

Pemberdayaan UMKM melalui Penerapan Sistem Marketplace dan Digital Payment di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Deky Baleanus Kadja ^{1*}, Bambang Irawan ²

¹ Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

¹ dekyk4@gmail.com, ² bbgirw80@gmail.com

* Correspondence author

ARTICLE INFO

Article history :

Received : Desember 6, 2024

Revised : Februari 17, 2025

Accepted : Februari 27, 2025

Keywords:

Pemberdayaan UMKM,
Marketplace,
Digital Payment,
Infrastruktur Digital,
Kebijakan Pemerintah,
Literasi Digital,
Kendala Teknologi,
Solusi Implementatif.



Copyright (c) 2025
Abiwara : Jurnal Vokasi
Administrasi Bisnis

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengevaluasi pemberdayaan UMKM melalui penerapan sistem marketplace dan digital payment di Provinsi DKI Jakarta. Dalam era digital, transformasi teknologi menjadi peluang strategis bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, akses pasar, dan daya saing. Namun, tantangan seperti kesenjangan digital, kurangnya literasi teknologi, dan hambatan regulasi menghambat penerapannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem marketplace dan digital payment dalam memberdayakan UMKM, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta merumuskan solusi implementatif. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data diperoleh melalui wawancara terstruktur, observasi non-partisipan, dan studi dokumentasi dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan kebijakan pemerintah, infrastruktur teknologi, dan motivasi UMKM memberikan potensi besar bagi pemberdayaan. Namun, kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, dan kompleksitas sistem masih memerlukan perhatian. Saran yang diusulkan mencakup penyederhanaan regulasi, peningkatan infrastruktur digital, pelatihan berkelanjutan, serta layanan pendampingan teknis. Sistem marketplace dan digital payment terbukti memiliki potensi signifikan untuk memberdayakan UMKM, asalkan didukung oleh kebijakan adaptif, edukasi intensif, dan sinergi antar pemangku kepentingan.

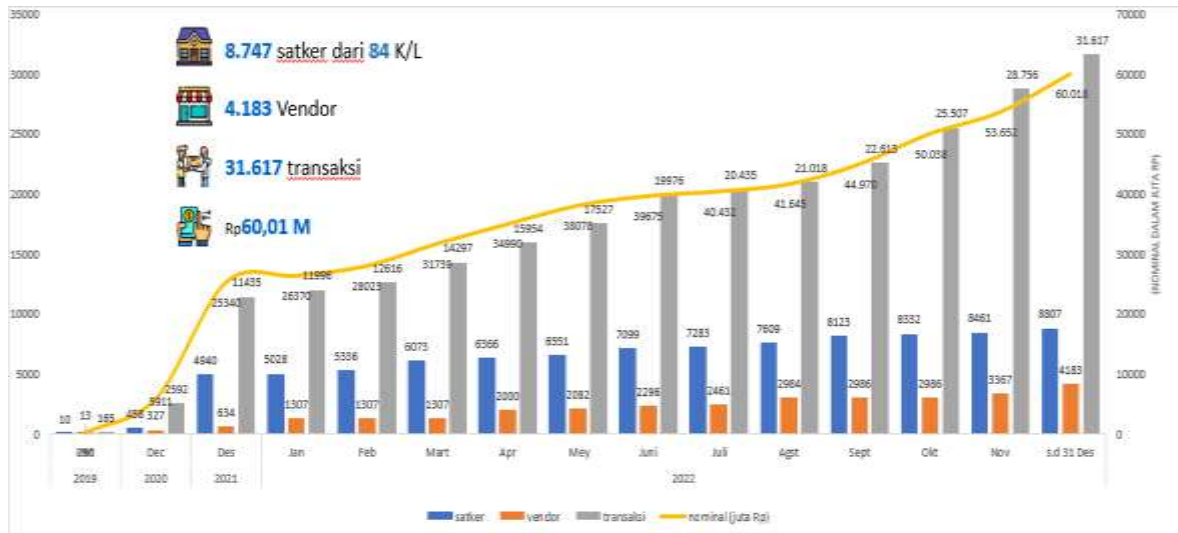
PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk pemberdayaan UMKM. UMKM berkontribusi sebesar 61,07% terhadap PDB Indonesia pada tahun 2021 dengan jumlah pelaku mencapai 64,2 juta unit usaha (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Namun, banyak UMKM menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital, dan kendala teknologi (Ndubisi & Igbino, 2021). Sebagai respons, Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan memperkenalkan sistem marketplace dan digital payment untuk mendukung digitalisasi pengelolaan kas negara sekaligus memberdayakan UMKM.

