

Pemberdayaan UMKM Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional Melalui Optimalisasi Digital 4.0

Felix Sevanov Gilbert, Wiji Setiyani
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
felixsg@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 membuat berbagai sektor terkena dampak, tanpa terkecuali Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM merupakan kontribusi terbesar terhadap perekonomian Indonesia dibidang Produk Domestik Bruto dan penyerap tenaga kerja. Dengan adanya pandemi Covid-19, pemerintah mengeluarkan kebijakan *social distancing* yang memiliki dampak terhadap UMKM. UMKM diharuskan untuk melakukan digitalisasi yang sesuai dengan era 4.0 sehingga produk yang dihasilkan tetap dapat terjual. Penelitian ini bertujuan untuk mencari solusi di bidang ekonomi politik dalam pemberdayaan UMKM untuk adanya pemulihan ekonomi nasional ke ranah digitalisasi sehingga output yang dihasilkan dapat membuat masyarakat Indonesia menjadi sejahtera. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan data sekunder. Penelitian ini menggunakan teori kebijakan dan Ekonomi Politik Keynesian dengan adanya landasan solusi yang ditawarkan yaitu dengan adanya kebijakan pemerintah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor ekonomi yang sangat potensial namun mengalami masalah ditengah krisis dan juga sulit menghadapi adaptasi kebiasaan baru yang berbasis Digital. Ekonomi Digital merupakan solusi menyelesaikan tantangan di tengah New Normal, namun belum sepenuhnya menasar pada ranah informal yang dipegang oleh UMKM mengingat keterbatasan mereka terhadap literasi Digital, sehingga perlu ada perhatian khusus terhadap mereka agar mampu menyesuaikan prospek pasar yang lebih baru guna memulihkan kembali kehidupan mereka agar menjadi lebih sejahtera.

Kata Kunci : pemberdayaan UMKM, digitalisasi, kesejahteraan

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memiliki dampak di berbagai sektor tanpa terkecuali sektor ekonomi. Hal ini bisa dilihat dari turunnya Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) secara signifikan. Terlebih, UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja. Pelaku usaha di Indonesia sebesar 99% adalah sektor UMKM. Peran UMKM telah berkontribusi 60% terhadap Produk Domestik Bruto Nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemi. Sedangkan dari UMKM yang ada saat ini ternyata baru 16% yang telah masuk dalam ekosistem ekonomi digital (Arianto, 2020).

Pandemi Covid-19 mengharuskan pemerintah mengeluarkan kebijakan *social distancing* dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang mengharuskan masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah. Hal ini membuat terjadinya penurunan daya beli masyarakat, dan pada akhirnya banyak konsumen beralih untuk melakukan belanja secara digital. Namun yang cukup disayangkan bahwa beberapa UMKM belum melakukan digitalisasi, artinya beberapa UMKM masih belum siap menghadapi dunia digital, sehingga tidak jarang banyak yang terdampak hingga terpaksa menutup usahanya (Arianto, 2020).

Pandemi Covid-19 terpaksa mendorong UMKM untuk beralih penjualannya yang awalnya offline menjadi online. Dimana, media sosial dan *marketplace* dapat menjadi sebuah konsep mempermudah UMKM melakukan pemasaran secara digital dengan lebih efektif dan efisien. Pelaku usaha harus pintar melihat peluang yang ada dengan menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi dalam menjalankan maupun menunjang kegiatan bisnis. Terlebih, dengan adanya arus teknologi informasi dan telekomunikasi yang terus berkembang pesat bisa menunjang kegiatan bisnis (Yanuar, 2020).

