

---

## PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MELALUI PENDEKATAN INOVASI SOSIAL DAN *COLLABORATIVE GOVERNANCE*

**Hilmi Rahman Ibrahim**

Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Nasional Jakarta

Email: hilmirahmanibr@gmail.com.

(Submission 10-01-2022, Revisions 02-02-2022, Accepted 04-02-2022).

### ***Abstract***

*This article describes the relationship between MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) empowerment, social innovation and collaboration between sectors in strengthening the national economy through strengthening the MSME sector. Empowerment of the micro, small and medium-sized business sector is one of the government's strategic efforts in restoring and revitalizing the national economy which was slumped due to the impact of the Covid-19 pandemic. The role of MSMEs in the national economy is very important related to the absorption of labor and contribution to sustainable economic development. Several studies show that the MSME sector is able to reduce poverty, unemployment and encourage equitable distribution of economic development activities as well as provide a wider economic multiplier effect. Empowerment is a policy instrument that can increase the capacity of MSMEs in terms of production, innovation and distribution and market expansion. The MSME empowerment movement can be done by generating and bringing the potential and social innovation movement closer through strengthening and utilizing information technology, collaboration between economic actors, expanding social media-based information, strengthened through collaboration between organizations with institutional formats at the central and regional government policy levels through development collaborative model.*

**Keywords:** *empowerment, social innovation and collaborative governance, umkm, pandemic 19.*

### **Abstrak**

Artikel ini menjelaskan relasi Pemberdayaan UMKM, Inovasi Sosial dan Kolaborasi antar sektor dalam memperkuat ekonomi nasional melalui penguatan sektor UMKM. Pemberdayaan sektor usaha mikro, kecil dan menengah merupakan salah satu upaya strategis pemerintah dalam memulihkan dan membangkitkan ekonomi nasional yang terpuruk akibat dampak pandemi Covid-19. Peran UMKM dalam ekonomi nasional sangat penting dikaitkan dengan penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi secara berkelanjutan. Beberapa studi menunjukkan bahwa sektor UMKM mampu menurunkan angka kemiskinan, pengangguran dan mendorong pemerataan kegiatan pembangunan ekonomi serta memberikan *multiflier effect* ekonomi yang lebih luas.

Pemberdayaan merupakan instrumen kebijakan yang dapat meningkatkan kapasitas UMKM baik dalam sisi produksi, inovasi maupun dalam bidang distribusi dan perluasan pasar. Gerakan pemberdayaan UMKM bisa dilakukan dengan membangkitkan dan mendekatkan potensi dan gerakan inovasi sosial melalui penguatan dan pemanfaatan informasi teknologi, kolaborasi antar pelaku ekonomi, perluasan informasi berbasis media sosial, diperkuat melalui kolaborasi antar organisasi dengan format kelembagaan di tataran level kebijakan pemerintah pusat dan daerah melalui pengembangan model kolaboratif.

**Kata Kunci:** pemberdayaan, inovasi sosial dan tata kelola kolaboratif, umkm, pandemi 19.

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 di Indonesia dalam kurun 2020-2021 tidak hanya menjadi peristiwa kemanusiaan yang menelan korban ratusan ribu orang meninggal dunia, tapi juga menjadi peristiwa luar biasa yang berdampak pada perubahan tatanan ekonomi dan sosial masyarakat. Banyak perusahaan besar dan kecil terkena dampak ekonomi, yang kemudian terpaksa melakukan pemotongan gaji karyawan, pemutusan hubungan kerja hingga penutupan tempat usaha. Bahkan dalam skala yang lebih luas, dampak pandemi Covid-19 telah mendorong tingginya angka pengangguran dan meningkatnya pertambahan orang miskin di Indonesia, terutama dalam masa pandemi Covid-19 2020-2021.

Untuk bertahan dalam kondisi perekonomian yang sedang menurun, banyak orang mencari cara untuk sekedar bertahan meskipun serba sulit. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah memulai dan memperkuat usaha mikro, kecil dan menengah. Caranya bisa dengan memanfaatkan inovasi berbasis teknologi sederhana hingga inovasi yang bernilai tinggi. Salah satu inovasi sektor UMKM yang lahir dari kondisi Covid 19 adalah adanya inovasi digitalisasi pasar tradisional dengan menggunakan aplikasi teknologi yang sederhana atau mudah digunakan. Tujuannya, selain untuk memudahkan mobilisasi ekonomi, juga menghindari kerumunan, dalam memutus mata rantai Covid 19 yang sangat cepat, sekaligus juga menjadi peluang untuk mendorong dan memulihkan ekonomi nasional yang terpuruk terutama dalam dua tahun terakhir ini.

Di tengah kesulitan dan peslesuan ekonomi, perhatian pemerintah dan seluruh pihak tertuju pada upaya meningkatkan peran pengelolaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu pilar kekuatan ekonomi nasional. Sektor UMKM juga ikut terdampak pengaruh pandemi Covid-19. Namun situasi saat ini berbeda dengan krisis ekonomi di Asia di tahun 1997- 1998, dimana pada masa itu sektor UMKM justru menjadi sektor penyelamat dan tampil sebagai garda terdepan dalam memperkuat ekonomi nasional. Karenanya, untuk memperbarui semangat dan menjadikan pandemi Covid 19 sebagai peluang dan titik-balik untuk bangkit, maka peran pelaku usaha sektor UMKM perlu dipacu, disiapkan dan diperkuat dalam berbagai hal, termasuk peningkatan dan penguasaan teknologi dalam memperluas pasar UMKM.

