EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

Analisis Pengembangan UMKM Go Digital dalam Penyelamatan Ekonomi Indonesia Menghadapi Resesi Ekonomi

Purnama Sari Purba[1*], Nurbaiti[2] & Muhammad Ikhsan Harahap[3]
[1,2,3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara 20371
*e-mail : purnamasarigirsang@gmail.com

Artikel Info

Received :
29 November 2023
Revised :
2 December 2023
Accepted :
24 December 2023

Kata Kunci:
UMKM, Go Digital, Resesi Ekonomi

Keywords:
MSMEs, Go Digital, Economic Recession

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu perusahaan yang berperan penting dalam upaya Indonesia menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan. Namun selama epidemi COVID-19, UMKM menghadapi kesulitan dan berbagai permasalahan, antara lain output yang lebih rendah, distribusi yang sulit, terbatasnya modal, penjualan, pasokan bahan baku, pengurangan tenaga kerja atau PHK, dan sebagainya. Akibatnya, banyak UMKM dan konsumen yang memutuskan untuk berinteraksi secara digital dibandingkan secara langsung. Banyak UMKM yang mengandalkan penjualan offline harus gulung tikar akibat menurunnya pendapatan akibat penjualan yang lebih sedikit. Pengembangan UMKM merupakan cara terbaik untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Karena pertumbuhannya di tengah ketatnya persaingan dan globalisasi, UMKM harus mampu menghadapi berbagai kendala agar dapat bersaing dalam ekonomi digital dimana semakin banyak UMKM yang go digital. Sebab, UMKM yang tumbuh dan berkembang adalah UMKM yang sudah terintegrasi ke dalam ekosistem digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana UMKM go digital dikembangkan di Indonesia dan apakah dapat dijadikan sebagai sarana penyelamatan perekonomian negara dari keterpurukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan penelitian studi kepustakaan atau sering disebut studi literatur review. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur, seluruh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang relevan dengan analisis perkembangan UMKM go digital dalam mencegah resesi ekonomi di Indonesia dianalisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa memvalidasi ide, menyederhanakan rencana bisnis, mengikuti perkembangan penelitian, memperoleh wawasan tentang teknologi internet, menjaga konsistensi, dan mendorong pengembangan bisnis digital merupakan komponen penting dari strategi untuk membantu UMKM go digital. Selain itu, penciptaan UMKM digital dapat membantu Indonesia keluar dari krisis ekonomi yang akan datang.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

Analysis of the Development of Go Digital MSMEs in Saving the Indonesian Economy Facing the Economic Recession

ABSTRACT

MSMEs are one of the companies that play an important role in Indonesia's efforts to reduce unemployment and poverty. However, during the COVID-19 epidemic, MSMEs faced difficulties and various problems, including lower output, difficult distribution, limited capital, sales, raw material supply, workforce reduction or layoffs, and so on. As a result, many MSMEs and consumers have decided to interact digitally rather than in person. Many MSMEs that rely on offline sales have had to close down due to decreased income due to fewer sales. Developing MSMEs is the best way to overcome the problems they face. Due to their growth amidst intense competition and globalization, MSMEs must be able to face various obstacles in order to compete in the digital economy where more and more MSMEs are going digital. Because, MSMEs that grow and develop are MSMEs that have been integrated into the digital ecosystem. The aim of this research is to find out how digital MSMEs are developed in Indonesia and whether they can be used as a means of saving the country's economy from downturn. This research uses a qualitative approach using library research or often called a literature review study. By using a literature study approach, all data and information related to research problems that are relevant to the analysis of the development of MSMEs going digital in preventing economic recession in Indonesia are analyzed. Research findings show that validating ideas, simplifying business plans, following research developments, gaining insight into internet technology, maintaining consistency, and encouraging digital business development are important components of a strategy to help MSMEs go digital. Apart from that, the creation of digital MSMEs can help Indonesia emerge from the upcoming economic crisis.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu perusahaan yang berperan penting dalam upaya Indonesia menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan. UMKM diibaratkan sebagai elemen fundamental perekonomian kelas menengah dan kelas bawah. Hal ini berkaitan dengan kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja sehingga menurunkan angka pengangguran (Angeline et al., 2022).

Selain itu, sektor UMKM diketahui mewakili 99% pelaku usaha di Indonesia. UMKM menyumbang 60% PDB negara dan 97% lapangan kerja bagi pekerja yang terkena dampak epidemi ini. Salah satu fondasi utama penopang fundamental perekonomian Indonesia adalah sektor UMKM. Faktanya, sektor UMKM ternyata berperan penting dalam menjaga ekologi perekonomian Indonesia pada saat krisis keuangan tahun 1998. Hal serupa juga terjadi pada masa pandemi Covid-19, ketika sektor UMKM mempunyai potensi besar dalam mempercepat pemulihan perekonomian nasional (Arianto, 2021).

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

Mengingat peran UMKM yang besar dalam pembangunan perekonomian suatu negara dan kemajuan menuju kesejahteraan masyarakat, maka suatu negara sangat menjunjung tinggi keberadaannya. Pendirian perusahaan di sektor UMKM membantu menurunkan angka pengangguran dengan menyerap tenaga kerja yang siap bekerja namun belum mendapatkan pekerjaan. Lebih banyak kesempatan kerja diciptakan oleh perluasan sektor usaha mikro, yang meningkatkan pendapatan masyarakat. Sektor UMKM menyerap banyak tenaga kerja karena menurunnya tingkat pengangguran, sehingga akan mendukung upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi, merekrut pegawai baru, dan mendistribusikan hasil pembangunan sehingga masyarakat terkena dampaknya (Aliyah, 2022).

Namun selama epidemi COVID-19, UMKM menghadapi kesulitan dan berbagai permasalahan, antara lain output yang lebih rendah, distribusi yang sulit, terbatasnya modal, penjualan, pasokan bahan baku, pengurangan tenaga kerja atau PHK, dan sebagainya. Perekonomian negara terancam karena hal ini. Keuntungan juga terkena dampak negatif dari rendahnya produktivitas UMKM. Akibat pandemi COVID-19, 88% perusahaan mikro dan kecil kehabisan uang tunai atau tabungan, dan lebih dari 60% di antaranya memberhentikan karyawannya, menurut jajak pendapat yang dilakukan oleh Asian Development Bank (ADB).

Selain itu, kebijakan pemerintah yang membatasi interaksi di luar ruangan dalam upaya menghentikan penyebaran virus corona juga berdampak pada menurunnya daya beli masyarakat di masa pandemi COVID-19. Akibatnya, banyak UMKM dan konsumen yang memutuskan untuk berinteraksi secara digital dibandingkan secara langsung. Banyak UMKM yang mengandalkan penjualan offline harus gulung tikar akibat menurunnya pendapatan akibat penjualan yang lebih sedikit. Dampaknya, sejumlah UMKM yang masih belum bisa bertransformasi ke sistem digital guna menyesuaikan diri dengan skenario pandemi COVID-19 akan ditutup secara bertahap (Angeline et al., 2022).