Segudang masalah muncul ketika berbicara pengembangan UMKM. Paling konkrit adalah soal kepastian hukum atau legalitas yang harus ditata. Membangun UMKM perlu akses yang setara dan merata seperti badan usaha lainnya, baik dalam administrasi hingga konteks pembinaan terhadap perluasan lapangan usaha/prospek yang dicapai. Semua perlu dicapai dengan komitmen terintegrasi demi iklim usaha yang kondusif. Disamping bagaimana masalah literasi akan media digital yang juga berbanding lurus pada penataan UMKM tersebut supaya bermanfaat maksimal. Iklim Digitalisasi memang tidak instan, perlu tuntunan guna disesuaikan dan mempengaruhi rangkaian interaksi berlandaskan inovasi agar kelak muncul efisiensi dan efektivitas. Cara-cara seperti ini perlu dibarengi dengan ketentuan akan rasionalisasi yang terukur pada sejauh mana kapasitas teknologi juga maksimal disamping kemitraan perlu dibangun agar semua sama-sama bangkit (Khotimah., 2020).

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu seperti jurnal yang ditulis oleh Sri Peni Wastutiningsih dan Titis Puspita Dewi dengan judul “*Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Era Revolusi Industri 4.0*” dan termuat dalam Suluh Pembangunan : *Journal of Extension and Development* Volume 1 Nomor 2: 90-96 (2019). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ada fungsi manifes dalam bentuk peningkatan penjualan dan peningkatan omset wirausahawan mendapatkannya melalui digital marketing sedangkan fungsi latennya berupa perubahan gaya hidup masyarakat pedesaan yang menjadi konsumtif sejak mengenal dunia internet (Wastutiningsih & Dewi, 2019). Penelitian selanjutnya yaitu jurnal yang ditulis oleh Debi S Fuadi, Ade Sadikin Akhyadi, dan Iip Saripah, dengan judul “*Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial*” dan termuat dalam DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah Nomor: 1 (volume: 5), Maret 2021-1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran komunitas sosial berkontribusi dan menjadi solusi untuk masalah yang dihadapi untuk mengurangi kesenjangan arus digitalisasi antara desa dan kota (Debi et al., 2021). Kemudian, jurnal yang ditulis oleh Nur Faidati dan Muhammad Khozin dengan judul “*Pengembangan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0*” dan termuat dalam *The 11th University Research Colloquium 2020* Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan edukasi tentang pemanfaatan teknologi untuk mengembangkan UMKM. Selama ini, proses pengelolaan usaha dan pemasaran produk dilakukan secara tradisional. Oleh karena itu, banyak pelatihan dan workshop yang dilakukan untuk mengembangkan kemampuannya sebagai wirausahawan perempuan agar usahanya selalu berkembang dan mampu naik kelas di era Revolusi Industri 4.0. Kerjasama pengembangan usaha kecil menengah tenaga kerja manual Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) di era Revolusi Industri 4.0 merupakan pilihan strategis yang penting untuk meningkatkan daya saing usaha kecil menengah dalam tenaga kerja manual. Kerjasama yang terjalin dalam konteks ini dicapai melalui penyelenggaraan sejumlah kegiatan dari masing-masing pemangku kepentingan (Faidati, N., & Khozin, M., 2020).

Dengan adanya penelitian terdahulu, penulis mencoba melakukan penelitian pembaruan yang berkaitan dengan pemberdayaan UMKM sebagai penggerak pemulihan ekonomi nasional melalui optimalisasi industri digital 4.0. Tujuan dalam penelitian ini ingin melihat bahwa UMKM di ranah digitalisasi yang sesuai dengan era 4.0 sangat mempengaruhi perekonomian nasional kedepannya. UMKM merupakan usaha kecil menengah yang bisa dikerjakan di rumah. Terkait hal ini, tulisan ini berupaya untuk mencari solusi sebagai pemberdayaan UMKM sebagai penggerak pemulihan ekonomi nasional melalui optimalisasi dengan industri digital di era 4.0 dibidang ekonomi politik. Mengingat era 4.0 ini mengharuskan berbagai sektor melakukan penyesuaian terhadap masing-masing usaha yang dirilis agar semakin memiliki daya saing dan sifatnya juga berkelanjutan atau tidak hanya

terfokus pada satu sisi saja, melainkan bisa memperluas baik dalam segi cakupannya maupun variasi dalam bidang usaha yang digeluti.

