

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia dan ASEAN. UMKM mampu bertahan dari tekanan ekonomi termasuk di Indonesia. Hal ini antara lain disebabkan karena UMKM dapat secara fleksibel menyesuaikan proses produksinya, berkembang dengan modal sendiri dan tidak bergantung pada utang luar negeri. UMKM sering kali menjadi ujung tombak dalam pengentasan masalah-masalah ekonomi dan sosial seperti kemiskinan yang tinggi, pengangguran yang tinggi, distribusi pendapatan yang timpang, dan proses pembangunan yang tidak merata sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan. Meskipun memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional dan regional, UMKM menghadapi berbagai tantangan, tidak hanya tantangan internal seperti keterbatasan modal dan teknologi, tetapi juga tantangan eksternal yang berkaitan dengan masalah perizinan, bahan baku, pemasaran, dan kegiatan yang terintegrasi dalam rantai produksi regional dan global (Kementerian Luar Negeri, 2016).

*United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* dalam laporan *ASEAN Investment Report 2022* diterbitkan pada Oktober 2022 menyebutkan bahwa pelaku UMKM tercatat sebanyak 65,46 juta pelaku UMKM, berkontribusi sebesar 60,3 persen terhadap PDB dan mampu menyerap 97 persen

tenaga kerja di Indonesia (*ASEAN Investment Report*, 2022). Kontribusi dan peran UMKM penting bagi pemerintah untuk mendukung UMKM melalui penguatan agar peran UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa dapat berjalan secara optimal (Nur Sarfiah et al., 2019). UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling besar dari kelompok usaha kecil maupun menengah. Potensi UMKM di Indonesia sangat besar untuk mendorong kegiatan ekonomi masyarakat dan menyumbang sebagian besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Ramayanti & Novita, 2017).

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN (2021)**

No	Negara	Nilai/Unit Usaha
1	Indonesia	65.465.500
2	Thailand	3.134.400
3	Malaysia	1.226.000
4	Filipina	996.700
5	Vietnam	651.100
6	Kamboja	512.900
7	Singapura	279.000
8	Laos	133.700
9	Myanmar	72.700

Sumber: Data sekunder, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dari katadata.co.id, dapat disimpulkan bahwa UMKM pada laporan tahun 2021 di Indonesia mencapai 65.46 juta unit, merupakan angka yang cukup tinggi dibanding negara lain di ASEAN. Dilihat dari tingginya angka UMKM, ternyata kinerja Indonesia masih rendah dibanding dengan negara

Myanmar yang dapat menyumbang mencapai 69.3% terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) setempat melalui UMKM, sehingga pemerintah saat ini sedang berupaya mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional salah satunya melalui digitalisasi yang membantu untuk mengoptimalkan pemasaran dan penjualan (Ahdiat, 2022).

Digitalisasi UMKM adalah sebuah langkah percepatan pengembangan UMKM digital di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital (Bank Indonesia, 2022). Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Kementerian Keuangan, Rahayu Puspasari menjelaskan bahwa digitalisasi berperan penting dalam menyatukan keenam komponen tersebut dan mempercepat program pengembangan UMKM. Hal ini juga menawarkan banyak manfaat bagi masyarakat atau konsumen karena memberikan akses ke produk UMKM dan akses ke layanan keuangan karena biaya transaksi menurun. (Kementerian Keuangan, 2022).

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, digitalisasi UMKM memungkinkan pelaku usaha mencapai cakupan pasar yang lebih besar bahkan di pelosok negeri. UMKM dapat menjangkau semakin banyak pengguna smartphone berkat teknologi yang memudahkan pengguna untuk mengakses semua informasi. Cakupan pemasaran yang lebih luas juga memengaruhi pertumbuhan pendapatan transaksi pembayaran, sehingga memudahkan UMKM dan konsumen untuk berbisnis dan digitalisasi ini memengaruhi UMKM untuk dapat mengikuti trend masa kini (Diskominfo, 2022).

