dipersiapkan secara matang melalui perencanaan jangka pendek, menengah dan panjang.
4. Memprioritaskan karyawan kebutuhan pelanggan
Pelaku bisnis berkomitmen untuk memprioritaskan karyawan dan pelanggan menggunakan perangkat untuk siap menghadapi era digital.

E. Kendala UMKM di Era Digital

UMKM merupakan bagian integral dari perekonomian Indonesia. Beberapa penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap lambatnya laju teknologi, informasi dan komunikasi (TIK). Namun sebagian besar UMKM tidak beroperasi secara berbadan hukum. Mereka beroperasi secara informal karena menghadapi banyak kendala yang menghambat formalisasi, seperti kesulitan dalam mendaftarkan usaha atau memperoleh izin mendirikan bangunan. Kendala yang paling banyak ditemui dalam mengembangkan UMKM di era digital antara lain kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang manfaat TIK, kekhawatiran mengenai keamanan dan privasi, kurangnya pekerja terampil, teknologi komputer tidak banyak digunakan dalam operasi bisnis, hambatan budaya, dan kurangnya sumber daya keuangan (Khatibi, dkk., 2003). Sedangkan menurut Leboea (2017) kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usaha UMKM diantaranya kurangnya ketrampilan, digitalisasi keuangan, sumber daya, infrastruktur, kualitas produk, pemahaman pasar, strategi bisnis yang belum maksimal dilakukan.

Hasil survey yang dilakukan DSInnovate terhadap 1500 pemilik UMKM saat bertransformasi ke ranah digital ditemui beberapa kendala dalam mengembangkan usahanya. Tantangan utama yang paling tinggi berkaitan dengan pemasaran produk (70,2%), diikuti dengan akses ke modal (51,2%), pemenuhan persediaan bahan baku (46,3%), adopsi digital (30,9%) (DSInnovate, 2023). Secara lengkap kendala yang dialami UMKM Indonesia di era digital menurut DSInnovate dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 1.3 MSME Empowerment Report 2022



Menurut Radhakrishnan Viswanathan (2021) beberapa faktor pendukung dan hambatan yang mempengaruhi digitalisasi terhadap perkembangan UMKM antara lain:

Hambatan	Pendukung
Kurangnya ide/inovasi	Solusi bisnis yang cerdas
Kurangnya sikap kewirausahaan	Inovasi, R&D
Kurangnya pengetahuan	R&D, Kebijakan peraturan
Kurangnya keuangan	Strategi pemasaran
Kurangnya sumber daya	Jejaring sosial
Kurangnya infrastruktur	Kemudahan dan pilihan teknologi
Kurangnya keterampilan (teknis, digital) SDM	Akuisisi dan retensi bakat
Perubahan lingkungan ekonomi dan non-ekonomi	Pengetahuan keuangan (modal ventura, dll.)
Kesulitan dalam memasuki siklus rantai pasok	Platform digital untuk proses dan produksi
Hambatan administratif	Pelatihan
Brain drain	Kemitraan

Hambatan	Pendukung
Kurangnya rasa pemasaran	HKI Kualitas HE Mekanisme insentif pajak

F. Reformasi UMKM di Era Digital

UMKM mempunyai potensi yang sangat besar dalam memberikan kontribusi terhadap PDB suatu negara. Sejalan dengan kondisi dunia yang terus berubah dan adanya kemajuan teknologi dan informasi yang terus berkembang, UMKM perlu mengikuti perubahan secara global. Meskipun jumlah UMKM di Indonesia menyerap tenaga kerja terbesar di tingkat ASEAN, akan tetapi kinerja UMKM masih kalah dibanding Myanmar di tingkat ASEAN. Sehingga dibutuhkan dukungan dari Pemerintah untuk terus mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional salah satunya lewat reformasi UMKM di era digital.

Reformasi UMKM dilakukan dengan mengurangi ketergantungan pada alam melalui rekayasa teknologi dan kelembagaan. Rekayasa teknologi dapat dilakukan dengan teknologi produksi yang modern ataupun menggunakan *digital marketing* dalam mempromosikan produk/jasa. Hal ini akan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat yang menggunakannya dan meningkatkan produktifitas karyawan, kapasitas produksi serta dapat lebih efektif dalam menjalankan usaha rumahan (*home industry*). Sedang rekayasa kelembagaan dengan melakukan perubahan kinerja dan struktur lembaga untuk mengatur alokasi sumberdaya dan distribusi untuk mencapai keberagaman yang diinginkan (Fahril, *et al.*, 2022). Dengan mengikuti kemajuan teknologi yang pesat akan mempermudah munculnya peluang bagi pelaku sektor bisnis. Bala Subrahmanya (2004) menyoroti dampak globalisasi dan reformasi dalam negeri pada skala kecil sektor industri. Dalam kajiannya menyatakan bahwa industri kecil lemah dalam hal pertumbuhan unit, lapangan kerja, output dan ekspor. Perubahan kebijakan yang diambil pemerintah membuka peluang dan pasar baru bagi sektor industri kecil. Fokus harus beralih ke pengembangan teknologi dan penguatan

infrastruktur keuangan untuk menjadikan industri kecil mampu bersaing secara kompetitif di tingkat nasional maupun internasional dan berkontribusi terhadap pendapatan nasional dan pekerjaan.

UMKM memiliki keunggulan unik karena ukuran usaha yang heterogen, variasi produk yang banyak jumlahnya, pelayan dan tingkat penggunaan teknologi yang beragam, rasio tenaga kerja dan modal yang relatif tinggi, fokus pada pasar yang relatif lebih kecil, membutuhkan investasi yang lebih rendah, distribusi pendapatan ke masyarakat yang lebih adil, memfasilitasi mobilisasi sumber daya modal dan keterampilan yang efektif serta merangsang tumbuhnya kewirausahaan industri. Pemerintah sebagai regulator setiap tahun mempersiapkan arah kebijakan serta strategi rencana kerja yang disesuaikan dengan kondisi internal dan iklim dunia yang tidak menentu. Tahun 2023 pemerintah mengusung tema Peningkatan Produktivitas untuk Transformasi Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan (Kementerian PNN/Bapenas, 2023). Sedangkan Rencana Kerja Pemerintah (RKP) memuat tujuh Prioritas Nasional (PN) dan 45 Proyek Prioritas Strategis atau Major Proyek (MP) dengan 14 MP yang menjadi penekanan (Munizu, *et al.*, 2023). Adapun tujuh prioritas nasional yang dijalankan pemerintah untuk reformasi UMKM meliputi:

1. Memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas dan berkeadilan.
2. Mengembangkan wilayah untuk mengurangi kesenjangan dan menjamin pemerataan.
3. Meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing.
4. Revolusi mental dan pembangunan kebudayaan.
5. Memperkuat infrastruktur untuk mendukung pengembangan ekonomi dan pelayanan dasar.
6. Membangun lingkungan hidup, meningkatkan ketahanan bencana dan perubahan iklim.
7. Memperkuat stabilitasi polhukhankam dan transformasi pelayanan publik

Berdasar tujuh program prioritas di atas UMKM masuk dalam prioritas nasional pertama sebagai salah satu yang difokuskan dengan indikator meningkatnya nilai tambah, lapangan pekerjaan, investasi, ekspor dan daya saing perekonomian. Salah satu program prioritas nasional dengan adanya penguatan kewirausahaan, UMKM dan koperasi. Untuk mengukur keberhasilan program kewirausahaan, salah satunya dengan Indeks Kewirausahaan Global (IKG). IKG untuk mengukur kesehatan ekosistem kewirausahaan di negara tertentu dilihat dari kualitas kewirausahaan yang dijalankan dan dilihat dari tingkat kedalaman ekosistem kewirausahaan yang mendukung. Menurut The Global Entrepreneurship Index (2019), mengukur kesehatan ekosistem kewirausahaan dilihat dari segi perilaku, kemampuan dan aspirasi kewirausahaan. Ke 14 pilar indikator kesehatan ekosistem kewirausahaan adalah: persepsi terhadap peluang, ketrampilan memulai bisnis, penerimaan bisnis, jaringan bisnis, dukungan budaya, peluang memulai bisnis, penyerapan teknologi, sumber daya manusia, persaingan, inovasi produk, proses inovasi bisnis, tingkat pertumbuhan yang tinggi, internasionalisasi dan risiko keuangan. Ditingkat ASEAN Indonesia bersama dengan Vietnam menempati posisi ke lima dari 10 negara dengan indeks IKG sebesar 26 dan posisi teratas ditempati Singapura dengan IKG sebesar 52,4. Hasil IKG Indonesia ini cukup baik dilihat dari segi perilaku dan kemampuan kewirausahaan dibanding aspirasinya.

G. Rangkuman

Keberadaan UMKM memegang peran penting bagi perekonomian Indonesia yang dapat ditandai dari beberapa indikator. Secara global, UMKM menjadi pemain kunci dalam perekonomian suatu negara dan ekosistem perusahaan yang lebih luas. UMKM Indonesia jumlahnya terbesar di tingkat kawasan ASEAN sebesar 65,46 juta unit tahun 2021. Beberapa ahli, lembaga-lembaga resmi dunia dan sejumlah regulasi yang ditetapkan pemerintah mengklasifikasikan UMKM dengan

kriteria yang berbeda-beda. Karakteristik UMKM menjadi pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya.

Digitalisasi pada UMKM di Indonesia sangatlah penting karena digitalisasi dapat membantu pelaku usaha meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Selain itu, digitalisasi dapat membantu UMKM mengakses pasar dan pelanggan baru serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menjual produk atau jasanya di luar wilayah lokalnya. Digitalisasi juga dapat membantu UMKM meningkatkan stabilitas dan keberlanjutan keuangan mereka dengan menggunakan alat digital untuk mengelola keuangan mereka. Menurut Fahrial, *et al.*, (2022) tantangan yang dihadapi UMKM di era digital yaitu: kondisi perekonomian global yang penuh ketidakpastian dapat mengganggu pertumbuhan ekonomi domestik; perlu adanya sinergi baik dari pemerintah, pelaku bisnis maupun masyarakat untuk memajukan ekonomi Indonesia agar pertumbuhan ekonomi lebih tinggi, berimbang, berkelanjutan dan inklusif; serta perlu mempersiapkan dan meningkatkan daya saing potensi UMKM yang digital agar bermanfaat bagi perekonomian secara menyeluruh.

Peran UMKM di era digital dalam kegiatan kewirausahaan memberikan banyak manfaat yang positif bagi strategi kewirausahaan dan dapat memberikan banyak kemudahan dalam melakukan kegiatan wirausaha seperti kemudahan mengakses informasi, jaringan ekspansi dan juga untuk berkomunikasi. Salah satu cara yang digunakan dalam persaingan bisnis saat ini adalah melalui pemasaran media sosial seperti Whatsapps Business, Instagram Business, Lineat, dan Facebook. Selain pemasaran sosial media, dalam pemasaran digital, terdapat marketplace seperti buka lapak, shopee, tokopedia, lazada dan lain-lain. Sedangkan kendala UMKM saat bertransformasi ke ranah digital dalam mengembangkan usahanya berkaitan dengan pemasaran produk (70,2%), diikuti dengan akses ke modal (51,2%), pemenuhan persediaan bahan baku (46,3%), adopsi digital (30,9%), proses transaksi (30,8%), manajemen arus kas (24,3%) dan lainnya (1,7%). Dibutuhkan

dukungan dari Pemerintah untuk terus mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional salah satunya lewat reformasi UMKM di era digital. Reformasi UMKM dilakukan dengan mengurangi ketergantungan pada alam melalui rekayasa teknologi dan kelembagaan. Rekayasa teknologi dapat dilakukan dengan teknologi produksi yang modern ataupun menggunakan digital marketing dalam mempromosikan produk/jasa. Hal ini akan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat yang menggunakannya dan meningkatkan produktifitas karyawan, kapasitas produksi serta dapat lebih efektif dalam menjalankan usaha rumahan (*home industry*). Sedang rekayasa kelembagaan dengan melakukan perubahan kinerja dan struktur lembaga untuk mengatur alokasi sumber daya dan distribusi untuk mencapai keberagaman yang diinginkan.

H. Tugas dan Evaluasi

1. Jelaskan perbandingan kriteria UMKM menurut UU No.20 tahun 2008 dengan PP No.7 tahun 2021!
2. Jelaskan secara singkat apa saja karakteristik usaha kecil!
3. Jelaskan mengapa digitalisasi UMKM itu penting!
4. Jelaskan apa saja faktor pendukung dan penghambat digitalisasi UMKM!
5. Jelaskan apa saja prioritas nasional yang dijalankan pemerintah untuk reformasi UMKM di era digital!

Daftar Pustaka

- Ahdiat, A., 2022. *katadata media network*. [Online] Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- Bala Subrahmanya, M. H., 2004. Small Industry and Globalization: Implications, Performance and Prospects. *Economic and Political Weekly*, pp. 1826-1834.

- Bansal, A., 2019. *5 digital trends that are going to change how SMEs work*, s.l.: The Economic Times.
- Buck, C. et al., 2023. Digital transformation in asset-intensive organisations: The light and the dark side. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(2).
- DSInnovate, 2023. *MSME Empowerment Repor 2022*, s.l.: s.n.
- EuropeCommision, 2012. *Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU*.
- [Online] Available at:
<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2012/an>
- Fahrial, et al., 2022. *UMKM Digital: Konsep, Strategi dan Dinamika*. Yogyakarta: Madani Berkah Abadi.
- Faling, M. & Biesbroek, R., 2019. Cross-boundary policy entrepreneurship for climate-smart agriculture in Kenya. *Policy Sciences*, p. 525-547.
- Feliciano-Cestero, M. M. et al., 2023. s digital transformation threatened? A systematic literature review of the factors influencing firms' digital transformation and internationalization. *Journal of Business Research*.
- Furtado, L. S. et al., 2023. A framework for Digital Transformation towards Smart Governance: using big data tools to target SDGs in Ceará, Brazil. *Journal of Urban Management*, pp. 74-87.
- KementerianPNN/Bapenas, 2023. s.l.: s.n.
- Leboea, S. T., 2017. *"The factors influencing SME failure in South Africa."*, s.l.: University of Cape Town..
- Liu, M., C. L., S. W. & Q. L., 2023. Digital transformation, risk-taking, and innovation: Evidence from data on listed enterprises in China. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(1).

- LPPI, L. P. P. I., 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: LPPI dan Bank Indonesia.
- Md Riyazuddin, K. & Abdulla, 2019. Dynamics of MSME Industry in Uttar Pradesh and Maharashtra: An Analysis of Sugar Firms. *SEDME (Small Enterprises Development Management & Extension Journal)*, 46(4), p. 235-247.
- Munizu, M. et al., 2023. *UMKM; Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. I ed. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- OECD, 2017. Enhancing the Contributions of SMES in a Global and Digitalised Economy.. *In Meeting of the OECD Council at Ministerial Level*, pp. 1-24.
- Philipp, Baiyere & Salmela, 2023. Digital workplace transformation : Subtraction logic as deinstitutionalising the taken-for granted. *Journal of Strategic Information Systems*, 32(1).
- Radhakrishnan Viswanathan, A. T., 2021. A systems dynamics approach to SME digitalization. *Procedia Computer Science* , pp. 816-824.
- Rathe, R. & Rajain, P., 2023. *Entrepreneurship in the Digital Area*, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo .
- Sugiarto, E. C., 2019. *setneg.go.id*. [Online] Available at: https://www.setneg.go.id/baca/index/palapa_ring_dan_a_kselerasi_indonesia_maju [Accessed 12 November 2019].
- Sui, B. & Yao, L., 2023. The impact of digital transformation on corporate financialization: The mediating effect of green technology innovation. *Innovation and Green Development*, 2(1).
- Sulistiyastuti, D. R., 2004. Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Analisis Konsentrasi Regional UMKM di Indonesia 1999-2001. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, p. 143 - 164.

- Sumadi, 2021. *Dinamika Transformasi Umkm Di Era Digitalisasi Pandemi Covid-19*. s.l., s.n., pp. 119-127.
- Susanti, S. D., 2023. *antaranews.com*. [Online] Available at: <https://www.antaranews.com/berita/3421920/kemenkop-UMKM-targetkan-30-juta-pelaku-umkm-terdigitalisasi-di-2024> [Accessed 2 Maret 2023].
- Susilowati, H. et al., 2022. Business Performance Of Women Msmes In Sukoharjo: The Role Of Attitude To Money And Institutional Support. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), pp. 1449-1459.
- Susilowati, H. et al., 2022. *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Pertama ed. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Susilowati, H. et al., 2022. *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Pertama ed. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Susilowati, H., et al., 2022. *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Pertama ed. Purbalingga: CV. Eureka Media Utama.
- Tambunan, T. T. H., 2021. *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala dan Tantangan*. 1 ed. Jakarta: Prenada.
- Trincado-Munoz, M, F. v. M., Rubin, T. H. & Vorley, T., 2023. Digital transformation in the world city networks' advanced producer services complex: A technology space analysis. *Geoforum*.
- WorldEconomicForum, 2017. *"The Future of Jobs and Skills in Africa - Preparing the Region for the Fourth Industrial Revolution,"*, s.l.: Geneva: World Economic Forum..
- Xin, L. & Du, C., 2022. *The Effect of Digital Economy on Industrial Total Factor Productivity*. China, Symposium on Project Management, p. 771-776.

Zhao, H., O'Connor, G., Wu, J. & Lumpkin, G. T., 2021. Age and entrepreneurial career success: A review and a meta-analysis.. *Journal of Business Venturing*, 36(1).

BAB 2

LITERASI KEUANGAN PADA UMKM

Risma Nurhapsari S.E., M.Ak

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Tumbuhnya perkembangan teknologi saat ini bukan lagi dianggap suatu hal yang baru oleh masyarakat di negara Indonesia. Teknologi berkembang dengan pesat saat ini memberikan akses kemudahan secara praktis. Penggunaan teknologi internet adalah dampak nyata dari perkembangan teknologi yang paling digemari masyarakat Indonesia. Dikutip data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021-2022 menyatakan bahwa penyerapan internet di Indonesia telah melampaui angka 77,02% (Pahlevi, 2022).

Dari pesatnya perkembangan internet ini memunculkan inventif baru khususnya dalam bidang teknologi keuangan yang diharapkan akan memenuhi kebutuhan masyarakat baik dalam akses layanan keuangan serta pemrosesan transaksi (Rahma, 2018). Implementasi hadirnya internet merupakan hal yang paling dasar dalam perubahan tren digitalisasi ekonomi yang terjadi saat ini. Tren digitalisasi ini merubah seluruh pandangan yang dapat ditinjau dari segi ekonomi, khususnya pengetahuan akan pengelolaan keuangan.

Ketidakmampuan mengelola keuangan di dalam usaha menimbulkan krisis keuangan dan berbagai problem dalam pengelolaan keuangan. Hal ini berarti tanpa disadari bahwa pentingnya literasi keuangan pada pengelolaan usaha adalah hal

yang penting. Di negara negara berkembang lainnya literasi keuangan menjadi perhatian nasional bagi masyarakat yang telah memiliki usaha agar mereka mengerti tentang keuangan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Literasi keuangan diperlukan untuk menjawab berbagai tantangan yang muncul dalam kehidupan manusia sehari-hari. Saat ini setiap orang yang memiliki usaha menghadapi tuntutan pokok yang kompleks. Dimana saat ini banyak pelaku UMKM yang masih terus berjuang dalam menghadapi pengelolaan keuangan. Kemampuan pemahaman yang kurang kuat dapat mengakibatkan sulitnya pelaku UMKM melakukan estimasi keuangan. Masalah keuangan dalam UMKM timbul karena beberapa faktor antar lain manajemen keuangan yang buruk dan tidak adanya perencanaan ke depan (Dwitya, 2016).

Literasi keuangan di Indonesia terhadap produk dan jasa keuangan saat ini menjadi faktor yang berpengaruh dalam mendorong literasi keuangan. Pada tahun 2022 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan survey terkait literasi keuangan pada pelaku UMKM di Indonesia, didapatkan gambaran bahwa tingkat literasi masyarakat terkait produk keuangan sebanyak 49,68 % naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Peningkatan pengetahuan penting dilakukan oleh pelaku UMKM salah satunya akses keuangan formal yakni perbankan. Hal ini selaras bahwa *financial knowlade theory* erat kaitannya dengan literasi keuangan karena dapat dipahami melalui edukasi keuangan (Herdjiono *et al.*, 2019).

B. Definisi Literasi Keuangan

Dalam kehidupan masyarakat yang luas pengetahuan akan keuangan membentuk salah satu aspek fundamental dalam kehidupan. Pengetahuan akan keuangan membuat individu dapat menentukan pengambilan keputusan keuangannya (Farah & Pambudi, 2015). Apabila individu memiliki tingkat kemampuan keuangan yang kurang maka akan mengakibatkan kerugian pada individu itu sendiri. Kesalahan dalam memahami

pengetahuan keuangan akan membuat seseorang salah dalam pengambilan keputusan dalam bidang keuangan. Lain halnya dengan seseorang yang memiliki literasi keuangan yang cukup maka individu tersebut dapat memahami dan membuat keputusan keuangan (Lusardi & Mitchell, 2015).

Menurut Lusardi (2015) literasi keuangan terdiri dari kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang agar mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk dapat meningkatkan taraf hidupnya. Apabila kita lihat dari sisi lain, maka pengetahuan keuangan akan membantu individu dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang langka melalui sistem pengelolaan keuangan yang efisien dan efektif. Hal ini dapat terlihat bahwa literasi keuangan memungkinkan individu agar lebih kreatif dalam penggunaan kredit dan utang, pemantauan anggaran, perolehan bahan baku, produksi, biaya tetap dan variabel, serta penggunaan stok secara tepat waktu (Danso & Damoah, 2016).

Otoritas Jasa Keuangan merumuskan peraturan mengenai literasi keuangan No. 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Industri Keuangan Untuk Konsumen dan/ atau Masyarakat yang menyatakan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan, keyakinan dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2016).

Pendapat lain mengenai literasi keuangan yakni kemampuan untuk mendalami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku (Widayati, 2012). Dalam penelitiannya Widayati mengemukakan bahwa literasi keuangan dapat terjadi pada kondisi individu memiliki keterampilan dan kemampuan yang membuat orang tersebut mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu.

Terdapat empat hal yang digunakan paling mendasar dalam penerapan literasi keuangan yakni, penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi (Remund, 2010). Namun Otoritas Jasa Keuangan membagi tingkat literasi keuangan penduduk di Indonesia kedalam empat kelompok bagian adalah:

1. *Well Literate*, mempunyai pengetahuan serta keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
2. *Sufficient literate*, mempunyai pengetahuan serta keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan
3. *Less literate*, hanya mempunyai pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan
4. *Not literate*, tidak mempunyai pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Merujuk pada pengetahuan keuangan banyak sekali *skill* yang harus diperlukan seorang individu dalam mengatur keuangannya. Salah satu dari *skill* atau keterampilan tersebut adalah keterampilan dasar seorang individu dalam memahami literasi keuangan, seperti bagaimana individu tersebut dapat menambah atau mengurangi uang yang di hasilkan (dibelanjakan atau ditabung). Sedangkan *skill* yang lainnya yang dibutuhkan seorang individu dalam memahami literasi keuangan adalah *skill* yang lebih kompleks seperti melakukan perhitungan dan penilaian terhadap suatu resiko.

Literasi keuangan lebih lanjut dapat diartikan sebagai kebutuhan dasar bagi setiap individu dalam upayanya menghindari permasalahan keuangan. Permasalahan keuangan akan timbul bilamana terdapat kesalahan saat melakukan

pengelolaan keuangan. Memiliki literasi keuangan yang mumpuni merupakan hal yang penting guna mendapatkan kesejahteraan dengan pengelolaan keuangan yang tepat (Joseph, 2020).

Definisi mengenai literasi keuangan terus berkembang menjadi lima kategori antara lain pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan komunikatif mengenai konsep keuangan, rasa pentingnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi, kemampuan yang tepat dalam mengambil keputusan keuangan, dan keyakinan dalam membuat kebutuhan keuangan yang terencana (Remund, 2010).

Saat ini di berbagai negara berkembang di dunia keterampilan memecahkan masalah terkait keuangan merupakan hal dasar yang dimiliki oleh masyarakat dalam pengelolaan keuangannya. Masyarakat harus memiliki kemampuan untuk mengelola dan membuat rencana keuangannya, dan mereka dapat melaksanakannya untuk jangka pendek dan jangka panjang (Ibrahim & Alqaydi, 2013). Literasi keuangan adalah pengetahuan yang mengajarkan bagaimana individu mengelola dan menganalisis kondisi keuangan, yang nantinya akan menimbulkan pengambilan keputusan keuangan. Keputusan keuangan ini yang nantinya sebagai dasar informasi yang diakui sebagai instrumen yang diharapkan dalam mencapai *outcome*.

Perbedaan tingkat literasi keuangan pada setiap individu tentunya tidak sama satu sama lain. Hal ini karena dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya sehingga menimbulkan perbedaan anatara individu (Setyowati & Suroso, 2016). Faktor-faktor tersebut anatara lain:

1. Perubahan teknologi yang semakin cepat
2. Inovasi pasar
3. Tingkat hutang konsumen yang tinggi
4. Perubahan sosial yang terjadi di Indonesia
5. Tren market
6. Meningkatnya akan pemahaman konsumen mengenai tanggung jawabnya dalam hal mengelola kredit dan investasi.

C. Literasi Keuangan bagi Pelaku Bisnis

Saat ini dapat dilihat dari bidang ekonomi lokal yang di perankan oleh para pelaku usaha menjadi salah satu penunjang pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia. Semakin berkembangnya usaha yang sangat pesat menuntut kemampuan mereka sebagai pelaku usaha untuk dapat mengalokasikan secara praktis dari keseluruhan sumber daya yang dimiliki. Bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha harus memiliki keberlangsungan bisnis di masa yang akan datang.

Konsep keberlangsungan bisnis berorientasi pada pencapaian kinerja suatu usaha. Keberlangsungan suatu usaha menjadikan bagian yang sangat penting bagi pelaku bisnis, oleh karenanya dilakukan upaya-upaya agar pelaku bisnis dapat menjaga keberlangsungan dari bisnis yang dijalanannya. Salah satu upaya yang dilakukan yakni pemahaman literasi keuangan bagi pelaku bisnis (Puspitaningtyas, 2017).

Pemahaman mengenai literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang keuangan, namun juga *skill* dalam melakukan pengelolaan keuangan yang tepat untuk kepentingan di masa yang akan datang. Ketika pelaku bisnis mempunyai tingkat literasi keuangan yang baik serta mampu mengakses sumber daya keuangan diharapkan kelangsungan bisnis dapat terjaga. Literasi keuangan yang baik akan menghasilkan keputusan manajemen dan keuangan yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan keberlangsungan usaha (Aribawa, 2016). Pengelolaan keuangan dapat didefinisikan sebagai salah satu cara dalam mengelola dana yang diperoleh dari hasil usaha saat ini yang nantinya akan di gunakan dalam pemenuhan kebutuhan.

Dalam menerapkan serta memahami literasi keuangan keterampilan keuangan dapat membantu pelaku bisnis dalam pengambilan keputusan keuangan, keterampilan tersebut dapat digolongkan ke dalam keterampilan manajemen keuangan dan investasi. Literasi keuangan yang baik akan sangat mendukung para pelaku bisnis dalam mencapai tujuan dalam usahanya. Seorang individu yang mempunyai tingkat literasi yang tinggi

biasanya tidak mudah terpengaruh dalam maraknya penipuan yang sering terjadi saat ini. Agar dapat memiliki literasi keuangan yang baik, sebagai seorang pelaku bisnis wajib memiliki pengetahuan yang cukup mengenai prinsip dan konsep keuangan.

D. Upaya Peningkatan Literasi Keuangan

Saat ini pemerintah bersama Otoritas Jasa Keuangan telah berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* menyusun rencana kegiatan edukasi terkait cara-cara apa saja yang digunakan guna meningkatkan literasi keuangan di Indonesia (Dabu, 2020). Adapun lima metode yang telah dilakukan Otoritas Jasa Keuangan terkait dengan peningkatan literasi keuangan di Indonesia antara lain:

1. Pengembangan siklus perencanaan strategi edukasi dan literasi
2. Menggiatkan program edukasi digital
3. Memperkuat edukasi dan literasi keuangan syariah dan edukasi berbasis komunitas keagamaan.
4. Memperkuat infrastruktur
5. Memperkuat aliansi strategi dengan berbagai *stakeholder*.

Tak kalah penting dari strategi yang dilakukan OJK, pemerintah melalui Bank Indonesia meluncurkan produk yang menggabungkan antara jasa keuangan dengan teknologi atau yang lebih dikenal dengan *financial technology*. *Fintech* merubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat (Dara & Mariah, 2020). *Fintech* hadir guna memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam penggunaan layanan keuangan.

Selain itu karena efek dari adanya pandemi Covid-19, Bank Indonesia menerapkan upaya lain guna peningkatan literasi keuangan yaitu dengan meminta kepada masyarakat untuk melakukan pembayaran transaksi menggunakan alat pembayaran nontunai (*cashless*). Upaya ini dilakukan oleh Bank Indonesia guna mendukung kebijakan BI mengenai literasi keuangan pada era ekonomi dan keuangan digital (Lestar *et al.*, 2021).

Adanya literasi keuangan memberikan pencerahan bagi para pelaku UMKM dan dapat memberikan dampak positif terhadap usaha yang di jalankan. Dapat di lihat bahwasanya saat ini banyak UMKM yang belum dapat memiliki pemahaman baik dari segi keuangan, segi perbankan, ataupun produk keuangan lainnya. Sehingga baik dari pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia memberikan edukasi dan seminar yang mencakup mengenai literasi keuangan.

OJK memaparkan dalam upayanya menjadikan masyarakat Indonesia yang memahami literasi keuangan yang mumpuni sehingga dapat memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan dibutuhkan program strategis dan program inisiatif. Adanya upaya strategis yang dimaksudkan adalah pemahaman akana keuangan, sikap perilaku bijak keuangan dan akses terhadap keuangan. Sedangkan program inisiatif yang di canangkan oleh OJK antara lain meliputi pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, infrastruktur, perluasan dan kemudahan akses keuangan.

E. Pentingnya Literasi Keuangan bagi UMKM

Literasi keuangan memiliki fungsi penting guna pengambilan keputusan keuangan yang dapat meningkatkan kesejahteraan. Pengetahuan keuangan ini menjadi dasar informasi keuangan bagi pelaku usaha kecil, kecil dan menengah (UMKM). Dapat kita lihat saat ini perkembangan UMKM yang dituntut untuk siap bersaing satu sama lain sesama pelaku UMKM. Walaupun UMKM yang kita ketahui saat ini tumbuh dan berinovasi sangat aktif. Namun apabila kita telaah lebih jauh, perkembangan UMKM masih banyak menghadapi berbagai kendala dan tantangan yang harus dihadapi.