Selanjutnya, penelitian ini bisa berkontribusi kepada pemerintah agar mendorong kegiatan UMKM sebagai salah satu langkah yang dapat diambil di era pandemi Covid-19 sehingga siap untuk mengikuti perkembangan digitalisasi, dan juga dapat berkontribusi kepada masyarakat agar menjadi kritis terhadap permasalahan yang sudah ada, dan dapat menyadarkan terkait pentingnya UMKM yang sudah seharusnya beralih ke digitalisasi sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam hal ini, rencana pemecahan masalahnya sendiri melakukan pemberdayaan dengan cara berkolaborasi antara dunia usaha dan dunia kerja, artinya lini sektor yang lebih kecil agar saling menopang satu sama lain. Namun penekanan yang kami usung bukan berkolaborasi untuk pemahamannya saja melainkan bagaimana memperkuat kompetensi atau kemampuan mereka dalam implementasi secara langsung atau dalam arti sebagai langkah mereka dalam persaingan usaha pada umumnya dengan dibantu oleh kebijakan. Untuk itu, penelitian ini ingin menjawab pertanyaan bagaimana pengoptimalan digitalisasi terhadap pemberdayaan UMKM dalam memulihkan ekonomi Nasional?

KAJIAN LITERATUR

Teori Kebijakan

Kebijakan adalah kegiatan, tindakan, sikap, rencana program, dan keputusan yang dilakukan oleh para aktor (pihak terkait) sebagai upaya pemecahan masalah yang dihadapi. Suatu kebijakan merupakan hal yang penting dalam mencapai suatu tujuan, karena pada dasarnya kebijakan merupakan bentuk respon terhadap peristiwa yang terjadi untuk menghasilkan harmonisasi pihak-pihak yang berkepentingan, menciptakan insentif bagi perilaku pihak yang menerima perlakuan tidak rasional atas kerja kolektif. Pada dasarnya suatu kebijakan merupakan hal yang penting dalam mencapai suatu tujuan dalam organisasi. Kebijakan terdiri dari dua aspek, yaitu (a) Kebijakan merupakan sebuah bentuk respon mengenai kejadian yang terjadi untuk menghasilkan harmonisasi dari pihak yang berkepentingan, menciptakan intensif (b) Kebijakan merupakan praktik sosial. Kebijakan suatu hal yang tunggal atau khusus, artinya kebijakan adalah sesuatu yang dihasilkan oleh pembuat kebijakan (pemerintah) sebagai bentuk rumusan berdasarkan peristiwa yang terjadi di masyarakat. Kebijakan dapat berasal dari individu atau kelompok yang mengimplementasikan serangkaian tindakan/kegiatan dan/atau program dalam mencapai tujuan tertentu. Kebijakan juga didefinisikan sebagai sebuah sistem yang terdiri dari input, proses dan output. Kebijakan adalah agenda pemerintah dan permasalahan yang terjadi. Proses kebijakan terdiri dari proses perumusan kebijakan dan Implementasi kebijakan (Desrinelti et al., 2021).

Kebijakan merupakan serangkaian kekuatan dalam kendali aktor yang berkuasa atas suatu kebijakan yang mempengaruhi struktur dan kinerja sistem. Kebijakan adalah serangkaian tindakan yang diambil oleh pemerintah sebagai bentuk respon yang dikeluarkan akan suatu permasalahan yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat, dimana terkadang kebijakan ini merupakan respon dengan adanya peristiwa yang memiliki urgensi tersendiri. Kebijakan juga bisa digunakan untuk mengontrol sistem dan memecahkan masalah di dalamnya. Berbicara mengenai kebijakan berarti berhubungan dengan tujuan nasional yang luas. Kebijakan dimaksud untuk membantu mencapai tujuan, kriteria digunakan untuk mengukur sejauh mana tindakan kebijakan dapat membantu untuk mencapai tujuan. Semua langkah studi analisis kebijakan harus dilakukan melalui kerjasama yang erat dengan pihak terkait menguntungkan pembuat kebijakan dan harus terhubung dengan proses pembuatan

kebijakan. Bahkan, analisis kebijakan studi harus menjadi kemitraan antara analis dan pembuat kebijakan. Hal ini sering tidak terjadi dalam implementasi lapangan (Walker, 2000).

