

Bacalah siaran pers dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia berikut:

**KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN  
REPUBLIK INDONESIA**

**SIARAN PERS**

HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021

**UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia**

**Jakarta, 5 Mei 2021**

Target rasio kewirausahaan nasional dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) adalah mencapai 3,9% dan pertumbuhan wirausaha baru sebesar 4% pada tahun 2024. Dalam acara Leader, Executive, & Entrepreneur Program Industry & Business Institute of Management (IBIMA) secara virtual, Rabu (5/5), Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto menyampaikan kembali arahan Presiden Joko Widodo bahwa tahun 2021 akan menjadi tahun yang penuh peluang, tahun pemulihan ekonomi nasional dan global.

“Saya mengapresiasi IBIMA yang telah melaksanakan kegiatan ini karena turut mendukung program Pemerintah dalam memfasilitasi tumbuh dan berkembangnya kewirausahaan di tanah air,” pungkas Airlangga.

Saat ini, seiring dengan adanya penurunan kasus positif COVID-19 serta pelaksanaan Vaksinasi, Menko Airlangga mengatakan bahwa kinerja sektor ritel saat ini sudah menunjukkan peningkatan penjualan ritel pada periode Q1-2021. Beberapa sub kelompok belanja yang mengalami peningkatan pada periode kuartal I 2021 antara lain Supermarkets, Restaurant, Medical, Household, dan Fashion. Selain itu, rilis data Purchasing Managers’ Index (PMI) Manufaktur Indonesia juga menunjukkan hal yang menggembirakan dimana sektor manufaktur Indonesia mengalami percepatan pertumbuhan pada Bulan April 2021 dengan mencatatkan rekor tertinggi di posisi 54,6 yang berarti naik dari posisi 53,2 pada bulan sebelumnya.

“Diharapkan dengan adanya perbaikan demand, baik pada industri dan pada beberapa sub kelompok belanja ritel tersebut dapat meningkatkan semangat para pelaku industri dan UMKM untuk kembali produktif,” ujar Airlangga.

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% 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. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas dari tantangan yang ada.

Untuk menjawab tantangan itu, Pemerintah telah menjalankan sejumlah program dukungan UMKM, diantaranya bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN, Kredit Usaha

Rakyat, Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi pemasaran UMKM, Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu Prakerja Melalui Pembiayaan KUR, dan termasuk pula strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja.

Dampak lain dari pandemi ini adalah mendorong shifting pola konsumsi barang dan jasa dari offline ke online, dengan adanya kenaikan trafik internet berkisar 15-20%. Hal ini menjadi momentum untuk mengakselerasi transformasi digital. Potensi digital ekonomi Indonesia juga masih terbuka lebar dengan jumlah populasi terbesar ke-4 di dunia dan penetrasi internet yang telah menjangkau 196,7 juta orang.

“Dukungan dan kerjasama serta kolaborasi dalam membangun UMKM dan industri anak bangsa berbasis teknologi tepat guna memasuki era Industri 4.0 perlu terus ditingkatkan. Dengan keterlibatan para ahli dan profesional bisnis, kami yakin bahwa kita semua memiliki semangat yang sama dalam membantu dan mengembangkan UMKM pada masa pandemi dan era digital ini,” pungkas Menko Airlangga. (ltg/fsr)

\*\*\*

**Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan  
Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian  
Haryo Limanseto**

Sumber : <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

Salah satu yang disinggung dalam siaran pers tersebut adalah digitalisasi pemasaran umkm. Berikan pendapat Anda tentang ide digitalisasi pemasaran UMKM tersebut, apakah Anda pro terhadap ide tersebut atau kontra ? Lengkapi argumen Anda dengan data dukung, contoh nyata penerapan digitalisasi pemasaran umkm serta opini Anda. Berikan opini Anda juga terkait perlukah Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah membangun e-commerce khusus produk umkm di daerah mereka ?

Dari saya sendiri, saya setuju untuk digitalisasi pemasaran UMKM, berdasarkan jurnal yang saya baca dikatakan bahwa Omset para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) antara pedagang grosir dan pedagang eceran memiliki perbedaan. Terutama bagi pedagang grosir mengalami perubahan omset, yang sebelumnya 100% kini mengalami penurunan omset hingga 50% karena pandemi. Dengan data tersebut sangat menunjukkan penurunan yang drastic karena efek dari pandemi, sehingga dengan adanya digitalisasi pemasaran UMKM diharapkan akan memberikan dampak yang baik kepada UMKM sehingga diharapkan pelaku UMKM mendapat omset yang sama sebelum terjadinya Pandemi.

Contoh nyata dari penerapan digitalisasi pemasaran UMKM adalah Sahabat UMKM, Sahabat UMKM adalah komunitas yang mempertemukan antara pelaku UMKM dan Profesional Kewirausahaan. Selama pandemic COVID-19, sahabat UMKM membantu pelaku UMKM untuk berkoordinasi dan mencari peluang pasar bagi pelaku UMKM yang terdampak. Sahabat UMKM menyebarkan Inovasi dari program yang sebelumnya dilakukan offline menjadi online, khususnya dibidang komunikasi pemasaran.

Menurut saya, dengan adanya Sahabat UMKM sangat membantu bagi para pelaku UMKM dalam mencari pasar untuk menyebarkan produk mereka, sehingga mereka jauh lebih gampang bertahan dari keadaan pandemi ini, dibandingkan dengan UMKM yang tidak mengikuti digitalisasi pemasaran. Dengan adanya Sahabat UMKM merupakan salah satu contoh dari digitalisasi pemasaran yang sangat berdampak positif untuk UMKM sehingga saya berpikir dengan adanya digitalisasi pemasaran pasti akan ada dampak positif untuk UMKM dalam menghadapi berbagai keadaan baru, khususnya era pandemi, dimana semua hal menjadi online.

Menurut saya perlu dibentuk e commerce khusus untuk setiap produk di daerah mereka, karena dengan adanya e commerce tersebut produk hasil UMKM akan semakin gampang dikenali oleh masyarakat, dan juga semakin gampang dibeli oleh customer nya, dengan mempermudah pengenalan dengan masyarakat, dan mempermudahnya pembelian, diharapkan akan semakin tingginya penghasilan dari UMKM tiap daerahnya, serta itu juga membantu pembeli yang datang dari luar kota untuk melihat apa saja produk dari UMKM di tiap daerahnya.