Proses digitalisasi yang bisa dirasakan saat ini terjadi melalui meningkatnya pemanfaatan teknologi berbasis digital yang dapat digunakan oleh masyarakat di

segala lapisan masyarakat dengan cepat dan mudah untuk mendapatkan informasi melalui internet. Manfaat digitalisasi dapat dirasakan oleh masyarakat dari beberapa sektor salah satunya sektor perdagangan. Dengan bantuan internet UMKM dapat melakukan pemasaran yang ditujukan ke pasar global, sehingga membuka peluang bagi mereka untuk menembus pasar ekspor (Sedyastuti, 2018).

Tidak kalah pentingnya dengan upaya digitalisasi UMKM adalah upaya UMKM *go-legal* yang diatasi oleh Pemerintah dengan menghilangkan berbagai hambatan dari regulasi dalam ekosistem melalui UU Cipta Kerja dan peraturan turunannya PP No 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Oleh karena itu, implementasi digitalisasi UMKM tentunya tidak lepas dari hambatan dan tantangan ketika harus transformasi ke UMKM *go-digital* (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2021). Menurut Analis Eksekutif Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen Bank Indonesia (BI) Yossy Yoswara, bahwa UMKM menghadapi tantangan dalam transisi ke *digital*, misalnya dalam hal infrastruktur, sumber daya manusia, literasi digital, regulasi, dan pola pikir. Hal ini tentunya menjadi kendala bagi pemerintah maupun pelaku usaha dalam implementasi digitalisasi UMKM karena digitalisasi tidak mudah, banyak hal yang perlu digiatkan.

**Tabel 1.2 Jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah, 2018-2022**

No	Jenis Usaha	satuan	2018	2019	2020	2021	2022
1.	Jumlah UMKM	unit	143.738	161.458	167.391	173.431	180.579
	Produksi/Non pertanian	unit	49.328	55.275	57.527	60.449	65.063
	Pertanian	unit	23.956	26.833	27.653	28.284	28.400
	Perdagangan	unit	53.063	59.836	62.083	63.965	65.979
	Jasa	unit	17.391	19.514	20.128	20.733	21.137

Sumber : Data Sekunder, 2023

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan menyumbang UMKM cukup tinggi sehingga bisa menjadi pendorong perekonomian masyarakat di Jawa Tengah. Berdasarkan tabel 1.2 bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah, jumlah UMKM binaan mengalami kenaikan sejak tahun 2018 sebanyak 143.738; tahun 2019 sebanyak 161.458; tahun 2020 sebanyak 167.391; tahun 2021 sebanyak 173.431; dan tahun 2022 sebanyak 178.821. Adapun UMKM berdasarkan sektor tahun 2022, yakni dari sektor produksi atau non pertanian sebanyak 65.063; pertanian sebanyak 28.400; perdagangan sebanyak 65.979; dan jasa sebanyak 21.137 (BPS, 2023).

Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, UMKM Jawa Tengah akan memaksimalkan peran pasar digital pada tahun 2023 untuk mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkannya UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu langkah strategis sebagai peningkatan perekonomian nasional adalah pengembangan UMKM yang dapat meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat karena mengingat bahwa usaha tersebut juga dapat memperluas industri (Nafiah et al., 2021).

Dalam rangka menyukseskan gerakan nasional tersebut, telah diterbitkan Inpres No. 2 tahun 2022 tentang percepatan peningkatan penggunaan produk dalam negeri dan produk usaha mikro, kecil, dan koperasi dalam pelaksanaan pengadaan barang/jasa pemerintah, yaitu bangga produk Indonesia, maka dalam anggaran belanja barang dan jasa digunakan untuk merencanakan, mengalokasikan, dan mencapai sekurang-kurangnya empat puluh persen (40%) penggunaan produk usaha mikro, kecil, dan koperasi yang merupakan hasil produksi dalam negeri. Pedoman ini mendorong pengembangan UKM untuk melakukan inovasi barang dan jasa yang dapat dijual.