Kebijakan sebagai respon terhadap masalah sosial Semua kebijakan bertujuan untuk menyelesaikan masalah publik yang diidentifikasi sebagai agenda pemerintah. Dengan demikian, pembuat kebijakan mewakili respon sistem administrasi politik terhadap realitas sosial yang dianggap tidak dapat diterima secara politik. Perlu dicatat di sini bahwa gejala-gejala masalah sosial yang merupakan titik awal untuk realisasi keberadaannya dan perdebatan tentang perlunya suatu kebijakan (Mustari, 2015).

Ekonomi Politik Keynesian

Dalam beberapa tahun terakhir, kepercayaan pada kapasitas pasar dalam mengatur dirinya sendiri berfungsi dengan baik dan telah meningkat, setidaknya pada level pembuatan kebijakan ekonomi politik klasik yaitu keynesia yang pada dasarnya berkaitan dengan fungsinya sistem sosial ekonomi dan politik. Model ekonomi politik keynesian menyiratkan bahwa cita-cita etis seperti kesejahteraan masyarakat memiliki tatanan yang lebih tinggi. Keynes menyatukan untaian ekonomi pada suatu bisnis, kebijakan moneter dan tingkat harga (Europe, 1983). Keynesian mempertimbangkan peran pemerintah yang diperlukan dalam perkembangan ekonomi. Dalam teori Keynesian terdapat "*third way*" yang berhubungan dengan pendekatan pembuatan kebijakan ekonomi makro. Dimana, peran kebijakan fiskal diperkecil dan peran kebijakan moneter meningkat, dan berfokus pada kebijakan moneter yang menjadi sasaran tingkat inflasi. Walaupun, pendekatan terhadap kebijakan ekonomi makro tidak terbatas pada "*third way*" (Arestis & Sawyer, 2001). Keynes juga berlandaskan ekonomi makro. Keynes melihat hubungan antar variabel ekonomi seperti pendapatan, konsumsi, tabungan dan pajak, pengeluaran pemerintah, impor dan ekspor, pengangguran dan inflasi secara agregatif (Pujiati, 2011).

Pendekatan keynesian berfokus pada ketidakstabilan dari adanya proses reproduksi dan pertumbuhan dalam perekonomian kapitalis. Menurut Keynes, pasar tidak mampu mempertahankan ketersediaan lapangan kerja dan kelancaran reproduksi. Dalam teori Keynes adanya stabilisasi lingkungan yang memiliki 2 (dua) implikasi penting bagi perekonomian politik yaitu bahwa keinginan untuk menstabilkan pasar akan membatasi sistem kepemilikan murni dan mengubah beberapa jenis hubungan kontrak yang penting serta akan membuat negara terlibat di dalam regulasi terhadap proses produksi dan distribusi. Dalam proses produksi dan distribusi ini akan menghasilkan suatu pendapatan. Pendapatan yang diterima oleh perusahaan dari pekerjaan akan mendorong adanya pengeluaran. Dari sisi pekerja sendiri, upah adalah pendapatan utama karena akan digunakan untuk membeli barang-barang konsumsi. Di sisi lain, perusahaan melakukan produksi untuk mencari laba yang digunakan untuk meningkatkan kapital dan memperbesar kapasitas produksi perusahaan (James A. Caporaso, 1992).

