

Press Release INDEF

Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia: Dorong Omzet Naik dan Ciptakan Lapangan Kerja Baru

Jakarta, 25 Januari 2024

INDEF melakukan studi berjudul “Peran Platform Digital terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia” yang menganalisis peran platform digital terhadap kinerja UMKM. Pengambilan data menggunakan survei *online* pada 254 pelaku UMKM yang tersebar di wilayah Pulau Jawa, yaitu Jabodetabek dan non Jabodetabek; serta beberapa wilayah di luar Pulau Jawa pada Desember 2023.

Bertepatan dengan peluncuran studi tersebut, INDEF mengadakan diskusi publik yang turut menghadirkan beberapa narasumber, termasuk:

- Dr. Riza Damanik - Staf Ahli Hubungan Antar Lembaga, Kementerian Koperasi dan UKM
- Prof. Puji Wahono - Guru Besar Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
- Eko Listiyanto - Wakil Direktur INDEF
- Izzudin Al Farras - Peneliti Center of Digital Economy and SMEs, INDEF

Beberapa temuan utama dari studi INDEF ini, antara lain:

1. Platform digital telah dan terus menjadi strategi utama bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis

- Di tengah pertumbuhan ekonomi digital, para pelaku UMKM kini sudah semakin sadar dengan pentingnya digitalisasi bisnis.
 - Sebanyak 33,86 persen UMKM yang awalnya hanya berjualan secara *offline*, kemudian memutuskan untuk memperluas bisnisnya secara *online*.
 - Sebanyak 61,02 persen UMKM memanfaatkan kanal *offline* dan *online* secara bersamaan sebagai media promosi sejak awal membangun usaha
 - Sebanyak 5,12 persen UMKM memanfaatkan *platform* digital sebagai satu-satunya sarana dalam berjualan.
- Aplikasi media sosial (56,30 persen) dan aplikasi *e-commerce* (47,64 persen) adalah dua *platform online* yang paling banyak digunakan oleh UMKM untuk berjualan.
 - Shopee (50 persen) menjadi *platform* digital yang paling banyak digunakan oleh responden UMKM untuk berjualan *online* dalam satu tahun terakhir, diikuti oleh aplikasi media sosial seperti Facebook Marketplace (33,86 persen) dan Instagram Shop (28,74 persen)¹ yang menempati posisi kedua dan ketiga secara berurutan.
 - Saat responden hanya dapat memilih satu *platform* utama untuk berjualan secara *online*, Shopee (36,22 persen) menjadi aplikasi yang paling sering digunakan oleh pelaku UMKM, Facebook Marketplace (18,50 persen) menempati posisi kedua dan aplikasi *Online Food Delivery* (16,93 persen) seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood di posisi ketiga.
- Tiga alasan utama para pelaku UMKM menerapkan digitalisasi dalam bisnisnya:
 - Kepraktisan dalam berjualan secara online (79,13 persen)
 - *Exposure/traffic* yang lebih luas (72,83 persen)
 - Potensi pertumbuhan bisnis yang lebih cepat (69,69 persen)

¹ Aplikasi media sosial Facebook dan Instagram ini memungkinkan para penggunanya melakukan pemasaran produk/bisnisnya melalui berbagai fitur seperti Feed, Story, maupun Marketplace/Shop. Namun, transaksi jual-beli akan tetap berlangsung di luar aplikasi media sosial tersebut, atau secara tidak langsung.

2. Platform digital bantu UMKM meningkatkan pendapatan dan mendorong pembukaan lapangan pekerjaan baru

Hasil survei menunjukkan UMKM mengalami peningkatan omzet tahunan dan berhasil menciptakan lapangan kerja baru, setelah mereka mulai melakukan digitalisasi dalam bisnisnya.

Peningkatan Omzet Rata-Rata Tahunan:

- 88,37 persen pelaku UMKM yang sebelumnya hanya berjualan *offline* mengalami peningkatan omzet rata-rata tahunan setelah melakukan digitalisasi bisnis. Sebanyak 66,28 persen diantara UMKM tersebut mengalami kenaikan omzet rata-rata tahunan hingga 50 persen.
- Pelaku UMKM yang telah menerapkan digitalisasi bisnis sejak awal membuka usaha juga mengalami peningkatan omzet rata-rata tahunan. 99,40 persen responden UMKM dalam kategori ini mengalami peningkatan omzet rata-rata tahunan dibanding dengan awal mula mereka memulai usaha. 87,50 persen diantara UMKM tersebut mengalami kenaikan omzet rata-rata tahunan hingga 50 persen.

Penyediaan Lapangan Kerja Baru:

- Setelah melakukan digitalisasi, sebanyak 24,42 persen pelaku UMKM yang sebelumnya hanya berjualan secara *offline* mengalami penambahan jumlah tenaga kerja. Sebanyak 71,43 persen diantara UMKM tersebut berhasil menambah tenaga kerja hingga 2 orang.
- Penambahan tenaga kerja juga dialami oleh pelaku UMKM yang telah menerapkan digitalisasi bisnis sejak awal membuka usaha. 25,60 persen responden UMKM dalam kategori ini menyatakan bahwa mereka mengalami penambahan jumlah tenaga kerja dibanding dengan awal mula mereka memulai usaha. 69,05 persen diantara UMKM tersebut mengalami penambahan tenaga kerja hingga 2 orang.

3. Platform *e-commerce* dorong digitalisasi melalui program pelatihan

Untuk mendukung kemampuan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan *platform* digital, perusahaan *e-commerce* meluncurkan sejumlah program pelatihan UMKM. Studi ini turut menganalisis pengetahuan UMKM terkait program pelatihan tersebut:

- 34,65 persen UMKM mengetahui adanya program pelatihan UMKM yang diadakan oleh perusahaan *e-commerce*.
- Dari beberapa jenis program pelatihan UMKM yang diadakan *e-commerce*, program pelatihan UMKM yang diadakan oleh Shopee menjadi program yang paling banyak diketahui oleh UMKM.
- Tiga program UMKM yang paling banyak diketahui oleh pelaku UMKM adalah Kampus UMKM (Ekspor) Shopee (25,98 persen), Program Ekspor Shopee (17,32 persen), dan Sekolah Kilat Seller Tokopedia (6,30 persen).

Narahubung: Izzudin Al Farras (+62-857-1053-9295)