Pengembangan UMKM merupakan cara terbaik untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Karena pertumbuhannya di tengah ketatnya persaingan dan globalisasi, UMKM harus mampu menghadapi berbagai kendala agar dapat bersaing dalam ekonomi digital dimana semakin banyak UMKM yang go digital. Sebab, UMKM yang tumbuh dan berkembang adalah UMKM yang sudah terintegrasi ke dalam ekosistem digital. Untuk itu, penting untuk segera memindahkan UMKM dari platform offline ke online. Mengingat adanya pergeseran perilaku konsumen ke arah belanja online, transformasi tersebut perlu dilakukan saat ini juga (Mirani et al., 2022).

Mengingat operasinya menjangkau hampir semua industri, UMKM mempunyai dampak signifikan dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat berpendapatan rendah, sehingga pertumbuhannya menjadi penggerak perekonomian nasional yang sangat strategis. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan UMKM di Indonesia mengalami akselerasi yang signifikan. Diperkirakan 19 juta UMKM telah bergabung dalam ekosistem digital hingga April 2022. Target 30 juta UMKM yang bergabung dalam ekosistem digital pada tahun 2024 semakin dekat dengan jumlah tersebut, menambah jumlah 11 juta UMKM yang telah bergabung sejak awal tahun. pandemi, atau 29,5 persen dari total populasi UMKM. Berikut data UMKM Indonesia yang sudah go digital dan yang belum go digital:

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

Tabel 1. Persentase UMKM menurut Provinsi Tahun 2021

Provinsi	Melakukan *E-Commerce*		Total
	Ya	Tidak	
Aceh	17,85	82,15	100,00
Sumatera Utara	19,89	80,11	100,00
Sumatera Barat	20,45	79,55	100,00
Riau	20,64	79,36	100,00
Jambi	23,98	76,02	100,00
Sumatera Selatan	18,89	81,11	100,00
Bengkulu	25,50	74,50	100,00
Lampung	34,64	65,36	100,00
Kep. Bangka Belitung	26,42	73,58	100,00
Kepulauan Riau	33,88	66,12	100,00
DKI Jakarta	42,60	57,40	100,00
Jawa Barat	32,80	67,20	100,00
Jawa Tengah	30,10	69,90	100,00
D.I. Yogyakarta	34,13	65,87	100,00
Jawa Timur	30,17	69,83	100,00
Banten	26,12	73,88	100,00
Bali	24,17	75,83	100,00
Nusa Tenggara Barat	17,31	82,69	100,00
Nusa Tenggara Timur	13,18	86,82	100,00
Kalimantan Barat	25,79	74,21	100,00
Kalimantan Tengah	23,28	76,72	100,00
Kalimantan Selatan	25,49	74,51	100,00
Kalimantan Timur	30,57	69,43	100,00
Kalimantan Utara	25,99	74,01	100,00
Sulawesi Utara	23,16	76,84	100,00
Sulawesi Tengah	20,70	79,30	100,00
Sulawesi Selatan	21,68	78,32	
Sulawesi Tenggara	16,16	83,84	100,00
Gorontalo	14,68	85,32	100,00
Sulawesi Barat	12,61	87,39	100,00
Maluku	22,58	77,42	100,00
Maluku Utara	19,20	80,80	100,00
Papua Barat	16,05	83,95	100,00
Papua	17,28	82,72	100,00
Indonesia	25,92	74,08	100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik 2021

Selain belum tertarik berjualan online, data di atas menunjukkan sedikitnya unit usaha yang masuk ke e-commerce terutama karena preferensi mereka terhadap penjualan langsung. Alasan ketiga yang paling sering menyebabkan unit bisnis enggan memasuki dunia e-commerce adalah kurangnya pengetahuan atau pengalaman (datanesia, 2022).

Selain itu, para pedagang, khususnya di Tanah Abang, menganggap keberadaan Toko Tik Tok sangat meresahkan. Hal ini terjadi karena harga di Toko Tik Tok jauh

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

lebih murah dibandingkan di Tanah Abang. UMKM menghadapi persaingan terbesar dari Tik Tok Shop.

Gara-gara harga barang yang dijualnya sangat murah, TikTok Shop disinyalir mematikan UMKM tanah air. Dengan demikian, produk pedagang asli Indonesia di pasar lain dan toko fisik kurang kompetitif. Produk yang dijual vendor di TikTok Shop sebenarnya didakwa berasal dari perdagangan lintas batas. Banyaknya barang impor menunjukkan bahwa barang tersebut dijual langsung ke konsumen tanpa mengikuti prosedur impor yang benar, jika hal ini benar.

Teten Masduki, Menteri Koperasi dan UKM, melaporkan 21 juta UMKM lokal telah bergabung di pasar tersebut. Namun pedagang lokal masih kalah bersaing dengan masuknya barang asing. Teten mengklaim algoritma TikTok mampu membaca kebiasaan pengguna. Pada akhirnya, data yang menggambarkan keinginan konsumen Indonesia berasal dari media sosial Tiongkok. Sehingga ia bisa memberikan informasi kepada para produsen UMKM di China yang berminat masuk ke Indonesia; ini menimbulkan ancaman.

Pada tahun 2022, nilai transaksi e-commerce di Indonesia diperkirakan mencapai Rp 476,3 triliun, menurut Bank Indonesia (BI). Sayangnya, sekali lagi disesalkan, 90 persen dari nilai transaksi tersebut atau Rp 428,67 triliun jatuh ke tangan produsen luar negeri, khususnya China.

CNN Indonesia.com meninjau Pasar Tanah Abang pada Selasa, 9 Desember, dan pedagang tampak sepi pelanggan. Salah satu penjualnya, Soleh, mengakui TikTok Shop yang menjadi biang keladi penurunan omzetnya. Dia mengakui bahwa dia bisa menghasilkan puluhan juta dolar per hari pada tahun 2019. Namun, dia sekarang hanya menerima satu pembeli setiap hari.

Ketua KPPU M Afif Hasbullah juga diberitahu mengenai pengaduan pedagang di Pasar Tanah Abang yang disampaikan Anggota Komisi VI DPR RI Fraksi PDIP Darmadi Durianto. Ia mengaku berkat adanya TikTok Shop, omzet penjualan para pedagang tersebut menurun hingga 60% (Tim CNN Indonesia, 2023).

Pemerintah menutup TikTok Shop demi mendukung pertumbuhan UMKM. Toko TikTok telah ditutup oleh pemerintah karena ditemukannya platform yang berbasis di Tiongkok telah merugikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal dalam ekosistem penjualan. Selain itu, penjualan langsung di TikTok berpotensi memberikan dampak negatif terhadap UMKM lokal yang berdagang secara offline. Semua penjual tidak diperbolehkan melakukan transaksi langsung; mereka hanya bisa mempromosikan barang atau promosi (Kartikasari, 2023). Oleh karena itu, bagi pelaku UMKM, go digital adalah sebuah keharusan.

