

Lazada dan Kemenkop UKM Teken MoU untuk Dorong Transformasi Digital UMKM

Indonesia (Lazada) dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) menandatangani nota kesepahaman bersama (Memorandum of Understanding/MoU) untuk mendorong transformasi digital (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Melalui MoU ini, baik Lazada maupun Kemenkop UKM akan menggunakan kapabilitas dan sumber daya masing-masing untuk bisa bersama mendorong pengembangan dan transformasi digital koperasi dan UMKM di Indonesia, sejalan dengan misi Lazada untuk mempercepat perkembangan ekonomi digital di Indonesia melalui perdagangan dan teknologi. Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki yang hadir secara virtual dalam acara penandatanganan MoU, memaparkan saat ini sebanyak 21,56 juta UMKM telah go digital. Angka itu setara 71,8 persen target pemerintah untuk mentransformasi 30 juta UMKM ke dalam ekosistem digital pada 2024. "Kami melihat upaya untuk membantu pelaku UMKM untuk naik kelas dan melek digital harus terus dilakukan secara masif. Karena itu kami berharap penandatanganan nota kesepahaman dengan Lazada ini mampu memperkuat komitmen bersama dalam mendukung upaya percepatan transformasi digital dan UMKM untuk naik kelas, kata Teten dalam seremoni penandatanganan MoU yang dilaksanakan bersamaan dengan acara Lazada Club Festival, Sabtu (11/3). Sementara itu Direktur Eksekutif Lazada Indonesia, Ferry Kusnowo, menjelaskan untuk mendorong transformasi digital, pihaknya akan terus mengembangkan platform e-commerce yang mudah dan inklusif untuk semua pelaku bisnis di Indonesia. "Kami senang bisa terus berkolaborasi dengan pemerintah, khususnya Kemenkop UKM dan kami siap untuk terus mendukung para UMKM di Indonesia dalam meningkatkan kompetensi dan daya saingnya, agar tidak hanya bisa berkompetisi di negeri sendiri, namun juga mampu mengembangkan bisnisnya hingga ke mancanegara melalui platform digital, seperti melalui eCommerce, ujarnya. Lazada memiliki layanan LazGoGlobal yang memungkinkan para penjual di Lazada untuk memasarkan produknya di lima negara lainnya di Asia Tenggara di mana Lazada beroperasi, yaitu Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Melalui layanan ini, penjual

yang sudah siap diajak untuk memperluas pasarnya ke Asia Tenggara dengan berbagai kemudahan fitur yang ditawarkan, termasuk dengan dukungan jaringan Lazada Logistics yang juga telah beroperasi di enam negara di Asia Tenggara. Sementara itu Deputy Bidang Kewirausahaan , Siti Azizah, menilai kerja sama dengan pelaku industri seperti Lazada diharapkan bisa mempercepat transformasi UMKM. Acara Lazada Club Festival di Jakarta itu sendiri, merupakan puncak dari rangkaian acara pembelajaran para penjual di Lazada yang telah dilaksanakan di total 21 daerah di Indonesia dan dimulai pada pertengahan tahun lalu di Surabaya, Jawa Timur. Lazada Club Festival menjadi acara offline roadshow pertama untuk para penjual Lazada yang bergabung di Lazada Club, komunitas penjual resmi dari Lazada, setelah sebelumnya sempat terhenti dua tahun akibat pandemi dan lebih banyak dilaksanakan secara online. Dalam acara Lazada Club Festival Jakarta, sebanyak 200 orang penjual Lazada hadir secara offline untuk belajar langsung dari para pembicara ahli, baik yang berasal dari Lazada maupun pembicara dari sesama penjual yang sudah lebih berpengalaman. Lazada Club saat ini telah tersedia di 34 kota di Indonesia dan akan terus aktif menjalankan program pembelajaran untuk para penjual di Lazada.