

30 Juta UMKM Akan Go Digital Pada 2024

Dorongan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk terus meningkatkan daya saing semakin marak dilakukan. Rencananya, 30 juta UMKM Indonesia sudah harus terhubung ke ekosistem digital pada tahun 2024. Guna berkontribusi mendorong target tersebut, Yayasan Kagama Bhakti Nusantara (YKBN) mendirikan platform edukasi dan inkubasi berbasis digital, yakni UMKM Hebat. Sejumlah pembicara dari kalangan ahli pun dihadirkan dalam diskusi bertema “Obrolan UMKM Hebat: UMKM Go Digital, Bisnis Untung Maksimal” pada Minggu (13/8).

“Disrupsi digital ini membawa banyak perubahan dalam ekosistem masyarakat, maupun lingkungan bisnis usaha. Kita harus memanfaatkannya sebagai peluang usaha. Bersikap adaptif, kolaboratif, dan inovatif dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan menjadi dasar agar kita mampu berdaya saing di era ini. Tentunya saya menyambut baik obrolan UMKM Hebat ini agar UMKM Indonesia bisa semakin maju,” tutur Rektor Universitas Gadjah Mada, Prof. dr. Ova Emilia, M.Med.Ed., Sp.OG., Ph.D. dalam sambutannya.

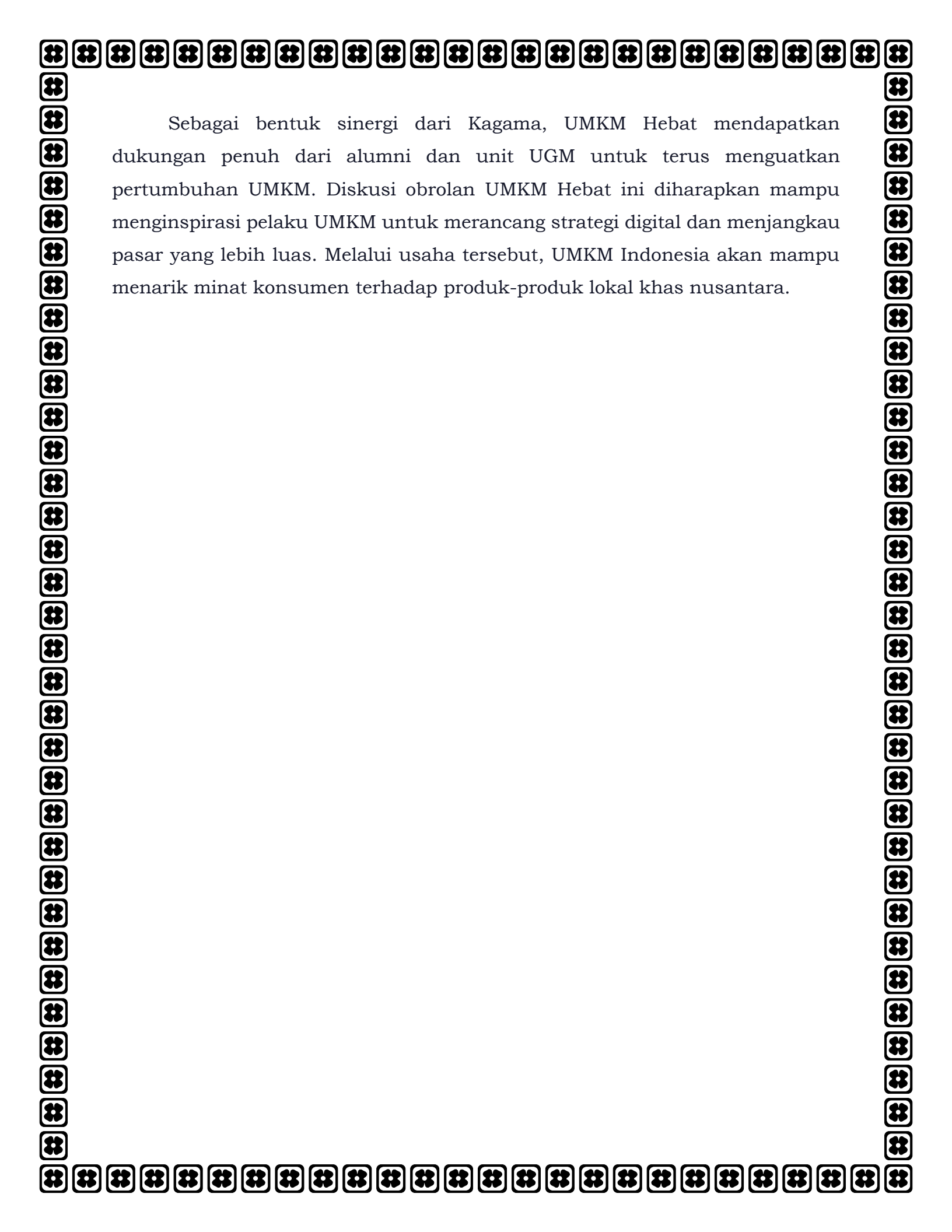
Sejak dibentuk pada Desember 2020, UMKM Hebat telah menaungi ribuan UMKM di Indonesia, baik yang tumbuh melalui proses inkubasi, ataupun yang didorong untuk meningkatkan bisnisnya. Motivasi ini didapatkan dari fakta bahwa 64,2 juta UMKM telah berkontribusi sebanyak 61,07% pada pendapatan nasional. Sayangnya, 90% dari jumlah tersebut mengalami dampak yang signifikan pasca pandemi.