Salah satu langkah pemanfaatan internet untuk meningkatkan jangkauan promosi adalah dengan go digital. Salah satu sektor yang memerlukan ide go digital agar tetap up to date adalah sektor UMKM. Nama lain dari ide ini adalah “digitalisasi bisnis”. Proses mengubah seluruh manfaat bisnis, termasuk komunikasi dan interaksi, dari tradisional menjadi digital atau virtual dikenal sebagai digitalisasi bisnis. Go digital melibatkan banyak langkah, seperti memperkenalkan dan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, menerapkan sistem pembayaran non-tunai, dan mengelola operasional UMKM untuk meningkatkan efisiensi (Huda, 2021). Dengan demikian pengembangan UMKM go digital diharapkan dapat menyelamatkan perekonomian Indonesia dari resesi ekonomi.

Perekonomian terbesar mengalami resesi ketika terjadi penurunan aktivitas ekonomi terkait selama beberapa bulan. Hal ini biasanya tercermin dalam PDB, pendapatan riil,

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

peluang bisnis, manufaktur barang dan jasa, perdagangan grosir, dan distribusi. Hal ini menurut Biro Riset Ekonomi Nasional (BREN). Resesi ekonomi dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pergolakan bisnis yang tiba-tiba, tunggakan yang berlebihan, pembengkakan nilai yang ekstrim di pasar saham yang menurunkan harga saham atau nilai real estat, perubahan dalam inovasi teknologi baru yang meningkatkan produktivitas dan menguntungkan perekonomian dari waktu ke waktu, dan inflasi atau deflasi yang berlebihan. Semua aktivitas ekonomi mengalami penurunan secara bersamaan selama resesi, termasuk harga saham, penanaman modal, peluang bisnis, dan keuntungan industri.

Resesi ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain dampak konflik antara Rusia dan Ukraina, kebijakan nol-Covid di Tiongkok, dan tingginya inflasi yang disebabkan oleh kenaikan harga pangan dan energi di seluruh dunia, khususnya di Eropa dan Amerika. Diperkirakan resesi ini akan terjadi pada tahun 2023 (Afifah & Fauziyyah, 2023).

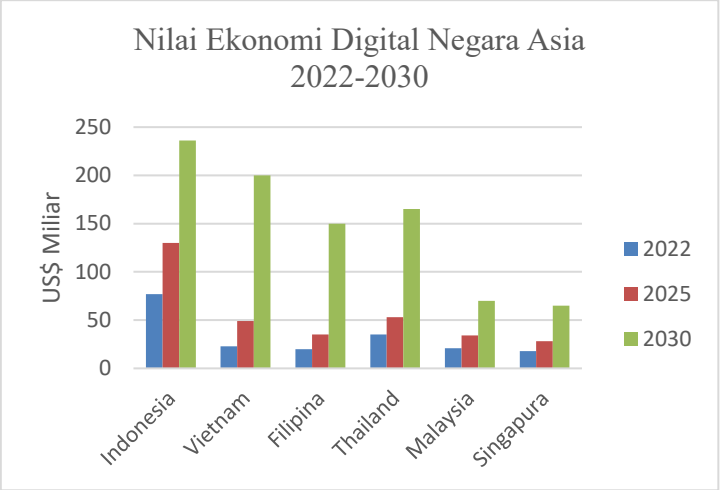
Sebagai negara global, Indonesia mau tidak mau harus bersiap menghadapi kemungkinan terjadinya resesi pada tahun 2023. Menurut proyeksi IMF, laju pertumbuhan ekonomi Indonesia akan terus terkendala oleh perlambatan global pada tahun 2023 dan tahun ini. Pada triwulan II tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat mengesankan yaitu sebesar 5,4%. Diperkirakan 5,1% PDB Indonesia diperkirakan akan tumbuh setiap tahunnya. Namun perekonomian Indonesia akan mengalami kontraksi pada tahun 2023 sebagai dampak dari gejolak dan volatilitas perekonomian dunia. Diprediksi sebagai negara berkembang, Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 3,9% dan inflasi 9,5%. Dengan momentum tersebut, Indonesia harus mulai berhati-hati dalam mengambil kebijakan ekonomi untuk mengurangi dampak resesi global yang diperkirakan terjadi pada tahun 2023 (Hutagaol et al., 2022).

Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa perekonomian Indonesia tumbuh sebesar 5,03% selama kuartal pertama tahun 2023. Pertumbuhan terjadi di setiap bidang usaha (Statistik, 2023). Sesuai permasalahan dan ekspektasi ekspansi ekonomi Indonesia pada tahun 2023, pemerintah harus menghindari risiko resesi. Untuk mengurangi dampak resesi dan mungkin mencegah dampaknya yang sangat parah terhadap masyarakat, langkah-langkah pencegahan resesi harus diambil. dampaknya termasuk kenaikan harga komoditas, peningkatan jumlah kehilangan pekerjaan, dan bahkan potensi krisis energi. Untuk menghindari resesi, pemerintah mempunyai banyak pekerjaan yang harus dilakukan (Hutagaol et al., 2022).

Diperkirakan pada tahun 2030, Indonesia akan memiliki ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan potensi senilai Rp4.531 triliun (Bindarto, 2023). Adapun prediksi potensi ekonomi gidital di Asia Tenggara tahun 2022 sampai tahun 2030 dapat dilihat pada gambar 1.

Melihat data pada gambar 1, dapat diketahui bahwa Indonesia memiliki pendapat yang paling tinggi dibanding negara lainnya. Padahal, Indonesia termasuk negara berkembang dan belum maju seperti negara lainnya. Hal ini bisa saja terjadi dikarenakan UMKM Indonesia lebih banyak dibanding negara lainnya. Selain itu, sumber daya alam yang dimiliki Indonesia bisa juga menjadi penyebabnya.

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492



Gambar 1. Nilai Ekonomi Digital Negara Asia 2022-2030

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini akan menganalisis pengembangan UMKM go digital dalam penyelamatan ekonomi Indonesia mengadapi resesi ekonomi. Sehingga perlu diketahui Bagaimana strategi pengembangan UMKM go digital? Dan Bagaimana UMKM go digital sebagai solusi penyelamatan ekonomi Indonesia dalam menghadapi resesi ekonomi? Sesuai dengan pertanyaan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengembangan UMKM go digital di Indonesia dan untuk mengetahui UMKM go digital sebagai solusi penyelamatan ekonomi Indonesia dalam menghadapi resesi ekonomi.

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan UMKM adalah:

1. Usaha mikro adalah suatu usaha yang menghasilkan keuntungan dan dimiliki oleh orang atau badan usaha perseorangan yang memenuhi persyaratan usaha mikro sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundang-undangan ini.
2. Usaha kecil adalah usaha yang menguntungkan dan berdiri sendiri yang dijalankan oleh perorangan atau badan perusahaan yang tidak memenuhi syarat sebagai anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau terlibat dalam beberapa hal oleh perusahaan menengah atau besar yang memenuhi persyaratan untuk menjalankan usaha. Sedikit seperti yang dimaksudkan oleh Undang-undang ini.
3. Memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini, usaha menengah adalah usaha yang berdiri sendiri dan menguntungkan yang dijalankan oleh orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha besar yang dimiliki, dikendalikan, atau terlibat dalam suatu usaha tertentu. cara lain dengan usaha kecil atau besar (Anggraeni et al., 2021).