Dari sekian banyaknya kendala yang masih dihadapi oleh UMKM, salah satu kendala yang paling banyak ditemui ialah pengelolaan manajemen usaha. Untuk itu perlu upaya dan strategis dalam meningkatkan literasi keuangan pada pelaku UMKM (Rumbianingrum & Wijayangka, 2018). Upaya ini

digunakan untuk meningkatkan pemahaman kepada UMKM mengenai kemampuan membuat laporan keuangan dari kegiatan usaha yang di jalankan. Diharapkan dengan adanya pencatatan pada setiap transaksi kegiatan usaha yang dilakukan oleh UMKM tentunya akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan usahanya.

Dari hasil penyusunan laporan keuangan yang telah dibuat dan disajikan oleh pelaku UMKM maka dapat diketahui hasil yang diperoleh dari kegiatan usaha. Dari hasil ini lah maka pelaku UMKM dapat menggunakannya sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang akan dilakukan. Literasi keuangan memberikan peran penting dalam berlangsungnya suatu usaha khususnya bagi pelaku UMKM.

Beberapa penelitian yang membahas mengenai literasi keuangan antara lain menunjukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan mendukung penciptaan lapangan kerja baru bagi penduduk di Indonesia (Susan, 2020). Hasil tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anshika & Singla (2021) dikarenakan adanya pengetahuan akan edukasi keuangan meningkatkan kinerja suatu perusahaan, terutama ketika pemilik usaha tidak memiliki ketersediaan dana yang cukup dalam mengelola usahanya.

Memiliki kemampuan dalam literasi keuangan yang kuat dapat menyokong dan mendukung berbagai tujuan hidup, seperti menabung untuk pendidikan, menggunakan hutang secara efektif sesuai dengan kebutuhan, serta menjalankan kegiatan usaha yang dilakukan oleh UMKM. Pemahaman mengenai literasi keuangan dapat diperoleh melalui membaca buku, memperelajari konten keuangan, sosialisasi atau mengikuti kegiatan seminar yang berhubungan dengan keuangan. Banyak dari pelaku UMKM yang memiliki kendala didalam menjalankan usahanya antara lain faktor daya saing dan kontinuitas usaha di masa yang akan datang (Kamunge *et al.*, 2014). Pentingnya pelaku UMKM memerlukan literasi keuangan

yang sesuai untuk pelatihan keuangan agar mendukung secara memadai dalam manajemen usahanya.

Selain hal tersebut para pelaku UMKM penting untuk memahami literasi keuangan karena diharapkan para pelaku UMKM tersebut mampu mengelola keuangan dengan efektif serta bijak dalam menggunakan keuangan untuk keperluan usahanya.

F. Manfaat Literasi Keuangan bagi UMKM

Literasi keuangan memiliki manfaat yang membuat masyarakat mampu memahami pengelolaan keuangan. Paham akan pengolahan keuangan berarti mampu secara bijak dalam pengelolaan keuangan, pengelolaan hutang, serta pengelolaan investasi atau tabungan di masa yang akan datang. Manfaat dari literasi keuangan juga dirasakan oleh pelaku usaha.

Pelaku UMKM yang belum mengerti mengenai literasi keuangan menyebabkan kecenderungan dalam pengelolaan keuangan yang buruk hal ini dapat berakibat pada menumpuknya beban hutang, kebangkrutan usaha bahkan sampai dengan penipuan keuangan (Utami & Gischa, 2021). Seorang pelaku UMKM yang memahami edukasi keuangan akan menjadi lebih paham tentang kondisi keuangan sesuai perkembangan jaman. Sehingga pelaku UMKM dapat memanfaatkan agar terciptanya stabilisasi keuangan.

MUF (Mandiri Utama Finance, 2018) memberikan pendapat bahwa ada beberapa manfaat literasi keuangan :

1. Membentuk kedisiplinan dalam mengelola uang
2. Agar tidak rentan terkena penipuan
3. Melatih strategi keuangan yang semakin matang
4. Menjadi landasan agar kondisi keuangan stabil
5. Modal utama untuk meningkatkan standar hidup
6. Bertanggung jawab pada keputusan yang dibuat
7. Agar pendistribusian kekayaan lebih merata

Hal ini selaras dengan tujuan UMKM yang dapat melangsungkan keberlanjutan usahanya. Pelaku UMKM yang *melek* akan literasi keuangan akan merasakan manfaat dari

disiplinnya mengelola keuangan. Saat ini masih banyak di temui para pelaku UMKM yang masih belum melakukan pemisahan anatara keuangan usaha dengan keuangan pribadi (Ardila & Christiana, 2020). Hal ini berakibat para pelaku UMKM akan lebih rumit saat melakukan perhitungan hasil kegiatan usaha secara cermat. Sehingga akan menghambat proses pembentukan modal usaha yang nantinya akan berdampak pada pengembangan usaha. Dengan adanya literasi keuangan ini dimaksudkan agar pelaku UMKM dapat dengan efektif dan efisien dalam pengelolaan keuangan.

Pelaku UMKM yang tidak paham akan literasi keuangan juga dapat berpotensi untuk terkena penipuan. Seseorang yang memiliki pemahaman yang baik akan literasi keuangan memiliki resiko yang kecil begitupula sebaliknya (Silalah & Meiant, 2023). Pelaku UMKM dapat memahami literasi keuangan melalui edukasi tentang pengelolaan bidang keuangan baik yang sifatnya formal atau informal. Bukan hanya edukasi tetapi pengetahuan akan literasi keuangan Dengan memiliki pengetahuan akan literasi keuangan para pelaku UMKM dapat belajar mengenai jenis produk dan layanan keuangan sehingga dapat meminimalisir resiko terhadap penipuan.

Hal lain yang tidak kalah penting dari manfaat literasi keuangan bagi UMKM adalah bertanggung jawab atas keputusan yang dibuat. Literasi keuangan yang tepat akan mempengaruhi cara berfikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengemabilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan bagi pemilik usaha (Kasendah & Wijayangka, 2019). Dengan adanya pemahaman literasi keuangan mengenai konsep dasar keuangan maka diharapkan pelaku UMKM memiliki pengetahuan yang cukup dalam mengambil keputusan yang ada kaitannya dengan usaha yang dijalankan.

G. Rangkuman

Adanya literasi keuangan menjadi hal dasar bagi para pelaku UMKM, karena hadirnya literasi keuangan mampu

menjawab berbagai tantangan yang muncul dalam pengelolaan usaha. Banyak pelaku UMKM yang masih belum memahami mengenai pengelolaan keuangan. Hal ini mengakibatkan sulitnya pelaku UMKM melakukan estimasi keuangan. Literasi keuangan hadir guna memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM.

Dengan adanya literasi keuangan yang baik diharapkan pelaku UMKM dapat menjalankan usahanya secara terus menerus. Pemahaman mengenai literasi keuangan ini tidak sebatas dengan pengetahuan keuangan saat ini, namun terdapat pengetahuan dalam mengelola keuangan yang dipergunakan untuk kepentingan di masa yang akan datang. Di dalam penerapannya literasi keuangan dapat membantu pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan manajemen usaha yang di jalankan.

Literasi keuangan mendorong peningkatan UMKM dalam mengelola keuangan secara bijak agar lebih efektif dan efisien. Pemerintah bersama Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia telah menerpakan beberpa strategi guna meningkatkan literasi keuangan yang ada di masyarakat saat ini. Bentuk dari upaya-upaya tersebut antara lain mengembangkan edukasi digital, memperkuat infrastruktur dan pengembangan strategi dan literasi. Adanya pengetahuan yang cukup mengenai literasi keuangan di harapkan para pelaku UMKM dapat memjukan usaha yang mereka jalani.

H. Tugas dan Evaluasi

1. Jelaskan apa yang Anda ketahui mengenai literasi keuangan!
2. Bagaimana literasi keuangan dapat mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM?
3. Faktor apa saja yang menyebabkan perbedaan tingkat literasi keuangan antar individu? Jelaskan!
4. Langkah kongkrit apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM?
5. Sebutkan manfaat-manfaat apa saja yang dapat diperoleh UMKM dengan adanya literasi keuangan!

Daftar Pustaka

- Anshika, & Singla, A. (2021). Financial literacy of entrepreneurs: a systematic review. *JEL Classification*, 48.
- Ardila, I., & Christiana, I. (2020). Pengelolaan Keuangan Sektor Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (LIABILITIES)*, 3.
- Aribawa. (2016). pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20, 1-13.
- Dabu, P. (2020). Bagaimana Upaya OJK Meningkatkan Literasi dan Inklusi Keuangan di Indonesia? *The Economics*.
<https://www.theeconomics.com/art-of-execution/bagaimana-upaya-ojk-meningkatkan-literasi-dan-inklusi-keuangan-di-indonesia/>
- Danso, A., & Damoah, O. (2016). The Moderating Influence Of Financial Literacy On The Relationship Between Access to Finance And Firm Growth In Ghana. *Journal Venture Capital*, 18, 43-61.
- Dara, S. R., & Mariah. (2020). Peran Fintech Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Literasi Keuanagan Pada Masyarakat di Jakarta. *Jurnal AKURASI*, 2.
- Dwitya, Ariwibawa. (2016). No Title. *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah*, 20, 1.
- Farah, M., & Pambudi. (2015). Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi. *Journal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17, 76-85.
- Herdjiono, Irine, M. V., & Angela, Lady. (2019). PENGARUH FINANCIAL ATTITUDE, FINANCIAL KNOWLEDGE, PARENTAL INCOME TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR. *Manajemen Teori Dan Terapan*, 1, 226-241.

- Ibrahim, M. E., & Alqaydi, F. R. (2013). Financial literacy, personal financial attitude, and forms of personal debt among residents of the UAE. *International Journal of Economics and Finance*, 5.
- Joseph, C. N. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA DOSEN-DOSEN FAKULTAS EKONOMI UKIM. *Journal Manajemen Soso-Q*, 8.
- Kamunge, M. ., A, N., & O.I, T. (2014). Factors Affecting the Performance of Small and Micro Enterprises in Limuru Town Market of Kiambu County, Kenya. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4.
- Kasendah, B. S., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.
- Lestar, R. I., Santoso, D., & Indarto. (2021). Meningkatkan Literasi Keuangan Digital Pada Pelaku UMKM Melalui Sosialisasi Gerakan Nasional Non-Tunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 4.
- Lusardi, & Mitchell. (2015). The Economic Importance of financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52, 5-44.
- Mandiri Utama Finance. (2018). *Literasi Keuangan dan Edukasi*. <https://www.muf.co.id/edukasi-literasi-keuangan/>
- OJK. (2016). *Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau masyarakat*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat.aspx>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- Pahlevi, R. (2022). *APJII: Penetrasi Internet Indonesia Capai 77,02% pada 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>
- Puspitaningtyas, Z. (2017). MANFAAT LITERASI KEUANGAN BAGI BUSINESS SUSTAINABILITY. *Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VII*.
- Rahma. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *At-Tawassuth*, 3, 642-661.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44, 276-295.
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN UMKM. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (ALMANA)*, 2.
- Setyowati, I., & Suroso, S. (2016). Sharia Financial Literacy And Effect On Social Economic Factors. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 5.
- Silalah, P. R., & Meiant, A. (2023). Urgensi Literasi Keuangan untuk Menghindari Penipuan Investasi Bodong: Studi Kasus Binomo. *Jurnal Advokasi Hukum & Demokrasi*, 1.
- Susan, M. (2020). FINANCIAL LITERACY AND GROWTH OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES IN WEST JAVA, INDONESIA. *International Symposia in Economic Theory and Econometrics*, 27, 39-48.

Utami, S. N., & Gischa, S. (2021). Literasi Keuangan: Definisi, Manfaat, dan Tingkatnya. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/11/133000869/literasi-keuangan--definisi-manfaat-dan-tingkatnya>

Widayati, I. (2012). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LITERASI FINANSIAL MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA. *Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan, 1*.

BAB 3

LITERASI DIGITAL DALAM UMKM

Titin Hargyatni, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Istilah literasi kini marak digunakan, seakan akan kemudian menjadi penanda peradaban modern. Literasi berasal dari bahasa Latin yaitu *Literatur* yang memiliki arti orang yang belajar. Literasi diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengolah dan memahami informasi pada saat proses membaca dan menulis (Miftah, Nasywa. (2023). Kamus Bahasa Indonesia mendefinisikan literasi sebagai kemampuan membaca, menulis dan kemampuan individu dalam mengolah informasi.

Namun saat ini literasi tidak hanya diartikan terbatas pada kegiatan baca dan tulis saja, namun meluas pada pemahaman wawasan bidang lain seperti finansial, budaya, digital serta masih banyak konteks literasi. Termasuk literasi bisnis, yang kemudian diartikan sebagai kemampuan seseorang memahami konteks bisnis melalui proses membaca dan menulis, dimana tuntutan lebih dalam adalah sikap seseorang menciptakan model bisnis, membuka peluang usaha, kemampuan pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, operasi usaha, pemasaran hingga adopsi teknologi.

B. Definisi Literasi Digital

Era industry 4.0 membawa fakta baru operasi industri dengan mengadopsi teknologi digital dan fisik untuk merealisasikan system industri yang efektif, efisien, fleksibel dan terhubung. Tren ini mendorong konektivitas yang lebih luas, tidak hanya terbatas di internal perusahaan atau organisasi namun bisa menjangkau dengan negara lain yaitu dengan menggunakan internet of thing (IoT).

Lingkungan bisnis yang telah bertransformasi dengan pemanfaatan teknologi digital tentu harus diikuti oleh pelaku usaha dari skala kecil hingga besar bahkan wajib hukumnya untuk usaha yang berorientasi pasar internasional. Jika tidak dilakukan penyesuaian tentu akan tertinggal jauh dari pesaing dan ditinggalkan oleh konsumen. Karena salah satu sifat era digital adalah kecepatan dan keefektifan. Oleh karena itu penting bagi para pelaku usaha untuk melek digitalisasi, sehingga penguatan literasi digital menjadi prioritas dalam pengembangan bisnis di era digital.

Literasi digital merupakan suatu bentuk kemampuan untuk mendapatkan, memahami dan menggunakan informasi yang berasal dari berbagai sumber dalam bentuk digital. Literasi digital juga merupakan sebetulnya cara berpikir tertentu berkaitan dengan konteks digital (Eshet, 2004). Literasi digital mempunyai faktor-faktor penting agar penyaringan informasi berjalan baik dan benar, yaitu melalui :

1. keterampilan fungsional
2. komunikasi dan interaksi
3. berpikir kritis.

Dengan keterampilan literasi digital, seseorang dapat memanfaatkan media digital untuk aktivitas produktif dan pengembangan diri. Kesadaran kritis, diskusi, pilihan kritis, dan aksi sosial merupakan hal terpenting dalam literasi digital yang dapat memberikan manfaat bagi khalayak untuk mendapat informasi secara benar (Eshet, 2004).

Digitalisasi mengacu pada pemanfaatan digital teknologi untuk mengubah operasi bisnis, menciptakan *value* dan sumber pendapatan baru. Di sisi lain, transformasi digital adalah proses digital yang disengaja dan berkelanjutan, mengembangkan model bisnis perusahaan secara strategis dan taktis (Mazzone, 2014). Artinya terjadi pergeseran paradigma bentuk bisnis yang mengadopsi teknologi digital.

Digitalisasi telah mengubah hubungan antar perusahaan secara mendalam dan pemangku kepentingan seperti pelanggan, pemasok, distributor, pemerintah dan pihak lainnya. Digitalisasi juga merevolusi cara perusahaan menjalankan bisnis dan melakukan ekspansi secara global (Matarazzo *et al.*, 2020). Revolusi digital secara khusus telah mendorong usaha kecil dan Menengah (UMKM) untuk beradaptasi dan memanfaatkan peluang yang tersedia di pasar luar negeri (Hervé *et al.*, 2020). Salah satu tren yang mencolok adalah peralihan besar-besaran tenaga kerja manusia menjadi mesin atau otomatisasi proses, yang menjadi fenomena global yang signifikan. Sebagai parameter dominan di era ini, internet sebagai teknologi baru memiliki pengaruh yang sangat besar dalam transformasi digital, terutama dalam konteks keberlanjutan ekonomi digital.

C. Literasi Digital bagi Pelaku Bisnis

Berdasarkan indeks Literasi Digital Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dan Katadata Insight Center (KIC) pada 2021, indeks literasi digital Indonesia berada di angka 3,49. Angka 3.49 ini menempatkan Indonesia di kategori sedang dengan skala penilaian dari 0-5. Fakta tersebut menandakan pekerjaan rumah bagi pemerintah melalui instansi terkait, swasta dan perguruan tinggi (Triple Helix) untuk meneukan cara agar indeks literasi digital meningkat dan berdampak positif bagi pengembangan kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat.

Digitalisasi tidak dipungkiri semakin memudahkan manusia mengakses informasi dengan cepat, sehingga proses

pembelajaran, inovasi dan pengembangan relatif lebih efisien. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan terciptanya bentuk-bentuk bisnis baru yang lebih efisien dan inovatif, sehingga membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Luo dkk. 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang aktif dan intensif memanfaatkan teknologi digital.

Era revolusi industri 4.0 menjadi momentum untuk pengembangan kewirausahaan dan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital untuk mensejahterakan dan memajukan Indonesia. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM dalam perekonomian nasional tidak diragukan lagi terutama dalam menyelesaikan masalah sosial (Widyastuti *et. al*, 2016) seperti:

1. Mengurangi pengangguran melalui penyerapan tenaga kerja
2. Salah satu komponen pembentukan produk domestik bruto (pdb)
3. Mendorong nilai ekspor nasional
4. Mendorong peningkatan iklim investasi nasional

Tabel 3.1 Kriteria UMKM

NO	USAHA	KRITERIA	
		ASET	OMSET
1	Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2	Usaha Kecil	> 50 - 500 juta	> 300 - 2,5 Milyar
3	Usaha Menengah	> 500 - 10 Milyar	> 2,5 - 50 Milyar

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Heni *et. al*, 2022). Cukup strategis kontribusi UMKM di Indonesia

dalam menyumbang iklim investasi dan mengurangi masalah social ekonomi.

Menurut Tulus Tambunan dalam bukunya yang berjudul Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, ada beberapa alasan yang mengisyaratkan pentingnya UMKM bagi perekonomian nasional:

1. Jumlah UMKM yang sangat banyak dan tersebar di perkotaan maupun pedesaan bahkan hingga di pelosok terpencil.
2. UMKM tergolong sangat padat karya, mempunyai potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang besar dan berperan dalam peningkatan pendapatan masyarakat dan juga daerah.
3. UMKM banyak terdapat dalam sektor pertanian yang secara tidak langsung mendukung pembangunan.
4. UMKM membantu dalam menampung banyak pekerja yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah.
5. Dalam kondisi krisis ekonomi, UMKM relatif mampu untuk bertahan hidup.
6. Menjadi titik awal mobilitas investasi di pedesaan sekaligus wadah bagi peningkatan kemampuan wiraswasta warga masyarakat.
7. Menjadi alat untuk mengalihkan pengeluaran konsumsi warga pedesaan menjadi tabungan.
8. UMKM mampu menyediakan barang-barang kebutuhan yang relatif murah.
9. Melalui beragam jenis investasi dan penanaman modal, UMKM cenderung mampu dan cepat beradaptasi dalam perubahan dan kemajuan zaman.
10. Memiliki tingkat fleksibilitas yang relative tinggi

Rahmana (2008) mengelompokkan UMKM menjadi empat kelompok mendasarkan dari UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan usaha kecil menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah dan bertahan hidup, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.

2. *Micro Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha kecil menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Menurut Lucas *et.al* (2013), perubahan iklim bisnis yang mengadopsi teknologi digital ini menyebabkan penyesuaian proses bisnis, menciptakan bentuk baru organisasi, perubahan hubungan organisasi dengan pelanggan, perubahan respon pasar, pengalaman pengguna dan jumlah pelanggan. Inilah yang kemudian dikenal dengan disrupsi teknologi. Dengan demikian, perusahaan dari semua sektor usaha mengeksplorasi dan bereksperimen dengan cara penggunaan alat baru dan teknologi digital di dalam organisasi. Teknologi digital baru yang dapat diterapkan dalam operasional perusahaan seperti data analisis, komunikasi digital, objek yang saling terhubung, pemanfaatan sistem cerdas buatan, dan pengalaman konsumen melalui teknologi digital. Semua adaptasi teknologi digital tersebut sedang diterapkan di hampir semua sektor kegiatan, termasuk industri tradisional (Pagani *et al.*, 2017).

Pemanfaatan dan penerapan sistem digital memberi banyak manfaat, yaitu :

1. Mengurangi biaya transaksi.
2. Mempercepat komunikasi antara staf, pemasok dan pelanggan digitalisasi menambah nilai bagi pelanggan.
3. Meningkatkan efisiensi.
4. Meningkatkan inovasi.
5. Peluang baru untuk menghasilkan pendapatan.

Beberapa hasil riset yang dilakukan oleh von Leipzig (2017); Rojo Abollado *et.al* (2017); Bedell Pearce, (2018) dan Subramaniam *et al.*, (2019) menunjukkan hasil bahwa

perusahaan yang telah mengadopsi transformasi digital pada operasional nya terbukti lebih kompetitif dan dengan mudah beradaptasi dengan perubahan ekosistem bisnis.

Mengapa UMKM perlu mengadopsi teknologi digital? Selain karena faktor lingkungan yang berubah kearah digitalisasi, juga menjadikan UMKM makin kompetitif dan berdaya saing tinggi. Penelitian Delloitte Access Economics (2015) menyatakan bahwa konsumen saat ini semakin terbiasa mengambil keputusan berdasarkan konten digital dan melakukan online dalam pembelian barang. Maka digitalisasi UMKM ini menjadi pilihan jika tidak ingin kalah dalam persaingan bisnis. Digitalisasi UMKM merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM (KKN-DR UINSU Kelompok 200,2021). Era digital memudahkan pelaku usaha untuk menjual dan memasarkan produk dan jasanya secara online, diantaranya melalui sosial media seperti facebook, Instagram, whatsapp dan Tik tok. Sedangkan media marketplace yang marak di Indonesia diantaranya Shopee, Blibli, Tokopedia dan Lazada adalah sarana promosi sekaligus penjualan yang langsung bisa diakses oleh masyarakat. Tidak kalah penting adalah pelaku UMKM membangun mitra untuk pendistribusian produk melalui pemanfaatan ojek online seperti Gojek, Grab dan Maxim.

D. Upaya Peningkatan Literasi Digital bagi Pelaku Bisnis

Pemerintah melalui kementerian perdagangan melakukan berbagai upaya untuk peningkatan literasi digital pelaku usaha terutama UMKM dengan menggandeng mitra seperti dengan pihak perbankan, perguruan tinggi, dan pelaku eksport. Saat ini dari 64,2 juta unit UMKM, hanya 13% yang memanfaatkan teknologi digital dalam usahanya. Angka yang sangat kecil, menandakan masih banyak pelaku UMKM yang belum melek teknologi digital. Tentu masih luas playground pemerintah, Lembaga swasta dan perguruan tinggi atau biasa disebut Triple Helix untuk berupaya mencari metode mengenalkan dan menjadikan teknologi digital sebagai alat

yang mempermudah dan mempercepat operasional usaha UMKM. Lebih dalam pemanfaatan media digital mampu menynergikan kegiatan harian usaha yang dijalankan seperti pengelolaan keuangan, promosi hingga melakukan transaksi dan pendistribusian sampai kepada konsumen.

Harapan dengan meningkatnya literasi digital pelaku UMKM akan membantu mendorong ekspor produk-produk UMKM. Karena potensi ekspor nonmigas Indonesia masih dapat ditingkatkan selama pelaku usaha, termasuk UMKM, adaptif terhadap perubahan. Namun untuk menuju kearah internasionalisasi UMKM tentu tidak mudah, salah satunya adopsi teknologi digital. Oleh karena itu membangun kapasitas UMKM melalui literasi digital menjadi keharusan. Maka kapasitas yang harus dibangun adalah :

1. Menyiapkan sumber daya manusia yang mampu belajar berkelanjutan tentang teknologi digital
2. Menyediakan modal finansial dan fisik untuk penerapan media digital pada operasional usaha
3. Infrastruktur yang menunjang beroperasinya teknologi digital sampai pelosok negeri

Hasil riset dan kajian yang dilakukan tenaga ahli barangkali bisa menjadi bahan rujukan bagi pemangku kepentingan tentang bagaimana menerapkan teknologi digital pada pelaku UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Rawat *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa strategi digitalisasi yang dapat diterapkan yaitu dengan :

1. Memperbarui bisnis dengan teknologi kekinian
2. Mengoptimalkan konten bisnis melalui praktik seo (search engine optimization)
3. Memanfaatkan platform media sosial untuk memperkenalkan usaha yang dijalankan

Magd & Jonathan (2022) menyebutkan bahwa strategi digitalisasi UMKM yaitu dengan fokus pada beberapa hal berikut ini :

1. Perubahan kebijakan mengikuti kondisi kekinian
2. Meningkatkan produktivitas karyawan
3. Menciptakan kepuasan pelanggan
4. Operasional yang efisien.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gamache *et al.* (2019) menunjukkan parameter yang cukup signifikan yang cenderung dapat meningkatkan kinerja digital dan membantu mendorong transformasi digital pada UMKM yaitu :

1. Komitmen manajemen (28%)
2. Pengembangan keterampilan (26%)
3. Desain digital (42%)
4. Otomatisasi (42%)
5. Kualitas data (42%)
6. Penggunaan *e-commerce* (42%)

Peneliti lain oleh Charina dkk. (2022) menunjukkan bahwa program pendidikan berkelanjutan melalui kegiatan pembelajaran dan praktik langsung menjadi pengetahuan dan pengalaman berharga bagi industri kecil dalam merancang lingkungan ekonomi, sosial dan inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan aspek UMKM seperti kinerja, penjualan, efektivitas dan ketahanan.

Pelaku usaha UMKM yang notabene adalah usaha skala kecil dengan permodalan yang terbatas maka banyak yang mengadopsi teknologi digital dengan cara memanfaatkan sistem, dukungan dan saran atau konsultan dari eksternal. Hal ini disebabkan oleh karena lemahnya kapasitas internal dan juga karena alasan biaya. Misalnya memanfaatkan platform digital yang tersedia dan gratis untuk mengaksesnya seperti jejaring sosial, *e-commerce* pasar. Selain karena factor biaya ternyata cara ini memberikan cakupan yang signifikan untuk mengoptimalkan operasi tertentu dengan biaya yang sangat rendah. Begitu pula untuk mengelola keamanan risiko digital, UMKM memanfaatkan konsultan eksternal atau fitur keamanan

berdasarkan desain digital produk dan layanan yang mereka gunakan.

E. Pentingnya Literasi Digital bagi UMKM

UMKM memiliki peran terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan jumlahnya yang sangat banyak, yakni 99% dari seluruh unit usaha. Maka, menjadi penting bagi sebuah umkm melakukan digitalisasi bisnis adalah untuk meningkatkan performa dari sebuah usaha agar dapat naik kelas dan memiliki daya saing. Selain itu digitalisasi UMKM menggeser hambatan fisik operasional kearah digital sehingga cakupan pemasaran semakin luas dan biaya lebih efisien.

Beberapa praktik aplikasi digital dalam opeasional UMKM diantaranya adalah :

1. Digitalisasi pengelolaan keuangan usaha : bentuk yang sering digunakan saat ini adalah proses pembayaran dengan menggunakan QRIS. QRIS ini memudahkan bagi konsumen yang datang untuk melakukan transaksi dengan cepat dan praktis. Konsumen hanya tinggal melakukan pemindaian kode QRIS yang disediakan UMKM, dan pembayaran dapat langsung diperiksa di bank yang terhubung dengan kode QRIS tersebut. Aktivitas ini juga memudahkan bagi pelaku usaha untuk menyediakan uang kembalian yang kadang sulit didapatkan.
2. Pengelolaan bisnis internal: system yang dapat digunakan diantaranya adalah ERP (*Enterprise Resort Planning*) adalah sebuah konsep untuk merencanakan dan mengelola sumber daya perusahaan yang meliputi dana, manusia, mesin, suku cadang, waktu, material dan kapasitas yang semua berintegrasi dan berpengaruh luas mulai dari manajemen paling atas hingga operasional di sebuah perusahaan agar dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menghasilkan nilai tambah bagi seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) atas perusahaan tersebut.

Menurut Daniel E. O'Leary sistem ERP memiliki karakteristik sebagai berikut (WHI-2006):

- a. Sistem ERP adalah suatu paket perangkat lunak yang didesain untuk meningkatkan pelanggan pengguna
- b. Server apakah itu secara tradisional atau berbasis jaringan.
- c. Sistem ERP memadukan sebagian besar dari proses bisnis.
- d. Sistem ERP memproses sebagian besar dari transaksi perusahaan.
- e. Sistem ERP menggunakan database perusahaan yang secara tipikal menyimpan setiap data sekali saja.
- f. Sistem ERP memungkinkan mengakses data secara waktu nyata (*realtime*).
- g. sistem ERP memungkinkan perpaduan proses transaksi dan kegiatan perencanaan.
- h. Sistem ERP menunjang sistem multi mata uang dan bahasa, yang sangat diperlukan oleh perusahaan multinasional

F. Manfaat Literasi Digital bagi UMKM

Banyak keuntungan yang akan diperoleh dari digitalisasi UMKM:

1. Gaya hidup digital, yaitu optimalisasi produktivitas dengan menggunakan berbagai perangkat dari manfaat teknologi informasi. (Perdy manurung, 2016). Contohnya konsumen saat ini memilih melakukan pembelian lewat online.
2. Biaya lebih efisien
3. Pemasaran makin luas
4. Kualitas produk meningkat
5. Jangkauan luas dan harga terjangkau
6. Operasional 24 Jam online dan mudah di akses
7. Mudah dicari dan ditemukan dengan menambahkan aplikasi map dan proses berkomunikasi cepat serta mudah
8. Tidak membutuhkan banyak biaya namun merupakan langkah yang efektif dalam mengembangkan UMKM

9. Usaha memperkenalkan UMKM lebih luas baik skala nasional atau bahkan global
10. Upaya meningkatkan Jumlah Tenaga Kerja yang terserap dari pertumbuhan UMKM

Sejumlah manfaat akan dirasakan UMKM manakala mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usahanya. Bersumber dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, (2022) manfaat ini antara lain :

1. mampu menjangkau basis konsumen yang lebih besar,
2. mudah dalam monitoring aktivitas usaha,
3. peningkatan pendapatan, dan
4. penurunan biaya khususnya pemasaran, logistik, dan pengiriman

Revolusi industry 4.0 yang ditandai dengan pemanfaatan dan pengembangan teknologi berbasis internet dan jaringan, pada akhirnya memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru dimasyarakat yang kemudian beberapa jenis pekerjaan ini menjadi sektor ekonomi kreatif, jenis pekerjaan tersebut diantaranya:

1. *Social media specialist*: pengguna media sosial yang tinggi dimanfaatkan pelaku usaha untuk melakukan promosi di media sosial, sehingga dibutuhkan tenaga ahli yang bekerja mengelola seluruh akun media sosial perusahaan. Selain itu, *social media specialist* juga memiliki tugas dalam perencanaan konten, penulisan caption, dan strategi penjadwalan materi
2. *Content Writer*: perusahaan atau usaha bisnis membutuhkan penulis artikel di website perusahaan, dibutuhkan keahlian membuat artikel yang informatif dan merepresentasikan produk serta citra perusahaan
3. *Video Creator*: perusahaan membutuhkan orang yang mampu membuat video konten yang menarik konsumen dan sarat pesan
4. *Affiliate Account Manager*: untuk mempermudah penjualan produk, perusahaan membutuhkan *affiliate account manager* untuk membangun Kerjasama

5. *Graphic designer*: seorang graphic designer memiliki kreatifitas yang sangat tinggi agar menghasilkan visual yang interaktif, komunikatif dan sesuai dengan pesan perusahaan kepada konsumen
6. *Data Analyst*: bertugas menganalisa data yang nantinya dapat menjadi acuan bagi kemajuan sebuah bisnis di suatu perusahaan. Data-data bukan hanya dianalisa saja, namun juga harus mampu dijelaskan sebab akibatnya oleh seorang data analyst
7. *UI/UX Designer*: UI singkatan dari *User Interface*, sedangkan UX adalah singkatan dari *User Experience*. Keduanya berkaitan dengan tampilan pada sebuah website. Seorang UI/UX designer bertugas untuk mendesain sebuah website ataupun aplikasi agar lebih mudah digunakan dengan tampilan yang mudah dipahami.