Peraturan Presiden No. 16/2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (Perpres Republik Indonesia 2018) merupakan standar utama untuk sistem pengadaan secara elektronik (SPSE) dan untuk menyediakan infrastruktur teknis dan layanan transaksi kepada kementerian atau lembaga pemerintah daerah dan pemasok pasar elektronik. Lebih lanjut, implementasi Perpres No. 12 Tahun 2021 tentang perubahan atas Perpres No. 16 Tahun 2018 tentang pengadaan barang/jasa pemerintah, khususnya ketentuan mengenai pasar elektronik, menuntut adanya perubahan budaya operasional dalam proses pengadaan barang/jasa pemerintah. Salah satu bentuk untuk mencapai hal tersebut adalah dengan mengoptimalkan penggunaan pasar elektronik melalui toko online. Strategi ini juga dapat menstimulasi ekonomi lokal melalui inisiatif untuk meningkatkan partisipasi usaha mikro, kecil, dan koperasi (UMK) dalam proses pengadaan barang/jasa pemerintah. Dalam konsep ini, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah mendukung digitalisasi UMK melalui implementasi kebijakan yang diwujudkan dalam tiga bentuk: pembayaran

elektronik (*E-Payment*), katalog elektronik daerah (*E-Catalogue*), dan pengadaan langsung secara elektronik (PLSE) (Jatengprov, 2021).

Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah (LKPP) terus mendorong partisipasi UMKM sebagai mitra pemerintah dalam pengadaan barang dan jasa. Untuk itu, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah berharap dapat mendorong digitalisasi UMKM melalui inovasi dan memaksimalkan penggunaan marketplace. Instansi pemerintah membutuhkan barang dan jasa yang dibeli melalui metode pengadaan. *E-purchasing* merupakan salah satu cara pengadaan barang atau jasa secara elektronik, *e-purchasing* adalah proses pembelian barang atau jasa melalui sistem e-katalog, e-katalog adalah sistem informasi elektronik yang memuat daftar, jenis, spesifikasi teknis, dan harga barang tertentu dari berbagai penyedia barang atau jasa pemerintah (Lestyowati, 2018).

Dinas Koperasi dan UKM Jawa Tengah menyatakan bahwa masih terdapat pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk jualan, padahal potensi bisnis digital di Jawa Tengah cukup diminati sebagai media berjualan dan mencari barang sesuai kebutuhan. Implementasi Blangkon Jateng bagi pelaku usaha terkadang masih terdapat kendala berupa faktor internal dan faktor eksternal, salah satunya mengenai keterbatasan sumber daya manusia atas pemahaman mengenai teknologi dan pengoperasian komputer. Dalam upaya meningkatkan ekonomi digital, Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melakukan berbagai strategi dalam berdagang bagi pelaku UMKM dari konsep konvensional menuju ke konsep digital karena proses bisnis konvensional dengan lingkup pemasaran yang terbatas dan memungkinkan persaingan bisnis berada di sekitar lokasi usaha. Diantaranya yaitu dengan meningkatkan literasi digital, pelatihan,

bimbingan teknis, serta sosialisasi (Handayani, 2022). Dengan berbagai upaya dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah ini diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat melalui ekonomi digital. Ditinjau dari pandangan UMKM untuk mempertahankan bisnisnya terdapat berbagai strategi, yakni, (1) berjualan melalui e-commerce, (2) memasarkan produk dengan menggunakan teknologi digital, (3) meningkatkan kualitas produk, dan (4) melakukan *customer relationship marketing* untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas konsumen (Hardilawati, 2022).