Namun, permasalahan yang seringkali dihadapi UMKM tidak hanya ketika krisis tetapi juga di saat kondisi normal sekalipun. Dalam laporan *Reforming*

*Policies for Small and Medium Size Enterprises in Indonesia* disebutkan bahwa setidaknya ada empat permasalahan klasik yang sering dihadapi sektor UMKM di Indonesia, yaitu: 1) Akses keuangan dan pembiayaan; 2) Akses terhadap bahan baku; 3) Akses tenaga kerja dan sumber daya manusia, dan; 4) Akses terhadap pasar dan permintaan (CSIS, 2020). Meskipun, pengalaman dalam dimensi sosial dan ekonomi juga telah menunjukkan bagaimana cerita sukses yang menarik berdasarkan pengalaman orang-orang yang bisa merebut peluang di masa yang sangat sulit, menunjukkan bahwa potensi untuk bangkit melalui sektor pemberdayaan dan penguatan UMKM bisa menjadi kekuatan dan kebangkitan ekonomi nasional pasca Covid-19.

Salah satu cerita sukses ini dimuat oleh harian *Republika* (April, 2020). Salah satu liputannya mengangkat kisah tentang Ugie, yang sehari-hari menjadi tim kreator dari sebuah production house. Ia terkena PHK akibat perusahaan tempat bekerja harus tutup karena dampak Covid 19. “Saya terpaksa banting stir. Dengan memanfaatkan peluang dan kemampuan saya, yang sedikit mengerti dengan media sosial dan memanfaatkan aplikasi teknologi, saya mengajak beberapa teman bisa melakukan apa yang disebut dengan konsep inovasi re-seller untuk produk strawberry. Awalnya kami menjual secara konvensional, namun hasilnya kurang maksimal, hanya bisa menjual maksimal 10 kg per hari. Dengan memanfaatkan teknologi berbasis aplikasi kami bisa melakukan penjualan hingga 200 kilogram per hari dan saat ini kami sudah mulai melakukan dan mengembangkan perluasan pasar dengan sistem inovasi baru dibidang pengemasan yang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Dengan memanfaatkan konsep inovasi re-seller ini kami berharap akan tumbuh bersama multisektor UMKM yang lainnya,” demikian dijelaskan oleh Ugie.

Pengalaman di atas dapat menjadi platform baru bagi sektor UMKM, dimana semangat dan pembelajaran serta penguatan sektor ini sangat penting untuk ditumbuh kembangkan, melalui pola pemberdayaan, serta pemanfaatan inovasi sosial dengan memperkuat kerjasama institusi melalui konsep *collaborative governance*. Peran pemerintah dan institusi serta lembaga kemitraan menjadi penting agar sektor ini tetap tumbuh dan bertahan dalam masa krisis ekonomi atau karena pandemi covid-19.

## **Tinjauan Pustaka**

### **• Konsep Pemberdayaan dan Inovasi Sosial.**

Pemberdayaan sebagai sebuah konsep “pembangunan” mulai dikenal sebagai jargon yang sering dikaitkan dengan penguatan ekonomi dan sosial, mengemuka sejak awal tahun 1980-an. Istilah ini seringkali digunakan sebagai terminologi dalam penguatan sosial dan ekonomi dalam rangka meningkatkan fungsi ekonomi masyarakat agar lebih baik dan bisa berkembang lebih maju. Paul (1987) dalam Prijono dan Pranarka (1996) menyebutkan bahwa pemberdayaan berarti pembagian kekuasaan yang adil sehingga meningkatkan kesadaran politis dan kekuasaan pada kelompok yang lemah serta memperbesar pengaruh mereka terhadap proses dan hasil-hasil pembangunan. Friedman (1992) memperkenalkan dengan istilah pembangunan alternatif yang menekankan pada keutamaan politik

melalui otonomi pengambilan keputusan untuk melindungi kepentingan rakyat yang berlandaskan pada sumberdaya pribadi, langsung melalui partisipasi, demokrasi dan pembelajarn sosial melalui pengamatan langsung. Sementara itu (Soemodiningrat, 2002) mengaitkan konsep pemberdayaan dengan konsep pembangunan ekonomi yang berkaitan dengan nilai- nilai sosial.

Dalam pandangan lain, konsep pemberdayaan seringkali dikaitkan dengan pembangunan yang berorientasi pada masalah-masalah sosial yang melibatkan aktor masyarakat sebagai subjek dalam pembangunan. Konsep ini sering kita pahami sebagai *people centered, participatory, empowering and sustainable* (Chambers,1995). Konsep ini lebih luas dan tidak hanya berkaitan degan pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan sebuah konsep yang ditujukan untuk mencegah proses kemiskinan lebih lanjut. Konsep ini juga seringkali dikaitkan dengan konsep alternatif terhadap dampak pertumbuhan ekonomi yang seringkali melahirkan gap sosial dan ekonomi di masyarakat.