G. Rangkuman

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi jenis usaha yang relatif kokoh di masa krisis. Cukup strategis kontribusi UMKM di Indonesia dalam menyumbang iklim investasi dan mengurangi masalah social ekonomi. Berdasarkan indeks Literasi Digital Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dan Katadata Insight Center (KIC) pada 2021, indeks literasi digital Indonesia berada di angka 3,49. Angka 3.49 ini menempatkan Indonesia di kategori sedang dengan skala penilaian dari 0-5. Fakta tersebut menandakan pekerjaan rumah bagi pemerintah melalui instansi terkait, swasta dan perguruan tinggi (Triple Helix) untuk menemukan cara agar indeks literasi digital meningkat dan berdampak positif bagi pengembangan kehidupan ekonomi dan social Masyarakat. Mengapa UMKM perlu mengadopsi teknologi digital? Selain karena faktor lingkungan yang berubah kearah digitalisasi, juga menjadikan UMKM makin kompetitif dan berdaya saing tinggi. Lebih dalam pemanfaatan media digital mampu menyinergikan kegiatan

harian usaha yang dijalankan seperti pengelolaan keuangan, promosi hingga melakukan transaksi dan pendistribusian sampai kepada konsumen.

H. Tugas Dan Evaluasi

1. Bagaimana peran UMKM dalam perekonomian Indonesia?
2. Bagaimana indeks digital dalam UMKM Indonesia?
3. Mengapa digitalisasi UMKM diperlukan?
4. Jelaskan masalah UMKM di Indonesia!
5. Bagaimana mengurai masalah UMKM di Indonesia?

Daftar Pustaka

- Abollado, J. & Shehab, Essam & Rose, M. & Schröter, T.. (2017). Uncertainty Assessment for Measurement Processes in the Aerospace Manufacturing Industry. *Procedia CIRP*. 60. 326-331. 10.1016
- Eshet-Alkalai, Yoram. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital Era. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*. 13.
- Hervé, Annaële & Schmitt, Christophe & Rico, Baldegger. (2020). Internationalization and Digitalization: Applying digital technologies to the internationalization process of small and medium-sized enterprises. *Technology Innovation Management Review*.
- Heni, et al. *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Edited by Widyaningsih, Dewi, Eureka Media Aksara, 2022.
- Subramaniam, Mohan. (2020). Digital ecosystems and their implications for competitive strategy. *Journal of Organization Design*. 9. 10.1186/s41469-020-00073-0.
- Rahmana, Arief & Iriani, Yani & Oktarina, Rienna. (2012). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Teknik Industri*. 13. 10.22219.

- Moroz, Mirosław. (2018). Acceleration of Digital Transformation as a Result of Launching Programs Financed from Public Funds: Assessment of the Implementation of the Operational Program Digital Poland. *Foundations of Management*. 10. 1-16. 10.2478
- Pagani, Margherita & Pardo, Catherine. (2017). The impact of digital technology on relationships in a business network. *Industrial Marketing Management*. 67. 10.1016
- Von Leipzig, Tanja & Gamp, Martin & Manz, Daniel & Schoettle, Kai & Ohlhausen, Peter & Oosthuizen, Gert & Palm, Daniel & Leipzig, Konrad. (2017). Initialising customer-orientated digital transformation in enterprises. 10.1016/j.promfg.2017.02.066.
- Widyastuti, Retno Dhyah & Nuswantoro, Ranggabumi & Sidhi, Purnomo Thomas. (2016). Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*. 3. 1. 10.24329

BAB 4

DUKUNGAN PEMERINTAH TERHADAP UMKM

Erlinda Sholihah, S.E., M.M

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi pembangunan perekonomian suatu negara. Karenanya, diperlukan pemberdayaan UMKM agar mampu berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Diantara upaya yang dapat dilakukan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM yakni pemberian fasilitas bimbingan dan bantuan guna mendorong dan meningkatkan kemampuan serta daya saing UMKM (Gamo & Gollagari, 2020; Larasati, 2022). Seperti halnya di negara berkembang, UMKM memegang peranan yang sangat vital, selain sebagai penyedia produk dan jasa. Peranannya yang sangat kompleks juga berperan sebagai sumber penghasilan, lapangan pekerjaan, hingga peningkatan keterampilan Sumber Daya Manusia. Dengan demikian, UMKM juga disebut sebagai mesin kemajuan perekonomian nasional yang telah melibatkan banyak generasi muda dan masyarakat yang membutuhkan, sehingga mampu meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan mereka (Cherkos *et al.*, 2018; Sari & Kusumawati, 2022).

UMKM memiliki peranan yang sangat besar dalam agenda pembangunan nasional, baik pada negara maju ataupun berkembang. Banyaknya literatur menyebutkan bahwa dukungan usaha kecil di negara maju mencapai 60%, sementara

di negara berkembang jauh lebih besar, yakni mencapai hampir 99% (Hai Thi Thanh & Tron, 2023; Muriithi, 2017). Meningkatnya jumlah sektor UMKM, aktivitas kewirausahaan, dan wirausaha dalam suatu perekonomian telah menjadi fokus penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini dikarenakan UMKM sangat berkontribusi terhadap penciptaan lapangan pekerjaan, pertumbuhan PDB, penciptaan nilai bagi sumber daya lokal, peningkatan adopsi teknologi, pengembangan pasar, hingga pendapatan pada kegiatan ekspor. Karenanya, sudah seharusnya UMKM dapat berperan dalam mengurangi pengangguran, masalah sosial, politik dan ekonomi yang telah melekat dalam suatu perekonomian (Park Soonae, 2019; Tumiwa & Nagy, 2021).

Namun demikian, UMKM di negara berkembang, terkhusus di Indonesia hingga saat ini masih menghadapi banyak tantangan yang menghambat kinerja dan potensi pertumbuhan mereka. Adapun salah satu tantangan utama yang menjadi penghambat ialah terkait sumber daya. Sumber daya strategis diperlukan untuk mendukung perusahaan dan kemampuannya dalam melihat dan memanfaatkan peluang. Sebab itu, optimalisasi sumber daya perusahaan berkaitan erat dengan keberhasilan dan kelangsungan hidupnya (Paul *et al.*, 2017; Ratten, 2014).

Sumber daya perusahaan merupakan asset dan kemampuan yang tersedia dan bermanfaat dalam mendeteksi dan merespons peluang dan ancaman pasar. Sumber daya yang dimaksud mencakup sumber daya fisik, sumber daya keuangan atau modal, sumber daya manusia, dan sumber daya organisasi. Pertama, sumber daya fisik merupakan asset fisik yang mendukung aktivitas perusahaan, misalnya: pabrik, peralatan, dan akses terhadap bahan mentah. Sumber daya fisik ini sangat penting untuk keberhasilan dan pengembangan bisnis. Kedua, sumber daya keuangan atau modal mengacu pada asset moneter perusahaan berupa: ekuitas, modal utang, laba ditahan, kapasitas utang, penjualan, dan laba. Pengelolaan kas sangat penting untuk mengembangkan UMKM, terutama selama masa

ekonomi sulit, dikarenakan berbagai tindakan seperti beralih ke pelanggan dan pemasok untuk persyaratan atau jalur kredit yang lebih menguntungkan, relevan, dan bermanfaat. Ketiga, sumber daya manusia terkait dengan orang-orang yang berafiliasi dengan organisasi, seperti pendiri, tim manajemen puncak, dewan direksi, dan pekerja. Manusia merupakan akumulator sekaligus pencipta banyak asset lainnya. Karenanya, sumber daya manusia sangatlah penting dalam pengembangan bisnis. Kurangnya sumber daya manusia sering disebut sebagai keterbatasan ekspansi perusahaan. Keempat, sumber daya organisasi merupakan sekelompok orang yang terkait dengan suatu perusahaan, seperti: perencanaan, pengaturan, koordinasi, struktur pelaporan dan rutinitas operasional, budaya organisasi, dan teknik manajemen sumber daya manusia. Umumnya, keterbatasan sumber daya organisasi dapat memperburuk lingkaran setan pembalikan pertumbuhan (Ganlin *et al.*, 2021; Zulu-Chisanga *et al.*, 2021).

Dengan demikian, para peneliti terdahulu berpendapat bahwa UMKM masih memerlukan sumber daya eksternal dalam mengatasi hambatan yang ada, seperti dukungan pemerintah. Ratten (2014) dan Songling *et al.* (2018) mengemukakan perlunya dukungan pemerintah sebagai upaya dalam mengatasi kendala atau hambatan sumber daya dan kemampuan UMKM. Selain itu, Doh dan Kim (2014) juga menyatakan hal yang sama. Lebih lanjut, Wang *et al.* (2015) menemukan bahwa dukungan pemerintah memiliki peran dan hubungan yang positif dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM. Dukungan pemerintah terhadap UMKM memfasilitasi pengembangan organisasi dan perubahan struktural serta memitigasi konflik internal yang akhirnya mampu meningkatkan prospek pertumbuhan. Terlebih, pemerintah berperan penting dalam perumusan kebijakan yang efektif dan implementasi yang efisien, serta memastikan peluang yang adil bagi UMKM dalam keunggulan pasar yang kompetitif. Oleh karena pentingnya peranan dukungan pemerintah tersebut, bentuk-bentuk dukungan, kebijakan, dan lembaga-lembaga terkait harus dipaparkan lebih

detail guna mengetahui besarnya peranan tersebut, terkhusus di negara Indonesia.

B. Definisi dan Fungsi Dukungan Pemerintah terhadap UMKM

1. Definisi Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah ialah bantuan kebijakan pemerintah untuk memberikan dana stimulus guna meningkatkan keuangan usaha UMKM melalui skema fiskal (Kurniawan *et al.*, 2023). Selain itu, dukungan pemerintah juga dimaknai sebagai program-program yang diprakarsai oleh pemerintah yang ditargetkan untuk mendukung UMKM dalam mengatasi kendala keuangan ataupun non keuangan dengan memperkuat praktik kewirausahaan mereka (Nakku *et al.*, 2020). Kesimpulannya, dukungan pemerintah merupakan segala bentuk dukungan dari pemerintah yang dapat memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM guna meningkatkan usaha mereka.

2. Fungsi Dukungan Pemerintah Terhadap UMKM

Salah satu ciri perekonomian Indonesia ialah aktivitas perekonomian dalam negeri yang didominasi oleh UMKM. Pemerintah merupakan sektor yang sangat berperan penting dalam penyediaan berbagai kategori dukungan bisnis guna membantu UMKM dalam membangun kompetensi dan kemampuan mereka secara efektif dan efisien dalam mencapai kinerja yang lebih baik agar mampu bersaing dalam skala nasional ataupun global. Tanpa terkecuali, pemerintah juga berperan serta dalam mendorong sektor UMKM untuk mengembangkan kekuatan kompetitif dan mencapai kinerja yang lebih baik. Sementara yang menjadi hambatan utama UMKM ialah kurangnya sumber daya dalam mendukung operasi dan kegiatan lainnya, karenanya mereka sering bergantung pada dukungan pemerintah untuk mengatasinya. Selain itu, banyaknya literatur menyatakan bahwa dukungan pemerintah juga merupakan salah satu sumber daya eksternal yang dapat meningkatkan kinerja

UMKM (CharoensUMKMongkol, 2016; Pulka *et al.*, 2021; Wei & Liu, 2015).

Salah satu ukuran perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara ialah pendapatan nasional yang biasa disebut PDB. UMKM dinilai mempunyai peran yang besar terhadap tatanan makroekonomi dan PDB. Untuk itu, pemerintah perlu melakukan pemberdayaan UMKM secara komprehensif, optimal, dan berkelanjutan melalui pengembangan iklim yang kondusif, dengan memberikan peluang usaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi, meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mengentaskan kemiskinan yang ada (Tumiwa & Nagy, 2021).

Besarnya peranan UMKM dalam pembangunan perekonomian nasional telah mendorong pemerintah untuk melakukan reorientasi kebijakan perekonomian nasional dengan mendukung terwujudnya iklim usaha yang akomodatif bagi UMKM. Adanya dukungan pemerintah mampu menjadikan UMKM sebagai kontributor penting dalam peningkatan PDB. Berbagai upaya dukungan pemerintah yang dilakukan berupa penyediaan infrastruktur, perlindungan produk lokal, dan menciptakan kestabilan makroekonomi dengan tingkat suku bunga, inflasi, dan nilai tukar yang tetap terjaga (Bello *et al.*, 2018; Ilegbinosa & Jumbo, 2015).

Selain itu, upaya pemerintah dalam menjaga stabilitas perekonomian dapat berupa fasilitas kebijakan fiskal dengan menggunakan anggaran pemerintah dan pajak sebagai alatnya, serta dengan bantuan Bank Sentral melalui kebijakan moneter dengan menggunakan jumlah uang beredar sebagai alatnya. Dukungan lain juga berupa bantuan keuangan, akses keuangan, serta distribusi kontrak pemerintah yang lebih luas. Terlebih perhatian terkait faktor-faktor makro, misalnya

suku bunga yang terus rendah, tingkat pengangguran yang rendah, inflasi yang rendah, dan fasilitas penyaluran permodalan bagi industri (Okhankhuele, 2017).

C. Bentuk Dukungan Pemerintah terhadap UMKM

Kelemahan mendasar yang sering dialami oleh pelaku UMKM ialah rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia, mahalannya bahan baku, meningkatnya persaingan, kurangnya modal, kurangnya kemampuan manajerial, serta minimnya pemanfaatan teknologi. Sementara menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Karenanya, diperlukan peran pemerintah dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk bangkit dari kelemahan tersebut agar mampu memperluas akses pasar.

Peran pemerintah dalam penguatan kinerja UMKM sangatlah penting. Sehingga diperlukan kerjasama yang baik antara pemerintah beserta jajarannya dan pemangku kepentingan UMKM itu sendiri. Hal tersebut sebagai upaya untuk meningkatkan kemajuan perekonomian nasional. Adapun diantara bentuk-bentuk dukungan pemerintah dalam mendorong kemajuan UMKM ialah sebagai berikut (Sari & Kusumawati, 2022):

1. Program pembinaan melalui kerjasama dengan pemerintah, lembaga sosial, dan perguruan tinggi

Program pembinaan sangat penting bagi UMKM dikarenakan UMKM memerlukan dukungan layanan terhadap akses permodalan. Program pembinaan ini dapat dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam bentuk pengarahan kompetensi pelaku UMKM dalam meningkatkan motivasi, mencapai tujuan, serta upaya memaksimalkan potensi. Program-program pembinaan melalui kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait perlu dilaksanakan secara masif dengan memberikan pelatihan teknis, manajemen usaha, kewirausahaan, teknologi digital, akses permodalan, hingga *e-marketing*. Karenanya,

berkolaborasi, menasihati, dan membina para pemangku kepentingan UMKM akan memfasilitasi terpenuhinya tantangan utama dalam pengembangan usaha UMKM, yakni berupa peningkatan keterampilan, akses pemasaran, akses permodalan, ataupun program pemasaran yang lebih spesifik bagi UMKM.

2. Pendidikan dan pelatihan manajemen usaha dan kewirausahaan

Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan dinilai dapat mendukung perekonomian dengan mendorong produktivitas. Adanya pelatihan ini akan memberikan dampak yang positif bagi pelaku UMKM untuk keberlangsungan dan keberhasilan UMKM. Hasil menunjukkan bahwa UMKM yang mendapatkan pelatihan akan berbeda dengan UMKM yang belum mendapatkan pelatihan. Tentunya dengan adanya pendidikan dan pelatihan akan meningkatkan kreativitas dan inovasi pelaku UMKM. Selain itu, diharapkan sistem pengelolaan UMKM juga lebih terkendali dan terstruktur dengan lebih baik.

3. Pemanfaatan teknologi digital sebagai platform bagi UMKM

Penggunaan internet untuk penjualan telah berkembang sangat pesat, karena telah menjamurnya situs web komersial. Informasi dapat diminta dan disediakan, pesanan ditempatkan dan dipenuhi, produk dikirimkan dan layanan diberikan. Digitalisasi dalam pemasaran bagi UMKM dapat membantu perekonomian nasional. Terbukti saat masa krisis Covid 19, pelaku UMKM yang dapat beradaptasi dengan teknologi mampu bertahan dibandingkan dengan yang tidak mengadopsinya. Karenanya, pemerintah harus menawarkan layanan digital yang lebih terjangkau dan nyaman bagi masyarakat Indonesia, terutama bagi pelaku UMKM dengan tingkat digitalisasi yang masih rendah. Selain itu, peningkatan fasilitas teknologi digital juga berdampak pada ekspansi penjualan dalam skala global dengan penerapan transaksi ekspor untuk memasuki pasar luar negeri. Dengan demikian,

pelaku UMKM dapat dengan mudah berkomunikasi secara global dengan perusahaan manapun dengan cara yang lebih efisien.

4. Memberikan akses permodalan

Kerjasama antara lembaga keuangan dan pemerintah harus dijalankan. Bank sebagai lembaga keuangan harus menciptakan lingkungan yang menguntungkan bagi UMKM, misalnya kemudahan akses terhadap pembiayaan, jaminan, dan kondisi pembayaran yang sederhana dan sistematis. Selain itu, pihak pemerintah juga harus memberikan jaminan terhadap modal kerja kepada UMKM. hal ini dimaksudkan guna mendukung kebutuhan para pelaku UMKM dalam menjalankan operasional usahanya.

5. Perluasan pemasaran produk dan jasa melalui *e-marketing*

Saat ini, pemanfaatan internet di lingkungan bisnis telah diterima secara luas oleh para pelaku UMKM. Salah satu contoh pemanfaatannya ialah internet telah digunakan dalam dunia bisnis sebagai media pemasaran digital. Dikarenakan manfaat dan keunggulannya telah terbukti nyata, seperti membantu perkembangan UMKM, membuka pasar mitra yang semakin luas, dan tentunya dapat meningkatkan *brand awareness*. Sehingga tidak diragukan lagi bahwa pemanfaatannya sangat berdampak bagi pertumbuhan ekonomi.

6. Menyediakan kegiatan pameran kewirausahaan

Adanya fasilitas dan ruang yang memadai untuk mempromosikan hasil produk dan jasa sangat diperlukan bagi UMKM untuk keberlangsungan bisnis. Kegiatan seperti pameran merupakan sarana yang sangat baik untuk mempromosikan dan mengenalkan hasil kreasi usaha UMKM. Selain itu, juga sebagai salah satu cara guna membantu dan memfasilitasi UMKM dalam bidang pemasaran dan jaringan usaha. Lebih jauh, juga merupakan sarana komunikasi usaha antar pelaku usaha dan masyarakat umum. Oleh karena itu, perlu diselenggarakan kegiatan pameran bagi UMKM secara masif untuk mendorong

munculnya produk-produk unggulan UMKM yang berskala global agar dikenal luas oleh masyarakat.

7. Membuat kebijakan yang dapat mendorong UMKM berorientasi pasar

Tujuan utama adanya kebijakan penguatan UMKM ialah guna meningkatkan produktivitas dan mendorong efektivitas program dan kegiatan terkait penguatan UMKM. Selanjutnya, akses terhadap pembiayaan, keterampilan manajemen, dan faktor lingkungan makro juga merupakan faktor yang mendominasi dalam peningkatan kinerja UMKM. Sehingga kebijakan-kebijakan pemerintah yang telah ada harus mendukung penciptaan lapangan kerja, fasilitas dunia usaha, serta kemudahan dalam pengurusan izin berusaha.

D. Lembaga-lembaga dan Kebijakannya dalam Meningkatkan Kinerja UMKM

1. Bank Indonesia

Dalam rangka menjalankan mandat kebijakan makroprudensial, utamanya dalam mendukung peran intermediasi dan perluasan akses keuangan, peran BI dalam pengembangan UMKM juga sangat diperlukan. Fokus utama BI dalam pengembangan UMKM yaitu terkait akses keuangan. Sektor UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia dikarenakan kontribusinya yang cukup besar bagi peningkatan PDB dan penyediaan lapangan pekerjaan. Ditambah lagi, UMKM diyakini mampu menunjukkan kestabilan ekonomi yang tinggi untuk mendukung stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. Akan tetapi, UMKM dalam perkembangannya hingga kini dihadapkan pada kendala yang beragam, terutama dalam hal akses pembiayaan. Penyebabnya adalah terbatasnya kapasitas UMKM dalam menyusun laporan keuangan sebagai alat utama bagi lembaga keuangan untuk mengevaluasi kualitas kredit. Menyikapi kondisi tersebut, BI selaku bank sentral mengupayakan kontribusi terbaik berupa

kebijakan pengembangan UMKM untuk peningkatan akses keuangan. Disamping itu, tujuan lainnya juga untuk meningkatkan kemampuan kapasitas dan manajerial sumber daya manusia serta inovasi UMKM.

Beberapa kebijakan Bank Indonesia dalam mengimplementasikan pengembangan UMKM yaitu:

- a. Penguatan efektivitas kebijakan moneter dan bauran kebijakan BI guna mewujudkan stabilitas Rupiah
- b. Penguatan koordinasi bauran kebijakan BI bersama kebijakan fiskal pemerintah dan reformasi struktural guna mengendalikn defisit neraca transaksi berjalan dan mendukung laju PDB yang berkelanjutan
- c. Penguatan kebijakan dan pengawasan makroprudensial untuk membantu mempertahankan SSK
- d. Penguatan kebijakan BI dan menyelaraskannya dengan kebijakan pemerintah dan OJK dalam pengembangan ekonomi dan keuangan digital
- e. Pengembangan kebijakan BI diselaraskan dengan pihak-pihak lain dalam rangka mengembangkan ekonomi dan keuangan syariah
- f. Penguatan kerja sama internasional guna memperkuat kepentingan BI dan NKRI. Peta jalan UMKM telah dirancang oleh Bank Indonesia mencakup 4 fase: UMKM potensial, sukses, *go digital*, dan *go export*.

Adapun fokus pengembangan produk UMKM mencakup pengembangan produk pangan yang mudah menguap (*volatile food*), ekonomi lokal, dan Wirausaha Bank Indonesia. Sementara itu, terkait dengan fokus pada aspek percepatan akses, pengembangan diarahkan mulai dari akses keuangan, pasar, jaringan pengetahuan, hingga inovasi dan digitalisasi. Dukungan infrastruktur dan institusi juga berdampak pada terbentuknya ekosistem UMKM yang optimal, antara lain berupa regulasi, inklusi keuangan, perlindungan konsumen, literasi, model bisnis, monitoring dan evaluasi, serta pemberdayaan institusi dan sistem informasi.

Terlepas dari aspek-aspek tersebut, penguatan korporatisasi, peningkatan akurasi informasi dan data, koordinasi yang intensif antar lembaga, penguatan penggunaan inovasi dan teknologi, serta penciptaan ekosistem pendukung, menjadi rangkaian faktor kunci kesuksesan pengembangan UMKM di Indonesia yang akan terus dibangun oleh Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2023).

2. OJK (Otoritas Jasa Keuangan)

Sesuai data AFPI (Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia), di tahun 2020 dinyatakan masih kurangnya ekspansi pembiayaan pada UMKM, baik melalui perbankan ataupun lembaga non bank, yakni tercatat sebesar 77%. Menurut data OJK, pada Agustus 2022 total penyaluran pembiayaan kepada UMKM melalui industri keuangan non bank, yaitu *Fintech* P2P Lending dan lembaga pembiayaan telah mencapai hampir 33% dari keseluruhan pembiayaan yang ada. Prosentase tersebut lebih tinggi daripada perbankan. Artinya bahwa lembaga keuangan non bank, baik *Fintech* P2P Lending maupun lembaga pembiayaan telah memberikan banyak perhatian terhadap pembiayaan pada UMKM.

Lebih lanjut, pada 07 Oktober 2022 OJK telah menyatakan komitmennya untuk senantiasa melakukan ekspansi akses keuangan dan inklusinya bagi masyarakat sebagai fokus utama dukungan pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan dan pembangunan nasional yang lebih baik. Adapun diantara program yang dilakukan sejak tahun 2016 oleh OJK ialah inisiasi bulan Oktober sebagai BIK (Bulan Inklusi Keuangan) yang terselenggara secara masif, terintegrasi, serta berkelanjutan. Selain itu, fokus kebijakan terhadap ekspansi akses keuangan yang terus gencar dilakukan ialah program kredit atau pembiayaan bagi UMKM melalui proses yang mudah, cepat, dan minim biaya. Sesuai laporan pada triwulan ke-2 tahun 2022, realisasi penyaluran dana tersebut telah mencapai lebih dari 4 triliun (OJK, 2022).

3. Kementerian Koperasi dan UMKM

Kementerian Koperasi dan UMKM telah melakukan berbagai upaya berkelanjutan melalui beberapa kebijakan strategis dalam memberdayakan UMKM dari hulu ke hilir guna mendukung percepatan digitalisasi UMKM. Dikarenakan di era disrupsi seperti saat ini mengharuskan UMKM untuk terus beradaptasi dan bertransformasi. Koneksi pelaku UMKM dengan ekosistem digital seperti *e-commerce* merupakan salah satu bentuk dari digitalisasi UMKM yang dimaksud. Peranan *e-commerce* tersebut ialah sebagai pendukung UMKM untuk memperoleh akses pasar yang seluas-luasnya dan peluang terhadap pelanggan baru.

Diantara kebijakan Kementerian Koperasi dan UMKM yang tertuang dalam program strategis pengembangan sektor UMKM sebagai berikut:

- a. Pendataan UMKM secara lengkap yang bekerjasama dengan dinas-dinas terkait dengan pendekatan konsultasi dan pendampingan bisnis
- b. Proyek utama manajemen terpadu UMKM dengan mempersiapkan Rumah Produksi Bersama di beberapa daerah
- c. Pengembangan kewirausahaan nasional sebagai dasar hukum fungsi koordinasi di berbagai bidang, meliputi digitalisasi, inkubasi usaha, dan akses keuangan
- d. Optimalisasi layanan pendampingan usaha yang inklusif dan program pemberdayaan lainnya dengan komprehensif dan terpadu, sehingga tercipta pemulihan usaha, nilai tambah, produktivitas, kualitas kerja, dan daya saing
- e. Pemberian fasilitas akses keuangan, pasar, dan pendampingan ataupun pelatihan berupa bantuan permodalan, pendampingan formalisasi usaha dan sertifikasi produk, serta revitalisasi pasar rakyat
- f. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan pendampingan digitalisasi berbasis sektor unggulan

UMKM, seperti kuliner, ekonomi kreatif, fesyen, pariwisata, pertanian, dan perikanan atau peternakan.

E. Peran Dukungan Pemerintah terhadap UMKM di Masa Krisis

Sesuai data Kementerian Koperasi dan UMKM, pada periode 1997-2017 total UMKM di Indonesia selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya, yakni dari 39,7 juta unit menjadi lebih dari 59 juta unit pada tahun 2017 atau mencapai 99% dan hingga kini masih terus mengalami peningkatan. Namun demikian, pada tahun 1998 ketika krisis keuangan Asia melanda Indonesia, jumlah UMKM menurun hingga lebih dari 7%. Sebagian besar UMKM yang gulung tikar saat krisis disebabkan ketergantungan mereka pada bahan baku impor yang sangat mahal karena depresiasi mata uang nasional terhadap dolar AS, sementara permintaan dalam negeri terhadap produk mereka juga menurun akibat inflasi dalam negeri yang sangat tinggi. Selain itu, banyak UMKM yang terpaksa berhenti beroperasi saat itu dikarenakan sulitnya mendapatkan pinjaman bank, karena bank nasional juga terdampak krisis. Akan tetapi pada tahun 1999 ketika perekonomian nasional mulai pulih, sektor UMKM juga pulih dengan tingkat pertumbuhan yang positif mencapai 3% (Tambunan, 2019).

Krisis ekonomi Asia di tahun 1998 telah memberikan banyak pelajaran bagi UMKM, diantaranya: pertama, pandangan pemerintah terhadap peran UMKM dalam perekonomian telah berubah dikarenakan UMKM telah terbukti menjadi sektor yang paling sukses bertahan dari krisis. Kedua, pemberdayaan UMKM telah beralih ke pendekatan berbasis pasar yang berfokus pada efisiensi daripada kesejahteraan individu pemilik UMKM dan karyawannya. Berdasarkan pendekatan berbasis pasar, UMKM tidak dipandang sebagai sektor yang lemah atau kelompok sosial. Sehingga kebijakan peningkatan kapasitas dan produktivitas UMKM pasca krisis dapat dibagi menjadi tiga kategori: (a). Kebijakan publik yang bertujuan untuk membuka prospek usaha, menghilangkan diskriminasi, dan mendorong formalisasi UMKM, (b). Kebijakan

publik yang bertujuan untuk memperkuat spesialisasi dan menjalin kemitraan antara usaha kecil dan besar, dan (c). Kebijakan publik yang bertujuan untuk memberdayakan sekelompok UMKM terpilih untuk meminimalkan kemungkinan distorsi dalam alokasi sumber daya. Ketiga kategori tersebut sejalan dengan UU Nomor 20 Tahun 2008 perihal UMKM (Kusumawardhani *et al.*, 2015).