Ciri-ciri atau keadaan nyata yang terdapat dalam kegiatan usaha dan tingkah laku para pengusaha yang terlibat dalam pengelolaan usahanya merupakan ciri-ciri UMKM. Atribut-atribut ini menjadi pembeda antar pelaku usaha berdasarkan besar kecilnya usaha mereka. Mayoritas usaha bisnis yang dilakukan masyarakat Indonesia adalah usaha mikro dan kecil. Perusahaan-perusahaan ini biasanya memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan masing-masing daerah: pendapatan rendah, manajemen yang buruk, dan kadang-kadang bahkan ketidakmampuan kelompok usaha mikro dan kecil untuk menyediakan kebutuhan

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

dasar seperti tempat tinggal, makanan, layanan kesehatan, pendidikan, dan lain-lain (Yafiz & Sari, 2022).

Pasal 6 undang-undang ini mendefinisikan UMKM sebagai UMKM yang memenuhi salah satu dari dua persyaratan berikut: hasil penjualan tahunan atau kekayaan bersih atau nilai aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat perusahaan berada. Menggunakan standar berikut:

1. Usaha mikro adalah perusahaan yang mempunyai pendapatan penjualan tahunan tidak lebih dari Rp300 juta dan aset tidak lebih dari Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha berada.
2. Usaha kecil dengan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300 juta sampai dengan paling banyak Rp2.500.000, dan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan maksimal Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan.
3. Perusahaan yang tergolong menengah mempunyai pendapatan tahunan lebih dari Rp 2,5 miliar maksimal Rp 50 miliar, dan kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta maksimal Rp 100 miliar (Hanim et al., 2018).

UMKM adalah bisnis mandiri dan menguntungkan yang dijalankan oleh masyarakat atau organisasi di semua sektor ekonomi. Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) diklasifikasikan menurut nilai aktiva awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), rata-rata omset tahunan, atau jumlah karyawan tetap. . Meski demikian, setiap negara memiliki definisi UMKM yang berbeda-beda berdasarkan ketiga metrik tersebut. Akibatnya, membandingkan signifikansi atau fungsi UMKM antar negara menjadi suatu tantangan (Hanim et al., 2018).

UMKM merupakan perusahaan kecil yang taat hukum dalam hal kepemilikan, pendapatan tahunan, dan kekayaan bersih. UMKM dicirikan sebagai usaha menguntungkan yang beroperasi secara independen dan dimiliki, dikendalikan, atau berafiliasi dengan perusahaan lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mereka dapat dioperasikan oleh perorangan atau badan usaha selain anak perusahaan atau cabang (Imsar et al., 2023)

Sebagaimana Pasal 19 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:

1. Memungkinkan dan mendorong kewirausahaan;
2. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknis;
3. Menciptakan dan memperluas fasilitas pendidikan dan pelatihan untuk memberikan pengajaran, bimbingan, kegiatan usaha, inspirasi, dan pelatihan serta pengembangan wirausaha baru.

Berdasarkan ketiga faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa hal yang paling krusial untuk menjadi fokus UMKM guna menghasilkan usaha yang mandiri secara sosial adalah sumber daya manusia. Untuk mempengaruhi mutu produksi dan meningkatkan perekonomian masyarakat demi kepentingan semua orang, maka masyarakat harus diberikan kewenangan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya (Anggraeni et al., 2021).

Peningkatan UMKM untuk menambah sumber daya manusia dapat meningkatkan perekonomian daerah. Perwujudan go digital bagi UMKM akan difasilitasi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia. UMKM go digital mengacu pada proses dimana UMKM menggunakan teknologi digital canggih untuk beralih dari offline ke online.

Digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan, dan menciptakan budaya digital. Dalam praktiknya, data digital berfungsi sebagai penggerak utama seluruh proses. Teknologi digital merupakan cabang dari teknologi informasi dan internet. Terdapat beberapa fasilitas digital yang

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

tersedia di pulau ini untuk menunjang berbagai aktivitas sehari-hari, seperti perdagangan elektronik (e-commerce), perbankan elektronik (e-banking), pembelajaran elektronik (e-learning), uang elektronik (e-money), dan tol elektronik (e-tol). Seiring dengan banyaknya hasil praktikum kajian perangkat lunak perangkat yang diterapkan pada berbagai aktivitas seperti aplikasi bisnis, aplikasi rekreasi, aplikasi kesehatan, dan lain sebagainya. Hal ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing UMKM (Sudrajat & Dellyana, 2021).

E-Commerce atau distribusi, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti Internet, televisi, internet, atau jaringan elektronik lainnya dikenal sebagai perdagangan elektronik. Bisnis internet dikenal sebagai *e-commerce*. Dalam bentuknya yang paling jelas, *e-commerce* melibatkan penjualan barang kepada pelanggan secara online, namun sebenarnya mengacu pada segala jenis perusahaan elektronik. (M. I. Harahap et al., 2023)

Ada banyak sekali pilihan yang tersedia untuk melakukan transaksi keuangan berkat kemajuan teknologi. Metode pembayaran non tunai yang disebut e-money memanfaatkan media elektronik, seperti jaringan komputer dan internet. Media smartcard elektronik menyimpan nilai moneter pelanggan. Oleh karena itu, dalam memanfaatkan e-money untuk bertransaksi, keamanan dan kenyamanan menjadi pertimbangan yang sangat penting. Sejumlah uang tertentu dapat disimpan dalam media elektronik seseorang sebagai uang elektronik yang mempunyai nilai simpanan atau nilai prabayar. Ketika pelanggan menggunakan kartu chip e-money untuk melakukan pembayaran, nilai uang yang terkandung di dalamnya—saldonya—menurun. Saldo dapat ditingkatkan menggunakan saluran mana pun yang dapat diakses (Nurbaiti et al, 2020).

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan UMKM di era digital, seperti kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Saatnya kerjasama dengan warganet—yang notabene merupakan generasi milenial—dibutuhkan. Strategi reselling dapat digunakan untuk memotivasi para pengguna internet tersebut agar turut andil dalam pengembangan UMKM digital. Dalam konteks ini, netizen yang masuk dalam berbagai kategori—pengikut, pendengung, dan pemberi pengaruh—seperti kelompok milenial dan generasi Z, merupakan kandidat yang sangat cocok untuk berkolaborasi. UMKM dan influencer media sosial bersinergi mempromosikan barang dan jasa UMKM dengan saling berbagi review produk di platform media sosial masing-masing (Bindarto, 2023).

Perekonomian yang dikenal sebagai "ekonomi digital" dibangun berdasarkan produk dan layanan elektronik yang dibuat oleh perusahaan elektronik dan dipertukarkan secara elektronik. Artinya, perusahaan yang menggunakan sarana elektronik untuk produksi dan manajemen, serta perusahaan yang berkomunikasi dengan klien dan mitra serta menjalankan bisnis online menggunakan teknologi web (Imsar et al, 2023).