Keynes menitikberatkan pada perencanaan jangka panjang dibandingkan dengan jangka pendek, karena jika berada dalam situasi yang mendorong melakukan perencanaan jangka pendek maka tidak stabil kondisi dari pasar. Dalam teori keynesian, sebuah perusahaan ekonomi swasta ada ketegangan antara barang publik yang diadakan lewat akumulasi kapital dengan alasan individu mengumpulkan kekayaan dalam bentuk cair. Kebutuhan masyarakat akan terpenuhi dari akumulasi sarana produksi karena perusahaan adalah mekanisme untuk menyelaraskan kebutuhan untuk memiliki andil langsung oleh individu dalam kapasitas pribadi. Perusahaan memiliki identitas institusional dalam jangka panjang, maka perusahaan dapat menstabilkan perekonomian, maka perusahaan akan bertindak sedemikian rupa agar pasarnya stabil. Terlebih, kepemilikan terhadap aset jangka panjang adalah landasan bagi kesejahteraan ekonomi dan jaminan keamanan dalam perekonomian swasta. Keynes dan pengikutnya memfokuskan pada implikasi dari pertentangan antara kepemilikan perusahaan dengan kepemilikan terhadap andil langsung dalam masyarakat yang bisa menimbulkan instabilitas dalam pasar. Namun, analisis keynesian memandang bahwa ada kemungkinan bahwa keputusan yang dibuat antar pelaku pasar yaitu pekerja dan perusahaan akan membawa dampak yang negatif (James A. Caporaso, 1992).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena yang sedang terjadi melalui deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa dengan mengkaji mengenai dokumen yang berkaitan dengan UMKM, yang pada penelitian ini akan menghasilkan deskriptif kepustakaan atau *non reactive research* yang merupakan pendekatan positifis/tradisional, dimana dari diperoleh dari jurnal, buku, artikel, dan media massa secara digital yang merupakan data sekunder mengenai UMKM.

PEMBAHASAN

Dorongan UMKM untuk melakukan sebuah transformasi guna menyesuaikan pada tuntutan zaman sangatlah dirasa sangatlah perlu mengingat terjadi sebuah ketimpangan diantara model bisnis seperti UMKM dengan korporasi yang besar karena kompetisi di masa kini cenderung lebih dinamis dengan adanya sebuah percepatan dari pembangunan teknologi. Kemudian fenomena seperti ini berbanding lurus pada preferensi pasar atau masyarakat yang menjadi konsumen terkait dengan literasi media yang semakin berkembang meningkatkan rasionalitas akan pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan konsepsi konsumerisme yaitu mengacu pada daya beli masyarakat yang lebih kompleks seiring terbukanya pasar oleh digitalisasi. Maka demikian, UMKM sebagai usaha yang dikelola murni oleh rakyat juga perlu tanggap dalam menanggapi situasi dan kondisi dalam arti bahwa perlu sebuah terobosan yang brilian dalam menguasai pasar yang potensial tersebut. (Wijoyo, 2021)

UMKM juga dinilai hadir dalam menunjukkan kedaulatan ekonomi rakyat saat ini, tentunya ditandai pada fenomena MEA atau Masyarakat Ekonomi ASEAN dengan berbasis pada indikator angkatan kerja yang mampu berdaya saing secara kompetensi dengan negara lain. Industrialisasi secara global memang sangatlah pesat di negara-negara berkembang khususnya ASEAN namun daya tampung mereka terhadap angkatan kerja menjadi tenaga kerja juga menjadi terbatas seiring adanya globalisasi yang berimplikasi pada bauran teknologi sehingga perlu didorong masyarakat yang produktif untuk berwirausaha dalam rangka menciptakan lapangan kerja dan menumbuhkan produktivitas ekonomi. Apalagi secara jumlah Indonesia dinilai cukup mapan karena memiliki UMKM yang potensial yaitu sekitar 50 juta namun menjadi masalah ketika tidak dibarengi dengan peningkatan dan pemberdayaan agar lebih terakses dengan teknologi mengingat masalah ini juga berbanding lurus pada sejauh mana literasi media terhadap produktivitas ekonomi khususnya ekonomi kerakyatan yang tentu perlu disikapi secara intensif melalui sebuah kebijakan. (Febriyantoro & Arisandi, 2018)