Selain itu, krisis yang terjadi berikutnya pada tahun 2008-2009 merupakan krisis perdagangan atau ekspor Internasional, dikarenakan pada kondisi tersebut telah menyebabkan ekspor di banyak negara berkembang di Asia Tenggara menurun secara signifikan. Di Indonesia, ekspor yang paling terdampak ialah furnitur berbahan dasar kayu dan rotan, tekstil dan pakaian, produk kulit, termasuk juga alas kaki. Sebagaimana ragam industri tersebut merupakan sektor utama UMKM. Namun demikian, jika dibandingkan dengan krisis yang terjadi pada tahun 1998, Indonesia jauh lebih baik dalam penanganan permasalahan di tahun 2008-2009. Adapun UMKM yang paling terdampak ialah mereka yang melakukan kegiatan ekspor. Selain itu, karena masih banyaknya keterbatasan pada pelaku UMKM, seperti kurangnya modal, kurangnya tenaga kerja terampil, dan terbatasnya pengetahuan pemasaran juga mengakibatkan penurunan aktivitas ekonomi di masa tersebut (Tambunan, 2020).

Labih lanjut, pandemi Covid-19 yang telah melanda dunia sejak akhir 2019 lalu dan masuk ke Indonesia pada awal 2020 lalu merupakan salah satu bentuk krisis yang sangat merugikan berbagai sektor perekonomian Indonesia, tak terkecuali sektor UMKM. Bahkan pandemi Covid-19 merupakan kondisi yang lebih buruk dibandingkan krisis keuangan tahun 1998 dan 2008 (Belghitar *et al.*, 2022). Banyaknya fenomena yang muncul sebagai dampak dari pandemi bagi para pelaku UMKM, seperti menurunnya perputaran pendapatan akibat menurunnya daya beli dari konsumen dikarenakan kondisi dan situasi yang mengharuskan masyarakat untuk tidak terlalu sering melakukan kegiatan di luar rumah, bahkan banyak pula

masyarakat yang membeli barang-barang kebutuhan hidup harian dengan menggunakan aplikasi demi menjaga kesehatan dan agar tidak banyak melakukan kontak fisik dengan orang lain. Karenanya, pelaku UMKM yang sebelumnya tidak terintegrasi dan belum familiar dengan layanan aplikasi online menjadikan mereka tergerus dan tertinggal oleh keadaan sekitar. Sebaliknya, ada pula pelaku UMKM yang justru merasakan manfaat dari pandemi, yakni mereka yang telah lama menjual produknya secara online. Bagi mereka yang telah menerapkan penjualan secara online merasakan adanya peningkatan yang luar biasa dalam penjualannya selama pandemi (Larasati, 2022).

UMKM memiliki karakteristik sumber daya dan fitur struktural yang lebih terbatas. UMKM lebih rentan terhadap dampak negatif penyebaran dan penularan virus, serta penerapan langkah-langkah pemerintah untuk mencegah penyebarannya. Kerentanan khusus UMKM terhadap dampak pandemi ini dijelaskan oleh terbatasnya kapasitas dan volume sumber daya guna mendukung kehidupan di lingkungan bisnis yang semakin kompetitif (Razumovskaia *et al.*, 2020). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, kesulitan yang dialami UMKM selama pandemi terbagi menjadi 4 (empat) permasalahan, yaitu pertama, adanya penurunan penjualan akibat berkurangnya aktivitas masyarakat di luar sebagai konsumen. Kedua, kesulitan perputaran modal akibat menurunnya tingkat penjualan. Ketiga, adanya hambatan distribusi produk akibat adanya pembatasan pergerakan distribusi produk di wilayah tertentu. Keempat, sulitnya bahan baku, dikarenakan ketersediaan bahan baku UMKM masih bergantung pada sektor industri lain (Hidayat *et al.*, 2021).

Hal tersebut menarik perhatian pemerintah untuk mengambil tindakan dan kebijakan agar UMKM Indonesia tetap bisa bertahan dan stabil seperti biasanya. Beberapa hal yang menjadi perhatian pemerintah dalam rangka pemulihan UMKM di masa pandemi Covid-19 yakni berupa kontribusi UMKM terhadap unit usaha, kontribusi PDB, penyerapan tenaga kerja, ekspor dan investasi terhadap perekonomian Indonesia.

Karenanya, diperlukan kebijakan-kebijakan khusus dari pemerintah untuk mendorong percepatan pemulihan UMKM dari keterpurukan krisis kesehatan (Jiuhardi *et al.*, 2022).

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Indonesia dalam tinjauannya terhadap kebijakan tanggap Covid-19 menyatakan bahwa terdapat berbagai program finansial dan non finansial yang dicanangkan pemerintah. Adapun beberapa kebijakan yang dihasilkan oleh pemerintah dalam mendorong pemulihan dan menjaga kestabilan UMKM yaitu adanya program jangka pendek, menengah, dan panjang. Dalam kebijakan jangka pendek, pemerintah fokus untuk mengurangi korban Covid-19 dengan menekan rangsangan di bidang kesehatan dan mendorong kesejahteraan bagi masyarakat yang terdampak, seperti: (a). Penerapan protokol kesehatan yang ketat, (b). Pemberian peluang dan dorongan layanan digital sebagai pendukung operasional UMKM, (c). Sosialisasi kepada asosiasi dan dunia usaha, (d). Penyederhanaan proses administrasi, dan (e). Upaya mendorong perubahan strategi bisnis. Selanjutnya, kebijakan jangka menengah yang dihasilkan berupa diperbolehkannya dunia usaha untuk segera beroperasi dan melindungi keberlanjutan di zona logistik. Selain itu, kebijakan jangka panjang pemerintah lebih berfokus pada pengenalan dan pemanfaatan teknologi digital bagi UMKM dan persiapan untuk memasuki era industri 4.0 yang secara keseluruhan sudah banyak aspek yang terdigitalisasi, diantaranya: (a). Membangun teknologi digital sebagai platform dalam proses bisnis UMKM, (b). Pengembangan model bisnis UMKM modern, serta (c). Mendorong kolaborasi antara pemerintah dan korporasi dalam pemberdayaan UMKM (Sidqi *et al.*, 2021).

Adapun secara rinci beberapa kebijakan dan peran dukungan pemerintah Indonesia untuk menyelamatkan UMKM di masa krisis pandemi Covid-19, antara lain (Hidayat *et al.*, 2021):

1. Penerapan protokol kesehatan dalam dunia usaha

Pada tanggal 20 Mei 2020 diterbitkan ketentuan protokol pencegahan Covid-19 di area publik, khususnya sektor jasa dan perdagangan. Ketentuan tersebut berlaku bagi penyelenggara ataupun pengelola tempat usaha, pekerja, dan konsumen. Selain itu, banyak pula publisitas elektronik terkait penggunaan masker bagi masyarakat sebagai media edukasi.

2. Pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM miskin dan rentan

Bantuan sosial diberikan kepada pelaku UMKM yang masuk dalam kategori miskin dan rentan. Selain itu, penurunan tarif listrik sebesar 50% bagi pelanggan listrik berkapasitas 450 watt juga diterapkan baik bagi pekerja ataupun pelaku UMKM.

3. Insentif perpajakan bagi UMKM

Pemberian insentif pajak bagi UMKM dikhususkan bagi UMKM dengan omzet < 4,8 miliar/tahun. Bentuk stimulus PPh ialah pengenaan tarif PPh 0% yang diberikan selama 6 (enam) bulan. Adapun penerima manfaat tersebut mencapai 91,9% pemohon dari pelaku UMKM.

4. Relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM

Kebijakan ini dikeluarkan pada tanggal 13 Maret 2020 sebagai respon terhadap pelanggaran non fiskal atau restrukturisasi pinjaman bank kepada UMKM bersamaan dengan penyederhanaan proses sertifikasi bagi eksportir dan kemudahan impor bahan baku. Pada April 2020, pemerintah memberikan keringanan kredit di bawah 10 miliar, terkhusus bagi pekerja informal seperti ojek online, super taksi, nelayan, UMKM, dan buruh berpenghasilan harian. Sebagaimana paket stimulus restrukturisasi kredit UMKM di beberapa pemerintah provinsi dilengkapi dengan intervensi tambahan, seperti di Jawa Tengah. Selain itu, pada tanggal 19 Maret 2020, Bank Indonesia juga mengeluarkan kebijakan berupa penurunan rasio giro wajib minimum bagi bank-bank yang terlibat dalam pembiayaan UMKM sebesar 50 bps, setelah

pada bulan sebelumnya dipangkas sebesar 50 bps untuk mendukung aktivitas perdagangan. Lebih lanjut, bantuan keuangan bagi UMKM juga diberikan dengan mendorong sektor perbankan untuk memberikan pinjaman lunak kepada UMKM dengan mekanisme yang ketat.

5. Perluasan pembiayaan modal kerja UMKM

Perluasan pembiayaan modal kerja UMKM dilakukan dengan mendorong perbankan untuk mampu memberikan kredit lunak kepada UMKM. Sehingga UMKM mempunyai modal kerja yang cukup guna menjalankan usahanya. Kebijakan ini diperlukan untuk menjaga likuiditas UMKM. Program ini menysasar 23 juta UMKM yang belum pernah mendapatkan pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan. Program perluasan pembiayaan ini diberikan baik kepada UMKM yang *bankable* ataupun *unbankable*. Dalam pengembangan UMKM, pemerintah memperbolehkan kegiatan usaha UMKM menjadi jaminan dalam mengakses pinjaman pembiayaan usaha. Sebagaimana saat ini pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual semakin mudah dan sederhana.

6. Intervensi pasar kerja UMKM melalui pelatihan dengan metode *e-learning*

Indonesia melakukan intervensi di pasar tenaga kerja dengan mengadakan pelatihan yang bertujuan untuk mengaktifkan kembali pasar tenaga kerja melalui Kartu Prakerja yang diluncurkan sejak April 2020. Program ini memberikan subsidi pelatihan keterampilan bagi hampir 6 juta pekerja yang terdampak, terkhusus di sektor UMKM. Peserta program ini merupakan pekerja sektor UMKM yang terdampak pemutusan hubungan kerja atau pekerja baru yang belum mendapatkan pekerjaan.

UMKM sebagai badan usaha diharapkan mampu mengelola manajemen siklus bisnis yang ada, seperti siklus puncak (kemakmuran), resesi (penurunan), palung (tekanan mental yang sangat parah), dan pemulihan (ekspansi). Sebagai pelaku usaha harus mampu mengatasi tantangan yang ada

dengan cara mengelola manajemen siklus bisnis dengan baik, mengubah model bisnis, dan transformasi digital yang telah dibiasakan sejak adanya pandemi Covid-19. Harapannya adalah bahwa adanya kombinasi kebijakan makro pemerintah dan kebijakan mikro industri dapat membantu UMKM dalam mengatasi tantangan krisis yang ada.

Krisis pandemi Covid-19 yang telah berlalu sangat merugikan aspek kehidupan sektor industri, sehingga OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mengeluarkan kebijakan dengan memberikan kemudahan pembayaran utang bagi sektor UMKM. Bentuk fasilitas kemudahan tersebut yakni dengan penundaan pembayaran pokok utang. Selain itu, pemerintah juga menyediakan hotline untuk mengidentifikasi kondisi usaha UMKM sebagai langkah kelanjutan kebijakannya.

Selanjutnya, terkait dengan munculnya perlambatan ekonomi yang disebabkan Covid-19, maka pemerintah juga telah mengambil kebijakan berupa penambahan hari libur bersama, penyaluran insentif di bidang pariwisata, dan pemberian keringanan pembayaran utang bagi pelaku UMKM. Terlebih, pemerintah juga telah menyalurkan stimulus guna melindungi daya beli warga yang krisis, seperti penurunan tarif listrik dan harga bahan bakar, serta ketersediaan bahan baku agar kegiatan usaha UMKM dapat segera kembali normal.

Selain itu, beberapa program non finansial yang dilaksanakan meliputi pembelian produk UMKM oleh pemerintah, Kerjasama BUMN dengan *e-commerce* untuk UMKM *go online*, dan juga penyediaan pelatihan webinar UMKM. Pada program pembelian produk UMKM oleh pemerintah, yakni pemerintah daerah mengeluarkan kebijakan yang mewajibkan bagi PNS di wilayahnya untuk menyisihkan sebagian dananya untuk membeli produk UMKM setiap bulannya. Sedangkan, program pelatihan webinar bagi UMKM mencakup topik-topik penting dalam menunjang aktivitas bisnis, misalnya pemasaran online, motivasi bisnis, dan sumber daya keuangan (Taneo *et al.*, 2022).

F. Peran Dukungan Pemerintah terhadap Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan seberapa jauh suatu UMKM mampu mencapai tujuan finansial dan non finansial. Selain itu, kinerja UMKM ialah hasil kegiatan usaha pada UMKM yang diukur berdasarkan sumber daya (Rogo *et al.*, 2017). Adapun Wilden *et al.* (2013) memaknai kinerja UMKM sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk mencapai target penjualan dan profitabilitas, juga perspektif non finansial terkait pesaing. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM merupakan cakupan keseluruhan kemampuan UMKM dalam memuaskan pemangku kepentingannya, baik dari segi finansial ataupun non finansial.

Kinerja memiliki banyak dimensi, meliputi waktu, kualitas, fleksibilitas, keuangan, kepuasan pelanggan, dan sumber daya manusia. Secara umum, kinerja dimaknai sebagai keberhasilan atau pencapaian suatu kegiatan. Dalam konteks bisnis, kinerja berkaitan erat dengan efektivitas komersial yang ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan organisasi yang optimal dengan tujuan untuk menawarkan produk atau jasa yang memenuhi harapan konsumen atau pelanggan. Dengan demikian, kinerja bisnis dievaluasi dengan cara mengukur keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya (Yıldız *et al.*, 2014).

Pemerintah memegang peranan penting dalam perekonomian. Porter (1985) menyebutkan bahwa fungsi pemerintah yang tepat ialah bertindak sebagai katalis, yakni memperkuat atau bahkan mendorong dunia usaha untuk meningkatkan kinerja kompetitifnya. Fungsi pemerintah sebagai katalisator merupakan prinsip pertama dari sepuluh prinsip yang harus diikuti dalam transformasi prosedur penyelenggaraan pemerintahan dengan semangat kewirausahaan. Prinsip tersebut berbunyi: *pemerintahan katalitik: mengarahkan daripada mendayung*, artinya bahwa peran pemerintah lebih sebagai fasilitator dibandingkan langsung menjalankan seluruh kegiatan operasional. Peran tersebut

dilakukan dengan cara berupa insentif pajak, subsidi, pelatihan, dan sebagainya (Taneo *et al.*, 2022).

Ulasan dari berbagai penelitian sebelumnya terkait dukungan pemerintah terhadap UMKM di berbagai negara, diantaranya Ismail dan Kuivalainen (2015) menyebutkan bahwa UMKM di Malaysia dengan iklim kelembagaan dalam negeri yang menyenangkan akan berdampak positif terhadap kinerja internasional. Menurut Moreira (2016) dan Prelipcean & Boscoianu (2014) menemukan bahwa pertumbuhan UMKM di Eropa sangat bergantung pada akses keuangan, yakni upaya pemerintah dalam menyelesaikan kesulitan yang dihadapi UMKM dalam mengakses pembiayaan ialah melalui suntikan modal dalam program pinjaman bergaransi, pinjaman langsung, dan pinjaman kredit mikro melalui pola kemitraan swasta dan dana investasi khusus dengan struktur yang fleksibel. Selain itu, Loader (2016) menyatakan bahwa pemerintah Inggris ingin meningkatkan akses UMKM terhadap pengadaan publik. Akuisisi publik semakin dianggap sebagai perilaku strategis administrasi publik dikarenakan besarnya jumlah sumber daya yang dikonsumsi dan tujuan kebijakan penting yang ingin dipromosikan, termasuk tujuan terkait UMKM. Lebih lanjut, Thiruchanuru (2016) membuktikan bahwa dukungan pemerintah India terhadap UMKM ialah berupa peningkatan keterampilan sumber daya UMKM, yakni upaya yang dilakukan pemerintah mencakup peningkatan pendanaan pelatihan pekerja UMKM dan pendirian pusat konsultasi dan pelatihan UMKM untuk membantu UMKM dalam mengatasi tantangan yang mereka hadapi.

Temuan-temuan para peneliti tentang peran dukungan pemerintah terhadap kinerja UMKM menyatakan bahwa adanya dukungan pemerintah mampu meningkatkan kinerja UMKM dan menjadikan operasional bisnis UMKM semakin stabil (Atalay *et al.*, 2017; Feranita *et al.*, 2019; Sheng *et al.*, 2013; Zhang *et al.*, 2017). Lebih lanjut, Ndiaye *et al.* (2018) dan Songling *et al.* (2018) menemukan bahwa dukungan pemerintah memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Selain itu,

Wei dan Liu (2015) juga menemukan bahwa pemerintah memainkan peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja UMKM dengan memberlakukan kebijakan untuk meningkatkan layanan infrastruktur dan energi, memberikan insentif bagi pendaftaran UMKM secara formal, dan mendorong akses keuangan bagi UMKM.

G. Rangkuman

Di Indonesia, UMKM sebagai salah satu sektor yang paling mendominasi dalam peningkatan pertumbuhan perekonomian nasional masih mengalami banyak kendala, terutama terkait sumber daya yang dimiliki. Salah satu sumber daya yang diharapkan ialah dukungan pemerintah. Dukungan pemerintah berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM. Dukungan pemerintah sebagai fasilitator dalam pengembangan organisasi dan mitigasi konflik internal mampu meningkatkan prospek pertumbuhan UMKM. Selain itu, dukungan pemerintah yang ada merupakan kebijakan yang efektif dan efisien dalam memastikan peluang yang adil bagi UMKM untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Dukungan pemerintah didefinisikan sebagai bentuk dukungan dari pemerintah yang dapat memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM guna meningkatkan usaha. Diantara fungsi dukungan pemerintah terhadap UMKM yakni penciptaan iklim usaha yang akomodatif, fasilitas kebijakan fiskal, kestabilan terhadap faktor-faktor makro, serta penyediaan infrastruktur yang memadai bagi UMKM.

Bentuk-bentuk dukungan pemerintah terhadap UMKM meliputi: (a). Program pembinaan melalui kerjasama dengan pemerintah, lembaga sosial, dan perguruan tinggi, (b). Pendidikan dan pelatihan manajemen usaha dan kewirausahaan, (c). Pemanfaatan teknologi digital, (d). Pemberian akses permodalan, (e). Perluasan pemasaran produk dan jasa melalui *e-marketing*, (f). Penyediaan kegiatan pameran kewirausahaan, dan (g). Pembuatan kebijakan untuk mendorong UMKM yang berorientasi pasar.

Selama terjadinya krisis di Indonesia pada tahun 1998, 2008, hingga saat terjadinya pandemi Covid-19 pemerintah selalu mengupayakan dukungan yang serius terhadap kestabilan UMKM. Berbagai dukungan yang dilakukan pemerintah telah berhasil meloloskan UMKM dari masa-masa yang sangat pilu. Dampak dari krisis tahun 1998 mendorong pemerintah untuk memberdayakan UMKM yang berfokus pada efisiensi daripada kesejahteraan individu pemilik UMKM dan karyawannya. Sementara krisis di tahun 2008, pemerintah mengupayakan dalam perluasan modal, keterampilan sumber daya, dan peningkatan pengetahuan pemasaran. Selain itu, beragam kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah bagi UMKM saat menghadapi pandemi Covid-19, baik dari sisi finansial ataupun non finansial. Dari sisi non finansial yakni pembelian produk UMKM oleh pemerintah, kerjasama BUMN dengan *e-commerce* untuk UMKM *go online*, dan penyediaan pelatihan webinar UMKM. Adapun kebijakan finansial meliputi bantuan sosial, insentif pajak, relaksasi dan restrukturisasi kredit atau pembiayaan, serta ekspansi pembiayaan modal kerja bagi UMKM.

Fungsi pemerintah yang tepat ialah bertindak sebagai katalis, yakni memperkuat atau mendorong dunia usaha untuk meningkatkan kinerja kompetitifnya. Fungsi pemerintah sebagai katalisator merupakan prinsip pertama dari sepuluh prinsip yang harus diikuti dalam transformasi prosedur penyelenggaraan pemerintahan dengan semangat kewirausahaan, yakni pemerintah berperan sebagai fasilitator daripada langsung menjalankan seluruh kegiatan operasional.

H. Tugas dan Evaluasi

1. Apa yang anda pahami tentang dukungan pemerintah? Definisikan secara singkat dan jelas!
2. Bagaimana fungsi dukungan pemerintah pada pengembangan UMKM?
3. Jelaskan peranan dukungan pemerintah terhadap kinerja UMKM!

4. Sebutkan beberapa peranan dukungan pemerintah terhadap stabilitas UMKM dalam menghadapi berbagai krisis yang pernah terjadi di Indonesia!
5. Sebutkan bentuk-bentuk dukungan pemerintah terhadap UMKM disertai penjelasannya!
6. Diantara banyaknya lembaga yang ada di Indonesia, lembaga apa saja yang paling mendominasi dalam mendukung pengembangan UMKM? Sebutkan program-programnya!

Daftar Pustaka

- Atalay, M., Dirlik, O., & Sarvan, F. (2017). Impact of multilevel strategic alliances on innovation and firm performance: evidence from the yacht-building industry in Turkey. *International Journal of Innovation Science*, 9(1), 53–80.
- Bank Indonesia. (2023). *Pengembangan UMKM*. Bi.Go.Id. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/default.aspx>
- Belghitar, Y., Moro, A., & Radić, N. (2022). When the rainy day is the worst hurricane ever: the effects of governmental policies on SMEs during COVID-19. *Small Business Economics*, 58(2), 943–961. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00510-8>
- Bello, A., Jibir, A., & Ahmed, I. (2018). Impact of small and medium scale enterprises on economic growth: Evidence from Nigeria. *Global Journal of Economic and Business*, 427(5917), 1–9.
- CharoensUMKMongkol, P. (2016). The interconnections between bribery, political network, government supports, and their consequences on export performance of small and medium enterprises in Thailand. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(2).
- Cherkos, T., Zegeye, M., Tilahun, S., & Avvari, M. (2018). Examining significant factors in micro and small enterprises performance: case study in Amhara region, Ethiopia. *Journal of Industrial Engineering International*, 14, 227–239.

- Doh, S., & Kim, B. (2014). Government support for SME innovations in the regional industries: The case of government financial support program in South Korea. *Research Policy*, 43(9), 1557–1569.
- Feranita, N. V., Nugraha, A., & Sukoco, S. A. (2019). The role of government support for innovation and performance of SMEs. *Politico*, 19(2), 124–136.
- Gamo, K. G., & Gollagari, R. (2020). Role of Local Government and MSMEs Performance: The Case of Ethiopia. *International Journal of Small and Medium Enterprises*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.46281/ijsmes.v3i1.511>
- Ganlin, P., Qamruzzaman, M. D., Mehta, A. M., Naqvi, F. N., & Karim, S. (2021). Innovative finance, technological adaptation and smes sustainability: The mediating role of government support during covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169218>
- Hai Thi Thanh, T., & Tron, V. N. (2023). The Differential Effects of Government Support, Inter-Firm Collaboration, and Firm Financial Resources on SME Performance in Vietnam. *Cuadernos de Economía*, 46(130), 124–134.
- Hidayat, W. W., Seohardi, Prasetyo, E. T., & Husadha, C. (2021). Implications of Covid-19 Pandemic on MSMEs to Economy, Society: Case in the Country of Indonesia. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 12(4), 10–18.
- Ilegbinosa, I. A., & Jumbo, E. (2015). Small and medium scale enterprises and economic growth in Nigeria: 1975-2012. *International Journal of Business and Management*, 10(3), 203–216.
- Ismail, N., & Kuivalainen, O. (2015). The effect of internal capabilities and external environment on small-and medium-sized enterprises' international performance and the role of the foreign market scope: The case of the Malaysian halal food industry. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4).

- Jiuhardi, A. W., Wijaya, A., Nurjanana, N., & ... (2022). The Function of Indonesia Government in Bridge the Performance of MSMEs during the Covid-19. ... *Research and Critics ...*, 18982–18989.
<https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/39507/5904-16737-1-PB.pdf?sequence=1>
- Kurniawan, Maulana, A., & Iskandar, Y. (2023). The Effect of Technology Adaptation and Government Financial Support on Sustainable Performance of MSMEs during the COVID-19 Pandemic. *Cogent Business and Management*, 10(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2177400>
- Kusumawardhani, D., Rahayu, A. Y., & Maksum, I. R. (2015). The role of government in MSMEs: The empowerment of MSMEs during the free trade era in Indonesia. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 9(2), 23–42.
- Larasati, N. (2022). Implementation of Government Regulation Policies towards the Empowerment of MSMEs. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 1(1), 13–21.
<https://doi.org/10.57235/qistina.v1i1.18>
- Loader, K. (2016). Is local authority procurement supporting SMEs? An analysis of practice in English local authorities. *Local Government Studies*, 42(3), 464–484.
- Moreira, D. F. (2016). The microeconomic impact on growth of SMEs when the access to finance widens: evidence from internet & high-tech industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 220, 278–287.
- Muriithi, S. M. (2017). *African small and medium enterprises (SMEs) contributions, challenges and solutions*.
- Nakku, V. B., Agbola, F. W., Miles, M. P., & Mahmood, A. (2020). The interrelationship between SME government support programs, entrepreneurial orientation, and performance: A developing economy perspective. *Journal of Small Business*

Management, 58(1), 2-31.
<https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659671>

- Ndiaye, N., Razak, L. A., Nagayev, R., & Ng, A. (2018). Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 269-281.
- OJK. (2022). *Peran Industri Jasa Keuangan dalam Mendukung Inklusi dan Digitalisasi UMKM*. Ojk.Go.Id.
<https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1220/peran-industri-jasa-keuangan-dalam-mendukung-inklusi-dan-digitalisasi-umkm>
- Okhankhuele, O. T. (2017). Effect of small and medium scale enterprises on economic growth in Nigeria. *Journal of Research in National Development*, 15(1).
- Park Soonae, Lee In Hyeock, K. J. E. (2019). Government support and small- and medium-sized.pdf. In *Asian Business & Management*.
- Paul, J., Parthasarathy, S., & Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business*, 52(3), 327-342.
- Prelipcean, G., & Boscoianu, M. (2014). A hybrid framework for SME financing based on the mix between governmental support and the use of a specialized investment fund in the actual context of a slow recovery after crises and turbulences. *Procedia Economics and Finance*, 15, 738-745.
- Pulka, B. M., Ramli, A., & Mohamad, A. (2021). Entrepreneurial competencies, entrepreneurial orientation, entrepreneurial network, government business support and SMEs performance. The moderating role of the external environment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 586-618. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2018-0390>

- Ratten, V. (2014). Future research directions for collective entrepreneurship in developing countries: a small and medium-sized enterprise perspective. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(2), 266–274.
- Razumovskaia, E., Yuzvovich, L., Kniazeva, E., Klimenko, M., & Shelyakin, V. (2020). The effectiveness of Russian government policy to support smes in the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040160>
- Rogo, H. B., Shariff, M. N. M., & Hafeez, M. H. (2017). Moderating effect of access to finance on the relationship between total quality management, market orientation and small and medium enterprises performance: A proposed framework. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 119–127.
- Sari, N. T. P., & Kusumawati, A. (2022). Literature Review : The Efforts To Strengthening of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSME) in Indonesia. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 2(01), 98–115. <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/52>
- Sheng, S., Zhou, K. Z., & Lessassy, L. (2013). NPD speed vs. innovativeness: The contingent impact of institutional and market environments. *Journal of Business Research*, 66(11), 2355–2362.
- Sidqi, I., Inayah, Z., Sari, S. I., Rasidin, M., & Witro, D. (2021). Policy for Providing Assistance for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Covid-19 Pandemic Era (Maslahah Review of Government Policies). *Jurnal Hukum Ekonomi Islam*, 5(1), 44–57.
- Songling, Y., Ishtiaq, M., Anwar, M., & Ahmed, H. (2018). The role of government support in sustainable competitive position and firm performance. *Sustainability*, 10(10), 3495.

- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Tambunan, T. (2020). MSMEs IN TIMES OF CRISIS. EVIDENCE FROM INDONESIA. *Journal of Developing Economies*, 5(2), 91. <https://doi.org/10.20473/jde.v5i2.20848>
- TANEO, S. Y. M., Noya, S., Melany, M., & SETIYATI, E. A. (2022). The Role of Local Government in Improving Resilience and Performance of Small and Medium-Sized Enterprises in Indonesia*. *Etsa Astridya SETIYATI / Journal of Asian Finance*, 9(3), 245-0256. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no3.0245>
- Thiruchanuru, S. (2016). Strengthen the small to strengthen the nation: Insights on HR issues in SMEs. *IUP Journal of Entrepreneurship Development*, 13(2), 38.
- Tumiwa, J., & Nagy, A. (2021). Micro, small, and medium enterprises in emerging economies and economic transition: a comparative study between Indonesia and Hungary. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(1), 22. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2021.10038065>
- Wang, G., Dou, W., Zhu, W., & Zhou, N. (2015). The effects of firm capabilities on external collaboration and performance: The moderating role of market turbulence. *Journal of Business Research*, 68(9), 1928-1936.
- Wei, J., & Liu, Y. (2015). Government support and firm innovation performance: Empirical analysis of 343 innovative enterprises in China. *Chinese Management Studies*, 9(1), 38-55.
- Wilden, R., Gudergan, S. P., Nielsen, B. B., & Lings, I. (2013). Dynamic capabilities and performance: strategy, structure and environment. *Long Range Planning*, 46(1-2), 72-96.

- Yıldız, S., Baştürk, F., & Boz, İ. T. (2014). The effect of leadership and innovativeness on business performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 785–793.
- Zhang, S., Wang, Z., Zhao, X., & Zhang, M. (2017). Effects of institutional support on innovation and performance: roles of dysfunctional competition. *Industrial Management & Data Systems*, 117(1), 50–67.
- Zulu-Chisanga, S., Chabala, M., & Mandawa-Bray, B. (2021). The differential effects of government support, inter-firm collaboration and firm resources on SME performance in a developing economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(2), 175–195.

BAB 5

INKLUSI KEUANGAN PADA UMKM

Dr. Ratnaningrum, SE., M.Si

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern
(STIE STEKOM)

A. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara berkembang dengan lebih banyak konsentrasi perhatian pemerintah diberikan pada aspek pertumbuhan dan pembangunan, misalnya pendapatan per kapita, PDB. Pemerintah perlu memikirkan pertumbuhan inklusif melalui berbagai langkah. Salah satu langkah besar yang bisa diambil adalah Inklusi keuangan. Inklusi keuangan dianggap sebagai tujuan sebagian besar negara berkembang. Laporan penelitian terbaru menunjukkan dengan jelas bahwa inklusi keuangan telah menjadi bidang utama perekonomian dan keuangan sejak satu dekade terakhir. Menurut Bank Dunia “Inklusi keuangan, atau akses luas terhadap jasa keuangan, didefinisikan sebagai tidak adanya hambatan harga atau non-harga dalam penggunaan jasa keuangan.” Inklusi keuangan mengacu pada proses yang memberikan kemudahan akses, penggunaan, dan ketersediaan sistem keuangan yang sah bagi semua anggota perekonomian.