“Apresiasi sebesar-besarnya pada Yayasan Kagama Bhakti Nusantara karena telah menggelar diskusi ini. Saya kira kegiatan ini sangat selaras dengan apa yang kita lakukan, yaitu mentransformasikan UMKM kita untuk digital. Kita harapkan ada 30 juta UMKM masuk ke digitalisasi. Rencana digitalisasi UMKM

ini juga ditujukan agar UMKM lebih produktif dan bisa memberikan tenaga kerja yang lebih berkualitas,” ungkap Hanung Harimba Rachman, Deputi Bidang UKM, Kementerian Koperasi dan UKM RI. Menurutnya, Indonesia tidak hanya memiliki sumber daya alam yang beragam, namun juga tenaga kerja yang ulet. Potensi ini masih perlu dimaksimalkan agar produk yang dihasilkan tidak lagi barang mentah, tapi sudah dibentuk menjadi barang siap pakai dan terintegrasi dengan *platform* digital.

Melalui diskusi ini, UMKM Hebat menghadirkan langsung pelaku UMKM yang produknya sukses dipasarkan, baik nasional maupun internasional. Dian Eka Purnamasari, pemilik UMKM Ketak Nusantara yang merupakan produk berbasis ramah lingkungan membeberkan inovasinya dalam setiap produk yang dipasarkan. “Awalnya itu saya melihat bahwa sampah adalah salah satu masalah yang sulit terpecahkan. Bahkan di data tahun 2023, tercatat bahwa timbunan sampah mencapai 18,3 juta ton per tahunnya, dan dari situ Ketak Nusantara berkomitmen mengurangi sampah dengan menghasilkan produk berbahan dasar rumput ketak ini,” ucapnya.

Ketak Nusantara sendiri merupakan produk berbahan dasar rumput ketak yang dianyam menjadi tas, alat makan, wadah, aksesoris, dan lain-lain. Bisnis warisan orang tua ini berhasil dikembangkan oleh Dian dengan menargetkan kalangan anak muda di *platform* digital. Berbeda dengan Dian, CEO Naruna Ceramic, Roy Wibisono Anang Prabowo merintis usahanya berdasarkan minat yang dimiliki. “Awalnya karena *passion*. Jadi, kalau saya sarankan, teman-teman memulai bisnis dengan *passion*. Karena dengan *passion*, apapun itu kita akan menikmati pekerjaan kita. Kalau hanya berpaku dengan uang, itu akan sulit, tapi kalau dilakukan dengan *passion* pasti akan sukses,” ungkapnya.

A decorative border consisting of a repeating pattern of a stylized four-lobed icon, possibly representing a flower or a traditional motif, arranged in a rectangular frame around the text.

Sebagai bentuk sinergi dari Kagama, UMKM Hebat mendapatkan dukungan penuh dari alumni dan unit UGM untuk terus menguatkan pertumbuhan UMKM. Diskusi obrolan UMKM Hebat ini diharapkan mampu menginspirasi pelaku UMKM untuk merancang strategi digital dan menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui usaha tersebut, UMKM Indonesia akan mampu menarik minat konsumen terhadap produk-produk lokal khas nusantara.