Transformasi UMKM sebagai bagian dari pengembangan ekonomi baru juga tidaklah lepas dari komitmen Pemerintah dalam rangka meningkatkan Produk Domestik Bruto dan juga pemerataan ekonomi ditinjau dari segi keterjangkauan masyarakat terhadap kebutuhan saat ini. Hal ini juga dilihat sebagai suatu langkah yang tepat bilamana Negara juga memandang bahwa UMKM hadir sebagai sektor utama dalam menopang ekonomi karena UMKM sendiri lahir dari rakyat bukan seperti layaknya korporasi yang hadir dari penanaman modal yang berlangsung utamanya dari luar Negeri. Pemberdayaan UMKM hadir menjadi sebuah isu yang menarik ditinjau dari segi politik karena UMKM merepresentasikan daya ungkit masyarakat kecil dalam menanggapi tantangan zaman paling tidak untuk bertahan ditengah goncangan krisis akibat Pandemi saat ini dimana sejatinya UMKM saat ini juga perlu sebuah terobosan dalam rangka beradaptasi pada mekanisme pasar yang semakin pesat

oleh karena adanya teknologi saat ini karena secara fundamental ekonomi UMKM terjejas akibat kondisi Pandemi saat ini.

Secara teoritis, perlu dipahami bahwa UMKM sendiri bergerak dengan mengacu pada laju inflasi dan juga daya beli yang dipengaruhi pula pada kestabilan global maupun nasional. Maka demikian, peran Negara juga diuji dalam rangka mengintervensi situasi ekonomi yang ditentukan pada sejauh mana efektivitas regulasi yang berlaku selama ini menanggapi dinamika yang terjadi. Secara aturan sudah jelas ada 3 regulasi utama yang menaungi industri UMKM dan juga digitalisasinya yaitu UU 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan UU 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Sejatinya regulasi diatas secara eksplisit mengatur mekanisme sinergi dan juga jaminan dalam rangka percepatan pengembangan UMKM walau secara realita terjadi adalah ketika adanya sebuah ketimpangan dalam mengatur kepastian sanksi dan mekanisme penyertaan bantuan yang dirasa cenderung kaku sehingga menyulitkan iklim usaha terutama UMKM untuk berkolaborasi dengan stakeholders lain termasuk pemerintah untuk bangkit dari krisis.

Berkaca soal kolaborasi, poin penting yang perlu dicapai adalah kesepakatan diantara dunia usaha dengan negara dalam mewujudkan sebuah ruang yang memadai demi mencari jalan keluar atau alternative dalam rangka membangkitkan ekonomi kerakyatan. Pemerintah mampu menjalankan fungsi intervensi dan stabilisasi dalam rangka menjamin UMKM agar tetap *survive* dari keterpurukan secara luas bahwa ekonomi memang cenderung terpuruk tapi harus ada komitmen bahwa Negara mampu dan itu dilandasi pada sebuah kemampuan dalam membuat suatu kebijakan yang ekspansif dan terukur secara manfaat, yaitu membuka kolaborasi antara UMKM sebagai sektor yang terdampak dalam krisis ekonomi dengan sektor korporasi agar kelak terjadi sebuah sinergi dalam negeri tidak serta merta bergantung terhadap investasi global melainkan berusaha untuk mendorong fundamental ekonomi yang lebih sustainable dimulai dari dorongan dari bawah yaitu kelayakan yang dibangun dalam UMKM apalagi secara kenormalan baru perlu sebuah rasionalisasi dalam hal ini adaptasi model bisnis yang lebih ramping oleh adanya bauran teknologi yang dibuka luas oleh Negara. (Mada, 2015)

Arah kebijakan yang semestinya mampu dibangun adalah membangun kembali ekosistem yang rapuh dengan mengarah pada kondusivitas di kalangan masyarakat serta memperkuat kepercayaan konsumen dalam rangka membangun kembali daya beli mereka melalui serangkaian proses yang dinamakan sebagai intervensi itu sendiri yaitu mengawal proses distribusi demi mencapai sebuah keterjangkauan terhadap harga-harga begitu juga yang berproses secara daring dimana umumnya ada ongkos logistik yang haruslah dikorbankan dan perlu menjadi atensi Pemerintah dalam rangka menjaga keseimbangan antara *supply* dan *demand* dimana dalam ekosistem digital menjadi penting dikarenakan bahwa kelancaran dari mekanisme tersebut mampu mempengaruhi preferensi dan juga laju pertumbuhan industry ekonomi baru yang seharusnya menjadi peluang besar bagi usaha rakyat untuk berdaya saing ditengah krisis saat ini. Meskipun nyatanya memang tidaklah mudah karena masalah sebenarnya adalah lebih kepada keterbukaan dan komitmen dalam mengoptimalkan literasi yang didasari pada proses sosialisasi memadai hingga pada lingkup kebawah.