Pertumbuhan inklusif muncul dalam gambaran pembangunan ekonomi, terutama di negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi berskala besar dan pesat. Pertumbuhan inklusif memegang peranan yang sangat penting dalam proses pertumbuhan ekonomi (Arun & Kamath, 2015). Tidak ada ukuran komprehensif yang dapat digunakan untuk menilai

tingkat inklusi keuangan secara keseluruhan dalam suatu perekonomian. Sistem keuangan dengan pertumbuhan inklusif mempunyai beberapa keunggulan. Hal ini membantu pertumbuhan terorganisir sektor keuangan, meningkatkan stabilitas keuangan, keamanan sistem itu sendiri, membantu meningkatkan gaya hidup dan pengelolaan keuangan sehari-hari. Hal ini juga menyediakan saluran pertumbuhan keuangan yang aman dan terjamin. dan menghilangkan masalah peminjaman uang ilegal, serta mengembangkan masyarakat yang sadar finansial.

Inklusi keuangan telah menjadi kata kunci dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi (Neelakandan & Maruthi, 2019). Hal ini mengacu pada pemberian layanan keuangan kepada masyarakat umum termasuk kelompok masyarakat kurang beruntung yang pada gilirannya akan membantu mereka keluar dari lingkaran setan kemiskinan. Inklusi keuangan merupakan jembatan yang akan mengurangi perbedaan dan kesenjangan antara si kaya dan si miskin.

Perhatian di negara berkembang kini beralih ke fokus pada hubungan umum terjadi antara pertumbuhan sistem keuangan dan pembangunan ekonomi serta tingkat pertumbuhannya. Bahkan banyak usaha kecil dan konsumen tidak memiliki akses terhadap kredit atau pinjaman karena mereka tidak dapat memenuhi persyaratan kelayakan yang ditentukan oleh bank seperti informasi keuangan formal, laporan biro kredit atau bahkan agunan pinjaman. Menjembatani kesenjangan kredit dan memberikan akses yang lebih luas terhadap pembiayaan bagi usaha kecil dan menengah merupakan upaya utama di hampir semua negara.

Untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di berbagai sektor, pemerintah perlu memberikan pinjaman dan uang muka kepada sektor-sektor yang membutuhkan untuk perbaikannya. Pinjaman atau kredit dan uang muka adalah fasilitas keuangan yang diberikan oleh bank dan lembaga keuangan resmi lainnya untuk membantu kliennya pada saat membutuhkan keuangan. Apabila seseorang atau

suatu badan tidak mampu membiayai sendiri, ia dapat menggunakan jasa keuangan yang disediakan oleh badan tersebut di atas.

Inklusivitas keuangan adalah suatu kondisi dimana produk dan layanan keuangan yang terjangkau, diberikan dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, tersedia bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini memberikan kesempatan yang sama bagi masyarakat, terutama mereka yang *unbanked* dan *underbanked*, untuk mendapatkan akses yang lebih baik terhadap layanan keuangan (Nanda & Kaur, 2016). Hal ini bertujuan untuk memberikan masyarakat akses yang wajar dengan biaya yang wajar terhadap layanan keuangan yang komprehensif, termasuk layanan tabungan atau investasi, pembayaran, dan layanan kredit. Kegiatan keuangan ini diatur oleh peraturan untuk melindungi konsumen dan memastikan persaingan yang sehat dalam industri. Berdasarkan Laporan Bank Dunia tahun 2018, inklusi keuangan diharapkan dapat mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan bersama masyarakat di Indonesia.

Inklusi keuangan mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat. Hal ini dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan kesenjangan dengan memastikan kebijakan moneter yang efektif. Fenomena ini didukung dengan bukti empiris (Anarfo *et al.*, 2019). Fakta menarik lainnya adalah inklusi keuangan dapat memberikan layanan keuangan dengan biaya terjangkau bagi sektor perekonomian formal dan informal. Hal ini mempertimbangkan partisipasi kelompok rentan dan kelompok masyarakat berpenghasilan rendah berdasarkan tingkat akses mereka terhadap layanan keuangan seperti rekening pembayaran, tabungan, asuransi kredit dan pensiun.

Inklusi keuangan meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan nilai usaha kecil dengan efek limpahan positif pada indikator pembangunan seperti kemiskinan dan kesenjangan (Park & Mercado Jr, 2018). Keuangan inklusif biasanya mendorong pemberian kredit berbiaya rendah kepada kelompok berpenghasilan rendah dan rentan serta menstimulasi

kegiatan produksi terorganisir di daerah pedesaan yang mengarah pada peningkatan output (Ajide, 2020).

Inklusi keuangan diidentifikasi sebagai salah satu faktor penting bagi pembangunan nasional di negara-negara ASEAN. Dengan demikian, inklusi keuangan merupakan strategi penting untuk mendukung tujuan integrasi ekonomi yang lebih luas di wilayah ASEAN (Chandrarin *et al.*, 2018). Program inklusi keuangan ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan, serta dapat memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat.

Kurangnya pendanaan dan ketidakmampuan mengakses pendanaan merupakan dua masalah yang dihadapi secara global. Layanan keuangan tersebut harus tersedia dalam bentuk yang terjangkau bagi semua orang, yang diatur oleh otoritas yang bertanggung jawab. Inklusi Keuangan adalah penyediaan fasilitas perbankan dasar yang mencakup memiliki rekening simpanan atau pinjaman minimum untuk semua orang dewasa dalam perekonomian (Neelakandan & Maruthi, 2019).

Untuk pertumbuhan inklusif di suatu negara, para ahli dan praktisi menganggap inklusi keuangan sebagai alat yang ampuh. Hal ini memberdayakan individu, kelompok dan dunia usaha untuk dengan mudah mengakses layanan atau sistem keuangan yang merupakan prasyarat bagi pencapaian kebijakan inklusif. Selain itu, hal ini memungkinkan untuk menumbuhkan peluang untuk memperoleh hasil sosio-ekonomi yang lebih besar serta integrasi yang lebih baik ke dalam perekonomian dan peningkatan mata pencaharian mereka (Rasheed, Siddiqui, Mahmood, *et al.*, 2019). Oleh karena itu, para praktisi dan pembuat kebijakan menekankan pada inklusi keuangan karena mereka menganggapnya sebagai elemen utama menuju pertumbuhan inklusif. Untuk mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan pembangunan ekonomi, pentingnya inklusi keuangan tidak dapat disangkal karena memungkinkan rumah tangga berinvestasi di bidang pendidikan, barang tahan lama, kesehatan, dan meningkatkan konsumsi (Thomas & Hedrick-Wong, 2019).

B. Definisi Inklusi Keuangan

Bank Dunia merumuskan inklusi keuangan sebagai cara mudah bagi individu dan unit bisnis untuk memiliki akses dan produk keuangan yang berguna dan terjangkau untuk memenuhi kebutuhan secara bertanggung jawab. Pemahaman keuangan UMKM memudahkan dalam mengelola dan mengakses produk keuangan. Inklusi keuangan merupakan proses yang memfasilitasi akses, ketersediaan, dan manfaat sistem keuangan formal bagi seluruh pelaku ekonomi.

Inklusi keuangan digambarkan sebagai pendekatan inklusif untuk menyediakan layanan keuangan kepada masyarakat, memastikan populasi yang tidak memiliki rekening bank dimasukkan ke dalam sektor keuangan arus utama (Ozili, 2020). Akses terhadap layanan perbankan merupakan bagian penting dari pertumbuhan ekonomi. Layanan perbankan yang mudah diakses dapat menarik para pengusaha UMKM dalam mengakses perbankan, seperti meminjam dan menabung. Kemudahan akses perbankan diharapkan mampu membangun aset dan membantu aktivitas UMKM.

Istilah inklusi keuangan telah menjadi tren sejak krisis keuangan global tahun 2008. Berdasarkan dampak krisis terhadap kelompok yang berada di bagian bawah piramida (berpendapatan rendah dan tidak teratur, tinggal di daerah terpencil, penyandang disabilitas, pekerja tanpa dokumen identitas hukum, dan komunitas pinggiran) yang umumnya *unbanked* tercatat sangat tinggi (Nurohman *et al.*, 2021). Saat ini, karena rendahnya pendapatan, buta huruf dan faktor sosial lainnya, sebagian besar masyarakat tidak dapat mengakses sektor keuangan formal. Hal ini disebut dengan eksklusi keuangan.

Bank Indonesia mendefinisikan inklusi keuangan sebagai segala upaya yang bertujuan menghilangkan segala hambatan harga dan non-harga terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan sedangkan OJK mendefinisikan inklusi keuangan sebagai tersedianya akses terhadap berbagai lembaga, produk, layanan keuangan sesuai kemampuan dan

kebutuhan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Inklusi keuangan secara tradisional dikaitkan dengan penggunaan layanan perbankan yang ditawarkan oleh sistem keuangan formal (Kabala *et al.*, 2021). Interpretasi mengenai inklusi keuangan saat ini beragam. literatur membahas penyediaan layanan keuangan dengan biaya terjangkau bagi segmen masyarakat kurang beruntung dan berpenghasilan rendah (World Bank, 2022). Hal ini memerlukan penggunaan layanan perbankan dasar seperti deposito, pinjaman, pembayaran, dan transfer uang. Salah satu platform yang membantu dalam mempromosikan inklusi keuangan adalah *mobile money*. Perangkat *mobile* telah menjadi alat penting dalam mendorong inklusi keuangan bagi populasi yang sebelumnya tidak memiliki rekening bank di negara-negara berkembang (Kanobe *et al.*, 2017).

Inklusi keuangan harus bersifat inklusif dan berkelanjutan agar dapat berdampak pada semua pihak yang terlibat dan perekonomian secara keseluruhan (Kabala *et al.*, 2021). Pertimbangan khusus harus diberikan kepada individu yang secara tradisional tidak termasuk dalam sektor keuangan formal. Hal ini biasanya disebabkan oleh faktor-faktor seperti tingkat pendapatan, jenis kelamin, lokasi geografis, profil risiko, tingkat melek huruf atau jenis kegiatan yang mereka lakukan.

Secara teoritis, keuangan merupakan salah satu fundamental bisnis yang dapat meningkatkan efektivitas kewirausahaan dan memastikan keselarasan tujuan dengan pembangunan ekonomi suatu negara. Dalam hal ini, inklusi keuangan merupakan sebuah konsep yang membawa semua kelompok ke dalam jaring keuangan sedemikian rupa sehingga mereka dapat menikmati layanan keuangan yang adil dan berkelanjutan, terutama kelompok berpenghasilan rendah dan kelompok rentan yang mengalami kesulitan pembiayaan (Jiang *et al.*, 2019). Inklusi keuangan adalah cara formal untuk mendapatkan akses terhadap layanan keuangan formal termasuk kredit, pengiriman uang, asuransi, dan peluang menabung, yang dianggap sebagai mesin penting aktivitas

kewirausahaan melalui penciptaan nilai dan keuangan inovatif (Sethi & Sethy, 2018). Akses terhadap layanan keuangan oleh rumah tangga dan penduduk pedesaan akan meningkatkan tingkat produktivitas perekonomian.

Tingginya tingkat eksklusi keuangan dapat membawa dua ancaman besar terhadap perekonomian. Pengecualian finansial dapat menyebabkan kemungkinan hilangnya pertumbuhan bisnis. Hal ini karena kelompok yang terpinggirkan secara finansial tidak mempunyai kesempatan untuk memperluas usaha dan memaksimalkan pertumbuhan. Selain itu, hal ini juga dapat membatasi potensi pertumbuhan suatu negara yang berdampak pada tingginya tingkat pengangguran dan kemiskinan. Oleh karena itu, penerapan inklusi keuangan di suatu negara dapat menjadi solusi langsung terhadap keburaman keuangan yang dihadapi setiap pengusaha. Inklusi keuangan dapat memberikan layanan keuangan yang sesuai kepada kelompok rentan termasuk usaha mikro, petani miskin, dan kelompok berpenghasilan rendah lainnya (Ajide, 2020).

Hlaing & Kakinaka (2018) mengungkapkan bahwa inklusi keuangan berguna untuk memaksimalkan penggunaan, akses dan meminimalkan keuangan eksklusif. Tingkat inklusi keuangan ditentukan oleh pengguna, hambatan, akses. Indikator inklusi keuangan adalah: 1) Akses yang mengukur kemampuan menggunakan jasa keuangan formal ditinjau dari keterjangkauan fisik dan harga. 2) Digunakan untuk mengukur kemampuan aktual dalam menggunakan produk, jasa keuangan, keteraturan, frekuensi, durasi penggunaan. 3) Kualitas untuk mengukur atribut produk dan jasa keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Inklusi keuangan dapat diukur dengan menggunakan empat indikator antara lain : akses, kualitas, manfaat, dan kesejahteraan (Chandrarin *et al.*, 2018). Akses merupakan komponen yang menekankan pada kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan dan produk jasa keuangan. Kualitas merupakan ukuran kesesuaian antara layanan dan

produk perbankan dengan kebutuhan konsumen. Manfaat mengukur jumlah produk dan frekuensi pemanfaatan produk oleh masyarakat. Kesejahteraan merupakan ukuran dampak layanan perbankan dan produk terhadap konsumen, seperti dampak aktivitas bisnis. Di banyak negara berkembang, kurang dari separuh penduduknya memiliki rekening di lembaga keuangan (Chandrarin *et al.*, 2018).

C. Inklusi Keuangan pada Pelaku Bisnis

Inklusi keuangan dalam akses terhadap layanan keuangan meningkat di seluruh dunia, seringkali dengan dukungan resmi. Inklusi keuangan yang lebih besar akan mengubah perilaku perusahaan dan konsumen sehingga dapat mempengaruhi efektivitas kebijakan moneter. Dampak terhadap stabilitas keuangan mungkin bergantung pada bagaimana peningkatan akses keuangan dapat dicapai (Islam, 2020). Risiko dapat meningkat jika inklusi keuangan yang lebih besar dihasilkan dari pertumbuhan kredit yang pesat, atau jika bagian sistem keuangan yang relatif tidak diatur tumbuh dengan cepat (Mehrotra & Yetman, 2015).

Akses terhadap keuangan merupakan inisiatif penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif dan mengentaskan kemiskinan. Akses terhadap keuangan berarti peluang bagi kelompok berpendapatan rendah dan miskin untuk melaksanakan rencana masa depan mereka. Hal ini telah memfasilitasi akses yang lebih besar terhadap kredit dan layanan keuangan lainnya bagi masyarakat miskin dan masyarakat Bangladesh yang belum terlayani. Islam (2020) menemukan bahwa hambatan utama terhadap inklusi keuangan adalah kurangnya pengetahuan menyeluruh di kalangan perempuan pengusaha tentang peluang bisnis dan fasilitas kredit yang tersedia, keragu-raguan dalam mengajukan pinjaman dari bank komersial, suku bunga pinjaman yang tinggi, kebijakan yang kaku terkait pinjaman, dokumen dan jaminan, dan kurangnya pengetahuan dan informasi di kalangan perempuan mengenai tempat untuk dihubungi

mengenai layanan. Studi tersebut juga mengungkapkan bahwa akses terhadap informasi merupakan kendala utama bagi kemampuan pengusaha perempuan untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh regulator.

Dunia teknologi bertransformasi dengan cepat melalui digitalisasi, jaringan, dan otomatisasi, untuk merangsangantisipasi revolusi industri modern (Culot *et al.*, 2020). Revolusi industri keempat menimbulkan perubahan besar di semua aspek, khususnya sistem keuangan (Valencia *et al.*, 2019) dengan inklusi keuangan menjadi komponen utama kebijakan pembangunan di seluruh dunia. Sorotan utama menyoroti peran penting sistem keuangan inklusif dalam mengurangi kemiskinan ekstrem dan mendorong pertumbuhan dan pembangunan berkelanjutan di berbagai negara (Ouma *et al.*, 2017).

Bagi perusahaan manufaktur, era industri 4.0 menghadirkan banyak tantangan dari sudut pandang teknologi, manajemen, dan organisasi. Penerapan teknologi digital dan transformasi proses secara signifikan mengubah reformasi yang diantisipasi di industri. Keterampilan baru diperlukan dari karyawan untuk proses produksi di masa depan (Horváth & Szabó, 2019). Pengusaha inovatif memberikan kontribusi yang jauh lebih besar dalam penciptaan lapangan kerja, mengangkat masyarakat dan merangsang perubahan sosial yang positif di negara berkembang (Fan & Zhang, 2017). Ketersediaan layanan keuangan dengan biaya terjangkau, bagi segmen masyarakat yang terpinggirkan (termasuk pengusaha), merupakan salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi.

Penelitian sebelumnya mengamati bahwa terbatasnya akses terhadap keuangan seringkali dikaitkan dengan asimetri informasi (Asongu & Odhiambo, 2018). Teknologi komunikasi dan informasi melalui peningkatan pembagian informasi, mengurangi asimetri informasi antara pelaku pasar (Muto & Yamano, 2009). Munculnya layanan *mobile money* di negara-negara berkembang mempunyai implikasi besar terhadap inklusi keuangan masyarakat non-bank (Della Peruta, 2018).

Meningkatnya popularitas teknologi komunikasi dan informasi dan *mobile money* di perekonomian Afrika (Asongu & Odhiambo, 2018) mendorong penyelidikan tentang apa yang dapat dihasilkan oleh teknologi komunikasi dan informasi dan skema-skema ini terhadap inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi melalui wirausahawan inovatif..

Wellalage *et al.* (2021) menemukan bahwa teknologi komunikasi dan informasi, wirausaha, dan inklusi keuangan mempunyai keterkaitan yang kuat. Peningkatan kemampuan melalui kebijakan berbasis bukti yang kuat, meskipun bukan obat mujarab untuk mengatasi kemiskinan, namun memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan, termasuk dampak positif pada pendidikan. Aksesibilitas yang lebih besar terhadap layanan keuangan formal, dengan biaya yang terjangkau, merupakan isu yang mempengaruhi semua anggota perekonomian, namun khususnya berkaitan dengan kelompok berpenghasilan rendah dan rentan (Sarma & Pais, 2011) dan pengusaha. Pada akhirnya inklusi keuangan diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat secara menyeluruh (Demirguc-Kunt *et al.*, 2015).

Meskipun perusahaan kecil dengan dana internal yang lebih sedikit mungkin mencari dana eksternal, hal ini tidak selalu mudah karena investasi pada inovasi sangat sensitif terhadap kendala keuangan dibandingkan dengan investasi lainnya (Mancusi & Vezzulli, 2010). Teknologi komunikasi dan informasi semakin dipandang sebagai mekanisme yang menjembatani kesenjangan bagi penyedia layanan keuangan, sehingga memungkinkan masyarakat yang sebelumnya tidak mempunyai rekening bank untuk dilayani (Diniz *et al.*, 2012). Dengan demikian, teknologi komunikasi dan informasi memfasilitasi inklusi keuangan yang lebih besar, dan merupakan pendorong utama teknologi komunikasi dan jaringan di sektor jasa keuangan (Lapukeni, 2015). Hal ini dianggap sebagai sarana yang memfasilitasi akses terhadap kredit. Hal ini mengarah pada alokasi kredit dan transfer kredit

yang lebih efisien dengan cara yang mendorong inklusi keuangan (Andrianaivo & Kpodar, 2011).

Di Indoensia, ketersediaan akses masyarakat terhadap jasa keuangan diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76/POJK.07/2016. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa ketersediaan akses keuangan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ketersediaan akses terhadap keuangan yang biasa disebut dengan inklusi keuangan mencakup berbagai akses terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat. Inklusi keuangan tidak hanya sekedar ketersediaan akses, namun juga mencakup proses mendapatkan kemudahan akses, ketersediaan, dan penggunaan sistem keuangan formal (Sarma, 2012).

Meningkatnya tingkat inklusi keuangan berkontribusi pada ketersediaan dana bagi wirausahawan inovatif dan, tentu saja, pengurangan biaya yang dicapai oleh bank melalui inovasi teknologi dapat diarahkan sebagai surplus bagi usaha kecil yang inovatif. Gosavi (2018) memberikan bukti bahwa penggunaan *mobile money* membantu perusahaan dalam mengurangi kendala akses keuangan. Okello Candiya Bongomin *et al.* (2018) melaporkan pengaruh moderasi jaringan sosial yang positif dan signifikan dalam hubungan antara penggunaan *mobile money* dan inklusi keuangan.

Menjawab pertanyaan apakah inklusi keuangan mendorong keberhasilan wirausaha sangatlah penting karena sejumlah alasan. Pertama, keuangan merupakan salah satu hambatan utama dalam kegiatan kewirausahaan dan setiap pengusaha rentan terhadap pembatasan keuangan karena mereka memerlukan pendanaan untuk memulai dan mendirikan perusahaan. Para peneliti menganggap keuangan sebagai unsur yang lebih berpengaruh dalam mengalokasikan upaya untuk kegiatan kewirausahaan (Goel & Madan, 2019).

Keuangan merupakan prasyarat penting dalam aktivitas bisnis. Tingginya tingkat eksklusi keuangan dapat membawa dua ancaman besar terhadap perekonomian. Pengecualian

finansial dapat menyebabkan kemungkinan hilangnya pertumbuhan bisnis. Hal ini karena kelompok yang terpinggirkan secara finansial tidak mempunyai kesempatan untuk memperluas usaha dan memaksimalkan pertumbuhan. Selain itu, hal ini juga dapat membatasi potensi pertumbuhan suatu negara yang berdampak pada tingginya tingkat pengangguran dan kemiskinan. Oleh karena itu, penerapan inklusi keuangan di suatu negara dapat menjadi solusi langsung terhadap keburaman keuangan yang dihadapi setiap pengusaha. Inklusi keuangan dapat memberikan layanan keuangan yang sesuai kepada kelompok rentan termasuk usaha mikro, petani miskin dan kelompok berpenghasilan rendah lainnya. Hal ini memberikan peluang finansial yang sama bagi semua pelaku ekonomi dalam suatu perekonomian (Jiang *et al.*, 2019).

Keuangan inklusif juga memainkan peran utama dalam alokasi dana yang efisien sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial (Fareed *et al.*, 2017). Akses yang lebih baik terhadap layanan perbankan, serta meningkatnya perempuan yang menggunakan layanan tersebut, berdampak kuat pada pertumbuhan melalui penciptaan nilai melalui aktivitas kewirausahaan, yang berdampak kuat pada peningkatan kesejahteraan sosial manusia (Nanda dan Kaur, 2016). Hal ini berarti bahwa inklusi keuangan dapat meningkatkan tingkat penciptaan usaha, yang telah menjadi salah satu bidang kebijakan yang menjadi perhatian setiap pemerintah di setiap negara karena dampaknya terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, pemberdayaan dan pengentasan kemiskinan (Fareed *et al.*, 2017; Inoue, 2019). Inklusi keuangan pada sejumlah besar rumah tangga penerima remitansi kemungkinan besar akan berkontribusi terhadap pengembangan kewirausahaan, sehingga membangun perekonomian formal yang lebih luas.

Studi empiris menunjukkan bahwa pengiriman uang dapat memberikan rumah tangga dana yang diperlukan untuk diinvestasikan dalam proyek kewirausahaan (Gautam, 2017).

Salah satu masalah utama yang dihadapi kewirausahaan adalah kendala pendanaan. Dalam situasi ini, banyak negara berkembang telah menjadikan inklusi keuangan sebagai salah satu strategi untuk mendorong pengembangan kewirausahaan bukan hanya karena hal ini bermanfaat bagi sektor perekonomian formal namun juga mengarah pada inklusi penduduk pedesaan di sektor informal. Dalam hal ini, (Wang & Tan, 2017) menganalisis pengaruh inklusi keuangan terhadap kewirausahaan petani pada tingkat makro pemerintah, perusahaan meso-finansial, dan wirausaha petani mikro. Mereka mendokumentasikan bahwa inklusi keuangan bermanfaat bagi petani. Hal ini mendukung penelitian (Fan & Zhang, 2017), yang secara empiris menunjukkan hubungan antara inklusi keuangan dan pembentukan wirausaha. Hasil penelitian Ajide (2020). mengisyaratkan bahwa inklusi keuangan dapat memitigasi kendala kredit pada kegiatan kewirausahaan dengan mengurangi asimetri informasi dalam transaksi keuangan.

Terdapat penelitian yang mengkaji bagaimana inklusi keuangan dapat meningkatkan tingkat kewirausahaan perempuan mulai dari penciptaan lapangan kerja, pengurangan tingkat kemiskinan perempuan di negara-negara berkembang hingga tujuan makro ekonomi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi., (Goel & Madan, 2019) mendukung penelitian (Fareed *et al.*, 2017) dengan menekankan bahwa inklusi keuangan memainkan peran utama dalam meningkatkan jumlah perempuan dalam kegiatan kewirausahaan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa inklusi keuangan berhubungan positif dengan kewirausahaan dan dapat membuka peluang ekonomi bagi perempuan pengusaha baik di sektor formal maupun informal. Kesimpulannya, Goel & Madan (2019) menunjukkan bahwa inklusi keuangan mendorong kewirausahaan di kalangan perempuan sebagai pilihan karir.

Banyak peneliti dan laporan resmi dari organisasi seperti Bank Dunia, Perusahaan Keuangan Internasional dan IMF menyoroti peran inklusi keuangan dalam menciptakan

lingkungan yang positif bagi pengusaha perempuan. Bogdanović (2016) juga menekankan inklusi keuangan bagi perempuan pengusaha. Hasil penelitian Goel & Madan (2019) menunjukkan bahwa terdapat dampak signifikan dari inklusi keuangan terhadap kewirausahaan perempuan. Hal ini menyediakan platform bagi perempuan untuk membantu mereka membangun bisnis baru. Para peneliti menyatakan bahwa penetrasi internet yang buruk, kurangnya pendidikan, kurangnya penggunaan fasilitas bank adalah beberapa alasan yang diamati selama penelitian mengenai rendahnya kesadaran terkait berbagai skema inklusi keuangan (Goel & Madan, 2019).

Sistem keuangan yang berfungsi dengan baik dapat memberikan peluang investasi yang bermanfaat bagi sebanyak mungkin peserta, dan menyalurkan dana untuk penggunaan yang paling produktif. Oleh karena itu, pengembangan keuangan sangat penting untuk pembentukan wirausaha dan aktivitas kewirausahaan mereka. Dengan adanya eksklusi finansial, masyarakat miskin dan usaha kecil yang biasanya sangat bergantung pada pendanaan eksternal sering kali menghadapi kendala finansial sebagai hambatan untuk masuk dan berkembangnya perusahaan, terutama karena kurangnya jaminan jika terjadi gagal bayar (Fan & Zhang, 2017). Aksesibilitas pendanaan eksternal tidak hanya dipengaruhi oleh situasi masing-masing individu, namun juga oleh lingkungan kelembagaan. Sistem inklusi keuangan modern lebih menekankan keberlanjutan layanan keuangan dibandingkan kegiatan amal dengan memberikan lebih banyak perhatian pada inovasi institusi, produk, dan aspek lainnya dalam sistem keuangan, yang mencerminkan transisi sistem inklusi keuangan dari kesejahteraan ke institusionalisme (Fan & Zhang, 2017).

Belum ada literatur yang secara khusus membangun model teoretis untuk menguji dampak pengembangan inklusi keuangan terhadap aktivitas kewirausahaan. Di sisi empiris, meskipun dampak positif inklusi keuangan semakin didukung oleh beberapa studi kasus dengan informasi pinjaman yang konkrit (Banerjee & Duflo, 2014), terdapat juga bukti bahwa

beberapa langkah pembiayaan inklusif tertentu, seperti keuangan mikro, hanya mempunyai dampak yang kecil pada pertumbuhan usaha mikro (Field *et al.*, 2013). Oleh karena itu, perlu lebih banyak bukti mengenai pengaruh inklusi keuangan terhadap pembentukan wirausaha dan aktivitas kewirausahaan.

D. Upaya Peningkatan Inklusi Keuangan pada Pelaku Bisnis

Kemajuan teknologi telah menyentuh setiap bidang kehidupan, termasuk sektor keuangan. *Financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dari berbagai inovasi keuangan di era revolusi industri 4.0. Kehadiran *fintech* di Indonesia memberikan berbagai manfaat, apalagi masyarakat *underserved* dan *unbanked* masih banyak tersebar di berbagai daerah. Tak terkecuali bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), layanan *fintech* seperti *peer-to-peer lending* (P2PL) memberikan pilihan yang lebih mudah bagi mereka untuk mendapatkan akses pendanaan bantuan permodalan (Nurohman *et al.*, 2021).

Dwijayanti *et al.* (2022) mengkaji peran teknologi keuangan syariah (*fintech*) *peer-to-peer lending* (P2PL) dalam meningkatkan inklusi dan literasi keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *fintech* P2PL syariah dapat meningkatkan inklusi dan literasi UMKM di Indonesia dengan cara berikut ini:

Pertama, menyediakan layanan keuangan berbasis digital dalam bentuk website dan aplikasi *mobile* yang mudah diakses oleh seluruh masyarakat. Inilah keunggulan utama yang dimiliki *fintech* dibandingkan bank dan lembaga keuangan lainnya. Hal inilah yang menjadikan *fintech* memiliki akses yang mudah untuk menjangkau pasar, sehingga kemampuan mendorong tingkat inklusi keuangan akan semakin cepat dan jangkauannya semakin luas. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Marlina & Fatwa (2021) dimana *fintech* syariah berperan sebagai faktor pendorong peningkatan inklusivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Kehadiran industri *fintech* syariah dapat mengatasi permasalahan UMKM

di Indonesia terutama terkait kebutuhan pembiayaan, kemudahan proses transaksi, perluasan akses pasar, dan kemudahan penyusunan laporan keuangan.

Karakteristik *fintech* ini sangat cocok dengan Indonesia sebagai negara kepulauan dengan berbagai jenis geografi di setiap pulauanya. Layanan keuangan berbasis digital seperti yang dilakukan *fintech* P2PL terbukti mampu meningkatkan jumlah UMKM yang terjangkau oleh lembaga keuangan di setiap daerah yang otomatis meningkatkan inklusi keuangan. Hal ini didukung oleh penelitian Prestama *et al.* (2019) yang menjelaskan bahwa *fintech* P2PL syariah mampu melayani masyarakat yang belum terjangkau oleh lembaga keuangan syariah, yang tentunya meningkatkan inklusi keuangan syariah dan pada akhirnya membantu pengembangan sektor keuangan syariah/industri keuangan Islam. Masyarakat yang belum terjangkau lembaga keuangan syariah sebagian besar adalah UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa *fintech* syariah ikut serta dalam meningkatkan inklusi UMKM di Indonesia, dimana sebagian besar UMKM sulit menjangkau pembiayaan dari perbankan (*unbankable*).

Kedua, memberikan kemudahan persyaratan dalam mengajukan pembiayaan berbasis syariah. Sangat mudah untuk mengajukan pembiayaan syariah melalui *fintech* P2PL syariah. Dengan mendaftar secara online melalui website *fintech*, maka *fintech* akan meminta peminjam untuk memberikan beberapa data pribadi, termasuk *invoice* dan dokumen sah perusahaan yang sah. Ketiga, menjalin kerja sama dengan berbagai kelompok usaha, seperti *e-commerce* dan *e-procurement* dalam pembiayaan syariah kepada UMKM. Bagi *fintech* P2PL syariah, *e-commerce* berguna untuk menyediakan data atau catatan riwayat transaksi calon pembeli atau pengusaha pada platform perdagangan elektronik yang akan menjadi peminjam dana.