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah turut membuka jalan baru bagi pelaku UMKM untuk dilibatkan di instansi melalui sebuah program baru sehingga memberi kesempatan untuk mengikuti pengadaan barang atau jasa yang dilakukan secara penunjukan langsung karena Pemerintah bermaksud memberikan kemudahan dan memberikan fasilitas bagi UMKM. Dari penerapan program tersebut, bahwa para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan program tersebut, tetapi terkadang pelaku UMKM menghadapi beberapa kendala. Kendala yang cukup dirasakan contohnya pemahaman mengenai pentingnya sebuah program inovasi, kurangnya pengetahuan dan pemanfaatan program, serta kurangnya pemahaman untuk menciptakan postingan yang menarik (Purwana et al., 2017). Oleh karena itu, pelatihan dan pembinaan perlu dilakukan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai program yang dijalankan, sehingga pelaku UMKM harus bisa menumbuhkan keberanian untuk mencoba hal baru karena dengan program tersebut memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan penjual dapat memantau dan menyediakan kebutuhan calon pembeli.



Program Pemerintah Provinsi Jawa Tengah berupa aplikasi Belanja Langsung Toko Online Jawa Tengah (Blangkon Jateng), sebuah bentuk inovasi dari Biro Administrasi Pengadaan Barang/Jasa Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Tengah. Blangkon Jateng menginternalisasi perubahan budaya kerja menuju digitalisasi pengadaan barang dan jasa, yang bertujuan untuk meningkatkan kemudahan dan usaha bagi usaha kecil, mikro, dan koperasi dalam pasar pengadaan barang dan jasa pemerintah, mendorong digitalisasi UKM, menjadikan pengadaan lebih inklusif, meningkatkan penggunaan produksi dalam negeri, meningkatkan penggunaan pengadaan barang/jasa pemerintah, pemanfaatan pasar dalam PBJP, dan terakhir transparansi dan akuntabilitas PBJP (Pemprov. Jateng, 2023).

Penggunaan *e-purchasing* sangat penting untuk mencapai hasil dari strategi anti-korupsi nasional, seperti mengurangi transaksi tunai dan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengadaan barang dan jasa publik. Program Blangkon Jateng merupakan upaya Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dalam membantu mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM di Jawa Tengah. Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah akan membeli produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.

Kekurangan pada digitalisasi UMKM terlihat bahwa program Blangkon Jateng pada pengembangan program ini belum meluas ke seluruh Pemerintah Kabupaten/Kota di Jawa Tengah. Dari jumlah 35 Pemerintah Kabupaten atau Pemerintah Kota di Jawa Tengah yang telah bersinergi dalam Blangkon Jateng yaitu 18 Pemerintah Daerah. Beberapa Pemerintah Daerah yang telah menyatakan bergabung dan sudah melakukan transaksi dalam Program Blangkon Jateng

diantaranya pemerintah Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Jepara, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Batang, Kabupaten Wonosobo, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Pemalang, Kabupaten Semarang, Kabupaten Sragen, Kabupaten Temanggung, Kota Tegal, Kabupaten Grobogan, Kota Magelang, Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Rembang, Kota Salatiga, Kabupaten Tegal, dan Kabupaten Brebes (Pemprov. Jateng, 2023).

Mulai diluncurkan pada 2021 lalu, saat ini total transaksi Belanja Langsung Toko Online Jawa Tengah atau Blangkon Jateng sampai tahun 2023 mencapai Rp 409 Miliar. Penyedia atau UKM yang bergabung sebanyak 8.483 penyedia dengan jumlah Badan Usaha 4.090 Non Badan Usaha 4.393 dan produk tayang sejumlah 292.376 produk (Pemprov. Jateng, 2023). Kepala Dinas Koperasi (Dinkop) UMKM Jawa Tengah, Ema Rachmawati menyampaikan bahwa, pelatihan dan pembinaan UMKM terus digenjut. Pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan menggandeng sejumlah pihak yang sangat berkompeten pada marketplace yang sudah bergabung dengan Blangkon Jateng, sehingga terwujudnya UMKM *go digital* dan semakin meningkat sumber daya manusia yang terampil dalam memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran dan penjualan.