Pemberdayaan merupakan salah satu instrumen untuk membangun dan memperkuat potensi sumber daya manusia dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki oleh kelompok masyarakat atau komunitas yang dimiliki melalui pengembangan dan pemberian keterampilan berbasis kompetensi secara berkelanjutan.Pemberdayaan juga merupakan aktifitas secara positif melalui penyediaan berbagai masukan serta pemberian dan pembukaan akses dalam berbagai peluang sosial dan ekonomi (*opportunity*). Pembangunan ekonomi dalam konteks jangka pendek maupun jangka panjang selalu membawa perubahan mendasar dalam struktur ekonomi nasional. Pemikiran Kuznets (1955:62) yang menyatakan bahwa: “*a relatively coherent framework of interrelated parts, each with a distinctive role but harnessed to a set of common goals*”.

Pemikiran ini kemudian didefinisikan bahwa struktur ekonomi selalu terkait dengan berbagai dimensi peran yang berbeda-beda namun akan menyatu dalam satu tujuan atau cita-cita. Pemikiran ini relevan dalam upaya memperkuat ekonomi berbasis kelembagaan dengan menggabungkan konsep pemberdayaan sektor ekonomi UMKM, memperkuat tumbuhnya inovasi sosial melalui kelembagaan ekonomi sebagai bagian dari mata rantai penguatan ekonomi masyarakat.

Ide ini merupakan rujukan dari pendapat Agranof and McGuire (dalam Joo Chang, 2009) bahwa secara khusus *collaborative governance* telah menempatkan banyak penekanan pada kolaborasi sukarela dan hubungan horizontal antar partisipan multisektor, karena tuntutan dari klien sering melampaui kapasitas dan peran organisasi publik tunggal, dan membutuhkan interaksi diantara organisasi yang terkait dan terlibat dalam organisasi publik. Kolaborasi diperlukan untuk memungkinkan *governance* menjadi terstruktur sehingga efektif memenuhi meningkatnya permintaan yang timbul dari pengelolaan lintas pemerintah, organisasi dan batas sektoral (*Literature Review: Policy and Governance, 2017*). Phillis, et al (2008) menyebutkan bahwa inovasi sosial merupakan solusi baru untuk mengatasi masalah sosial dengan lebih efektif, efisien, berkelanjutan, atau hanya sebuah solusi yang telah eksis dengan penambahan penciptaan nilai. Hal tersebut

menyasar kepada masyarakat secara keseluruhan daripada individu atau pribadi. Definisi lain dinyatakan Murray *et.al.*, (2010) bahwa ruang lingkup inovasi sosial sangat luas dan tidak memiliki batasan yang tetap, serta dapat terjadi di semua level atau sektor.

Istilah inovasi sosial sendiri secara umum dapat digunakan untuk mendiskripsikan beberapa hal. Culier-Grice, et al (2012) menyebutkan beberapa model dalam inovasi sosial antara lain: transformasi sosial dan program baru, serta model mengenai tatakelola (*governance*) pemberdayaan (*empowerment*) dan peningkatan kapasitas (*capacity building*). Pendapat lain tentang inovasi sosial dinyatakan oleh Okpara dan Halkias (2011) yaitu sebagai salah satu elemen yang diperlukan dalam proses penciptaan kewirausahaan sosial atau upaya yang dilakukan untuk menciptakan kegiatan bernilai ekonomi dengan tujuan mengatasi permasalahan sosial. Menurutnya, faktor-faktor penunjang yang harus hadir dalam kewirausahaan sosial adalah inovasi dan kreativitas, kepemilikan dan peluang serta kemampuan untuk mendatangkan keuntungan, penciptaan nilai dan manfaat sosial.

Dalam *logical framework*, pelaksanaan sebuah program akan mencakup input dan output yang saling mempengaruhi. Sementara faktor keuntungan dan kreativitas sosial adalah *outcome* pada proses pengupayaan perubahan, serta dampak sosial sebagai salah satu kemanfaatan dampak yang diperlukan dan dibutuhkan untuk jangka panjang. Murray, et al (2013) juga memetakan proses penciptaan inovasi sosial dengan memberikan penekanan pada proses kolaborasi, baik pada level perencanaan maupun pada tataran implementasi inovasi sosial. Untuk mewujudkan inovasi sosial beberapa tahapan yang perlu dipahami, antara lain: *Pertama*, inovasi sosial dan masalah sosial perlu diidentifikasi untuk menemukan kondisi yang tidak ideal; *Kedua*, menghasilkan gagasan bersama, dengan bekerjasama dengan semua pemangku kepentingan untuk mencari kesesuaian dan persamaan pandangan terhadap suatu masalah sosial; *Ketiga*, mengukur dan menyesuaikan kapasitas dengan cara mengukur kemampuan diri dengan melakukan studi kelayakan terhadap program yang akan dijalankan; *Keempat*, melakukan kerjasama berbasis kemitraan dengan melakukan pendekatan kolaboratif dengan berbagai relasi dari berbagai bidang, dan; *Kelima*, menghasilkan inovasi sosial, yang mampu memecahkan masalah sosial dan berdampak baik terhadap masyarakat. Mulgan (2006) menambahkan adanya aspek *learning and evolving* dalam proses inovasi sosial.

