



Institusi Digital Jembatan Pemberdayaan UMKM

INSTITUSI digital adalah seperangkat aturan cara atau prosedur operasional yang terkandung dalam aplikasi-aplikasi *online* yang terkoneksi dalam jaringan internet. Siapapun termasuk pelaku UMKM bisa memanfaatkan institusi digital asalkan terhubung dengan internet. Institusi digital ini dapat dimanfaatkan UMKM untuk mengakses berbagai sumber daya dan pasar yang mendukung kelangsungan bisnisnya. Selama masa pandemi covid-19, institusi digital semakin masif berkembang. Manfaat bagi UMKM pun kian beragam. Sifatnya yang mudah diakses, harga relatif murah, waktu penggunaan yang fleksibel sangat menunjang kebutuhan UMKM yang masih serba terbatas. Pandemi menjadi momentum bagi UMKM masuk kian dalam ekosistem institusi digital.

Sejumlah pihak pun melaporkan perkembangan institusi digital kian pesat di Indonesia selama masa pandemi Covid-19. Dalam surveinya, Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan, penetrasi internet di Indonesia pada kuartal II 2020 mencapai 73,7% atau ada 196,71 juta penduduk Indonesia yang mengakses internet. Sementara, data pertengahan April 2020 menunjukkan pembelian layanan di berbagai *platform* digital seperti *e-Grocery*, *e-Health*, *EdTech*, *content*, dan *digital payments* mengalami peningkatan (Redseer, 2020).

Secara keseluruhan, trafik internet tumbuh sekitar 15%-20%, dan trafik internet di area perumahan juga semakin melonjak

(APJII, 2020). Penggunaan aplikasi digital pendukung kegiatan bekerja seperti *zoom meeting* dan *google classroom* dan aplikasi hiburan seperti WhatsApp, Tiktok, dan Netflix juga mengalami kenaikan (ATSI, 2020).

Institusi digital membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk semakin berdaya melalui berbagai fasilitas yang diberikan oleh para penyedia layanan institusi digital. Pelaku UMKM bisa memilih sendiri layanan institusi digital apa yang dibutuhkan. Layanan *marketplace*, misalnya. Banyak UMKM yang mengenal *marketplace*, bahkan mereka sudah memanfaatkannya secara maksimal untuk pemasaran. Entah masuk ke Bukalapak, Tokopedia, Shopee, OLX, Go Food, Grab Food, atau *marketplace* digital lainnya. Dengan *marketplace* tersebut, mereka bisa menjangkau pasar lebih luas dengan biaya lebih murah, dan intensitas waktu perjumpaan yang lebih sering.

Para pelaku UMKM juga bisa mengakses sumber-sumber pembiayaan alternatif untuk menambah modal kerja atau bahkan untuk tujuan investasi. Hampir semua lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank, sudah menyediakan informasi penting secara digital yang dapat diakses di internet. Mereka seakan berlomba-lomba memberi pelayanan terbaik dengan sejumlah fitur menarik untuk mempromosikan produk-produk keuangan yang menjadi unggulannya. Bahkan, pelaku UMKM dapat menggunakan *mobile banking* untuk mendapatkan informasi tentang produk keuangan, pembiayaan atau



Florentinus Nugro Hardianto
Dosen Program Studi Ekonomi,
FE-USD
flnugroho@gmail.com

investasi dengan mudah kapanpun dan dimanapun.

Kemudian, pelaku UMKM yang ingin meningkatkan bisnisnya, juga memperbaiki, atau memperbarui pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman bisnisnya, juga tersedia pelatihan dan kursus secara *online*. Situs-situs kursus *online* seperti *Saylor Academy*, *HubSpot Academy*, *Future Learn*, *Skill Academy*, *QuBisa* menyediakan berbagai pelatihan atau kursus bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas *softskills* maupun *hardskill* demi kemajuan usahanya. Beberapa kursus kadang menawarkan diskon atau bahkan gratis untuk paket-paket kursus tertentu. Seminar-seminar pengembangan UMKM yang dibungkus dalam webinar secara daring juga marak diselenggarakan oleh pihak-pihak yang berkompeten sehingga bisa dimanfaatkan secara optimal.

Mengingat banyaknya manfaat penting institusi digital, sebaiknya UMKM bisa lebih aktif mengikuti

tren kemajuan institusi digital. Sebuah survei tahun 2020 melaporkan perusahaan yang mengadopsi alat digital mampu meningkatkan nilai mereka sebesar 25% dan meningkatkan produktivitas rata-rata 16% (Ernestivita, 2021).

Program UMKM *Go Online* yang sedang digalakkan pemerintah diharapkan bisa mengakselerasi perkembangan UMKM yang berhasil *go online*. Program pengembangan literasi digital yang banyak pula diselenggarakan sejumlah pihak hendaknya bisa diikuti secara intensif oleh para pelaku UMKM. Partisipasi aktif UMKM dalam ranah institusi digital bisa menjadi peluang besar untuk lebih meningkatkan daya saingnya terhadap pelaku usaha lainnya.

Akhirnya tampak jelas bahwa institusi digital benar-benar bisa menjadi jembatan pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Alhasil, produktivitas pun kian tinggi hingga mampu mendorong pendapatan usaha dan berujung pada kenaikan laba usaha secara berkelanjutan.

Para pelaku UMKM pun harus berani mengambil keputusan menepaki dan melewati jembatan tersebut meski mungkin akan terasa sedikit guncangan karena memang perlu proses adaptasi dalam memanfaatkan institusi digital di era digitalisasi yang jelas sangat jauh berbeda dengan era non-digitalisasi sebelumnya. Sekali lagi harapan kita semua semoga ke depannya institusi digital dapat menjadi jembatan pemberdayaan UMKM di Indonesia.

Adv.