Marketplace adalah jawaban relevan dalam menanggapi masalah ketimpangan komunikasi antara dunia usaha dengan pelaku pasar UMKM saat ini. Negara membuka seluas-luasnya investasi dan inovasi untuk sebuah ekosistem lokapasar namun perlu ada komitmen dimana mereka menjangkau ranah UMKM yang selama ini jauh dari hiruk pikuk konsumen secara luas melalui media sosial saat ini. Lokapasar atau *Marketplace* sejatinya lahir dari kepedulian demi membangun pemberdayaan namun juga disikapi sebagai sebuah jalan keluar dalam rangka membangun sebuah inovasi yang obyektif dan umumnya dilandasi

pada persaingan agar masing-masing pelaku usaha juga terus mengembangkan kualitas sebagai konsekuensi adanya pasar bebas saat ini. Disisi lain, lokapasar juga memperkuat promosi sehingga pasar menjadi lebih dinamis dan strategis karena bergantung pada suatu tren saja melainkan berkelanjutan didalamnya dan hal itu dijamin penuh melalui kemudahan birokrasi yang sejatinya mampu menaungi dunia usaha seperti Startup untuk membantu negara membangun pemerataan dan semangat dalam kebangkitan ekonomi rakyat (Irwansyah, 2020)

Kolaborasi yang ditimbulkan sesuai pada semangat Keynesian juga berlaku dalam *Marketplace* sebagai suatu alternatif yang relevan saat ini, umumnya *Marketplace* juga bisa disinergikan dengan Media Sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Whatsapp yang cenderung melihat pada interaksi yang melahirkan aksi sosial di kalangan masyarakat untuk saling membantu. Peran Pemerintah perlu lebih digiatkan dalam hal menjembatani dengan dunia usaha yang lebih besar untuk sama-sama membantu aksesibilitas masyarakat khususnya golongan menengah kebawah akan pentingnya literasi media daring. Kemudian dibarengi dengan kebijaksanaan setiap pihak khususnya pelaku UMKM yang sejatinya didorong melalui proses sosialisasi dan edukasi yang lebih berkesinambungan sehingga apabila ekosistem digital sudah mulai terbangun maka *Marketplace* UMKM sebagai sebuah terobosan mampu berjalan optimal sebagaimana mekanisme pasar juga berjalan. Bahkan berdasarkan data CNN Indonesia (2021) bahwa paling tidak 30 juta dari 64 juta pelaku UMKM mampu terintegrasi dengan elektronik atau Go Digital di 2023. (Debi et al., 2021)

Perhatian kami adalah hendaknya pemerataan ekonomi itu harus menaungi segenap lapisan pelaku usaha termasuk dari kalangan UMKM untuk lebih menerima sebuah keberpihakan melalui program Pemerintah yang membangun ekosistem yang kondusif yaitu persaingan usaha sehat dengan berbasiskan pada pengembangan inovasi diantara elemen yang berperan didalamnya. Pemerintah punya fungsi mengawasi agar masing-masing skema pemulihan yang ditawarkan dalam rangka memastikan kestabilan mampu berjalan berkesinambungan melalui penataan dan pembinaan yang kolaboratif dengan mengusung penumbuhan akan nilai-nilai kearifan lokal diselaraskan pada modernisasi yang hendaknya ramah terhadap pasar pelaku digital yaitu kalangan millennial. Intinya jangan sampai mekanisme pasar ini malah menghalangi usaha rakyat seperti UMKM untuk berkembang. Sebaliknya digitalisasi dalam mekanisme pasar haruslah membangun sisi inklusi dimana muncul sebuah keterbukaan dan saling menghargai diantara berbagai elemen usaha lainnya demi pemulihan ekonomi yang lebih baik lagi. (OECD, 2021)