Menurut *National Bureaus Of Economic Research* (NBER) Amerika Serikat, Resesi didefinisikan sebagai penurunan besar dalam aktivitas ekonomi yang berlangsung lebih dari beberapa bulan dan biasanya terjadi pada bidang-bidang berikut: lapangan kerja, produksi industri, PDB riil, pendapatan riil, dan penjualan grosir-eceran. Ketika PDB menurun selama dua kuartal berturut-turut, hal ini disebut sebagai resesi (Zahra et al., 2022).

Resesi terjadi ketika perekonomian sudah ketinggalan zaman. Biasanya, PDB suatu negara berubah menjadi negatif selama resesi, dan pengangguran mulai meningkat. Resesi global diramalkan oleh Bank Dunia dalam artikelnya “Is a Global Recession Imminent” pada tahun 2023. Kenaikan suku bunga acuan secara agresif oleh bank sentral beberapa negara dalam upaya menurunkan laju inflasi menjadi salah satu bukti bahwa resesi global akan terjadi pada tahun 2023. prognosisnya mulai menjadi kenyataan. Fakta bahwa banyak

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

produsen mulai mengurangi produksinya akibat menurunnya permintaan pasar juga merupakan pertanda lain. Selain itu, investor lebih suka mentransfer dananya dalam dolar AS. Indikasi yang sangat jelas bahwa resesi ekonomi global sudah dekat dapat dilihat dari fenomena ultra-dolar.

Jadi, Resesi ekonomi adalah suatu keadaan di mana terjadi penurunan aktivitas ekonomi secara signifikan selama periode waktu tertentu, berbulan-bulan atau bertahun-tahun dan aktivitas tersebut tetap stagnan. Resesi dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti perubahan ekonomi yang tiba-tiba, kemajuan teknologi, tingkat inflasi yang tinggi, pengelolaan utang yang buruk, penggelembungan aset, dan deflasi yang besar (Dwi, 2023).

Resesi ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan perekonomian global, seperti guncangan yang sangat besar. Meningkatnya biaya hidup adalah prioritas utama. Kondisi ini merupakan dampak dari momentum pemulihan ekonomi pascapandemi yang menyebabkan permintaan meningkat tajam namun pasokan tidak mencukupi akibat terganggunya rantai pasokan global. Masyarakat Indonesia sudah berjuang sejak awal tahun akibat kenaikan harga pangan dan bahan bakar minyak (BBM) yang mulai berlaku pada awal September. Alhasil, tingkat inflasi tahunan di Indonesia pada bulan lalu mencapai sekitar 6%. Dunia usaha akan mengurangi posisi ini jika terjadi resesi yang parah. Karena kontraksi sektor produsen akibat kurangnya investasi, beberapa kantor memutuskan untuk memecat karyawannya selama krisis (Hutagaol et al., 2022).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur atau yang biasa disebut literature review study. Studi literatur merupakan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan mengumpulkan informasi perpustakaan, membaca, mencatat dan mengelola bahan penelitian (Abdussamad, 2021).

Peneliti memperoleh data yang bersumber dari literatur-literatur resmi yang relevan dengan topik penelitian seperti jurnal, buku, atau artikel ilmiah. Teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi, dengan teknik dokumentasi peneliti memperoleh informasi melalui sumber-sumber tertulis berupa buku, catatan, makalah, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian. Adapun sumber yang peneliti gunakan yaitu 4 buku salah satunya Sudrajat, O. Y., & Dellyana, D. (2021). UMKM Go Digital Syariah. Center For Islamic Business and Finence 24 jurnal salah satunya Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal), dan 3 dari internet salah satunya Huda, H. I. (2021). UMKM Semakin Sukses dengan Go Digital. Universitas Sains Dan Teknologi Kemputer. Metode content analysis yang bersumber dari referensi yang dipilih sebagai teknik analisis data yang bertujuan untuk menganalisis informasi dari dokumen yang telah diperoleh demi menjaga proses pengkajian dan meminimalisir kesalahan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan UMKM Go Digital

Salah satu sektor usaha di Indonesia yang mendominasi pelaku usaha adalah UMKM. Meskipun demikian, UMKM menghadapi kesulitan dalam bersaing dalam digitalisasi sektor bisnis untuk bertahan hidup. Oleh karena itu, setiap pelaku UMKM memerlukan rencana dalam mengarungi ekonomi digital. Menurut Idah dan Pinilih, perhitungan evaluasi faktor internal dan eksternal mempunyai nilai sebesar (0,05 ; 0,1) berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi UMKM berbasis digital di Indonesia berada pada kuadran I. Berdasarkan pendirian tersebut, meningkatkan pangsa

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

pasar di luar negeri (S2, S3, S4, O3, O5), menambah unit produksi dan meningkatkan kualitas produk (S3, S4, O1, O2, O4), serta mengefektifkan proses pemasaran online menjadi prioritas strategis pengembangan digitalisasi. UMKM di Indonesia (S2, S4, O3, O4) (Bindarto, 2023).

Sejumlah faktor perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM digital, antara lain kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. Saatnya kerjasama dengan warganet—yang notabene merupakan generasi milenial—dibutuhkan. Strategi reselling dapat digunakan untuk memotivasi para pengguna internet tersebut agar turut andil dalam pengembangan UMKM digital. Dalam konteks ini, netizen yang masuk dalam berbagai kategori—pengikut, pendengung, dan pemberi pengaruh—seperti kelompok milenial dan generasi Z, merupakan kandidat yang sangat cocok untuk berkolaborasi (Arianto, 2020).

Terciptanya UMKM membantu menopang pertumbuhan ekonomi. PDRB sektor UMKM akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah unit usaha. Kebutuhan pekerja untuk dipekerjakan di perusahaan baru akan meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM. Karena banyaknya pekerja yang diambil, pengangguran akan berkurang dan pendapatan masyarakat miskin akan meningkat. Produksi yang dihasilkan akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah UMKM, dan perekonomian daerah juga akan terus tumbuh (I. Harahap et al., 2022).

Program Kartu Prakerja merupakan salah satu upaya pemerintah untuk mendukung UMKM. Inisiatif andalan pemerintah untuk mendukung UMKM di tengah pandemi adalah program Kartu Prakerja dan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Hingga 11,4 juta orang di Indonesia telah menerima manfaat Program Kartu Prakerja sejak pertama kali diluncurkan pada Februari 2020. Pemerintah menyediakan pendanaan usaha melalui KUR untuk mendukung keterampilan yang diperoleh melalui keikutsertaan program, sehingga pemegang Program Kartu Prakerja dapat berangkat kerja. untuk mendirikan perusahaan yang sukses (egon.go.id, 2021).

Pemerintah menerapkan Program Pusat Pendidikan Bisnis Terpadu (PLUTEC) dalam rangka mendukung kemampuan digitalisasi UMKM. Kerja sama ini diwujudkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Koperasi dan UKM, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal, Kementerian Agama, dan enam (enam) Pusat Pelayanan Usaha Terpadu KUMKM. pelatihan digitalisasi pemasaran dan pengelolaan produk halal bagi KUMKM dan pengusaha, dilaksanakan di enam lokasi PLUT KUMKM pada tanggal 13–30 Juni 2022.