Keempat, bekerja sama dengan ekosistem digital, baik yang sudah mapan maupun yang baru berkembang. Peran *fintech* P2PL dalam ekosistem digital semakin terasa, seiring dengan semakin banyaknya pelaku UMKM yang meleak

pemanfaatan teknologi. Maraknya *startup* solusi bisnis UMKM di Indonesia bertepatan dengan tumbuhnya platform *fintech* P2PL di sektor pembiayaan produktif. Keduanya juga bertujuan untuk mengatasi kendala yang sering dihadapi UMKM. Bagi masyarakat umum, *fintech* P2PL syariah merupakan salah satu alternatif pembiayaan syariah yang nyaman dan cepat serta dapat meningkatkan inklusi dan literasi keuangan masyarakat yang lebih tinggi.

Eksklusi finansial disebabkan oleh faktor permintaan dan juga faktor penawaran. Oleh karena itu, untuk mempercepat upaya menuju inklusi keuangan yang lebih besar, inisiatif harus diambil dari sisi permintaan dan penawaran (Lenka & Barik, 2018). Berfokus pada faktor sisi penawaran saja tidak akan menyelesaikan masalah eksklusi keuangan. Namun, upaya untuk mendorong inklusi keuangan terutama dilakukan dari sisi penawaran, termasuk nasionalisasi bank, perluasan cabang bank ke daerah pedesaan, pemberian kredit kepada sektor-sektor yang sebelumnya dikecualikan, dan penyesuaian suku bunga pinjaman untuk rumah tangga berpendapatan rendah.

Pelayanan inklusi keuangan dapat berupa kemudahan dan akses yang ditujukan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam layanan perbankan. Jika kebijakan bank berkorelasi positif dengan lembaga keuangan formal lainnya, maka pemberian pinjaman kepada sektor publik atau rumah tangga dianggap menarik. Penelitian (Hlaing & Kakinaka, 2018) mengungkapkan bahwa inklusi keuangan memudahkan pemahaman produk bank, pendorong keputusan investasi nasabah, hubungan baik nasabah dengan bank.

E-banking efektif dalam mengurangi biaya transaksi seperti yang diungkapkan Alam *et al.* (2013) yang menemukan bahwa *mobile banking* lebih nyaman, terjangkau, dan aman. Layanan keuangan elektronik juga meningkatkan kebiasaan perbankan nasabah. Bagi pengusaha dan pedagang skala kecil, *mobile banking* dan *internet banking* sangat membantu dalam melakukan transaksi bisnis sehari-hari (Lenka & Barik, 2018). Layanan *mobile money* berfungsi sebagai alat untuk inklusi

keuangan bagi kelompok masyarakat yang tidak memiliki rekening bank di Zambia (Kabala *et al.*, 2021). Alasan utama yang diberikan adalah bahwa layanan *mobile money* mudah diakses dan biaya pemeliharaan rekening relatif terjangkau dibandingkan biaya di sektor perbankan formal.

Neelakandan & Maruthi (2019) menganalisis kinerja Bank umum terhadap inklusi keuangan selama periode tiga tahun. Data sekunder digunakan untuk analisis dan hasilnya positif bahwa peningkatan jumlah cabang, ATM, Deposito dan Kredit telah memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan inklusi keuangan. Hasil penelitian lain tentang upaya peningkatan inklusi keuangan antara lain di Bangladesh menunjukkan kebijakan peraturan yang proaktif dan perluasan literasi keuangan merupakan faktor penentu utama dampak positif inklusi keuangan (Islam, 2020).

E. Pentingnya Inklusi Keuangan pada UMKM

Secara global, inklusi keuangan merupakan salah satu isu utama bagi perekonomian dan menuju pencapaian pertumbuhan inklusif baik di negara maju maupun berkembang. Selain itu, penelitian sebelumnya menyoroti bahwa karena berbagai tantangan, negara-negara *emerging* dan berkembang masih berjuang menuju inklusi keuangan (Wellalage *et al.*, 2021). Selain itu, sektor UMKM adalah sektor yang paling menderita karena negara-negara berkembang tidak memberikan perhatian terhadap eksklusi finansial UMKM.

Digitalisasi layanan keuangan telah membuka peluang bagi sektor keuangan untuk melayani target pasar UMKM yang besar namun tersebar (Wellalage *et al.*, 2021). Digitalisasi layanan keuangan memungkinkan bank menjangkau dan melayani target pasar mereka dengan biaya rendah dan dengan penyesuaian yang lebih besar. Layanan keuangan digital juga merupakan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja dan jangkauan mereka menggunakan layanan ini dengan biaya rendah. Namun, data sekunder menunjukkan bahwa negara-

negara berkembang bergerak lambat dibandingkan negara-negara maju menuju teknologi digital di sektor keuangan.

Beberapa penelitian tentang inklusi keuangan antara lain menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner (Lamidi & Rahadhini, 2021). Hasil tersebut mendukung penelitian Septiani & Wuryani, (2020); Kusuma *et al.*, (2022) dan Sanistasya *et al.* (2019), oleh karena inklusi keuangan dapat membantu pelaku usaha kuliner untuk mendapatkan akses permodalan sehingga dapat digunakan untuk operasional usaha. Ibor *et al.* (2017) menyatakan bahwa dengan kemudahan layanan keuangan maka kinerja pemasaran UMKM akan meningkat karena adanya kemudahan yang diperoleh dari lembaga keuangan.

Lamidi & Rahadhini (2021) menganalisis pengaruh pemasaran digital dan inklusi keuangan terhadap keberlanjutan bisnis melalui kinerja pemasaran. UMKM dituntut mampu beradaptasi dengan adaptasi baru dan mengkomunikasikan produk secara intensif dalam pemasarannya agar mampu menjangkau konsumen secara langsung dan menekan biaya demi keberlangsungan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan pemasaran digital dan inklusi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis melalui kinerja pemasaran. Pemasaran digital dan inklusi keuangan membantu UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk serta mampu memperluas pasar yang sebelumnya terbatas, sehingga UMKM dapat bertahan di masa pandemi dan dapat meningkatkan pertumbuhan pasar dalam mendorong proses pemulihan perekonomian nasional.

Laporan IFC (2018) tentang inklusi keuangan dan pentingnya keuangan digital menyebutkan tiga manfaat utama layanan keuangan digital, yaitu kemudahan akses, kesesuaian pasar produk, dan keterjangkauan (Rasheed *et al.*, 2019). Oleh karena itu, untuk memperluas layanan keuangan, sangatlah penting untuk menjaga harga tetap rendah dan terjangkau bagi pengguna. Sayangnya kebijakan ini tidak berubah bagi UMKM karena mereka tidak dapat menemukan produk dan layanan

yang sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhan bisnis mereka. Rasheed & Siddiqui (2019), Shofawati (2019), dan Islam (2020) menemukan adanya hubungan positif antara inklusi keuangan dan kewirausahaan yang mendorong beberapa perempuan pengusaha untuk membuka usaha sendiri. Dengan memperkenalkan beberapa titik akses keuangan seperti cabang perbankan dan ATM serta memperkenalkan layanan keuangan tambahan yang memungkinkan kesempatan konsumen mendapatkan akses terhadap fasilitas kredit, inklusi keuangan dapat ditingkatkan.

Shofawati (2019) menjelaskan peran keuangan digital untuk memperkuat inklusi keuangan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia adalah ketersediaan keuangan digital dapat menciptakan inklusi keuangan sehingga akses terhadap pembiayaan lebih mudah terutama bagi UMKM yang sebagian besar tidak *bankable*. Berdasarkan inklusi keuangan berbasis keuangan digital, UMKM dapat memperoleh modal dan pembiayaan untuk operasional, investasi, dan peluang pertumbuhan.

Di negara-negara berkembang, permasalahan ini menjadi lebih parah karena berbagai hambatan internal dan eksternal seperti korupsi, kendala teknologi, infrastruktur yang buruk, dan lain-lain memperlambat proses inklusi. Selain itu, hambatan dari sisi penawaran dan permintaan juga berdampak lebih besar terhadap inklusi keuangan UMKM (Blancher *et al.*, 2019). Namun, untuk mencapai tujuan sistem keuangan inklusif merupakan tantangan bagi negara berkembang, pemerintah, lembaga keuangan dan lembaga nasional/internasional terkait tetap berkomitmen terhadap inklusi keuangan bagi individu dan perusahaan yang kurang terlayani untuk membangun perekonomian yang kuat.

Studi Rasheed *et al.* (2019) membahas bagaimana bank Islam di Pakistan dapat membantu sektor UMKM untuk tumbuh dengan memfasilitasi mereka secara finansial, mengungkapkan bahwa sejumlah besar UMKM tertarik pada produk dan layanan yang sesuai dengan syariah untuk kebutuhan keuangan bisnis

mereka. Bersamaan dengan ini, lembaga-lembaga nasional dan internasional yang secara khusus bekerja di bidang inklusi keuangan menekankan pada digitalisasi dan mengklaim bahwa penyediaan layanan keuangan digital mendorong pertumbuhan inklusif di negara-negara berkembang.

Inklusi keuangan tidak dapat dicapai jika tidak ada jaringan jalan yang baik yang menghubungkan UMKM dan bank dan jika tidak ada akses terhadap sistem pembayaran dan penyelesaian yang aman dan dapat diandalkan. Bank mempunyai peran penting dalam pencapaian inklusi keuangan. Namun layanan mereka harus tersedia dengan mudah dan murah saat dibutuhkan (Kingsley, 2018)

F. Peran Inklusi Keuangan pada Kinerja UMKM

UMKM mempunyai potensi untuk meningkatkan penciptaan lapangan kerja, mendorong kewirausahaan lokal dan pengembangan teknologi lokal, meningkatkan penciptaan kekayaan, mengurangi angka kemiskinan, mengurangi perpindahan desa-kota, meningkatkan redistribusi pendapatan, memfasilitasi penyebaran industri, mendorong ekspor, dan meningkatkan status perekonomian suatu bangsa (Abeh, 2017). Strategi yang digunakan adalah: *agent banking*; *mobile banking/mobile payments*; model saling terkait; dan pemberdayaan klien (Onalo *et al.*, 2017).

Salah satu kendala untuk meningkatkan indeks inklusi keuangan Indonesia adalah rendahnya akses terhadap lembaga keuangan formal karena kurangnya pengetahuan dan kompleksitas produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan (Nugroho & Purwanti, 2018). Dukungan finansial penting bagi kinerja unggul UMKM. Secara umum, UMKM tidak mempunyai akses terhadap dana dari lembaga keuangan formal karena pemberian pinjaman kepada UMKM berisiko, pengelolaan pinjaman UMKM mahal dan mahal untuk diawasi, dan tidak tersedianya peringkat kredit komprehensif yang menandakan kelayakan kredit UMKM.

Ketidakmampuan UMKM untuk memenuhi persyaratan pinjaman dari lembaga keuangan formal telah membuat pemilik UMKM beralih ke lembaga keuangan informal untuk mendapatkan dukungan. Penegasan ini sejalan dengan hasil yang diperoleh saat ini bahwa UMKM yang tidak menerima dukungan pemerintah mampu mencapai peningkatan kinerja berdasarkan dukungan yang diterima dari teman dan anggota keluarga. Dengan demikian, tabungan pribadi pemilik UMKM, dan dukungan dari teman dan anggota keluarga digunakan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

Zarook *et al.* (2013) menyatakan bahwa kinerja suatu perusahaan mempengaruhi aksesnya terhadap pendanaan, terutama yang bersumber dari lembaga formal. Kesulitan dalam mengakses pendanaan mungkin menghalangi UMKM untuk tumbuh mencapai ukuran optimalnya dan dapat menyebabkan banyak perusahaan beroperasi di luar sistem formal. Hal ini juga dapat mengakibatkan rendahnya produktivitas, produk di bawah standar, pengangguran, dan penutupan UMKM sebelum waktunya. Para pendukung inklusi keuangan berpendapat bahwa sumber keuangan formal tetap menjadi sumber pertumbuhan, perkembangan, dan kinerja UMKM yang dapat diandalkan di berbagai negara (Oladele *et al.*, 2014).

Hasil penelitian saat ini mengungkapkan bahwa strategi dan perangkat inklusi keuangan berkontribusi terhadap kinerja keuangan dan non-keuangan UMKM (Agbim, 2020). Menguatkan pandangan ini, Triki & Faye (2013) menegaskan bahwa inklusi keuangan membantu individu untuk mengembangkan bisnis mereka, kapasitas, dan perusahaan untuk memperkuat kapasitas manusia dan fisik mereka. Selain itu, tingkat akumulasi modal yang tinggi, kombinasi yang tepat dari faktor-faktor produksi lainnya, lingkungan bisnis yang baik, dan berkurangnya eksklusi keuangan akan membawa peningkatan kinerja UMKM. Ibor *et al.* (2017) menemukan bahwa inklusi keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap operasional dan pertumbuhan UMKM. Salman *et al.* (2015) mengungkapkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh

positif terhadap pertumbuhan dan perkembangan UMKM, sedangkan Abdulrahman & Olofin (2017) menetapkan bahwa inklusi keuangan berhubungan positif dengan pertumbuhan inklusif UMKM.

Banyak bukti menunjukkan bahwa iklim investasi dan khususnya inklusi keuangan sangat penting bagi pertumbuhan perusahaan (Muhumuza, 2019). Persoalan ini menjadi lebih penting lagi di negara-negara berkembang dimana pasar dan infrastruktur kelembagaannya kurang berkembang. Kurangnya pendanaan sebagai faktor utama yang menghambat pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Inklusi keuangan membantu meringankan hambatan pertumbuhan UMKM dan meningkatkan akses mereka terhadap pendanaan eksternal, sehingga menyamakan persaingan antar perusahaan dengan ukuran berbeda. Selain itu, pertumbuhan usaha terhambat oleh kendala non-finansial yang bersifat regulasi.

Sustainability UMKM merupakan kemampuan UMKM untuk menjaga kelangsungan usahanya. Menurut Eresia-Eke & Raath (2013), UMKM yang memiliki keberlanjutan usaha adalah UMKM yang mengalami pertumbuhan yang semakin meningkat dari waktu ke waktu. Tiga hal yang dapat diukur untuk mengetahui keberlanjutan UMKM adalah kemampuan finansial, kemampuan strategis, dan kemampuan organisasi. Salah satu cara untuk meningkatkan keberlanjutan kemampuan keuangan adalah melalui inklusi keuangan (Le et al., 2019).

Hasil penelitian Lamidi & Rahadhini (2021) menunjukkan pemasaran digital dan inklusi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis melalui kinerja pemasaran. Pemasaran digital dan inklusi keuangan membantu UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk serta mampu memperluas pasar yang sebelumnya terbatas, sehingga UMKM dapat bertahan di masa pandemi dan dapat meningkatkan pertumbuhan pasar dalam mendorong proses pemulihan perekonomian nasional.

Untuk mendukung dan memperluas inklusi keuangan terdapat platform yang mengembangkan teknologi informasi yaitu *financial technology* (Makina, 2019). Fintech merupakan bisnis berbasis teknologi yang bersaing atau berkolaborasi dengan lembaga keuangan (Rusydiana, 2018). Safira *et al.* (2020) menemukan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap investasi saham syariah. Penelitian lain yang dilakukan Fitriani (2018) menunjukkan bahwa *fintech* mampu meningkatkan inklusi keuangan. Winarto (2020) membuktikan bahwa perkembangan *fintech* yang dilakukan oleh lembaga keuangan baik itu dapat meningkatkan literasi keuangan dan inklusi keuangan pada UMKM. Selain itu, peningkatan inklusi keuangan melalui digitalisasi perbankan yang terintegrasi dengan *fintech* ternyata berdampak positif terhadap inklusi keuangan tersebut (Mittal *et al.*, 2016), hal ini dikarenakan *fintech* dapat mengurangi informasi asimetris dan meningkatkan pasokan kredit perbankan kepada UMKM (Sheng, 2021); mengurangi hambatan pendanaan bagi UMKM (Makina, 2019).

Peran teknologi keuangan untuk memperkuat inklusi keuangan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia memudahkan akses pendanaan terutama bagi UMKM *non-bankable* (Shofawati, 2019). Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam merupakan negara yang paling siap menjadi *Islamic Fintech hub* di dunia (Firmansyah & Anwar, 2019). Perlu adanya kolaborasi antara *fintech* dan lembaga keuangan dalam rangka meningkatkan inklusi keuangan (Fitriani, 2018), sedangkan untuk mendukung keberlanjutan UMKM diperlukan pemanfaatan *fintech* dan peningkatan inklusi keuangan masyarakat. Oleh karena itu, perlu diketahui hubungan antara *fintech*, inklusi keuangan, dan pengaruhnya terhadap keberlanjutan UMKM.

Produk teknologi finansial akan memudahkan transaksi keuangan dengan nasabah, bahkan mendapatkan tambahan modal dari platform peminjaman uang digital. Dengan demikian, inklusi keuangan akan meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM. Berdasarkan penelitian Le *et al.*

(2019), bahwa inklusi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM dan juga terhadap kinerjanya (Aribawa, 2016 dan ; keberlanjutan UMKM dari perspektif Islam (Nurohman *et al.*, 2021).

G. Rangkuman

Tingginya tingkat eksklusi keuangan dapat membawa dua ancaman besar terhadap perekonomian, yaitu kemungkinan hilangnya pertumbuhan bisnis, terbatasnya potensi pertumbuhan suatu negara yang berdampak pada tingginya tingkat pengangguran dan kemiskinan. Oleh karena itu, penerapan inklusi keuangan di suatu negara dapat menjadi solusi langsung terhadap keburaman keuangan yang dihadapi setiap pengusaha. Pada akhirnya inklusi keuangan diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat secara menyeluruh.

Inklusi keuangan merupakan ketersediaan akses terhadap berbagai lembaga, produk, layanan keuangan sesuai kemampuan dan kebutuhan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Inklusi keuangan harus bersifat inklusif dan berkelanjutan agar dapat berdampak pada semua pihak yang terlibat dan perekonomian secara keseluruhan. Inklusi keuangan dapat memberikan layanan keuangan yang sesuai kepada kelompok rentan termasuk usaha mikro, petani miskin, dan kelompok berpenghasilan rendah lainnya.

Inklusi keuangan dapat diukur dengan menggunakan empat indikator antara lain: akses, kualitas, manfaat, dan kesejahteraan. Akses merupakan komponen yang menekankan pada kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan dan produk jasa keuangan. Kualitas merupakan ukuran kesesuaian antara layanan dan produk perbankan dengan kebutuhan konsumen. Manfaat mengukur jumlah produk dan frekuensi pemanfaatan produk oleh masyarakat. Kesejahteraan merupakan ukuran dampak layanan perbankan dan produk terhadap konsumen, seperti dampak aktivitas

bisnis. Di banyak negara berkembang, kurang dari separuh penduduknya memiliki rekening di lembaga keuangan. Kondisi Indonesia hanya sedikit lebih baik, hanya sekitar separuh penduduk yang memiliki akses terhadap layanan tersebut.

Meningkatnya tingkat inklusi keuangan berkontribusi pada ketersediaan dana bagi wirausahawan inovatif dan, tentu saja, pengurangan biaya yang dicapai oleh bank melalui inovasi teknologi dapat diarahkan sebagai surplus bagi usaha kecil yang inovatif. Upaya meningkatkan inklusi keuangan antara lain dengan menyediakan layanan keuangan berbasis digital, kemudahan persyaratan pembiayaan, kerja sama dengan berbagai kelompok usaha, kerja sama dengan ekosistem digital. Berdasarkan inklusi keuangan berbasis keuangan digital, UMKM dapat memperoleh modal dan pembiayaan untuk operasional, investasi, dan peluang pertumbuhan. Dengan demikian, inklusi keuangan akan meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM

H. Tugas dan Evaluasi

1. Apakah definisi dari inklusi keuangan?
2. Jelaskan bagaimana inklusi keuangan mempengaruhi perekonomian suatu negara?
3. Apa saja indikator dari Inklusi keuangan? Sebut dan jelaskan!
4. Apa peran inklusi keuangan bagi pengusaha yang mempunyai keterbatasan dana?
5. Bagaimana jika pengusaha kesulitan memperoleh modal,
 - a. Kemungkinan apa yang pengusaha lakukan?
 - b. Apa efek dari tindakan tersebut baik terhadap bisnis dan lingkungannya?
6. Jelaskan bagaimana inklusi keuangan dapat meningkatkan kinerja UMKM!
7. Apa peran inklusi keuangan terhadap
 - a. Kinerja UMKM
 - b. Keberlanjutan UMKM
8. Bagaimana cara inklusi keuangan mendorong semangat atau jiwa kewirausahaan?

9. Berikan saran anda supaya inklusi keuangan bisa mendorong kemajuan UMKM Indonesia!
10. Jelaskan perbedaan kondisi inklusi keuangan di negara berkembang dan negara maju!

Daftar Pustaka

- Abdulrahman, D. H., & Olofin, O. P. (2017). Financial inclusion, small and medium scale enterprises and inclusive economic growth in Nigeria (1990-2015). *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 8(4), 204–214.
- Abeh, O. (2017). The problems and prospects of small and medium scale enterprises (SMEs) growth and development in Nigeria: A study of selected SMEs in Delta State. *International Journal of Scientific Research in Education*, 10(3), 278–294.
- Agbim, K. C. (2020). Government policy, financial inclusion and performance of SMEs in South Eastern Nigeria. *International Entrepreneurship Review*, 6(2), 69–82.
- Ajide, F. M. (2020). Financial inclusion in Africa: does it promote entrepreneurship? *Journal of Financial Economic Policy*, 12(4), 687–706.
- Alam, M. Z., Patwary, M. M., & Rahim, M. A. (2013). Mobile money system: the Bangladesh experience. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(10), 1–5.
- Anarfo, E. B., Abor, J. Y., Osei, K. A., & Gyeke-Dako, A. (2019). Monetary policy and financial inclusion in sub-Saharan Africa: a panel VAR approach. *Journal of African Business*, 20(4), 549–572.
- Andrianaivo, M., & Kpodar, K. (2011). *ICT, financial inclusion, and growth: Evidence from African countries*.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13.

- Arun, T., & Kamath, R. (2015). Financial inclusion: Policies and practices. *IIMB Management Review*, 27(4), 267–287.
- Asongu, S. A., & Odhiambo, N. M. (2018). ICT, financial access and gender inclusion in the formal economic sector: evidence from Africa. *African Finance Journal*, 20(2), 45–65.
- Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2014). Do firms want to borrow more? Testing credit constraints using a directed lending program. *Review of Economic Studies*, 81(2), 572–607.
- Bank, W. (2022). *Financial Inclusion Financial inclusion is a key enabler to reducing poverty and boosting prosperity*. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>
- Blancher, M. N. R., Appendino, M., Bibolov, A., Fouejieu, M. A., Li, M. J., Ndoye, A., Panagiotakopoulou, A., Shi, W., & Sydorenko, T. (2019). *Financial inclusion of small and medium-sized enterprises in the Middle East and Central Asia*. International Monetary Fund.
- Bogdanović, M. (2016). Women entrepreneurship and access to capital. *JWEE*, 3–4, 20–34.
- Chandrarin, G., Sanusi, A., Imron, A., & Yuniarti, S. (2018). An empirical study on income equality, economic growth and financial inclusion in Indonesia: model development on SMEs financing. *International Journal of Education Economics and Development*, 9(4), 346–365.
- Culot, G., Orzes, G., Sartor, M., & Nassimbeni, G. (2020). The future of manufacturing: A Delphi-based scenario analysis on Industry 4.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 157, 120092.
- Della Peruta, M. (2018). Adoption of mobile money and financial inclusion: a macroeconomic approach through cluster analysis. *Economics of Innovation and New Technology*, 27(2), 154–173.

- (2015). *The little data book on financial inclusion*.
- Diniz, E., Birochi, R., & Pozzebon, M. (2012). Triggers and barriers to financial inclusion: The use of ICT-based branchless banking in an Amazon county. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(5), 484–494.
- Dwijayanti, N., Iqbal, M., & Zulfikar, M. (2022). The Role of Islamic Fintech P2PL in Increasing Inclusion and Financial Literacy of MSMEs. *Journal of Islamic Finance*, 11(1), 94–101.
- Eresia-Eke, C. E., & Raath, C. (2013). SMME owners' financial literacy and business growth. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(13), 397.
- Fan, Z., & Zhang, R. (2017). Financial inclusion, entry barriers, and entrepreneurship: Evidence from China. *Sustainability*, 9(2), 203.
- Fareed, F., Gabriel, M., Lenain, P., & Reynaud, J. (2017). *Financial inclusion and women entrepreneurship: Evidence from Mexico*.
- Field, E., Pande, R., Papp, J., & Rigol, N. (2013). Does the classic microfinance model discourage entrepreneurship among the poor? Experimental evidence from India. *American Economic Review*, 103(6), 2196–2226.
- Firmansyah, E. A., & Anwar, M. (2019). Islamic financial technology (FINTECH): its challenges and prospect. *Achieving and Sustaining SDGs 2018 Conference: Harnessing the Power of Frontier Technology to Achieve the Sustainable Development Goals (ASSDG 2018)*, 52–58.
- Fitriani, H. (2018). Kontribusi fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada pertanian (Studi analisis melalui pendekatan keuangan syariah dengan situs peer to peer lending pada pertanian di Indonesia). *EL BARKA: Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 1–26.
- Gautam, D. P. (2017). Remittance inflows and starting a business. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 6(3), 290–314.

- Goel, N., & Madan, P. (2019). Benchmarking financial inclusion for women entrepreneurship—a study of Uttarakhand state of India. *Benchmarking: An International Journal*, 26(1), 160–175.
- Gosavi, A. (2018). Can mobile money help firms mitigate the problem of access to finance in Eastern sub-Saharan Africa? *Journal of African Business*, 19(3), 343–360.
- Hlaing, S. W., & Kakinaka, M. (2018). Financial crisis and financial policy reform: Crisis origins and policy dimensions. *European Journal of Political Economy*, 55, 224–243.
- Horváth, D., & Szabó, R. Z. (2019). Driving forces and barriers of Industry 4.0: Do multinational and small and medium-sized companies have equal opportunities? *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 119–132.
- Ibor, B. I., Offiong, A. I., & Mendie, E. S. (2017). Financial inclusion and performance of micro, small and medium scale enterprises in Nigeria. *International Journal of Research Granthaalayah*, 5(3), 104–122.
- Inoue, T. (2019). Financial inclusion and poverty reduction in India. *Journal of Financial Economic Policy*, 11(1), 21–33.
- Islam, N. (2020). Impact of Financial Inclusion on the Women SME Entrepreneurs in Bangladesh. *Social Science Review Quarterly*, 1(1), 14–26.
- Jiang, L., Tong, A., Hu, Z., & Wang, Y. (2019). The impact of the inclusive financial development index on farmer entrepreneurship. *PloS One*, 14(5), e0216466.
- Kabala, E., Mapoma, R., Nalutongwe, C., Muyani, D., & Lungu, J. (2021). An ethnological analysis of the influence of mobile money on financial inclusion: The case of urban Zambia. *Zambia Social Science Journal*, 7(1), 4.
- Kanobe, F., Alexander, P. M., & Bwalya, K. J. (2017). Policies, regulations and procedures and their effects on mobile money systems in Uganda. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 83(1), 1–15.

- Keuangan, O. J. (2017). Strategi nasional literasi keuangan indonesia (revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1102.
- Kingsley, I. (2018). Demystifying the microeconomic foundation of economic development in Nigeria: evidence from ease of doing business index. *Bullion*, 42(2), 6.
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Disolo Raya. *Among Makarti*, 14(2).
- Lamidi, L., & Rahadhini, M. (2021). The effect of digital marketing and financial inclusion on business sustainability through Marketing Performance Culinary Msme's in Surakarta. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 4(06), 716-723.
- Lapukeni, A. F. (2015). Financial inclusion and the impact of ICT: An overview. *American Journal of Economics*, 5(5), 495-500.
- Le, T.-H., Chuc, A. T., & Taghizadeh-Hesary, F. (2019). Financial inclusion and its impact on financial efficiency and sustainability: Empirical evidence from Asia. *Borsa Istanbul Review*, 19(4), 310-322.
- Lenka, S. K., & Barik, R. (2018). Has expansion of mobile phone and internet use spurred financial inclusion in the SAARC countries? *Financial Innovation*, 4(1), 1-19.
- Makina, D. (2019). The potential of FinTech in enabling financial inclusion. In *Extending financial inclusion in Africa* (pp. 299-318). Elsevier.
- Mancusi, M. L., & Vezzulli, A. (2010). R&D, innovation and liquidity constraints. *CONCORD 2010 Conference, Sevilla*, 3-4.
- Marlina, A. S., & Fatwa, N. (2021). Fintech Syariah Sebagai Faktor Pendorong Peningkatan Inklusivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 412-422.

- Mehrotra, A. N., & Yetman, J. (2015). Financial inclusion-issues for central banks. *BIS Quarterly Review March*.
- Mittal, S., Joshi, D., & Lin, L. S. (2016). Digital Banking: New Avatar-Banks Watch Out for Banks. *DBS Asian Insights*.
- Muhumuza, F. (2019). *Financial inclusion and micro, small, and medium enterprises (MSMEs) growth in Uganda*.
- Muto, M., & Yamano, T. (2009). The impact of mobile phone coverage expansion on market participation: Panel data evidence from Uganda. *World Development*, 37(12), 1887-1896.
- Nanda, K., & Kaur, M. (2016). Financial inclusion and human development: A cross-country evidence. *Management and Labour Studies*, 41(2), 127-153.
- Neelakandan, M., & Maruthi, I. (2019). Analysis of performance of commercial banks on financial inclusion in kerala state with special reference to credits and loans. *Int. J. of Social Science and Economic Research*, 4(2), 901-929.
- Nugroho, A., & Purwanti, E. Y. (2018). Determinan inklusi keuangan di Indonesia (global finindex 2014). *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 1-13.
- Nurohman, Y. A., Kusuma, M., & Narulitasari, D. (2021). Fin-Tech, financial inclusion, and sustainability: a quantitative approach of Muslims SMEs. *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, 6(1), 54-67.
- Okello Candiya Bongomin, G., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. A. (2018). Mobile money and financial inclusion in sub-Saharan Africa: the moderating role of social networks. *Journal of African Business*, 19(3), 361-384.
- Oladele, P. O., Oloowokere, B. A., & Akinruwa, T. E. (2014). Sources of finance and small and medium scale enterprises' performance in Ado-Ekiti metropolis. *European Centre for Research Training and Development UK (Www. Ea-Journals. Org)*, 2(1), 59-78.