Program Blangkon Jateng bagi pelaku UMKM tersebut mendapat kesempatan yang sama untuk bersaing dan bersinergi melalui belanja online, adanya program Blangkon Jateng juga akan membantu pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah termasuk membantu pelaku UMKM terutama menjadi penyedia di lingkungan Provinsi Jawa Tengah. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah menerbitkan Instruksi Gubernur Jawa Tengah Nomor 4 Tahun 2021 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah melalui E-Katalog Lokal dan E-Marketplace di Jawa

Tengah pada tanggal 15 Juli 2021 untuk mencapai optimalisasi program pengadaan barang/jasa sebagai pemberdayaan UMKM.

Penelitian tentang strategi pengadaan barang/jasa pemerintah secara *e-purchasing* melalui program Blangkon Jateng sebagai peningkatan peran UMKM di Jawa Tengah ditinjau sangat penting mengingat kebijakan yang dibuat sehingga bisa mengetahui capaian pada target program, serta menjadi alternatif bagi pemerintah dalam membuat evaluasi program. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan peran UMKM dalam keikutsertaan pada kegiatan pengadaan barang/jasa Pemerintah Provinsi Jawa Tengah serta sebagai alternatif meningkatkan perekonomian Jawa Tengah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan pertanyaan yang didasarkan pada hal yang perlu dijawab melalui pengumpulan data, dan data tersebut dapat diperoleh dari dokumen hasil penelitian, hasil observasi, komentar orang yang dipercaya, dan lain sebagainya (Sugiyono, 2019).

Setelah melakukan survei, penulis menemukan bahwa terdapat UMKM di lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang belum bergabung dalam program Blangkon Jateng karena keterbatasan dan kesadaran pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang dari program Pemprov. Jateng untuk mewujudkan UMKM go digital, jangkauan yang semakin luas dan dapat meningkatkan citra UMKM lokal. Selain kurangnya partisipasi UMKM dalam bergabung, Pemerintah Daerah di lingkup Provinsi Jawa Tengah yang terdapat 35 Pemerintah Kab/Kota juga belum sepenuhnya bergabung dan bertransaksi dalam program Blangkon Jateng karena kebijakan yang diterapkan oleh Pemerintah Daerah itu sendiri. Dari kondisi

tersebut, dapat disimpulkan bahwa program Blangkon Jateng yang diresmikan tahun 2021 perlu didorong lagi penerapannya karena masih kurang partisipasi dari UMKM untuk bergabung dengan berbagai kelebihan dari program, terlebih dari sisi Pemerintah Daerah yang lebih mudah memonitoring transaksi dan proses Surat Pertanggungjawaban (SPJ).

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang masalah yang disampaikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas penerapan program Blangkon Jateng bagi UMKM dan Pemerintah?
2. Apa faktor pendorong dan faktor penghambat penerapan program Blangkon Jateng bagi UMKM dan Pemerintah Daerah?
3. Bagaimana strategi pengembangan pengadaan barang/jasa melalui program Blangkon Jateng?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian bermaksud untuk memberi gambaran mengenai yang ingin dicapai oleh penulis atas hasil penelitian dengan menyimpulkan pada usaha yang mengarah pada sejumlah pengetahuan yang ingin dipahami dan diteliti.

Berkaitan dengan rumusan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis efektivitas penerapan program Blangkon Jateng bagi UMKM dan Pemerintah.
2. Untuk menganalisis faktor pendorong dan faktor penghambat penerapan program Blangkon Jateng bagi UMKM dan Pemerintah Daerah.

3. Untuk menganalisis strategi pengembangan pengadaan barang/jasa melalui program Blangkon Jateng.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Merujuk pada tujuan penelitian yang sudah disebutkan diatas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

- 1) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bahan referensi kepada semua pihak yang membutuhkan informasi terkait digitalisasi pengadaan barang/jasa pemerintah.

- 2) Secara Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan, masukan serta pembelajaran bagi pemangku kepentingan.