Inovasi juga merupakan suatu proses yang dinamis dan senantiasa berubah sehingga dalam ekosistemnya yang kompleks, saling terkait dan juga terkadang berlawanan, sehingga terdapat proses pembelajaran, adaptasi, dan evolusi ide, melalui proses kolaboratif kreatif dan proaktif. Sifat inovasi yang baru, kompleks, dan senantiasa berubah bisa memunculkan berbagai resiko kegagalan jika tidak dikelola dengan baik. Beberapa faktor yang mempengaruhi kegagalan inovasi, misalnya bisa berasal dari tingkat kegunaan yang rendah, mekanisme promosi yang kurang, serta minimnya dukungan dari pemangku kebijakan (Manzini, 2014; Mulgan, 2006).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan beberapa data sekunder dari lembaga penelitian dan beberapa tulisan atau jurnal terdahulu. Peneliti mengumpulkan, mengkaji dan mendeskripsikan data mengenai sektor UMKM, peran inovasi sosial dan memahami konsep pemberdayaan dari berbagai sudut pandang dengan berbagai pendekatan, dianalisis secara deskriptif, menggunakan analisa atau interpretasi mengenai gambaran dan objek yang terkait dengan peran UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional termasuk posisi strategis UMKM dalam pengisian lapangan kerja dan penyerapan angkatan kerja yang terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Di samping itu, peneliti juga menggunakan kajian pustaka dengan pendekatan metode kepustakaan melalui pencarian dan pengumpulan berbagai informasi dan keterangan yang membantu penulis dalam mengurai dan menganalisis keterkaitan antar variabel sesuai dengan tema penelitian dalam tulisan ini terutama dalam menjawab rumusan masalah dalam mendorong kebijakan pemerintah dalam penguatan dan pemberdayaan UMKM sebagai salah satu sektor strategis dalam pemulihan ekonomi pasca Covid 19.

## **PEMBAHASAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, salah satunya adalah penciptaan lapangan kerja. Sebagai perbandingan, penyerapan tenaga kerja pada tahun 2017 dari sektor UMKM mencapai 116,7 juta tenaga kerja atau 97 persen dari total tenaga kerja yang diserap unit usaha di Indonesia. UMKM juga telah terbukti mampu bertahan pada krisis ekonomi Indonesia. Sekitar 96 persn UMKM bertahan dari guncangan krisis moneter tahun 1997-1998 dan juga pada tahun 2008-2009. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pasca krisis ekonom tahun 1997-1998, jumlah UMKM di Indonesia menunjukkan trend yang meningkat (Kemenkeu, 2020).

Bisa dinyatakan bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, lebih dari 99 unit usaha yang ada digolongkan sebagai UMKM, yang sebagaian besar (98%) adalah usaha mikro. Kelompok usaha ini menyumbangkan sekitar 61% dari PDB Indonesia, sebagian besar datangnya dari usaha mikro (37%) dan menengah (14%). Sebanyak 97% dari jumlah total tenaga kerja Indonesia juga bekerja di kelompok usaha ini, dimana usaha mikro mempekerjakan hampir 90% (CSIS, 2020).

Meskipun mempunyai kontribusi yang sangat tinggi dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi, kelompok usaha ini banyak menghadapi masalah struktural yang bersifat klasik. Dengan berbagai permasalahan tersebut, tidak mengherankan jika kelompok usaha ini cukup rentan dalam menghadapi berbagai guncangan ekonomi, baik karena krisis ekonomi maupun karena dampak dari pandemi yang berkepanjangan. Pandemi covid 19 telah memberikan dampak buruk terhadap UMKM. Berdasarkan Katadata Insight Center

(2020), mayoritas UMKM atau terdapat 82,9 persen merasakan dampak negatif dari pandemi Covid 19 dan hanya sebagian kecil atau terdapat 5,9 persen yang mengalami pertumbuhan positif. Hasil survei dari lembaga BPS, Bappenas dan World Bank (2020) menunjukkan bahwa pandemi Covid 19 menyebabkan banyak UMKM kesulitan untuk melunasi pinjaman serta membayar tagihan listrik, gas dan gaji karyawan. Beberapa diantaranya sampai harus melakukan PHK.

Persoalan lain yang dihadapi dan dialami UMKM selama masa pandemi Covid 19 adalah sulitnya memperoleh bahan baku, permodalan, pelanggan menurun serta distribusi dan produksi yang terhambat. Dampak lebih luas dari Covid 19 juga mengubah perilaku konsumen dan peta kompetisi bisnis yang perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha akibat adanya pembatasan kegiatan. Konsumen lebih banyak melakukan aktivitas di rumah dengan memanfaatkan teknologi digital. Sementara perubahan lanskap industri dan peta kompetisi baru ditandai dengan empat karakteristik bisnis, yaitu: *Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low Mobility*.