Sistem marketplace dan digital *payment* memberikan peluang bagi UMKM untuk terlibat dalam pengadaan barang/jasa pemerintah. Studi Nguyen & Pham (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pembayaran dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM sebesar 25% dan mendorong peningkatan volume penjualan hingga 50%. Sejak uji coba pertama penggunaan sistem marketplace dan digital payment pada November 2019, jumlah transaksi pengadaan barang/jasa terus mengalami peningkatan. Data yang diperoleh dari Direktorat Pengelolaan Kas Negara dan perbankan menunjukkan adanya kenaikan signifikan pada jumlah satuan kerja, transaksi, dan nilai transaksi, seperti yang tercermin pada gambar 1.

Sampai dengan tahun 2022, sebanyak lebih dari 4.000 UMKM telah terdaftar sebagai vendor pada sistem *marketplace* dan digital *payment*. Sesuai dengan tujuan awal penerapan sistem marketplace dan digital *payment*, diharapkan para UMKM dapat merasakan manfaat dari partisipasinya dalam pelaksanaan belanja barang dan jasa operasional pemerintah pusat.

Di Provinsi DKI Jakarta, keberadaan sistem *marketplace* dan digital *payment* diharapkan dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkuat UMKM lokal dengan memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Sesuai data Direktorat Pengelolaan Kas Negara, pada tahun 2021 s.d 2023 khusus wilayah provinsi DKI Jakarta dengan total transaksi 5.671 transaksi, nominal 20,54 milyar, dengan jumlah satker 1,701 dan 1.626 vendor.



Gambar 1. Perkembangan Transaksi Sistem Marketplace dan Digital *Payment* di Indonesia
Sumber: Direktorat Pengelolaan Kas Negara (2022)

Penerapan sistem marketplace dan digital payment memberikan dampak positif pada pemberdayaan UMKM di DKI Jakarta. Dengan adanya akses yang lebih mudah ke pasar pengadaan pemerintah, UMKM mendapatkan peluang untuk memperluas jaringan usaha mereka dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, dengan perhitungan pajak otomatis dan pelaporan yang terintegrasi, UMKM dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing di pasar, seperti yang tercermin pada tabel 2.

NO	WILAYAH PROVINSI	TAHUN			JUMLAH	Presentase (%)
		2021	2022	2023		
1	DKI JAKARTA	40	863	723	1.626	15
2	KALIMANTAN SELATAN	5	399	371	775	7
3	JAWA TENGAH	39	287	411	737	7
4	BALI	141	290	274	705	7
5	JAWA TIMUR	22	214	431	667	6
6	SUMATERA UTARA	20	162	308	490	5
7	JAWA BARAT	21	193	274	488	5
8	SULAWESI SELATAN	35	155	271	461	4
9	SULAWESI TENGGARA	33	152	121	306	3
10	KALIMANTAN BARAT	9	79	218	306	3

Tabel 2. Jumlah Pelaku/UMKM pada Sistem Marketplace dan Digital *Payment*
Tahun 2021- 2023 untuk 10 provinsi terbaik
Sumber: Direktorat Pengelolaan Kas Negara (2022)

Tabel 2. menunjukkan jumlah pelaku UMKM yang menggunakan Sistem Marketplace dan Digital Payment dari tahun 2021 hingga 2023 di 10 provinsi terbaik. Berdasarkan data tersebut, DKI Jakarta menempati posisi tertinggi dengan total 1.626 vendor atau 15% dari total nasional, diikuti oleh Kalimantan Selatan dan Jawa Tengah dengan masing-masing kontribusi sebesar 7%. Angka ini

mencerminkan kesenjangan dalam adopsi sistem digital antarprovinsi, yang dipengaruhi oleh faktor infrastruktur, kebijakan, dan literasi digital. Tabel ini juga memberikan gambaran mengenai tren peningkatan jumlah vendor di beberapa wilayah, yang menunjukkan potensi besar dalam pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital.