Program pelatihan tersebut merupakan implementasi kebijakan dan program pemerintah terkait upaya digitalisasi UMKM, dengan target populasi sebanyak 30 juta pelaku usaha pada tahun 2024; juga mencakup Pembinaan Kewirausahaan Nasional melalui peran pendampingan bagi KUMKM dan Pengusaha di PLUT-KUMKM, serta Sertifikasi Jaminan Produk Halal bagi pelaku Usaha Mikro melalui pola deklarasi mandiri.

Tim Lazada memberikan peserta materi pelatihan ekstensif tentang pemasaran digital, serta dukungan dan saran tentang cara mulai melakukan penjualan online. Selain itu, tim Humas DANA memberikan informasi bagaimana UMKM dapat memanfaatkan teknologi keuangan, dan Tim Pendamping BPJPH PPH membantu UMK yang terkurasi melalui program SEHATI mendapatkan Sertifikasi Halal (SH) (egon.go.id, 2022).

Adapun strategi digitalisasi UMKM, yaitu:

1. Kesahihan Ide

   Konsep bisnis yang kreatif, inventif, unik, dan khas yang dapat dikembangkan menjadi rencana bisnis. Ide untuk bisnis harus mampu mengatasi permasalahan yang mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan. Penerapan langkah ini mengharuskan

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

pelaku mencantumkan identitas bisnis, atau branding berupa logo, kartu nama, kemasan khas, dan konten menarik selain ide perusahaan dalam produk yang dijual.

2. Optimalisasi Bisnis Plan

   Pendekatan lugas yang diterapkan pada target pasar yang tepat akan mengarah pada terbentuknya bisnis digital yang sukses. Dalam hal ini, pelaku harus jeli dalam menyusun daftar persyaratan, antara lain daftar pembelian bahan baku, jadwal postingan di media sosial, dan dokumen keuangan perusahaan.

3. Keterbaruan riset

   "Hasil penelitian menjadi dasar pengambilan keputusan mengenai bentuk atau model bisnis digital yang akan diwujudkan." Pelaku melakukan riset pasar pada platform media sosial atau *e-commerce* yang dipilih untuk memenuhi fase tersebut. Pelajari juga algoritma media sosial, sehingga materi mitra dapat dibagikan secara efektif.

4. Berwawasan Teknologi Internet

   Haudi kembali menegaskan bahwa pebisnis digital yang sangat sukses pun perlu memiliki pemahaman menyeluruh tentang teknologi. memberikan pelatihan dasar kepada mitra mengenai media sosial dan e-commerce agar mereka siap mengelola bisnis digitalnya. Selain mengajarkan mitra tentang hak cipta untuk mencegah mereka mengunduh foto atau video yang dilindungi hak cipta dari internet dan mengunggahnya kembali ke akun media sosial atau e-commerce mitra, kami juga membantu mitra dalam mengatur profil bisnis dan mengunggahnya. konten yang akan ditampilkan di akun bisnis mereka.

5. Orisinalitas

   Agar bisa berkembang dalam ekonomi digital, ide, barang, dan jasa harus asli. Dibutuhkan pemikiran imajinatif dan kreatif untuk menghasilkan ide yang unik. Karena UMKM masih dalam masa pemulihan, maka keunikan suatu produk tidak diperlukan pada masa transisi ini.

6. Konsistensi

   Konsistensi dan taktik yang tepat diperlukan untuk meluncurkan dan mempertahankan bisnis digital dengan pelanggan, sehingga bisnis digital menjadi lebih inovatif. Kembali ke langkah kedua, para peneliti telah menawarkan rekomendasi jadwal berbagi konten di media sosial perusahaan mitra. Hal ini bertujuan agar mitra dapat rutin mengunggah produknya guna menarik klien baru.

7. Pengembangan Bisnis Digital

   Untuk mengurangi risiko bisnis finansial dan non-finansial, serta kerugian bisnis, perluasan bisnis digital sebaiknya dilakukan secara bertahap. Saat Anda menyelesaikan langkah ini, berikan contoh kepada mitra tentang cara menggunakan fitur periklanan (iklan) untuk mitra. Selain itu, nasihati mitra untuk memanfaatkan sistem algoritmik yang ada saat ini untuk media sosial dan e-commerce dengan memantau konten orang lain secara cermat, mengatur reel Instagram, dan aktivitas lainnya. Karena biaya fitur periklanan (ads) tinggi dan saat ini di luar jangkauan mitra, maka tidak perlu terlalu sering menggunakannya.

Mayoritas konsumen biasanya menggunakan Internet untuk melakukan penelitian awal terhadap barang atau jasa sebelum memilih untuk melakukan pembelian. Pemasaran digital akan memudahkan calon pelanggan menemukan perusahaan Anda dan memberi mereka keyakinan bahwa merek tersebut dapat diandalkan, sehingga akan meningkatkan pendapatan online Anda (Marliyah et al., 2022).

Konten mengenai produk atau jasa yang menarik merupakan hal yang krusial dalam pemasaran digital. Ketika UMKM sendiri memproduksi barang dan jasa, serta konten yang

EKONOMIKAWAN : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Volume 23, No.2 Desember 2023
P-ISSN: 1693-7600, E-ISSN : 2598-0157
Open Access: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan
DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.17492

dapat mendongkrak barang dan jasa yang dihasilkan (Arianto, 2020). Untuk meningkatkan kemampuan teknologinya, pelaku UMKM harus menjadi ahli dalam pemasaran digital melalui pelatihan. Dalam hal menghasilkan konten yang menarik dan memuat informasi yang dibutuhkan calon konsumen, kemampuan dan keahlian pelaku UMKM sangatlah penting. Dimana kesediaan konsumen dalam menggunakan media sosial untuk berbelanja berdampak signifikan terhadap keberhasilan ekonomi digital (Filbert & Setyorini, 2022).

Salah satu taktik pemasaran yang memberi Anda keunggulan kompetitif adalah konten. Ada dua komponen kunci yang membentuk strategi pemasaran: pertama, konsumen, yang menentukan apakah bisnis akan melayani mereka; dalam skenario ini, bisnis harus mengidentifikasi segmentasi pasar dan target pasar yang akan dilayani; dan kedua, cara bisnis menambah nilai pada target pasar; Perusahaan sekarang harus mampu menonjol dalam persaingan dan memposisikan diri mereka di hadapan pelanggan (Aslami & Ariza, 2021).