Merujuk pada situasi seperti ini, maka beberapa program perlu dikembangkan untuk memberikan keringanan beban biaya usaha seperti keringanan pajak, pengurangan beban bunga serta reskedulisasi utang. Di samping itu juga diperlukan dana tambahan modal kerja yang perlu digulirkan atau diberikan kepada sektor UMKM melalui lembaga keuangan sebagai bentuk komitmen pemerintah melalui pendekatan ekonomi kelembagaan bekerjasama dengan insitusi lembaga keuangan nasional sebagai bentuk afirmasi ekonomi politik dan pembangunan.

Oleh karena itu pelaku usaha UMKM perlu terus didorong untuk mengembangkan inovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai kebutuhan pasar. Mereka dapat menumbuhkembangkan berbagai gagasan atau ide usaha baru yang dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi (*social entrepreneurship*). Upaya pemerintah bersama kalangan dunia usaha dan masyarakat pada umumnya perlu mempercepat kolaborasi multi sektoral, sebagai upaya memperbaiki ekonomi nasional yang sangat menurun akibat dampak Covid 19. Salah satu kolaborasi yang perlu dilembagakan adalah melalui pelembagaan institusi ekonomi berbasis inovasi sosial dan kolaborasi dengan memperluas dan memperbanyak model-model kolaborasi ekonomi yang berkaitan sumber daya lokal dengan memadukan potensi sumber daya alam dan potensi ekonomi masyarakat.

Kontribusi sektor UMKM sangat signifikan dalam perekonomian nasional. Hal tersebut terlihat pada potensi daya serap tenaga kerja yang besar, yang menjadikan UMKM memiliki peran strategis bagi peningkatan Produk Domestik Bruto (PDRB). Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2017 menunjukkan bahwa sektor UMKM berkontribusi terhadap PDB mencapai 61.41% dengan serapan tenaga kerja hampir 98% dari keluruhan tenaga kerja nasional. Kondisi ini merupakan potensi yang sangat baik dan mendukung perekonomian nasional untuk jangka panjang. Untuk memperkuat daya saing sektor UMKM maka diperlukan pelatihan dan peningkatan inovasi secara berkesinambungan melalui program kemitraan dan kerjasama kelembagaan berbasis promosi dan pameran sebagaimana yang dilakukan oleh beberapa lembaga pemerintah seperti yang

dilakukan oleh Bank Indonesia melalui pameran atau event tahunan. Pameran ini selain menjadi ajang promosi juga dapat menjadi pasar inovasi UMKM sehingga semangat dan minat UMKM semakin meningkat, dan disertai dengan pelatihan peningkatan kualitas produk sesuai selera pasar dan berorientasi ekspor, serta memanfaatkan *platform* digital untuk memperluas akses pasar hingga ke mancanegara.

Adapun aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan kepemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan akses ekonomi dan pendapatan yang lebih memadai, penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan keterampilan, yang harus dilakukan dalam berbagai dimensi maupun melalui pendekatan dan dukungan kebijakan. Karena persoalan yang dihadapi oleh sektor UMKM adalah terkait dengan aspek distribusi dan pemasaran, baik pada tataran pasar domestik maupun pasar global, maka upaya mendorong dan memulihkan ekonomi pasca Covid 19 melalui konsep *collaborative governance*, perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah, baik sebagai pemegang regulasi dan *resources*, maupun sebagai agen perubahan dalam percepatan pemulihan ekonomi termasuk dalam merespon perubahan dan dinamika ekonomi dan sosial yang terus berkembang.

Ekonomi Indonesia dicirikan dengan *hollow middle*, dimana nilai tambah dihasilkan oleh segelintir perusahaan besar, sementara tenaga kerja banyak disediakan oleh usaha kecil dan mikro. Sementara usaha menengah sangat sedikit dalam jumlah, nilai tambah maupun tenaga kerja. Padahal usaha menengah merupakan kekuatan ekonomi yang memiliki peran sangat kuat dalam kondisi ekonomi makro. Oleh karena itu, untuk keperluan jangka menengah dan jangka pendek perlu mengejar ketertinggalan dalam aspek kualitas dan daya saing, karena itu diperlukan skema pelatihan secara terpadu dan berkelanjutan tentang pelatihan teknis dan manajemen bagi UMKM untuk menjawab tantangan permintaan yang semakin menekankan kualitas. Dengan kemampuan teknis dan kemampuan manajemen terutama kemampuan manajemen produk, pemasaran dan manajemen logistik, diharapkan UMKM akan semakin tumbuh dan mampu berpartisipasi dalam *global value chain*.

#### • **Penguatan UMKM Berbasis Kolaboratif**

Untuk memperkuat posisi sektor UMKM maka pemerintah perlu melakukan peningkatan dan penguatan adopsi inovasi-inovasi kreatif dari masyarakat dalam bentuk kerjasama antar komunitas dan kelembagaan pemerintah, maupun melalui bentuk sistem pembelajaran berbasis partisipatif dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan kepada kelompok masyarakat atau komunitas yang dikembangkan secara nasional. Salah satu model kolaborasi yang perlu untuk dikembangkan ke depan adalah dengan melalui pemanfaatan aplikasi teknologi melalui pengembangan model pemberdayaan ekonomi UMKM berbasis re-seller. Adapun model yang dimaksud dapat digambarkan sebagai berikut:

### MODEL KOLABORASI – INOVASI BERBASIS RE-SELLER



**Gambar 1. Model Kolaborasi-Inovasi Berbasis Re-Seller**

Gagasan atau model di atas merupakan akumulasi dari pengembangan model-model yang sudah ada, dan oleh penulis dikembangkan dalam bentuk gambar seperti di atas untuk memudahkan penjelasan dan pengembangannya. Model ini diharapkan dapat membantu pemerintah sekaligus sebagai kehadiran negara (*Omni Present*) baik pada skala nasional maupun pada level regional dan daerah dengan melibatkan masyarakat, sektor UMKM serta keterlibatan pemerintah daerah sebagai katalisator, untuk memastikan bahwa program ini menjadi bagian dari disain kebijakan publik dengan sasaran utama pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dan komunitas-komunitas sosial lainnya.