- Onalo, U., Lizam, M., & Kaseri, A. (2017). Financial inclusion and the Nigerian economy: Empirical evidences. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 4(4), 1-10.
- Ouma, S. A., Odongo, T. M., & Were, M. (2017). Mobile financial services and financial inclusion: Is it a boon for savings mobilization? *Review of Development Finance*, 7(1), 29-35.
- Ozili, P. K. (2020). Social inclusion and financial inclusion: international evidence. *International Journal of Development Issues*, 19(2), 169-186.
- Park, C.-Y., & Mercado Jr, R. (2018). Financial inclusion, poverty, and income inequality. *The Singapore Economic Review*, 63(01), 185-206.
- Prestama, F. B., Iqbal, M., & Riyadi, S. (2019). Potensi Finansial Teknologi Syariah Dalam Menjangkau Pembiayaan Non-Bank. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 4(2), 147-158.
- Rasheed, R., & Siddiqui, S. H. (2019). Attitude for inclusive finance: influence of owner-managers' and firms' characteristics on SMEs financial decision making. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 35(3), 158-171.
- Rasheed, R., Siddiqui, S. H., & Chaudhry, I. S. (2019). DEVELOPMENT OF SME'S WITH PROVISION OF ISLAMIC FINANCE IN EMERGING ECONOMIES: A CASE OF PAKISTAN. *Zia-e-Tahqeeq*, 9(17).
- Rasheed, R., Siddiqui, S. H., Mahmood, I., & Khan, S. N. (2019). Financial inclusion for SMEs: Role of digital micro-financial services. *Review of Economics and Development Studies*, 5(3), 571-580.
- Rusydiana, A. S. (2018). Bagaimana mengembangkan industri fintech syariah di Indonesia? pendekatan interpretive structural model (ISM). *Al-Muzara'ah*, 6(2), 117-128.
- Safira, Y. A., Efni, Y., & Fitri, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Pada

- Masyarakat Pekanbaru (Studi Pada Investor Saham Syariah Di Pekanbaru). *Bahtera Inovasi*, 3(2), 194–206.
- Salman, A. Y., Ayo-Oyebiyi, G. T., & Emenike, O. A. (2015). Influence of financial inclusion on small and medium enterprises growth and development in Nigeria. *International Journal in Management and Social Science*, 3(4), 390–401.
- Sanistasya, P. A., Rahardjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur. *Jurnal Economia*, 15(1), 48–59.
- Sarma, M. (2012). Index of Financial Inclusion—A measure of financial sector inclusiveness. *Centre for International Trade and Development, School of International Studies Working Paper Jawaharlal Nehru University, Delhi, India*.
- Sarma, M., & Pais, J. (2011). Financial inclusion and development. *Journal of International Development*, 23(5), 613–628.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). *Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Sidoarjo*. Udayana University.
- Sethi, D., & Sethy, S. K. (2018). Financial inclusion matters for economic growth in India: Some evidence from cointegration analysis. *International Journal of Social Economics*, 46(1), 132–151.
- Sheng, T. (2021). The effect of fintech on banks' credit provision to SMEs: Evidence from China. *Finance Research Letters*, 39, 101558.
- Shofawati, A. (2019). The role of digital finance to strengthen financial inclusion and the growth of SME in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 389–407.
- Thomas, H., & Hedrick-Wong, Y. (2019). *Inclusive growth: The global challenges of social inequality and financial inclusion*. Emerald Publishing Limited.

- Triki, T., & Faye, I. (2013). Financial inclusion in Africa. *African Development Bank*, 556.
- Valencia, E. T., Lamouri, S., Pellerin, R., Dubois, P., & Moeuf, A. (2019). Production planning in the fourth industrial revolution: A literature review. *IFAC-PapersOnLine*, 52(13), 2158-2163.
- Wang, F. Y., & Tan, M. J. (2017). Integration of Pratt & Whitney Finance and Farmers' Entrepreneurship: Mechanism, Dilemma and Path. *Xuehai*, 6, 151-155.
- Wellalage, N. H., Hunjra, A. I., Manita, R., & Locke, S. M. (2021). Information communication technology and financial inclusion of innovative entrepreneurs. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120416.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61-73.
- Zarook, T., Rahman, M. M., & Khanam, R. (2013). Does the financial performance matter in accessing to finance for Libya's SMEs? *International Journal of Economics and Finance*, 5(6), 11-19.

BAB 6

ADOPSI LAYANAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM

Aftuqa Sholikatur Rohmania, S.M., M.M
Universitas Sains dan Teknologi Komputer
(Universitas STEKOM)

A. Pendahuluan

Digital keuangan sebagai bentuk penerapan teknologi informasi di bidang keuangan. Pada perkembangannya keuangan tradisional telah mengadopsi digitalisasi untuk dapat diterapkan pada sistem keuangannya. Hal ini menggambarkan digitalisasi industri keuangan sebagai paradigma baru yang memberikan inovasi teknologi informasi dengan kolaborasi keuangan. Menurut Razzaque *et al.*, (2020) keuangan digital merupakan mata uang yang penggunaannya digital. Akhir tahun 1990an, ketersediaan layanan keuangan online disebut sebagai *FinTech*, sedangkan pada tahun 2000an disebut sebagai keuangan digital. Layanan keuangan digital telah dijelaskan oleh Biscaye *et al.*, (2017) sebagai pengoperasian transaksi keuangan dengan bantuan telepon seluler melalui bank. Penerimaan dan adopsi teknologi dari masyarakat menjadi salah satu faktor terpenting dalam menentukan pertumbuhan suatu negara. Keuangan digital menjadi hal yang baru sebagai hasil dari kemajuan teknologi dan inovasi. Menurut Agrawal & Jain, (2019), keberhasilan penerapan layanan keuangan digital bergantung pada dua aspek: pertama, penerapannya dilakukan pada kalangan kelompok yang menggunakan keuangan digital secara terus menerus; kedua, menyediakan segala bentuk

transaksi keuangan agar individu mengetahui layanan yang tersedia.

Industri keuangan mendorong inovasi model bisnis berupa keuangan digital bagi masyarakat umum. Keuangan digital telah dijelaskan sebagai aksesibilitas layanan keuangan melalui platform digital, seperti ponsel, Internet, kartu kredit, ATM, dan sebagainya (Gomber *et al.*, 2017). Namun, diketahui keuangan digital mampu memberikan ancaman bagi perusahaan keuangan tradisional. Ancaman tersebut bisa dikembangkan menjadi peluang dengan menarik aspek-aspek pengguna keuangan tradisional untuk memanfaatkan dan menggunakan keuangan digital. Keuangan digital ini untuk mendapatkan keunggulan daya saing yang kompetitif. Keuangan digital juga menyediakan akses ke bank dan layanannya, misalnya sistem pembayaran dan kredit yang sulit dijangkau. Keuangan Digital dapat digambarkan dengan *start-up* keuangan digital sebagai perusahaan yang menciptakan inovasi untuk mengintegrasikan perbankan digital terdistribusi, solusi seluler dan platform pengiriman, keuangan mikro, solusi pembayaran, pinjaman *peer-to-peer*, dan *crowdfunding*. Namun, teknologi dan layanan baru tidak hanya diperuntukkan bagi *start-up* saja. Oleh karena itu, saat ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sorotan yang perlu dikembangkan dalam adopsi layanan keuangan digital.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha terbesar yang mendominasi di Indonesia. Indonesia menargetkan menjadi salah satu negara yang memainkan peran penting pada ekonomi digital di Asia tenggara. Peluang yang diperoleh dari pertumbuhan yang signifikan dari UMKM. UMKM Indonesia mampu menjangkau 99% dari keseluruhan unit usaha, dimana berkontribusi terhadap PDP sebesar 60,5% dan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9%. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI tahun 2021 menyatakan Indonesia memiliki potensi pengembangan ekonomi digital pada UMKM yang begitu besar dan terus bertumbuh. Namun, nyatanya pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala atau tantangan

seperti keterbatasan akses dalam digitalisasi, minimnya perluasan pangsa pasar, masih minimnya sumberdaya dan pengetahuan pada pelaku UMKM. Sehingga implementasi keuangan digitalnya dianggap membutuhkan modal yang besar ataupun kesulitan dalam penggunaannya bagi pelaku UMKM.

Di era perkembangan teknologi, konsumen mencari kemudahan akses terhadap layanan keuangan. Transparansi dalam transaksi, pengurangan biaya dan akses terhadap informasi keuangan adalah beberapa manfaat yang melekat pada layanan keuangan digital (Zavolokina *et al.*, 2016). Namun, keuangan digital memiliki konsekuensi tersendiri (Arner *et al.*, 2020) dimana konsumen hanya akan mengadopsi suatu teknologi jika teknologi tersebut dapat mengimbangi risiko dan meningkatkan manfaatnya. UMKM dalam mengadopsi layanan keuangan digital harus memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerjanya. Liao *et al.*, (2022) menyatakan keuangan digital memiliki hubungan yang kuat dalam meningkatkan kinerja UMKM. Sehingga UMKM yang menggunakan layanan keuangan digital diharapkan mampu kompatibel dalam mengoptimalkan kinerja UMKM.

UMKM dalam perkembangannya perlu membangun identitas digital, menciptakan infrastruktur keuangan dan pasar keuangan digital yang mendorong pembangunan berkelanjutan (Thathsarani & Jianguo, 2022). Menurut Ensari & Karabay (2014) memanfaatkan keuangan digital akan memberikan informasi, keahlian, meningkatkan hubungan yang baik antara pemasok dan konsumen kepada UMKM, peningkatan kerjasama dan peningkatan produksi dan efisiensi. Keuangan digital tidak hanya sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau UMKM namun juga memiliki manfaat unik yang melekat dalam mengembangkan kombinasi menyeluruh antara teknologi digital dan layanan keuangan. Hal ini mencakup analisis penilaian dan pengendalian risiko kredit melalui pengurangan asimetri informasi antara penyedia layanan dan UMKM. Dengan demikian, layanan keuangan digital menjadi teknik baru dalam mengoperasikan proses layanan keuangan dan

memberikan solusi pembiayaan alternatif bagi pelaku UMKM (Lin *et al.*, 2022; Singh *et al.*, 2020).

B. Definisi dan Jenis Keuangan Digital

1. Definisi Keuangan Digital

Aktivitas keuangan bisnis saat ini memerlukan penerapan digitalisasi. Menurut Sharma & Shastri, (2020) adanya penerapan tersebut berpeluang tercapainya kemudahan pengelolaan kegiatan dalam meminimalkan biaya, mengelola standarisasi dan rincian transportasi serta meminimalkan penggunaan sumber daya. Dalam kegiatannya keuangan digital berperan penting untuk keberlangsungan aktivitas individu ataupun pelaku usaha.

Penelitian sebelumnya memberikan penjelasan bahwa keuangan digital merupakan layanan keuangan yang berbasis pada jaringan komputer atau ponsel berkaitan dengan sistem pembayaran yang andal (Gabor & Brooks, 2017; Ozili, 2018). Menurut Polasik *et al.*, (2020) keuangan digital pada dasarnya sebagai perpaduan teknologi komputer dan layanan keuangan tradisional atau dapat dikatakan generasi keuangan tradisional yang sudah berbasis internet. Buchak *et al.*, (2018); Gazel & Schwienbacher, (2021) melanjutkan secara spesifik digital keuangan mengacu pada perpaduan teknologi digital inovatif, seperti *artificial intelligence*, *big data* and *blockchain technology*, yang desain penyampaian melalui layanan dan produk keuangan. Keuangan digital merupakan salah satu bentuk penyelenggaraan layanan keuangan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas layanan keuangan dan memberikan kemudahan bagi penggunanya (Alamsyah & Islami, 2023). Oleh karena itu dapat disimpulkan keuangan digital merupakan layanan keuangan online di bidang teknologi informasi (TI) yang digunakan untuk memajukan sektor keuangan untuk melakukan perubahan dan kemampuan dalam layanan keuangan.

Keuangan digital merupakan reformasi teknologi baru pada industri keuangan. Perubahan ini terjadi pada model dan proses bisnis pada keuangan yang mana dari tradisional menjadi digitalisasi. Meskipun inovasi teknologi di bidang keuangan bukanlah hal baru, investasi pada teknologi ini mampu mencapai substansial tinggi dalam dekade terakhir. Hal ini menandakan laju inovasi keuangan digital telah mengalami perkembangan yang pesat. Keuangan digital dapat menguntungkan konsumen dan perusahaan dengan memungkinkan akses yang lebih besar terhadap layanan keuangan, menawarkan pilihan yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional (European Commission, 2020).

Keuangan digital juga telah diatur dalam peraturan Bank Indonesia pasal 1 angka 1 Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial menyatakan keuangan digital merupakan model bisnis baru pada bidang keuangan yang penggunaannya menggunakan teknologi yang mana mampu memberikan produk dan layanan yang lebih stabil dan efisien pada setiap sistem keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga mengeluarkan peraturan terkait keuangan digital. Peraturan tertuang pada Nomor 13 /POJK.02/2018 Tentang Inovasi Keuangan Digital Di Sektor Jasa Keuangan bahwa inovasi keuangan digital perlu diarahkan agar menghasilkan inovasi keuangan digital yang bertanggung jawab, aman, mengedepankan perlindungan konsumen dan memiliki risiko yang terkelola dengan baik. Mengingat hal tersebut perlu disadari bahwa keuangan digital harus dikembangkan dan disebarluaskan manfaatnya untuk kepentingan masyarakat. Pengelolaannya juga harus menggunakan model dan mekanisme yang nyaman dan efektif. Sehingga mampu mendorong gaya positif masyarakat menggunakan keuangan digital.

Keuangan digital menurut pandangan Ozili (2018) merupakan jenis model keuangan baru yang memanfaatkan perangkat lunak serta membutuhkan interaksi konsumen

yang mana biasanya disalurkan kepihak industri jasa keuangan. Individu dan perusahaan yang mengakses keuangan digital akan terfasilitasi infrastruktur yang memudahkan dalam bertransaksi. Transaksi tersebut dapat dilakukan secara online dengan menghubungkan ke internet tanpa *face to face* dengan penyedia jasa keuangan. Hal ini dapat terjembatani oleh platform digital yang mana mampu berkontribusi dalam inklusi keuangan dan peningkatan kinerja pada pelaku usaha. Menurut CGAP, (2015) dalam layanan keuangan digital mampu terkomponen baik dengan menggunakan platform digital. Hal yang mempermudah transaksinya dengan mensyaratkan semua pengguna memiliki rekening perbankan yang mana rekening tersebut memiliki dana yang tersedia sebagai transaksi berkelanjutan. Sehingga keuangan digital akan memberikan kenyamanan dalam pengoperasiannya menggunakan perangkat seluler, komputer pribadi atau internet (Ozili, 2018).

2. Jenis Keuangan Digital

Keuangan digital sebagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi. Layanan keuangan digital terbukti memudahkan konsumen dalam menggunakan berbagai layanan keuangan digital, seperti: pembayaran, pinjaman, investasi dan asuransi. Pemanfaatan layanan keuangan digital semakin memudahkan konsumen, termasuk UMKM. Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (2021), ada beberapa jenis keuangan digital yang bisa diterapkan pada UMKM, antara lain:

a. *Cryptocurrency*

Uang elektronik merupakan salah satu alat pembayaran bentuk elektronik dengan sistem uang disimpan dalam media elektronik tertentu seperti aplikasi di *handphone*. Penggunaannya menggunakan aplikasi di *handphone* yang apabila digunakan akan mengurangi nilai transaksi dan setelahnya dapat diisi kembali (*top-up*). Uang elektronik ini tentunya memiliki berbagai manfaat

yaitu (a) uang elektronik bisa dipakai untuk melakukan pembayaran atas berbagai transaksi secara lebih mudah dan cepat; (b) dengan uang elektronik, pelaku UMKM tidak perlu khawatir tidak mempunyai uang kembalian untuk konsumen; (c) di masa pandemi Covid-19, penggunaan uang elektronik mengurangi kemungkinan pedagang dan konsumen terpapar virus saat melakukan transaksi.

Uang elektronik juga memiliki risiko yaitu : (a) risiko uang elektronik hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain karena pada prinsipnya uang elektronik sama seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim. Penting bagi konsumen uang elektronik untuk mengetahui risiko ini dan menjaga keamanan uang elektroniknya; (b) risiko yang ditimbulkan oleh masih kurang pemahannya konsumen dalam menggunakan uang elektronik, misalnya konsumen tidak menyadari uang elektroniknya digunakan untuk transaksi yang sama dua kali.

Cryptocurrency merupakan alat pembayaran elektronik dengan sistem dimana uang disimpan pada media elektronik tertentu seperti aplikasi telepon genggam. Ini menggunakan aplikasi seluler, yang bila digunakan mengurangi nilai transaksi dan kemudian dapat diisi ulang. *Cryptocurrency* ini tentunya memiliki berbagai keunggulan, yaitu (a) *Cryptocurrency* tersebut dapat digunakan untuk membayar berbagai transaksi dengan lebih mudah dan cepat; (b) Berkat *cryptocurrency*, UMKM tidak perlu khawatir tidak mempunyai uang untuk konsumen; (c) selama pandemi Covid-19, penggunaan *cryptocurrency* mengurangi kemungkinan pedagang dan konsumen terpapar virus selama bertransaksi.

Cryptocurrency juga mempunyai risiko, yaitu: (a) risiko uang elektronik akan hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain karena pada prinsipnya *cryptocurrency*

sama dengan uang tunai, sekali hilang tidak dapat diambil kembali.

Penting bagi konsumen *cryptocurrency* untuk menyadari risiko ini dan menjaga keamanan *cryptocurrency* mereka; (b) risiko akibat kurangnya pemahaman konsumen dalam penggunaan *cryptocurrency*, misalnya konsumen tidak mengetahui bahwa *cryptocurrency* miliknya digunakan dua kali untuk transaksi yang sama.

b. *Fintech Payment Gateway*

Fintech payment gateway merupakan layanan otorisasi pembayaran bagi pengguna kartu kredit, kartu debit langsung, dan dompet elektronik (*e-wallet*). Gerbang pembayaran *fintech* memfasilitasi transaksi dengan mentransfer informasi penting antar gerbang pembayaran, seperti perangkat seluler/situs web dan prosesor/bank. Manfaat yang dirasakan dari penggunaan *fintech payment gateway* adalah dapat mengotorisasi pembayaran antara penjual dan pembeli, seperti ketika seseorang melakukan pembelian online di situs *e-commerce*. Selain itu, *gateway pembayaran fintech* juga bertindak sebagai perantara antara situs *e-commerce* dan pedagang dan memastikan bahwa pembelian dapat dilakukan dengan aman.

Risiko tertentu mungkin timbul ketika menggunakan *gateway pembayaran fintech*, seperti (a) transaksi elektronik yang tidak sah; (b) kesalahan konsumen; (c) risiko terhadap data pribadi konsumen; (d) penipuan; dan (e) keandalan peralatan dan infrastruktur yang tidak dapat diandalkan. Kewajiban operator *fintech payment gateway* untuk mencegah risiko tersebut antara lain mengamankan informasi mengenai transaksi pembayaran yang diproses.

c. Pinjaman Online

Pinjaman online (*peer-to-peer lending*) memungkinkan UMKM menerima pinjaman dari

masyarakat. Seperti pinjaman bank pada umumnya, peminjam harus membayar bunga dan pokok. Keunggulan pinjaman online dalam keuangan digital adalah: (1) Bagi peminjam, pinjaman online merupakan bentuk pinjaman yang cukup sederhana karena tidak perlu menggadaikan aset (seperti rumah atau tanah); (2) manfaat lain bagi peminjam adalah mereka dapat meminjam dalam jangka waktu yang relatif pendek (kurang dari satu tahun); (3) Bagi pemberi pinjaman (investor), *fintech lending/peer-to-peer lending online* menawarkan potensi keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan suku bunga bank.

Pinjaman online dalam layanan keuangan digital juga memiliki beberapa risiko, seperti (a) tidak terbayarnya pinjaman (bagi peminjam dan investor), status peminjam Keterlambatan pembayaran pokok lebih dari 90 hari. Sebelum menggunakan pinjaman online, peminjam harus memahami dengan jelas tingkat bunga dan jangka waktu pengembalian untuk menghindari risiko gagal bayar. Investor juga harus memahami bahwa peminjam mempunyai potensi gagal bayar; (b) risiko *fintech* terkait pinjaman online ilegal. Saat ini banyak sekali pihak-pihak tidak bertanggung jawab yang menawarkan bentuk pinjaman online ilegal. Sebelum memanfaatkan pinjaman online, penting bagi peminjam untuk memastikan bahwa perusahaan *fintech* pinjaman online tersebut terdaftar atau berizin di OJK. (c) risiko kebocoran data pribadi. Sehingga, untuk menghindari kebocoran data pribadi saat menggunakan *fintech* pinjaman online, sebaiknya peminjam berhati-hati dan menjaga privasi datanya.

d. Mengenal Konsumen Secara Elektronik (*Electronic Know Your Customer/e-KYC*)

Electronic Know Your Customer (E-KYC) adalah proses identifikasi konsumen yang dilakukan secara elektronik. Tujuan dari proses E-KYC adalah agar

lembaga keuangan atau fintech dapat mengidentifikasi UMKM pengguna/pelaksana produk dan layanan yang ditawarkan. Proses yang dilakukan oleh perusahaan E-KYC antara lain memastikan keaslian KTP, pengenalan wajah dan keaslian dokumen lainnya yang dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik.

Manfaat yang dapat dirasakan dengan memiliki E-KYC adalah (a) penghematan biaya dan waktu sebagai pelaku/pelaku UMKM yang prosesnya biasanya perlu dilakukan secara fisik tanpa perlu hadir; (b) lebih efisien bagi UMKM, misalnya dengan mengurangi konsumsi kertas karena seluruh prosesnya dilakukan secara elektronik; (c) UMKM yang berada di daerah terpencil yang sulit menerima layanan keuangan secara langsung, akan memiliki peluang lebih besar untuk menerima berbagai layanan keuangan tanpa harus melakukan pertemuan tatap muka dan dapat menggunakan produk layanan tersebut seolah-olah sedang bepergian ke kantor. Risiko dalam menggunakan keuangan digital E-KYC adalah data pribadi mudah bocor. Untuk menghindari kebocoran data pribadi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, UMKM harus selalu berhati-hati dan menjaga keamanan data.

e. Penilaian Kredit (*Innovative Credit Scoring*)

Penilaian kredit inovatif adalah layanan penilaian kredit yang dilakukan dengan menggunakan kecerdasan buatan dan data alternatif seperti data e-commerce, penggunaan ponsel, dan pola konsumsi/manufaktur. Penggunaan teknologi dan kecerdasan buatan melalui penilaian kredit fintech yang inovatif memungkinkan individu dan pelaku usaha yang tidak memiliki rekening bank untuk melakukan penilaian kredit sehingga mereka dapat mengakses sumber daya keuangan atau pinjaman. Peringkat kredit kreatif menimbulkan risiko kebocoran data pribadi. Untuk mencegah kebocoran data pribadi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, organisasi jasa

keuangan sebaiknya meninjau ulang keamanan data setiap penyedia layanan credit scoring yang inovatif. Terdapat juga risiko dalam keputusan penetapan harga dimana kesalahan dapat terjadi dalam penilaian kredit yang dilakukan dengan menggunakan data alternatif.

C. Peluang Keuangan Digital Dalam Kegiatan Bisnis

Peluang penggunaan layanan keuangan digital mencakup lima bidang yaitu pembayaran dan transfer oleh pemerintah, dunia usaha, dan rumah tangga, serta kredit kepada UMKM atau usaha rumah tangga lainnya (Agur *et al.*, 2020). Menurut Dafri & Al-Qaruty (2023) peluang keuangan digital dalam kegiatan bisnis dapat berupa (a) memanfaatkan peluang dari tantangan pasar berkembang (b) meningkatkan akses dan efisiensi keuangan. Perusahaan sangat membutuhkan keuangan digital untuk memberikan layanan keuangan yang dirancang untuk individu yang kurang terlayani atau berpenghasilan rendah (Agur *et al.*, 2020). Peluang yang dapat diberikan oleh keuangan digital dalam kegiatan bisnis yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan dan Keterjangkauan

Keuangan digital memberikan kemudahan dalam mengakses dan mengelola informasi keuangan secara *real-time*. Individu dan bisnis dapat dengan mudah mengakses rekening bank, melacak transaksi, dan mengelola anggaran mereka melalui aplikasi atau platform digital. Selain itu, biaya transaksi juga dapat lebih terjangkau dibandingkan dengan metode tradisional seperti cek atau transfer dana/uang secara digital.

2. Efisiensi dan Otomatisasi

Keuangan digital memberikan efisiensi dalam proses administrasi keuangan dapat diotomatiskan, menghemat waktu dan tenaga. Misalnya, pengaturan pembayaran otomatis untuk tagihan bulanan atau pengelolaan persediaan bisnis dengan bantuan perangkat lunak. Hal ini memungkinkan individu dan bisnis untuk fokus pada

kegiatan inti mereka tanpa harus terjebak dalam tugas-tugas administratif yang melelahkan.

3. Pengelolaan Anggaran Lebih Baik

Keuangan digital memungkinkan individu dan bisnis untuk melacak dan menganalisis pengeluaran mereka dengan lebih baik. Aplikasi keuangan dapat memberikan ringkasan visual tentang pengeluaran bulanan, kategori pengeluaran, dan peringatan jika anggaran melebihi batas yang ditentukan. Pemahaman yang lebih baik tentang kebiasaan pengeluaran mereka, individu dan bisnis dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih bijaksana dan mengelola anggaran dengan lebih efektif.

4. Akses ke Sumber Daya Keuangan

Keuangan digital membuka akses ke berbagai sumber daya keuangan. Melalui platform digital, individu dan bisnis dapat mengakses berbagai jenis produk keuangan seperti pinjaman, investasi, asuransi, dan lain sebagainya. Selain itu, juga dapat memperoleh informasi dan edukasi keuangan yang bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang topik keuangan.

5. Keamanan dan Perlindungan

Meskipun ada risiko keamanan terkait dengan keuangan digital, teknologi terus berkembang untuk meningkatkan keamanan dan perlindungan data. Melalui enkripsi data dan tindakan keamanan lainnya, platform keuangan digital bekerja untuk melindungi informasi sensitif pengguna. Selain itu, manajemen keuangan digital juga dapat memberikan perlindungan melalui fitur deteksi penipuan dan pemberitahuan kegiatan yang mencurigakan.

Oleh karena itu, keuangan digital dapat memberikan efisiensi, kemudahan akses, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik bagi individu dan bisnis. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan keberlanjutan keuangan, penghematan, dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

D. Manfaat Adopsi Keuangan Digital Pada UMKM

Keuangan digital telah mengalami pertumbuhan sangat besar, yang mana bermanfaat dalam meningkatkan ketersediaan, menurunkan biaya, meningkatkan keamanan dan kepercayaan (Malladi *et al.*, 2021). Manfaat lainnya dari adopsi keuangan digital yaitu dapat dirasakan bagi pengguna dan penyedia jasa keuangan digital serta sektor pemerintahan dan perekonomian. Hal ini tentunya dirasakan berbagai kalangan masyarakat dari pengelolaan keuangannya apalagi mampu mengontrol pengeluaran dan pemasukan melalui sistem keuangan digital tersebut (Ozili, 2018). Menurut Ozili, (2018); Shofawati, (2019) menyatakan bahwa ada beberapa manfaat yang muncul dari penggunaan keuangan digital yaitu: (a) Inklusi keuangan mengalami peningkatan dimana ini akan berpengaruh pada meningkatnya layanan keuangan baik pada individu maupun sektor non keuangan sekaligus. Hal ini terlihat bahwa di negara berkembang 50% masyarakatnya telah menggunakan telepon seluler (World Bank, 2014). (b) Adanya potensi baik perbankan maupun UMKM dalam memberikan layanan keuangan yang lebih praktis dan tentunya aman (CGAP). (c) Layanan keuangan yang sudah terdigitalisasi akan memberikan pengaruh besar bagi UMKM dalam meningkatkan PDB negara. (d) Keuangan digital yang terus berinovasi memberikan dampak positif jangka panjang terhadap kinerja UMKM. (e) Pemerintah juga mampu memanfaatkan keuangan digital dalam memberikan kemudahan masyarakat dengan menyediakan platform untuk membayar pajak (Ozili, 2018). (f) Keuangan digital mempunyai manfaat bagi regulator sistem keuangan dan moneter karena adopsi keuangan digital skala penuh dapat secara signifikan mengurangi peredaran uang palsu.

Keuangan digital memainkan peran penting dalam meningkatkan inklusi jasa keuangan (Morgan & Pontines, 2018). Popularitas dan peningkatan infrastruktur digital (melalui internet seluler dan pembayaran online) telah menciptakan kondisi obyektif bagi keuangan inklusif untuk memecahkan

dilema layanan (Ahamed *et al.*, 2021). Model pengembangan keuangan digital dan bentuk bisnis saat ini menunjukkan tren yang terdiversifikasi dan telah mencapai tingkat penetrasi yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari (Chen, 2016). Pertumbuhan keuangan digital bermanfaat bagi perluasan ekonomi riil, dan jalur dampaknya ditunjukkan dalam bentuk kurva kubik. Keuangan digital juga memainkan peran penting dalam mengurangi kesenjangan pendapatan antara penduduk perkotaan dan pedesaan (Naritomi *et al.*, 2020; Wang *et al.*, 2022), sementara kesenjangan antara konsumsi perkotaan dan pedesaan menurun secara paralel dengan kesenjangan pendapatan. Hubungan transmisi antara konsumsi perumahan dan keuangan digital dapat diwujudkan melalui dua jalur yaitu menyediakan alat pembayaran yang lebih nyaman dan mengurangi kendala likuiditas (Godke Veiga & McCahery, 2019).

Menurut Troilo *et al.*, (2019) menyatakan keuangan digital memecahkan masalah pembiayaan pada UMKM melalui dua jalur: (a) melengkapi kekurangan layanan keuangan tradisional dan (b) mengoptimalkan alokasi sumber daya. Penggunaan adopsi keuangan digital oleh UMKM juga memberikan manfaat bagi UMKM untuk mengembangkan kompetensi dalam mengelola sumber daya yang intensif informasi, mengurangi biaya transaksi dan mengembangkan kemampuan untuk mengumpulkan informasi secara lokal dan internasional sehingga menghasilkan arus informasi yang cepat. Selain itu, keuangan digital dapat menghasilkan nilai ekonomi dengan mendorong inovasi teknologi dan mendukung pelaku bisnis. Kemajuan teknologi digital dan lingkungan peraturan yang relatif longgar telah menyebabkan berkembangnya keuangan digital sebagai model keuangan baru pada UMKM.