UMKM Go Digital Sebagai Solusi Penyelamatan Ekonomi Indonesia dalam Menghadapi Resesi Ekonomi

Pada tahun 2023, hal-hal berikut dapat memicu resesi global: Pertama, pandemi yang disebabkan oleh Covid-19. Setelah beberapa negara mengizinkan warganya untuk kembali beraktivitas, pandemi Covid-19 mulai mereda. Namun, terdapat penurunan signifikan dalam aktivitas ekonomi global antara awal wabah Covid-19 pada tahun 2020an dan awal wabah tahun 2022. Respons terhadap COVID-19 dan penerapan pembatasan aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi, menjadi perhatian utama setiap negara. Dengan demikian, terjadi pula kontraksi pertumbuhan ekonomi dunia. Sementara itu, sejumlah negara sedang memperkuat pasokan pangan mereka untuk melawan pandemi Covid-19 yang berkepanjangan, yang telah meningkatkan harga pangan. Pandemi Covid-19 juga menyebabkan resesi di Indonesia pada akhir tahun 2020. Oleh karena itu, diperkirakan masih banyak negara yang masih terkena dampak COVID-19 pada tahun 2023.

Kedua, Perang antara Rusia dan Ukraina. Akibat pandemi Covid-19 dan pecahnya perang Rusia-Ukraina, perekonomian dunia belum sepenuhnya pulih. Sejak dimulai pada Februari 2022, perang Rusia-Ukraina telah merugikan PDB global sebesar $2,8 triliun. Rantai pasokan global terganggu oleh Perang Rusia-Ukraina, yang menyebabkan krisis, khususnya di sektor pangan dan energi, dan mempercepat inflasi. Perang Rusia-Ukraina adalah penyebab utama perkiraan resesi global pada tahun 2023.

Ketiga, laju inflasi yang cepat. Dana Moneter Internasional (IMF) memperbarui perkiraan inflasi global dalam Pembaruan Outlook Ekonomi Dunia bulan Juli 2022, dengan alasan ketidakseimbangan pasokan dan permintaan serta meningkatnya biaya pangan dan energi. Inflasi tahun ini diperkirakan sebesar 6,6% di negara maju dan 9,5% di negara berkembang. Melansir Bisnis Indonesia (28 September 2022), perkiraan inflasi terkini masing-masing meningkat sebesar 0,9 dan 0,8 poin persentase dibandingkan perkiraan April 2022. Meningkatnya harga komoditas pangan dan energi (batubara, gas alam, dan minyak mentah) disebabkan oleh terganggunya rantai pasokan akibat konflik antara Rusia dan Ukraina. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap tekanan inflasi global. Dalam upaya mengurangi dampak inflasi, negara-negara di seluruh dunia telah meresponsnya dengan menghapuskan stimulus moneter dan fiskal.

Keempat, suku bunga meningkat. Bank of England menaikkan suku bunga acuan sebesar 200 basis poin pada tahun 2022. Pada saat yang sama, Federal Reserve menaikkan suku bunga acuannya sebesar 300 basis poin. Bank Indonesia meresponsnya dengan menaikkan suku bunga acuan sebesar 50 basis poin menjadi 4,25% (Kompas, 28 September

2022). Resesi di seluruh dunia dapat terjadi akibat bank sentral menaikkan suku bunga acuan secara bersamaan, yang akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi.

Potensi ancaman resesi pada tahun 2023 perlu disikapi secara hati-hati. Langkah-langkah proaktif perlu dilakukan guna menjaga kinerja perekonomian. Meski perekonomian Indonesia sedang berkembang, resesi bukanlah hal yang bisa kita anggap enteng. Jika resesi global benar-benar terjadi, maka perekonomian negara ini juga akan terpuruk. Kami akan mengusulkan dan membicarakan langkah-langkah kebijakan dalam artikel ini untuk mencegah dampak parah resesi global pada tahun 2023 (Hutagaol et al., 2022).

Keadaan perekonomian dunia saat ini mempengaruhi stabilitas perekonomian Indonesia. karena ketergantungan pada impor pangan dan energi. Pertahanan terbaik terhadap prospek resesi pada tahun 2023 adalah dengan melakukan transisi ke digitalisasi.

Sektor UMKM memegang dominasi yang signifikan di kalangan pelaku usaha di Indonesia. UMKM yang terdiri dari sejumlah besar pelaku, turut memperkuat perekonomian Indonesia. Selama krisis yang melanda Indonesia, kinerja UMKM cukup baik, sehingga menambah PDB dan tingkat lapangan kerja.

Proses pemanfaatan temuan intelijen pasar untuk pengembangan produk atau "digitalisasi UMKM" dapat berdampak pada perluasan UMKM di bidang teknologi (Wijoyo, 2020). Payment gateway dan digital marketing merupakan dua ide yang dapat digunakan untuk mendigitalkan UMKM dan membantu mencapai perekonomian yang stabil.

Payment gateway merupakan alat pembayaran transaksi online yang berfungsi untuk mendeskripsikan dan memverifikasi data pada saat melakukan transaksi yang diatur oleh penyedia (Kurniawan et al., 2018). Selain sangat ramah lingkungan, konsep ini diharapkan dapat memudahkan transaksi sektor UMKM.

Penelitian Nurbaiti, dkk. telah menunjukkan bahwa masyarakat tertarik dengan alat pembayaran online ini. Berdasarkan temuan penelitian yang telah disampaikan, minat pelanggan dalam menggunakan e-wallet DANA juga dipengaruhi oleh kemudahan bertransaksi. Tyo, remaja 21 tahun yang sering melakukan transaksi transfer uang selain melakukan pembayaran, merasa penggunaan e-wallet DANA lebih praktis saat melakukan pembayaran. Misalnya saja, Anda tidak perlu capek-capek mengantri untuk membayar belanjaan jika cukup scan barcode. Siswa tertarik menggunakan e-wallet DANA karena kemudahan penggunaannya, yang menunjukkan betapa sederhananya penggunaannya (Prameswari et al., 2021).

Pemasaran digital adalah penggunaan media digital untuk mempromosikan suatu barang atau jasa (Rohmah, 2019). Pemasaran yang efektif dan tepat sangat penting dalam menjual produk UMKM. Pemasaran digital hadir untuk memberikan hasil terbaik untuk periklanan dua arah. SEM (Search Engine Marketing), media sosial (Linkedin, Instagram, dll), periklanan online (Facebook Adsense, Google Adsense, dan Youtube Adsense), dan SEO (Search Engine Optimization) adalah beberapa opsi yang dapat berfungsi sebagai platform untuk pemasaran digital. Memperkirakan Pengembalian Investasi (ROI) menjadi lebih mudah bagi produsen melalui pemasaran digital. Para pebisnis dapat memanfaatkan fitur ini untuk mendistribusikan konten merek produknya ke wilayah-wilayah yang telah dimodifikasi untuk memenuhi permintaan pasar bahkan global(Rohmah, 2019).

Diharapkan dengan menerapkan kebijakan digitalisasi UMKM, para pelaku usaha mampu menjadi pemain utama ekonomi digital atau setidaknya lebih mudah beradaptasi di pasar yang sangat kompetitif. Kami juga berharap sektor UMKM Indonesia menjadi Indonesia 4.0 akibat kebijakan ini. Lebih lanjut, UMKM Indonesia dapat meningkatkan jangkauan pasar regionalnya di tengah pasar yang bebas dan kompetitif ini.