DKI Jakarta memimpin adopsi Sistem Marketplace dan Digital Payment pada 2021-2023 dengan total 1.626 vendor atau 15% dari total nasional, jauh melampaui Jawa Tengah (737 vendor) dan Kalimantan Selatan (777 vendor) yang masing-masing menyumbang 7%. Jumlah vendor di DKI Jakarta meningkat tajam dari 40 pada 2021 menjadi 863 pada 2022, meski sedikit menurun ke 723 pada 2023, mencerminkan antusiasme tinggi UMKM terhadap sistem ini. Keberhasilan ini didukung oleh infrastruktur digital yang maju dan kebijakan pemerintah yang efektif. Sebaliknya, Gorontalo (100 vendor), Aceh (74 vendor), dan Maluku Utara (70 vendor) mencatat jumlah vendor terendah, menyoroti perlunya perhatian khusus untuk meningkatkan adopsi di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur dan literasi digital.

Namun, data ini sekaligus menjadi tantangan yang perlu diatasi, terutama di provinsi dengan tingkat adopsi lebih rendah. Namun, untuk penerapan sistem di DKI Jakarta juga masih menghadapi hambatan, termasuk resistensi terhadap perubahan, biaya transaksi yang tinggi untuk MDR, dan kompleksitas prosedur (Mishra & Goyal, 2019). Oleh karena itu, diperlukan evaluasi yang mendalam untuk memahami efektivitas sistem ini serta solusi yang dapat meningkatkan partisipasi dan keberlanjutan UMKM di era digital. Untuk memaksimalkan manfaat dari inisiatif pemberdayaan ini, perlu melihat kondisi aktual di lapangan, termasuk tantangan yang dihadapi oleh UMKM dan hambatan-hambatan yang terkait dengan penerapan sistem marketplace dan digital *payment* di daerah khusus Jakarta.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai Pemberdayaan UMKM Melalui Penerapan Sistem Marketplace dan Digital *Payment* di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Penelitian ini akan mengevaluasi pemberdayaan UMKM dengan menggunakan kriteria yang dikembangkan oleh Suhendra (2006), yang mencakup unsur-unsur pendukung seperti adanya kemauan politik yang mendukung, suasana kondusif untuk pengembangan potensi secara menyeluruh, motivasi, potensi masyarakat, peluang yang tersedia, kesediaan untuk mengalihkan wewenang, perlindungan, serta peningkatan kesadaran (*awareness*). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai efektivitas sistem marketplace dan digital payment dalam memberdayakan UMKM, mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi, serta merumuskan solusi implementatif yang sesuai dan relevan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2018:213), metode penelitian kualitatif didasarkan pada filosofi yang bertujuan untuk menyelidiki fenomena dalam kondisi ilmiah (eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Teknik pengumpulan dan analisis data dilakukan secara kualitatif dengan fokus pada pemahaman makna. Metodologi ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau objek penelitian melalui pengamatan terhadap aktivitas sosial, sikap, serta persepsi individu maupun kelompok.

Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pemberdayaan UMKM melalui penerapan sistem *marketplace* dan digital *payment* di Provinsi DKI Jakarta, dengan menggunakan teori pemberdayaan menurut Suhendra (2006) terdiri dari 7 (tujuh) variable antara lain:

a. Kemauan Politik yang Mendukung:

Penerapan *marketplace* dan digital *payment* merupakan upaya pemerintah untuk mendukung UMKM. Pemerintah berkomitmen untuk mengembangkan UMKM melalui sistem yang menyediakan layanan pemesanan, pengadaan, dan pembayaran barang/jasa secara elektronik.

b. Suasana Kondusif untuk Mengembangkan Potensi Secara Menyeluruh:

Sistem *marketplace* dan digital *payment* membantu mengoptimalkan potensi UMKM dengan memberikan akses mudah ke pasar, meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis, dan memperkuat daya saing UMKM. Hal ini memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan

- gaya hidup konsumen.
- c. Motivasi:
Penerapan *marketplace* dan digital *payment* dapat meningkatkan motivasi pelaku usaha UMKM mendapat peluang pasar yang luas dan memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, serta mempercepat proses pembayaran. Hal ini memotivasi UMKM untuk terus berusaha dan berinovasi.
 - d. Potensi Masyarakat:
Sistem *marketplace* dan digital *payment* memanfaatkan potensi masyarakat dengan memberikan peluang usaha yang luas dan beragam. Sistem ini memungkinkan UMKM untuk menjual produk secara online, yang dapat meningkatkan produktivitas dan keuntungan.
 - e. Peluang yang Tersedia:
Penerapan *marketplace* dan digital *payment* menyediakan peluang usaha yang luas bagi UMKM, termasuk akses ke pasar digital dan modern. Hal ini memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan usaha yang berskala besar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
 - f. Kerelaan Mengalihkan Wewenang:
Penerapan *marketplace* dan digital *payment* memfasilitasi kerelaan mengalihkan wewenang kepada UMKM dengan memberikan otonomi dalam pengambilan keputusan dan mengadakan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM, dengan dapat memilih cara bayar online seperti memilih Kartu Kredit Pemerintah (KKP) dan atau *Cash Management System* (CMS) Hal ini memperkuat kemandirian masyarakat.
 - g. Perlindungan, Kesadaran (Awareness):
Penerapan sistem *marketplace* dan Digital *Payment* memberikan perlindungan dan dukungan yang cukup bagi pelaku usaha UMKM, memastikan keamanan dan kepastian pembayaran, serta memfasilitasi perhitungan dan pembayaran pajak yang lebih efisien serta pemerintah mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pemberdayaan UMKM melalui penerapan *marketplace* dan digital *payment*.

Penentuan Informan

Dalam penelitian ini pemilihan informannya menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel bertujuan). Menurut Wekke dkk (2019:46) teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu, pertimbangan yang biasa digunakan adalah orang yang diperkirakan paling paham mengenai data atau keterangan yang dibutuhkan peneliti. Untuk penelitian ini, terdapat tujuh informan kunci, yaitu pihak yang bertanggung jawab atas sistem marketplace dan digital *payment* di Direktorat Pengelolaan Kas Negara, salah satu pengguna dari satuan kerja di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Perbendaharaan, tiga pengguna dari kalangan UMKM/vendor, serta seorang akademisi dari Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (STAN).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Pemberdayaan UMKM melalui penerapan sistem marketplace dan digital payment di Provinsi DKI Jakarta

1) Kriteria Kemauan Politik yang mendukung

Kriteria ini berkenaan dengan Kebijakan Pemerintah terkait Digitalisasi Pengelolaan Keuangan dan Pemberdayaan UMKM. Pemerintah menunjukkan komitmen kuat dalam mendukung digitalisasi pengelolaan keuangan dan pemberdayaan UMKM melalui kebijakan strategis seperti pertama, Kebijakan yang diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Nomor PER- 20/PB/2019 menunjukkan komitmen kuat pemerintah dalam mendorong digitalisasi transaksi. Kedua, Inisiatif ini mencakup program pengembangan sistem marketplace dan Digital Payment, serta berbagai insentif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sejalan dengan pendapat Ndubisi & Igbino (2021) yang menunjukkan bahwa dukungan kebijakan sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Namun, untuk menjaga relevansi dan efektivitas kebijakan ini, diperlukan evaluasi dan penyempurnaan regulasi secara terus-menerus. Hal ini termasuk perbaikan dalam regulasi proses bisnis, manajemen pengguna yang lebih ramah, serta regulasi terkait keamanan data dan

perlindungan konsumen. Sejalan dengan pendapat Mishra & Goyal (2019) menekankan pentingnya evaluasi berkelanjutan untuk memastikan kebijakan tetap relevan bahwa Perbaikan kebijakan yang berkelanjutan sangat penting untuk memastikan kebijakan tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan UMKM. Dengan demikian, kebijakan yang ada dapat terus mendukung pemberdayaan UMKM secara optimal dan adaptif terhadap dinamika teknologi yang terus berkembang.

2) Kriteria Suasana Kondusif untuk Mengembangkan Potensi Secara Menyeluruh.