UMKM harus bertransformasi karena ketimpangan model bisnis dalam hal ini antara usaha berbasis masyarakat dengan korporasi berbasis investasi sehingga perlu sebuah iklim usaha yang kondusif dan kolaboratif disamping secara umum angkatan kerja di Indonesia berkecimpung di dunia kewirausahaan sekitar 64 juta pelaku UMKM yang terdata di 2021 sehingga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi berbasis Produk Domestik Bruto. Peran Pemerintah sangatlah penting karena mengacu teori Keynesian bahwa Pemerintah berperan dalam stabilisasi ekonomi ditengah krisis yang terjadi. Ditinjau dari segi kebijakan dimana masih terdapat masalah dan belum maksimal karena belum menyentuh pada permasalahan teknis terkait mekanisme bantuan atau dukungan ekosistem hingga pada jaminan kepastian hukum yang belum membuka ruang kolaborasi baik dari dunia usaha maupun dari penyedia jasa teknologi.

Alternatif solusi dicapai adalah membuka kembali kepercayaan konsumen melalui intervensi Pemerintah dengan mendukung lokapasar atau *Marketplace* dibarengi penguatan infrastruktur yang diatur dalam regulasi teknis sehingga timbul keselarasan diantara dunia usaha melalui harmonisasi lewat kemudahan birokrasi hingga pembinaan dan pengawasan

yang obyektif disamping dengan menjembatani bauran teknologi agar tercipta iklim yang mengarah pada efisiensi terhadap UMKM itu sendiri. Melalui *Marketplace* atau lokapasar peran Negara juga mengawal adanya persaingan usaha yang kompetitif sehingga rasionalitas pasar terbangun dengan berbasiskan kepada kualitas dan inovasi. Demikian, jika keberpihakan UMKM sudah terbentuk berimplikasi pada pemulihan ekonomi yang memadai karena fundamental ekonomi melalui UMKM sudah didorong dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arestis, P., & Sawyer, M. (2001). *Working Paper No . 364 " New Consensus , " New Keynesianism , and the Economics of the " Third Way " by. 364.*
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Debi, F., Sadikin, A. A., & Iip, S. (2021). Systematic Review : Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *DIKLUS : Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 05(01), 1–13.
- Desrinelti, D., Afifah, M., & Gistituati, N. (2021). Kebijakan publik: konsep pelaksanaan. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.29210/3003906000>
- Europe, E. (1983). Hugo Radice The national economy : a Keynesian myth? *Capital & Class*.
- Faidati, N., & Khozin, M. (2020). Pengembangan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *The 11th University Research Colloquium*, 410–414.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Irwansyah, R. S. P. (2020). Global komunika. *Global Komunika*, 1(2), 1–13.
- James A. Caporaso, D. P. L. (1992). *Theories of Political Economy*. Cambridge University Press.
- Mada, U. G. (2015). Pemulihan Ekonomi Nasional Menuju Demokrasi Ekonomi. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 16(1), 1–17. <https://doi.org/10.22146/jieb.6798>
- Mustari, N. (2015). *Pemahaman Kebijakan Publik: formulasi, implementasi & evaluasi kebijakan publik*. 5–4.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. 1–273. https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/the-digital-transformation-of-smes_bdb9256a-en#page1
- Pujiati, A. (2011). Menuju Pemikiran Ekonomi Ideal: Tinjauan Filosofis Dan Empiris. *Fokus Ekonomi*, 10(2), 114–125.
- Sumber, P., Perdesaan, D., Berkelanjutan, L., Kewirausahaan, B., Umkm, K., Digital, M., Era, D. I., Industri, R., Khotimah, S., Purwati, A. S., & Taufiq, M. (2020). *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers*. 71–76.