Resesi diperkirakan terjadi pada tahun 2023 sebagai akibat dari sejumlah faktor, termasuk konflik antara Rusia dan Ukraina, kenaikan suku bunga, dan inflasi yang tinggi. Resesi dapat disebabkan oleh guncangan ekonomi yang tidak terduga karena negara-negara tidak siap menghadapinya. Akibat kenaikan suku bunga yang relatif besar, baik perusahaan maupun masyarakat menanggung beban bunga utang yang lebih berat. Selain itu, devaluasi mata uang negara-negara berkembang terhadap dolar AS telah mengakibatkan jumlah utang luar negeri yang lebih tinggi dari perkiraan.

UMKM Go Digital menawarkan cara untuk menyiasati permasalahan ini dan menjaga kondisi perekonomian tetap stabil dalam menghadapi inflasi yang tinggi. Selanjutnya, peran dan kebijakan pemerintah memainkan peran penting dalam memitigasi dampak buruk panen pangan dan meningkatkan sektor pertanian negara. Oleh karena itu, pemerintah dapat melakukan berbagai tindakan, antara lain dengan membuat food estate, memperbanyak penelitian berbagai varietas tanaman unggul, dan memproduksi pupuk dengan dosis yang konsisten.

KESIMPULAN

Validitas Ide, Optimalisasi Rencana Bisnis, Riset Terkini, Wawasan Teknologi Internet, Konsistensi, dan Pengembangan Bisnis Digital menjadi strategi membantu UMKM go digital.

Terdapat solusi untuk menghadapi ancaman resesi ekonomi yaitu pengembangan UMKM go digital. Digitalisasi UMKM diterapkan dengan berlandaskan *Payment Gateway* dan *Digital Marketing*. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat lebih mudah memperoleh produk yang jual dan juga lebih mudah dalam hal bertransaksi sehingga UMKM Indonesia memiliki daya saing global.

REFERENSI

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.

Afifah, S. N., & Fauziyyah, N. (2023). Dampak Resesi 2023 terhadap Harga Saham di Indonesia. *Mizania: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, *3*(1), 292–299.

Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, *3*(1), 64–72. https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719

Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). PENGEMBANGAN UMKM DIGITAL SEBAGAI UPAYA KETAHANAN BISNIS PASCA PANDEMI COVID-19 transformasi digital . Perubahan-perubahan itu terjadi untuk penyesuaian proses bisnis seperti. *Serina IV UNTAR*, *1*, 85–92.

Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP*, *2*(4), 1286–1295. https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525

Arianto, B. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, *6*(2), 233–247. https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512

Aslami, N., & Ariza, R. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA : Journal of Visions and Ideas*, *1*(2), 188–194.

Asmuni., Isnaini Harahap., & Lenny Menara Sari Saragih. (2022). Carter Dimension Analysis of Customer Satisfaction In Improving Electronic Word Of Mouth (E-Wom) In Bank Syariah Mandiri Customers. IJAIR. 6 (1).

https://ijair.id/index.php/ijair/article/view/293

Bindarto. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi. *Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, *3*.

Filbert, D., & Setyorini, E. H. (2022). Strategi Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Terhadap Pemulihan Perekonomian Nasional di Era Endemi. *Seminar Nasional*, *2*(1), 666–671.

Hanim, L., Noorman, & Tan. (2018). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha. In *Hak cipta dilindungi Undang-undang All Rights Reserved*. UNISSULA PRESS.

Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Sugiarto, E. (2022). Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(02), 1991–1997.

Harahap, M. I., Nurbaiti, & Haryanti, N. (2023). Analysis of E-Commerce and Fintech Application in Promoting UMKM Development in Padangsidimpuan. *Moneter:Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, *11*(2), 147–156.

Huda, H. I. (2021). *UMKM Semakin Sukses dengan Go Digital*. Universitas Sains Dan Teknologi Kemputer. https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/UMKM-Semakin-Sukses-Dengan-Go-Digital/541f30554e2caa245dbe67fc4a03cb8c01a23c1a

Hutagaol, Y. R. T., Sinurat, R. P. P., & Shalahuddin, S. M. (2022). Strategi Penguatan Keuangan Negara Dalam Menghadapi Ancaman Resesi Global 2023 Melalui Green Economy. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, *4*(1S), 378–385. https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i1s.1911

Imsar, Nasution, J., & Ndraha, A. A. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan Paket Masa Depan Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dan Peningkatan Pendapatan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *, Ats-Tsarwah*, *3*(1), 20–30.

Imsar, Nurhayati, & Isnaini Harahap. (2023). Analysis of Digital Education Interactions, Education Openness, Islamic Human Development Index (I-HDI) and Indonesia's GDE Growth. Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, 12 (1), 753-772. DOI: 10.30868/ei.v12i01.4265

Marliyah, Nawawi, Z. M., & Humairoh, J. (2022). Strategi Peningkatan Ekonomi dan Tinjauan Ekonomi Islam Masa Covid 19 (Studi Kasus : UMKM di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(02), 2027–2035.

Mirani, D., Aryansah, J. E., & Musdalifah, F. S. (2022). Efektifitas Program Palembang Go-Digital Bagi Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, *8*(1), 1–121. http://journal.unismuh.ac.id/index.php/kolaborasi

Nasution, Muhammad Irwan Fadli., Nurbaiti, & Nurlaila. (2020). Face Recognition Login Authentication for Digital Payment Solution at COVID-19 Pandemic. International Conference on Computer and Informatics Engineering (IC2IE). 48-51.

Prameswari, A., Hasibuan, D. N., Bayani, L. N., & Nurbaiti. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran EWallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, *2*(2), 126–139.

Salman, Muhammad., Andi Soemitra., Ali Topan Lubis, Iskandar Muda., & Sugianto. (2022). Money Laundering and Organized Crime and Impact On The Economic and Business Sector (Including in Pharmaceutical Sector). 3 (9). https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.S09.350

Soemitra, Andi. (2021). THE RELEVANCE OF ISLAMIC ECONOMICS AND FINANCE FUNDAMENTALS TO THE CONTEMPORARY ECONOMY: ISLAMIC ECONOMISTS' PERCEPTIONS. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam. 10 (2). 329-256. DOI: 10.22373/share.v10i2.9544

Statistik, B. P. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan ! 2023. *Badan Pusat Statistik*. https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/1998/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2023-tumbuh-5-03-persen--y-on-y-.html#:~:text=Abstraksi,y-on-y).

Sudrajat, O. Y., & Dellyana, D. (2021). *UMKM Go Digital Syariah*. Center For Islamic Business and Finence. https://doi.org/10.4103/0972-1363.168385

Yafiz, M., & Sari, L. P. (2022). Analisis Program Dinas Perdagangan Kota Medan Terhadap Peningkatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Pada Usaha Tape Di Kelurahan Baru Ladang Bambu Kecamatan Medan Tuntungan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, *1*(2), 106–112.

Zahra, A. S., Murialti, N., & Hadi, M. F. (2022). Analisis Pengaruh Resesi Ekonomi di Provinsi Riau Tahun 2006-2020. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting …*, *2*(1), 141–150. https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/204%0Ahttps://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/204/43