Kriteria ini berhubungan dengan suasana kondusif di DKI Jakarta yang memiliki infrastruktur digital yang memadai, seperti akses internet yang lebih stabil dibandingkan daerah lain. Lingkungan bisnis yang kompetitif di Jakarta juga mendorong UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan. Suasana kondusif yang ada di DKI Jakarta, termasuk infrastruktur digital yang memadai dan lingkungan bisnis yang kompetitif, menciptakan peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan potensi. Namun, diperlukan langkah- langkah strategis untuk memastikan bahwa peluang ini dapat diakses oleh semua pelaku usaha, termasuk UMKM kecil dan yang berada di wilayah pinggiran. Dengan dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah, komunitas bisnis, dan sektor swasta, UMKM di Jakarta dapat sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya. Infrastruktur teknologi yang baik di Jakarta, seperti akses internet yang stabil dan perangkat pendukung lainnya, menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi UMKM.

Hal ini didukung oleh pernyataan Eko Sulistijo yang menyebutkan bahwa lingkungan bisnis di DKI Jakarta cukup kondusif dengan dukungan infrastruktur teknologi yang memadai. Selain itu, Dwi Purwohartono menambahkan bahwa DKI Jakarta memiliki seluruh prasyarat infrastruktur digital yang mendukung ekosistem bisnis digital. Sejalan dengan penelitian oleh Nguyen & Pham (2023) menyoroti pentingnya infrastruktur digital dalam mendukung kinerja UMKM, yang sejalan dengan temuan bahwa infrastruktur digital yang baik di Jakarta memungkinkan UMKM untuk beroperasi lebih efisien dan kompetitif.

3) Kriteria Motivasi

Kriteria ini berhubungan dengan Motivasi pelaku UMKM untuk beralih ke sistem marketplace dan digital payment sangat didorong oleh manfaat yang dirasakan secara langsung. Manfaat seperti efisiensi operasional, perluasan pasar, akses pembiayaan pemerintah, dan transparansi transaksi menjadi motivasi utama bagi UMKM untuk mengadopsi sistem marketplace dan digital payment, meski kurangnya pemahaman teknis masih menjadi kendala.

Efisiensi operasional dan akses pasar yang lebih luas menjadi motivasi utama bagi UMKM di DKI Jakarta untuk menggunakan sistem marketplace dan pembayaran digital. Eko Sulistijo menyatakan bahwa UMKM termotivasi oleh berbagai manfaat yang ditawarkan, seperti peningkatan efisiensi operasional, akses ke pasar yang lebih luas, dan kemudahan dalam manajemen keuangan. Dwi Purwohartono menambahkan bahwa sistem marketplace dan digital payment menawarkan beberapa manfaat bagi UMKM, termasuk bebas biaya aplikasi, kepastian pembayaran, dan kemudahan registrasi. Sejalan dengan penelitian oleh Raharjo (2022) yang menunjukkan bahwa integrasi sistem pembayaran digital meningkatkan efisiensi operasional UMKM, memungkinkan mereka mengelola transaksi dan operasional bisnis dengan lebih cepat dan akurat. Dengan demikian, sistem ini tidak hanya membantu UMKM dalam mengurangi beban administratif tetapi juga memperluas jangkauan pasar mereka, memberikan akses langsung ke pelanggan baru tanpa perlu membuka toko fisik.

4) Kriteria Potensi Masyarakat

Kriteria ini berhubungan dengan potensi masyarakat dalam penerapan sistem marketplace dan digital payment, antara lain: Program pelatihan dan sosialisasi telah membantu meningkatkan keterampilan digital UMKM, tetapi tingkat literasi digital secara keseluruhan masih rendah, sehingga perlu dilakukan:

- a. Pelatihan yang disediakan pemerintah menjadi langkah awal yang baik untuk

memberdayakan masyarakat.

- b. Namun, belum semua pelaku UMKM memiliki akses yang sama terhadap pelatihan ini, terutama mereka yang berada di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur.
- c. Implikasinya Pemerintah perlu memperluas cakupan pelatihan untuk menjangkau lebih banyak UMKM dan mengoptimalkan potensi masyarakat.