Dalam jangka pendek, perlu adanya pendampingan bagi para pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan belanja daring untuk menjual produk-produk UMKM secara online. Momentum pemanfaatan *platform online* dalam rangka memperkuat sektor UMKM harus berlanjut menjadi kepentingan jangka panjang. Pemerintah perlu menetapkan dan memperkuat formulasi kebijakan ekonomi sektor UMKM dengan menetapkan peta jalan (*road map*) pengembangan UMKM dalam mengantisipasi perkembangan teknologi yang sangat cepat.

Pekerja dari sektor UMKM sudah mulai beradaptasi dengan penggunaan teknologi baru dan teknologi digital, pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan program internet masuk desa, pelibatan dunia usaha, kampus, media utama dalam melakukan pendampingan dan pengenalan dan penggunaan teknologi produksi dan media digital, serta menghidupkan pola kemitraan dengan usaha besar dan UMKM. Kebijakan struktural ini dilakukan untuk mendukung penguatan UMKM sekaligus mendukung pengembangan MUKM di era industri 4.0. Kebijakan yang mendukung harus mempertimbangkan perbedaan antar sektor agar lebih relevan dengan kebutuhan spesifik mereka. Sementara transformasi digital mengikuti munculnya keterampilan digital baru dan adopsi digital baru dan adopsi

alat digital. Proses transformasi ini akan menjadi efektif jika dikembangkan melalui proses insitusalisasi dalam pendekatan kelembagaan dengan melibatkan sektor-sektor strategis lainnya (multi sektor) dengan menghadirkan model kolaborasi yang efisien dan efektif.

Belajar dari gagasan re-seller berbasis aplikasi teknologi dan media online seperti yang dijelaskan di atas, maka penyebaran ide ini juga berlaku pada komoditas lain, misalnya dalam bentuk makanan cepat saji (kuliner), serta kebutuhan primer masyarakat dalam bidang lain-lain. Peran pemerintah dalam pengembangan model-model inovasi re-seller berbasis aplikasi, perlu pelembagaan, penguatan serta kerjasama multisektor. Peran pemerintah (berbasis kelembagaan) dalam penyiapan kerjasama serta implementasi model inovasi ini, bertujuan agar pendampingan dapat dilakukan secara terus menerus untuk memastikan dominasi peran pemerintah. Di samping itu, pengelolaan kegiatan dengan pelibatan insituisi teknis pemerintah juga dapat memanfaatkan model ini untuk memberikan fungsi perbantuan modal, melalui skema kredit modal usaha, bantuan teknologi sederhana (teknologi berbasis aplikasi) sehingga penguatan fungsi dan pemberdayaan ekonomi dapat sinergis dan terwujud. Peran pemerintah dalam perspektif administrasi pembangunan negara menjadi strategis, karena selain perlunya dukungan masyarakat terhadap keberadaan pemerintah, juga pentingnya kehadiran negara dalam perekonomian nasional.

Perlunya transformasi digital tidak sekedar memperkenalkan teknologi baru untuk melakukan aktivitas dalam sektor UMKM, tetapi juga memperkenalkan teknologi baru untuk mendesain ulang seluruh model bisnis. Untuk mendukung sektor UMKM dalam mengimplementasikan model bisnis baru dan transformasi digital pada usaha mereka, adalah penting bagi pemerintah untuk membuat kebijakan struktural untuk kepentingan jangka menengah dan jangka panjang. Kebijakan ini tidak saja digunakan untuk menghadapi dampak pandemi Covid 19 tapi juga untuk menghadapi era industri 4.0. Kebijakan jangka pendek bagi UMKM yakni melalui pengenalan teknologi digital dan pelatihan bagi para pelaku dan pekerja, serta kebijakan jangka panjang melalui adaptasi dengan penggunaan teknologi untuk proses produksi yang dapat menunjang dan menjamin keberlangsung sistem produksi sebagai salah satu aspek penting dalam sub sistem manajemen produksi.

Faktor ketahanan UMKM dalam siklus perubahan lingkungan bisnis baik karena pengaruh pandemi Covid 19, maupun perubahan teknologi secara tidak langsung berpengaruh pada ketahanan ekonomi nasional. Oleh karena itu UMKM tradisional yang sebagian besar menghilang dan perusahaan mikro yang berjuang untuk mengambil manfaat dari transisi digital harus mempercepat digitalisasi dan adopsi teknologi, perubahan organisasi dan peningkatan keterampilan (*soft skill*). Pasca pandemi Covid 19, UMKM harus tumbuh dan lebih baik secara digital dengan kemampuan tenaga kerja yang lebih baik.