UMKM sebagai salah satu usaha yang telah memberikan kontribusi besar bagi perekonomian negara. Hal ini, UMKM memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan perusahaan besar. Menurut (Yao & Yang, 2022) manfaat keuangan digital juga berdampak pada perekonomian dan

bisnis UMKM. Hal ini terlihat dari ukuran dan fleksibilitas UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan (Branicki *et al.*, 2018). Peran dan potensi UMKM yang penting harus didukung dengan layanan keuangan yang tepat. UMKM harus memiliki keterampilan keuangan dimana hal ini menjadi kebutuhan UMKM. Kemajuan teknologi yang pesat di industri jasa keuangan mendukung kemajuan UMKM. Manfaat dari adopsi keuangan digital bagi UMKM yaitu (a) keuangan digital dapat membantu menutup kesenjangan pembiayaan bagi UMKM dengan menyediakan akses terhadap sumber pendanaan alternatif dan meningkatkan akses kepada pemain tradisional dengan memungkinkan produk digital baru dan otomatisasi proses; (b) layanan keuangan telah memberikan dukungan keuangan yang diperlukan UMKM untuk mendorong transformasi dan peningkatan model bisnis seperti *e-commerce*, digitalisasi proses bisnis UMKM, dan perbankan yang menyediakan data yang kaya mengenai aktivitas UMKM dan arus kas sehingga membantu UMKM mendapatkan akses ke produk keuangan (c) peran keuangan digital dalam mendorong inovasi bisnis UMKM berdasarkan jumlah pendaftaran bisnis meningkat per tahun.

Adapun keuntungan UMKM menggunakan sistem pencatatan keuangan digital yaitu memudahkan untuk diakses dimana dan kapan saja, meningkatkan pendapatan UMKM, meningkatkan produktivitas penjualan UMKM, menjadikan UMKM lebih profesional, dan meningkatkan kesejahteraan sosial pelaku usaha UMKM. Manfaat lainnya yang dapat diperoleh UMKM dalam mengadopsi keuangan digital untuk menarik pelanggan yaitu antara lain:

1. Fleksibel

Keuangan digital yang mampu menawarkan fleksibilitas akan mudah menarik customer dalam melakukan transaksi kapan dan dimanapun. UMKM yang mengadopsi keuangan digital akan lebih banyak menjangkau pelanggan, apalagi jika UMKM menawarkan beberapa metode pembayaran digital.

2. Solutif

Perkembangan teknologi yang semakin memudahkan kegiatan bisnis menjadikan pelaku bisnis harus melakukan inovasi - inovasi. Salah satunya dengan memanfaatkan keuangan digital dalam bertransaksi. Solusi ini dilihat dari kemudahan transaksi yang tidak perlu datang ataupun mengantri lama. Adanya keamanan dan praktisnya ini tentu yang dicari berbagai kalangan. Keuangan digital juga menyediakan sistem pendeteksi fraud sehingga memberikan rasa aman tanpa perlu khawatir.

3. Menggiring konsumen pada lingkup nasional maupun Internasional

UMKM yang mampu menggunakan keuangan digital dengan baik akan mampu menggiring konsumen dalam skala yang lebih luas. Adanya penggunaan keuangan digital ini pastinya untuk mempermudah UMKM dalam mengembangkan kegiatan usahanya.

4. Penggunaan lebih ekonomis

Manfaatnya pada UMKM dari keuangan digital tentunya pengelolaannya lebih ekonomis. Salah satunya mempermudah pelaku usaha dalam melayani pelanggan untuk bertransaksi dimana dan kapanpun saja. Sehingga lebih efisien waktu, ruang dan tenaga.

E. Kendala Pelaku Bisnis Dalam Menggunakan Layanan Keuangan Digital

Pada negara berkembang masih mengalami kendala atau hambatan dalam menggunakan layanan keuangan digital. Lauer and Lyman (2015) menyebutkan bahwa terdapat risiko dalam penggunaan layanan digital melalui perbankan berbasis seluler, uang elektronik, atau platform pembayaran digital. Sedangkan Pandey & Wright (2016) menyatakan ada tantangan lain seperti kurangnya kesadaran, terbatasnya pengetahuan tentang manfaat layanan keuangan digital, kurangnya literasi digital dan isu-isu terkait teknologi serta jaringan. Permasalahan lainnya yang muncul dari menggunakan layanan keuangan digital pada

pelaku bisnis mencakup: (a) kurangnya pelatihan dan keterampilan bagi pelaku bisnis; (b) masalah hukum dan peraturan (Chauhan, 2015); (c) kurangnya keterpaduan dengan teknologi baru; (d) masalah terkait biaya tinggi dan keuntungan rendah; (e) tidak tersedianya Internet secara universal; (f) kegagalan menjangkau sebagian besar konsumen; (g) kurangnya integrasi dan interoperabilitas yang lebih besar; (h) kurangnya kepercayaan; (i) ketidakmampuan untuk bertransaksi di tingkat rendah; (j) kesenjangan nilai dan gender dalam kepemilikan ponsel (Briggs, 2016).

Penerapan layanan keuangan digital menjadi tantangan bagi pelaku bisnis UMKM seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknis, persepsi biaya penerapan teknologi yang tidak terjangkau (Effendi *et al.*, 2020; Kusuma *et al.*, 2020; Patma *et al.*, 2021), kebutuhan sumber daya manusia dengan kemampuan teknologi yang memadai (Effendi *et al.*, 2020; Rahayu & Day, 2017), dan permasalahan jaringan internet (Trinugroho *et al.*, 2022). Di Indonesia sendiri, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengadopsi teknologi digital masih rendah, diperkirakan hanya mencapai 13%. Namun hal ini, layanan keuangan digital sangat penting bagi pelaku bisnis UMKM karena mampu meningkatkan keamanan uang tunai dan lebih nyaman dibandingkan menyimpan uang di rumah. Penyediaan keuangan digital melibatkan partisipasi berbagai pihak seperti bank/lembaga keuangan, operator jaringan seluler, penyedia teknologi keuangan, regulator, agen, jaringan pengecer, dan klien. Mekanisme keuangan digital juga memerlukan perbaikan infrastruktur agar layanannya ramah pengguna, aman, dan hemat biaya.

Ada kendala dan tantangan yang menyulitkan UMKM untuk sepenuhnya mengadopsi layanan keuangan digital. Tantangan utama yang teridentifikasi adalah literasi keuangan digital dan kesadaran akan penggunaan layanan keuangan digital, infrastruktur digital, pengawasan dan regulasi

keuangan, identitas, serta privasi data dan perlindungan data. Beberapa permasalahan lebih umum terjadi di negara-negara berkembang, yang infrastruktur, sistem, dan proses digitalnya kurang berkembang. Adapun ada tiga kendala mental bagi pelaku bisnis dalam mengadopsi layanan keuangan digital yaitu:

1. Merasa dipermudah menggunakan uang tunai

Pelaku bisnis UMKM merasa dipermudah menggunakan transaksi tunai dalam menjalankan usahanya. Penggunaan uang tunai dianggap sebagai kemudahan dalam bertransaksi dengan pelanggan dan pemasok. Selain itu pelaku bisnis masih berasumsi menyimpan uang sendiri lebih mudah dari pada harus menyetorkannya ke bank.

2. Persepsi pelaku bisnis terhadap produk perbankan

Beberapa pembisnis berpersepsi bahwa aset yang disetorkan di perbankan dianggap sebagai rencana jangka panjang dari seorang pelaku usaha. Padahal adanya perbankan sebagai jembatan pelaku usaha dalam memberikannya kemudahan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Kendala yang dihadapi pelaku usaha ini, ditemukan berdasarkan karena UMKM masih kesusahan dalam pengurusan biaya administrasi.

3. Kurang literasi keuangan digital

Diketahui bahwa pelaku bisnis UMKM meskipun memiliki smartphone dan sebagainya namun UMKM masih belum mampu mengadopsi layanan keuangan digital. Mayoritas pelaku bisnis UMKM merasa kewalahan menggunakan fitur - fitur pada layanan keuangan digital.

F. Peran Adopsi Layanan Keuangan Digital Bagi Kinerja UMKM

Peran adopsi layanan keuangan digital menjadi faktor penentu pentingnya keberhasilan UMKM. Menurut Shofawati, (2019) layanan keuangan digital mampu meningkatkan keamanan uang tunai dan memberikan kenyamanan dibandingkan menyimpan uang di rumah. Hal ini terlihat

kemajuan layanan keuangan digital sebagai kemampuan untuk memudahkan membuat struktur koneksi online gratis, transfer uang online yang aman, nilai kredit yang benar untuk digunakan oleh sekelompok pemodal, dan alat media gratis untuk memasarkan produk mereka sehingga melibatkan kelompok besar orang-orang yang tersebar secara geografis.

Keuangan digital telah dianggap secara internasional sebagai sarana yang memadai dalam memberikan peluang untuk mendorong inklusi keuangan melalui pengurangan biaya penyediaan layanan keuangan digital. Pemanfaatan administrasi layanan keuangan yang terkomputerisasi telah menjadi tren dikalangan banyak aspek kehidupan. Selain itu perluasan platform pembayaran digital telah menawarkan peluang untuk menghubungkan antar UMKM dengan pelanggan dalam tabungan, kredit, dan asuransi. Perkembangan administrasi rekening yang canggih dan peningkatan sektor bisnis telah membuka pintu bagi individu dengan gaji rendah dengan pilihan administrasi terkait uang yang terbatas (Shofawati, 2019).

Keuangan digital semakin diterima, namun pengguna masih enggan dan skeptis untuk mengadopsi layanan keuangan digital karena adanya risiko yang tidak terduga. Transparansi dalam transaksi, pengurangan biaya dan akses terhadap informasi keuangan adalah beberapa manfaat yang melekat pada layanan keuangan digital (Zavolokina *et al.*, 2016). Meskipun begitu, mekanisme keuangan digital juga memerlukan perbaikan infrastruktur agar layanannya ramah pengguna, aman, dan hemat biaya. Keuangan digital bisnis membawa dampak positif bagi bisnis dan memiliki ruang untuk berkembang (Nuryakin *et al.*, 2017).

Penerapan keuangan digital yang baik memberikan manfaat dan keuntungan terhadap kinerja keuangan. Hal ini nantinya berpotensi menjadi solusi ekonomi. Adanya keuangan digital bagi pelaku usaha UMKM dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja bisnisnya. Peningkatan kinerja tersebut dapat berupa kemampuan kecekatan transaksi, metode

pembayaran yang simpel, kemudahan pengawasan keuangan dan barang serta kesenangan komunikasi dengan konsumen. Sehingga diharapkan pemanfaatan keuangan digital yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara maksimal. Rombe *et al.*, (2021); Syazali *et al.*, (2019) memberikan penjelasan adanya hubungan positif dan signifikan antara keuangan digital terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini pemanfaatan keuangan digital mempunyai pengaruh dan nilai yang penting dalam berlangsungnya kegiatan pelaku usaha UMKM. Manfaat yang diperoleh seperti meningkatnya hasil penjualan dan memberikan keberlanjutan keuntungan hasil usaha. Di negara maju, transaksi menggunakan keuangan digital merupakan hal yang lumrah dan dapat mencerminkan kedewasaan para pelaku bisnis sehingga juga meningkatkan kinerja keuangan UMKM seperti pada penelitian Djakasaputra *et al.*, (2021), bahwa keuangan digital mempunyai pengaruh yang besar terhadap konsumen dan pelaku bisnis.

Nasiri *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa sistem pengukuran kinerja secara signifikan memediasi hubungan antara manusia yang berhubungan dengan digital dan kemampuan kolaborasi kinerja keuangan. Luo and Zeng (2020) mengungkapkan bahwa kemampuan keuangan digital mempunyai dampak signifikan dan positif terhadap kepemilikan dan inovasi bisnis rumah tangga. Kontribusi signifikan keuangan digital terhadap kinerja UMKM tidak bisa dianggap remeh. Misalnya, Tiongkok, India, Inggris (UK), dan Amerika Serikat (AS) memanfaatkan sepenuhnya keuangan digital melalui peningkatan literasi keuangan digital untuk mengembangkan negaranya, khususnya sektor UMKM.

Dalam dunia bisnis yang terdigitalisasi ini, strategi pembiayaan seperti *crowd financing* tersedia bagi UMKM untuk memitigasi risiko keuangan, rendahnya literasi teknologi dapat menghambat peluang. Penerapan adopsi layanan keuangan digital bagi UMKM dapat membantu dan peningkatan kinerja bisnisnya dapat berupa kemampuan kecekatan transaksi, metode pembayaran yang simpel, kemudahan pengawasan

keuangan dan kesenangan komunikasi dengan konsumen. Banyaknya fitur aplikasi layanan keuangan digital yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja keuangannya. Pemanfaatan layanan keuangan digital penting bagi UMKM untuk memberikan inovasi yang dinilai mampu meningkatkan pangsa pasar UMKM. Layanan keuangan digital berupa pinjaman modal, layanan pembayaran digital, dan layanan pengelolaan keuangan dapat memberikan keunggulan UMKM dalam mencapai kemudahan dan efisiensi pelaksanaan keuangan digital. Keuangan digital ini juga berperan sebagai pelaporan keuangan dengan menggunakan digitalisasi dan pengelolaan sistem online dalam pembayaran dan pinjaman pada pelaku usaha. Jika pelaku bisnis UMKM memanfaatkan keuangan digital dengan sebaik-baiknya maka keuntungannya bisa maksimal. Sehingga dengan keuntungan yang besar maka akan lebih mudah untuk meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, UMKM membutuhkan keuangan digital untuk meningkatkan kinerja dan kualitas produk yang dihasilkannya. Layanan keuangan digital dapat menjadi modal besar untuk membantu UMKM dalam meminimalisir risiko yang terjadi dalam manajemen atau pengambilan keputusan guna meningkatkan kinerja keuangan.

Layanan keuangan digital membantu dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi bagi para pelaku UMKM serta mampu meningkatkan pendapatan usaha dan memasarkan produknya secara langsung tanpa perantara, baik secara online maupun offline. Peran adopsi layanan keuangan digital tidak hanya terbatas pada pemberian modal usaha saja, namun juga dalam berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital serta regulator keuangan. Oleh karena itu dalam lingkungan bisnis digital ini, UMKM harus memiliki kualifikasi teknis untuk meningkatkan kinerjanya.

G. Rangkuman

UMKM sebagai pelaku usaha terbesar yang mendominasi negara Indonesia, memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi digital. Pertumbuhan yang signifikan dari keuangan digital sangat berpengaruh pada aktivitas individu dan pelaku usaha. Keuangan digital merupakan salah satu bentuk penyelenggaraan layanan keuangan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas layanan keuangan dan memberikan kemudahan bagi penggunanya. Keuangan digital dapat memberikan efisiensi, kemudahan akses, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik bagi individu dan bisnis. Hal ini membuka peluang untuk meningkatkan keberlanjutan keuangan, penghematan, dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Peluang keuangan digital dalam kegiatan bisnis dapat berupa (a) memanfaatkan peluang dari tantangan pasar berkembang (b) meningkatkan akses dan efisiensi keuangan. Pelaku UMKM masih ditemukan menghadapi berbagai kendala atau tantangan seperti keterbatasan akses dalam digitalisasi, minimnya perluasan pangsa pasar, masih minimnya sumberdaya dan pengetahuan pada pelaku UMKM. Hal ini implementasi keuangan digitalnya dianggap membutuhkan modal yang besar ataupun kesulitan dalam penggunaannya bagi pelaku UMKM. Dalam mengadopsi layanan keuangan digital pelaku UMKM menghadapi kendala lainnya seperti literasi keuangan digital dan kesadaran akan penggunaan layanan keuangan digital, infrastruktur digital, pengawasan dan regulasi keuangan, identitas, serta privasi data dan perlindungan data. Oleh karena itu, mekanisme keuangan digital juga memerlukan perbaikan infrastruktur agar layanannya ramah pengguna, aman, dan hemat biaya.

Kemajuan teknologi yang pesat di industri jasa keuangan mendukung kemajuan UMKM. Manfaat dari adopsi keuangan digital bagi UMKM yaitu (a) keuangan digital dapat membantu menutup kesenjangan pembiayaan bagi UMKM dengan menyediakan akses terhadap sumber pendanaan alternatif dan

meningkatkan akses kepada pemain tradisional dengan memungkinkan produk digital baru dan otomatisasi proses; (b) layanan keuangan telah memberikan dukungan keuangan yang diperlukan UMKM untuk mendorong transformasi dan peningkatan model bisnis seperti *e-commerce*, digitalisasi proses bisnis UMKM, dan perbankan yang menyediakan data yang kaya mengenai aktivitas UMKM dan arus kas sehingga membantu UMKM mendapatkan akses ke produk keuangan (c) peran keuangan digital dalam mendorong inovasi bisnis UMKM berdasarkan jumlah pendaftaran bisnis meningkat per tahun.

Transparansi dalam transaksi, pengurangan biaya dan akses terhadap informasi keuangan adalah beberapa manfaat yang melekat pada layanan keuangan digital. Penerapan keuangan digital yang baik dapat berdampak pada kinerja keuangan dan berpotensi menjadi solusi ekonomi. Adanya keuangan digital bagi pelaku usaha UMKM dapat memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja bisnisnya. Peningkatan kinerja tersebut dapat berupa kemampuan kecekatan transaksi, metode pembayaran yang simpel, kemudahan pengawasan keuangan dan kesenangan komunikasi dengan konsumen. Sehingga diharapkan pemanfaatan keuangan digital yang baik dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara maksimal.

H. Tugas dan Evaluasi

1. Apa yang anda pahami tentang layanan keuangan digital? Definisikan secara singkat dan jelas!
2. Bagaimana fungsi adopsi layanan keuangan digital pada pengembangan UMKM?
3. Jelaskan peranan layanan keuangan digital terhadap kinerja UMKM!
4. Bagaimana peranan layanan keuangan digital terhadap stabilitas UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi di Indonesia!
5. Sebutkan bentuk-bentuk adopsi layanan keuangan digital terhadap UMKM disertai penjelasannya!

6. Bagaimana risiko yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi layanan keuangan digital?

Daftar Pustaka

- Agrawal, G., & Jain, P. (2019). *Digital Financial Inclusion in India*. January, 195–203. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7399-9.ch011>
- Agur, I., Peria, S. M., & Rochon, C. (2020). Digital Financial Services and the Pandemic: Opportunities and Risks for Emerging and Developing Economies. *International Monetary Fund*, 52(5), 1–13. https://www.imf.org/~media/Files/Publications/covid19-special-notes/en-special-series-on-covid-19-digital-financial-services-and-the-pandemic.ashx?la=en&utm_medium=email&utm_source=govdelivery
- Ahamed, M. M., Ho, S. J., Mallick, S. K., & Matousek, R. (2021). Inclusive banking, financial regulation and bank performance: Cross-country evidence. *Journal of Banking and Finance*, 124, 106055. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2021.106055>
- Alamsyah, M. F., & Islami, R. N. (2023). Economics and Digital Business Review Influence Of Financial Technology (Fintech) On Msme Financial Performance In Gorontalo City. *Influence Of Financial Technology (Fintech) On Msme Financial Performance...*, 4(1), 77–85.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., Walker, J., Buckley, R. P., & Zetsche, D. A. (2020). Digital Finance & The Covid-19 Crisis. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3558889>
- Asosiasi Fintech Indonesia. (2021). *HandBook Fintech Untuk UMKM*.
- Biscaye, P., Fowle, M., & Knauer, J. (2017). Digital Financial Services & Gender: An Analysis of Correlates of Awareness,

- Adoption, and Use. *Evan School Policy Analysis and Research*, 1–39.
- Branicki, L. J., Sullivan-Taylor, B., & Livschitz, S. R. (2018). How entrepreneurial resilience generates resilient SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(7), 1244–1263. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2016-0396>
- Briggs, C. (2016). *The Future of Banking for the Poor: Lessons from India*. https://ssir.org/articles/entry/the_future_of_banking_for_the
- Buchak, G., Matvos, G., Piskorski, T., & Seru, A. (2018). Fintech, regulatory arbitrage, and the rise of shadow banks. *Journal of Financial Economics*, 130(3), 453–483. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2018.03.011>
- CGAP. (2015). *CGAP Annual Report 2015*.
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India: Integrating trust into the technology acceptance model. *Info*, 17(3), 58–68. <https://doi.org/10.1108/info-02-2015-0018>
- Chen, L. (2016). From Fintech to Finlife: the case of Fintech Development in China. *China Economic Journal*, 9(3), 225–239. <https://doi.org/10.1080/17538963.2016.1215057>
- Dafri, W., & Al-Qaruty, R. (2023). Challenges and opportunities to enhance digital financial transformation in crisis management. *Social Sciences and Humanities Open*, 8(1), 100662. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100662>
- Djakasaputra, A., Wijaya, O. Y. A., Utama, A. S., Yohana, C., Romadhoni, B., & Fahlevi, M. (2021). Empirical study of indonesian SMEs sales performance in digital era: The role of quality service and digital marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303–310. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.003>
- Effendi, M. I., Sugandini, D., & Istanto, Y. (2020). Social Media Adoption in SMEs Impacted by COVID-19: The TOE Model.

- Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 915–925.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.915>
- Ensari, M. Ş., & Karabay, M. E. (2014). What Helps to Make SMEs Successful in Global Markets? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150(May), 192–201.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.030>
- European Commission. (2020). *What is digital finance?*
https://finance.ec.europa.eu/digital-finance/what-digital-finance_en#package
- Gabor, D., & Brooks, S. (2017). The digital revolution in financial inclusion: international development in the fintech era. *New Political Economy*, 22(4), 423–436.
<https://doi.org/10.1080/13563467.2017.1259298>
- Gazel, M., & Schwienbacher, A. (2021). Entrepreneurial fintech clusters. *Small Business Economics*, 57(2), 883–903.
<https://doi.org/10.1007/s11187-020-00331-1>
- Godke Veiga, M., & McCahery, J. A. (2019). The Financing of Small and Medium-Sized Enterprises: An Analysis of the Financing Gap in Brazil. In *European Business Organization Law Review* (Vol. 20, Issue 4). Springer International Publishing.
<https://doi.org/10.1007/s40804-019-00167-7>
- Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580.
<https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>
- Kusuma, H., Muafi, Aji, H. M., & Pamungkas, S. (2020). Information and Communication Technology Adoption in Small- and Medium-Sized Enterprises: Demographic Characteristics. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 969–980.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.969>
- Lauer, K., & Lyman, T. (2015). *Digital Financial Inclusion: Implications for Customers, Regulators, Supervisors, and Standard-Setting Bodies*.

- Liao, G., Li, Z., Wang, M., & Albitar, K. (2022). Measuring China's urban digital finance. *Quantitative Finance and Economics*, 6(3), 385–404. <https://doi.org/10.3934/qfe.2022017>
- Lin, H. J., Chen, C. C., Chiu, Y. ho, & Lin, T. Y. (2022). How financial technology (fintech) can improve the business performance of securities firms by using the dynamic data envelopment analysis modified model. *Managerial and Decision Economics*, 43(4), 1113–1132. <https://doi.org/10.1002/mde.3443>
- Luo, Y., & Zeng, L. (2020). Digital financial capabilities and household entrepreneurship. *Economic and Political Studies*, 8(2), 165–202. <https://doi.org/10.1080/20954816.2020.1736373>
- Malladi, C. M., Soni, R. K., & Srinivasan, S. (2021). Digital financial inclusion: next frontiers – challenges and opportunities. *CSI Transactions on ICT*, 9(2), 127–134. <https://doi.org/10.1007/s40012-021-00328-5>
- Morgan, P. J., & Pontines, V. (2018). Financial Stability and Financial Inclusion: the Case of Sme Lending. *Singapore Economic Review*, 63(1), 111–124. <https://doi.org/10.1142/S0217590818410035>
- Naritomi, J., Sequeira, S., Weigel, J., & Weinhold, D. (2020). RCTs as an opportunity to promote interdisciplinary, inclusive, and diverse quantitative development research. *World Development*, 127, 104832. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104832>
- Nasiri, M., Ukko, J., Saunila, M., Rantala, T., & Rantanen, H. (2020). Digital-related capabilities and financial performance: the mediating effect of performance measurement systems. *Technology Analysis and Strategic Management*, 32(12), 1393–1406. <https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1772966>
- Nuryakin, C., Sastiono, P., Maizar, F. A., Amin, P., Yunita, L., Puspita, N., Afrizal, M., & Tjen, C. (2017). Financial Inclusion through Digital Financial Services and Branchless Banking:

Inclusiveness, Challenges and Opportunities. *LPEM-FEBUI Working Paper, June*, 1–10.

- Ozili, P. K. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329–340. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2017.12.003>
- Pandey, S. H., & Wright, G. (2016). *Real and Perceived Risk in Indian Digital Financial Services*. <http://blog.microsave.net/real-and-perceived-risk-in-indiandigital-financial-services>
- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Akbarina, F. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Polasik, M., Widawski, P., & Lis, A. (2020). *Challenger Bank as a New Digital Form of Providing Financial Services to Retail Consumers in the EU Internal Market: The Case of Revolut*.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Razzaque, A., Cummings, R. T., Karolak, M., & Hamdan, A. (2020). The Propensity to Use FinTech: Input from Bankers in the Kingdom of Bahrain. *Journal of Information and Knowledge Management*, 19(1), 1–22. <https://doi.org/10.1142/S0219649220400250>
- Rombe, E., Zahara, Z., Santi, I. N., & Rahadhini, M. D. (2021). Exploring E-mobile banking implementation barriers on Indonesian millennial generation consumers. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 579–586. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.010>
- Sharma, N., & Shastri, S. (2020). From Cash to Digital Wage Payments in Vietnam Win-Win for Enterprises and Women Workers. *International Labour Organization*.

- Shofawati, A. (2019). The Role of Digital Finance to Strengthen Financial Inclusion and the Growth of SME in Indonesia. *KnE Social Sciences*, 3(13), 389. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4218>
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58(8), 1675–1697. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>
- Syazali, M., Putra, F. G., Rinaldi, A., Utami, L. F., Widayanti, W., Umam, R., & Jermisittiparsert, K. (2019). Partial correlation analysis using multiple linear regression: Impact on business environment of digital marketing interest in the era of industrial revolution 4.0. *Management Science Letters*, 9(11), 1875–1886. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.6.005>
- Thathsarani, U. S., & Jianguo, W. (2022). Do Digital Finance and the Technology Acceptance Model Strengthen Financial Inclusion and SME Performance? *Information (Switzerland)*, 13(8). <https://doi.org/10.3390/info13080390>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45(March), 102156. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Troilo, M., Walkup, B. R., Abe, M., & Lee, S. (2019). Legal systems and the financing of working capital. *International Review of Economics and Finance*, 64(January), 641–656. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2018.01.010>
- Wang, Z., Zhang, D., & Wang, J. (2022). How does digital finance impact the leverage of Chinese households? *Applied Economics Letters*, 29(6), 555–558. <https://doi.org/10.1080/13504851.2021.1875118>
- World Bank. (2014). *Digital Finance: Empowering the Poor via New Technologies*.

Yao, L., & Yang, X. (2022). Can digital finance boost SME innovation by easing financing constraints?: Evidence from Chinese GEM-listed companies. *PLoS ONE*, 17(3 March), 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264647>

Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). The FinTech phenomenon: antecedents of financial innovation perceived by the popular press. *Financial Innovation*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0036-7>

TENTANG PENULIS



Heni Susilowati, S.E., M.M

Lahir di Kota Wonogiri puteri dari (Alm) Wanada, B.A dan (Almh) Sri Poerwati. Menyelesaikan pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta pada tahun 1991. Pendidikan S-2 Magister Management diselesaikan tahun 2011 di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Saat ini menjabat sebagai ketua STIE STEKOM Kartasura dan aktif mengajar di Program Studi Manajemen. Bidang keahlian yang ditekuni Manajemen dan Kewirausahaan serta memiliki sertifikat pendamping kewirausahaan dari BNSP. Hasil karyanya antara lain book chapter Brand Marketing (2021), Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital (2022). Dan hasil penelitian telah dipublikasikan di beberapa jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi. Kiprahnya sebagai penulis semoga dapat menjadi langkah awal yang baik menumbuhkan semangat untuk terus berkarya.



Risma Nurhapsari S.E., M.Ak

Lahir di Semarang, 10 Maret 1989 merupakan dosen dan sekretaris Program Studi Akuntansi STIE Studi Ekonomi Modern. Menyelesaikan studi strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang tahun 2011. Pendidikan S2 di Program Magister Akuntansi STIE Dharmaputra Semarang tahun 2018. Bidang keahlian yang di tekuni akuntansi keuangan, manajemen keuangan dan memiliki sertifikasi BNSP dalam bidang pendamping kewirausahaan. hasil penelitian telah dipublikasikan di beberapa jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi.



Titin Hargyatni, S.E., M.M

Lahir di Wonogiri pada tanggal 5 April 1980, adalah dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM) yang berada di Kartasura, Sukoharjo. Riwayat pendidikan tinggi jenjang strata 1 diperoleh dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2003. Pada tahun 2013 menyelesaikan jenjang S2 di program studi Magister Manajemen dari Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta. Karya penelitian dan artikel ilmiah diantaranya : *The Influence of Work Motivation, Organizational Commitment and Organizational Culture on Employee Performance of Syariah Bank in Central Java* (Jurnal Inovasi Bisnis 9 , 2021) ; *SOCIAL CAPITAL: A New Spirit And Opportunity* (*Management & Entrepreneurship Research Review (MERR)* 1 (3)2020)

Erlinda Sholihah, S.E., M.M



Lahir di Boyolali tahun 1995. Pendidikan Sarjana Ekonomi di Universitas Darussalam Gontor diselesaikan pada tahun 2018 dan menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2020. Pernah menjadi praktisi perbankan pada tahun 2018-2021. Saat ini penulis aktif mengajar di Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern (STIE STEKOM) sebagai Dosen Tetap. Fokus bidang penelitian penulis mencakup keuangan, perbankan, UMKM, dan digital economy.



Dr. Ratnaningrum, SE., M.Si

Dr. Ratnaningrum, SE., M.Si adalah dosen dan ketua Program Studi Akuntansi STIE Studi Ekonomi Modern. Ia menyelesaikan studi strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 1998. Pendidikan S2 di Program Magister Akuntansi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2009 (Lulus dengan Pujian) dan pendidikan S3 di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2020 (Lulus dengan Pujian). Hasil karyanya antara lain buku ajar “Akuntansi Pengantar I”; Book Chapter pada buku “Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital” ; buku ajar “Akuntansi Kerjasama Bisnis dan Penjualan Non Reguler” dan hasil penelitian yang dipublikasikan di beberapa Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi dan Jurnal Internasional bereputasi terindex Scopus seperti International Journal of Economics and Management Publisher Universiti Putra Malaysia dan Global Business Review International Publisher Management Institute in association with Sage Publications, terindex WoS seperti: Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management.

Aftuqa Sholikatur Rohmania, S.M., M.M



Lahir di Demak tahun 1999. Pendidikan Sarjana Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung diselesaikan pada tahun 2021. Melanjutkan pendidikan Magister Manajemen dengan memperoleh beasiswa di Universitas Islam Sultan Agung pada tahun 2021 s.d 2022. Pernah menjadi *research asistent* di Universitas Islam Sultan Agung. Saat ini aktif mengajar di Program Studi Manajemen Universitas Sains dan Teknologi Komputer (Universitas STEKOM) sebagai Dosen Tetap. Fokus bidang penelitian penulis mencakup keuangan Syariah, *microfinance*, *digital economy*, dan UMKM.