Belajar dari penguatan dan pemberdayaan UMKM di Korea dan Irlandia yang memperkuat posisinya melalui sistem dan pola adopsi proses kerja baru, mempercepat digitalisasi dan memperkuat dan menemukan pasar baru. Secara mikro pemerintah bersama dengan sektor dunia usaha dan pelaku UMKM yang

sukses perlu melakukan penataan ekonomi yang melemah sebagai dampak dari pandemi Covid 19 dengan pengelolaan siklus bisnis secara manajemen business cycle.

Platform pemasaran digital juga dapat dilakukan melalui peningkatan permintaan atas produk- produk UMKM. Penurunan permintaan merupakan salah satu aspek permasalahan UMKM yang dihadapi, disamping permasalahan produksi. Oleh karena itu program dukungan yang diberikan UMKM juga perlu memasukan program yang dapat meningkatkan permintaan terhadap produk-produk mereka.

Berdasarkan data dan pengalaman yang tersedia, terdapat 45% pengeluaran datang dari 20% penduduk Indonesia dengan pengeluaran tertinggi. Ini membuktikan bahwa sebegini besar permintaan di Indonesia datang dari rumah tangga kelas menengah ke atas. Kelompok ini adalah bagian masyarakat yang kemungkinan besar masih memiliki kemampuan daya beli untuk memperkuat dan mendorong perekonomian dalam meningkatkan sisi permintaan. Mereka juga adalah kelompok yang banyak menggunakan platform digital dalam melakukan kegiatan perbelanjaan.

Dengan semakin meningkat dan pesatnya penggunaan platform digital seperti *e-commerce*, media sosial melalui pengembangan inovasi sosial dalam penjualan dan interaksi penjualan selama masa pandemi, juga semakin perlunya penguatan ekonomi inovatif yang mengarah pada lahirnya berbagai model-model pengembangan UMKM yang dapat mempercepat akselerasi peningkatan permintaan melalui pemanfaatan berbagai platform *e-commerce*.

Untuk memperkuat pengembangan dan pemberdayaan UMKM dalam dimensi inovasi sosial maka diperlukan dukungan kebijakan melalui pemberian insentif kepada kelompok menengah atas dalam membelanjakan uang mereka untuk produk-produk UMKM. Strategi ini dapat dikembangkan melalui pemberian kesempatan promosi berupa pemotongan harga ataupun semacam insentif yang mendorong minat dan pembangan usaha UMKM yang lebih cepat dan terukur dalam sisi pengembangan. Pemberian kesempatan promosi melalui keterlibatan diberbagai event nasional bahkan event yang lebih besar akan mendorong dan memperkuat peran strategi UMKM dalam penguatan ekonomi nasional secara berkelanjutan

Oleh karena itu, untuk mendukung kinerja UMKM dalam era usaha dan ekonomi digital maka beberapa usulan kebijakan yang perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah dan elemen pelaku ekonomi skala besar, antara lain:

- 1) Perlunya pemberian pelatihan yang optimal mengenai pentingnya bisnis digital. Walaupun banyak pelatihan atau pemberdayaan bisnis berbasis online yang tersedia, kebanyakan terbatas pada pengenalan awal bisnis online. Pengalaman empiris menunjukan bahwa kesulitan yang dihadapi UMKM dalam berbisnis online mencakup hal seperti penentuan desain dan konten dari toko online yang dimiliki termasuk dalam memperbarui sebagai sebuah tantangan yang paling besar disamping masalah komunikasi dengan pembeli hingga masalah keterampilan dan minimnya pengetahuan serta daya saing yang dimiliki.

- 2) Perlunya pelatihan dalam pemberian keterampilan (*soft skill*) yang bersifat spesifik seperti pelatihan marketing tool, pelatihan packaging dan logistik. Karena itu pemerintah perlu memperbanyak adopsi kebijakan yang berkaitan modul pembelajaran pelatihan usaha digital agar dapat menjangkau kalangan yang lebih luas untuk selanjutnya dapat dikembangkan di daerah sebagai bentuk perluasan pemberdayaan melalui instrumen kelembagaan.
- 3) Perlunya dukungan dari agregator bisnis online. Gagasan ini sekaligus membutuhkan sumber daya manusia yang handal dan terampil. Ide ini penting untuk dikembangkan agar pelaku ekonomi sektor UMKM mendapatkan banyak pilihan pengembangan tidak terbatas hanya pada bisnis online saja tetapi juga skalanya meningkat dengan memberikan pada kemudahan pembiayaan dan regulasi yang lebih adaptif.

## SIMPULAN

Sejalan dengan perubahan dan dinamika sosial dan ekonomi masyarakat, maka peran pemerintah sebagai agen perubahan dan pemegang kebijakan (regulasi) menjadi semakin penting. Pemerintah sebagai *policy maker* dan pengelola kebijakan harus lebih mencerminkan keberpihakannya pada sektor ekonomi strategis utamanya pada kelompok masyarakat yang rentan secara ekonomi, karena kelompok inilah yang paling merasakan perubahan ekonomi setiap saat, termasuk dalam pandemi Covid 19 ini, dan pada kelompok ini pula sektor-sektor kebijakan publik sangat dirasakan manfaatnya.

Kolaborasi *governance*, menjadi sebuah kebutuhan masyarakat dalam mendorong penguatan sektor-sektor publik. Inovasi dan kolaborasi pada sisi kepentingan pemerintah dan juga masyarakat, akan saling menguatkan jika peran dan kekuatan ekonomi masyarakat lebih baik. Korelasi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat ternyata memiliki sisi korelasi positif terhadap hadir dan lahirnya gagasan (inovasi) pada satu sisi, dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menjadi sangat penting dengan hadirnya negara dalam penguatan dan gagasan-gagasan pemberdayaan sektor ekonomi publik. Oleh karena itu posisi strategis pemerintah menjadi sangat penting dan diperlukan oleh masyarakat baik sebagai katalisator maupun sebagai agen perubahan (*agent of change*).

Pemerintah melalui pemberdayaan sektor UMKM harus mampu menyasar melalui pendekatan program pemulihan ekonomi nasional yang dilaksanakan selama masa pandemi dan memberikan perhatian khusus kepada sektor UMKM. Berbagai program telah diberikan untuk mendorong keberlangsungan UMKM antara lain subsidi bunga, penempatan dana pemerintah pada bank umum mitra untuk mendukung upaya perluasan kredit modal kerja dan restrukturisasi kredit UMKM, bantuan tunai untuk PKL dan warung serta inisiatif final UMKM ditanggung oleh pemerintah.

Di samping itu untuk mendukung kebijakan pemerintah dibutuhkan beberapa dukungan kebijakan baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang melalui program literasi dan pemahaman UMKM yang lebih mendalam termasuk pelatihan teknis yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas dan

memberikan serta memperkuat jaringan akses pasar yang selama ini menjadi salah satu kendala sulitnya produk UMKM tembus dan bersaing dipasar domestik dan juga pasar global.

Pemerintah melalui program bantuan sosial berupa Banpres (Bantuan Presiden) produktif dan kartu pekerja akan membantu meningkatkan jumlah usaha mikro yang kecil yang produktif, melakukan pembinaan dan pengembangan melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) serta program CSR lainnya akan membantu pelaku UMKM yang bankable untuk naik kelas dan memperoleh pembiayaan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chambers, R. (1995). *Lembaga Penelitian, Pendidikan, Penerangan Ekonomi dan Sosial, Pembangunan Desa Mulai dari Belakang*, Jakarta.
- Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012). *Defining Social Innovation*. Proyecto TEPSIE, May, 43. [http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/12/TEPSIE.D1.1.Report.Defining\\_Social\\_Innovation.Part-1-defining\\_social-innovation.pdf](http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/12/TEPSIE.D1.1.Report.Defining_Social_Innovation.Part-1-defining_social-innovation.pdf).
- Friedman, J. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Blackwell Publishers. Cambridge, USA.
- Gabriel Lele dan Wahyudi Kumorotomo. (2021). *Tinjauan Studi Manajemen dan Kebijakan Publik di Indonesia: Menegaskan Identitas dan Meneguhkan Relevansi*: Yogyakarta, Gajah Mada University Press.
- Inovasi Jadi Kunci UMKM Bertahan dari Hantaman Pandemi. *Liputan6.com*, 11 September 2021.
- Jurnal Bicara, Edisi 85. (2020). *Bersinergi Mempercepat Pemulihan Ekonomi Nasional*, Jakarta Bank Indonesia.
- Jurnal Manajemen dan Akuntansi. (2020). *Menyelematkan Usaha Mikro, Kecil dan Mengah Dari Dampak Pandemi Covid-19*, Jakarta.
- Kuznets, Simon. (1955). *Economic Growth and Income Inequality*. The American Economic Review. Volume XLV.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. National Endowment for Science, Technology and the Art. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.0030166>.

- Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*.
- Onny S. (1996). et al. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*, Jakarta, CSIS.
- Okpara, J. O., & Halkias, D. (2011). Social entrepreneurship: an overview of its theoretical evolution and proposed research model. *International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation*,1(1),4. <https://doi.org/10.1504/ijsei.2011.039808>.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6 (4).
- Prijono,O.S., Pranarka, A.M.W. (1996). *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. CSIS. Jakarta.
- Rais Agil Bahtiar. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Mengah: *Jurnal dan Kajian Singkat Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR-RI.
- Siti Nuzul Laila Nalini. (2021). Dampak Covid 19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4 No. 1 STIE AL-Washiyah Sibolga.
- Survei BI: 87.5 persen UMKM Indonesia Terdampak Pandemi Covid 19, Bisnis Indonesia.com, diakses pada tanggal 19 Maret 2021.
- Sumodiningrat, G. (2002). “*Ekonometrika Pengantar*”. Yogyakarta: BPF.
- Tekhnologi Digital. (2021). Hidupkan Peluang Di Tengah Kondisi Covid 19. [Republika.co.id](http://Republika.co.id). diakses Bulan April.
- Yose Rizal Damuri. (2021). et al, Langkah Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapai Covid-19, Jakarta, CSIS.
- <https://katadata.co.id/katadatainsightscenter>