Potensi UMKM di Jakarta untuk memanfaatkan sistem marketplace dan digital payment sangat besar, dengan banyaknya UMKM yang dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Eko Sulistijo menyatakan bahwa wilayah DKI memiliki banyak UMKM dan dengan dukungan kebijakan yang ada serta infrastruktur yang semakin memadai, memungkinkan UMKM untuk beroperasi lebih efisien dan kompetitif. Dwi Purwohartono menambahkan bahwa dari sisi literasi digital, UMKM di DKI Jakarta lebih maju dibandingkan di daerah lain, meskipun respons masyarakat masih cenderung lambat. Mifta Musdalifah juga menyoroti bahwa banyak UMKM di DKI Jakarta yang berpotensi tertinggal dalam adopsi sistem digital ini karena minimnya dukungan pelatihan yang terfokus.

Sejalan dengan penelitian oleh Suryani & Wulandari (2021) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa platform digital dapat memperluas pasar UMKM, memberikan akses langsung ke pelanggan baru tanpa perlu membuka toko fisik, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar.

5) Kriteria Peluang yang Tersedia

Kriteria ini berhubungan dengan peluang yang tersedia dalam penerapan sistem marketplace dan digital payment, sistem ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk berpartisipasi dalam pengadaan barang/jasa pemerintah dan memperluas pasar meliputi:

- a. Peluang ini menciptakan akses baru bagi UMKM yang sebelumnya sulit terlibat dalam pasar pemerintah.
- b. Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan peluang ini karena keterbatasan literasi digital dan kepercayaan terhadap sistem.
- c. Implikasinya Pemerintah harus memberikan bimbingan teknis dan edukasi lebih lanjut untuk membantu UMKM memanfaatkan peluang ini secara optimal.

Sistem ini menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk berpartisipasi dalam pengadaan barang/jasa pemerintah, yang memberikan kepastian pasar dan pembayaran yang lebih aman serta transparan. Eko Sulistijo menyatakan bahwa sistem ini memberikan peluang bagi UMKM untuk berpartisipasi dalam pengadaan barang/jasa pemerintah, yang memberikan kepastian pasar dan pembayaran yang lebih aman serta transparan. Dwi Purwohartono menambahkan bahwa sistem marketplace dan digital payment menawarkan layanan aplikasi yang tanpa biaya dan kemudahan registrasi, yang membedakannya dari marketplace konvensional. Sejalan dengan penelitian oleh Isti'anah (2021) yang menunjukkan bahwa sistem ini membantu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi transaksi, memungkinkan UMKM untuk lebih mudah memonitor operasional penjualan dan transaksi mereka. Dengan demikian, sistem ini tidak hanya memberikan peluang pasar yang lebih luas tetapi juga meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam proses pengadaan barang/jasa pemerintah.

6) Kriteria Kerelaan Mengalihkan Wewenang

Kriteria ini berhubungan dengan Kerelaan Mengalihkan Wewenang dalam penerapan sistem marketplace dan digital payment, antara lain:

Pemerintah telah menunjukkan kesiapan dalam mengalihkan pengelolaan transaksi kepada sistem digital yang melibatkan bank Himbara sebagai mitra strategis dengan cara:

- a. Langkah ini meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan transaksi.
- b. Namun beberapa UMKM masih merasa kesulitan memahami peran pihak ketiga dalam sistem ini, yang memerlukan sosialisasi lebih lanjut.

- c. Implikasinya Edukasi tentang peran pihak ketiga dan manfaatnya perlu ditingkatkan agar UMKM lebih percaya diri menggunakan sistem ini.

Pemerintah berkomitmen untuk mendukung pemberdayaan UMKM melalui pengalihan sebagian wewenang dalam pengelolaan transaksi pada sistem marketplace dan pembayaran digital. Eko Sulistijo menyatakan bahwa pemerintah memiliki komitmen kuat untuk mendukung pemberdayaan UMKM melalui pengalihan sebagian wewenang dalam pengelolaan transaksi pada sistem marketplace dan digital payment. Langkah ini diambil agar UMKM memiliki kemandirian lebih dalam pengelolaan bisnis digital mereka. Mifta Musdalifah menekankan bahwa kesiapan pemerintah dalam mengalihkan wewenang pengelolaan transaksi digital menunjukkan langkah maju untuk memberdayakan UMKM. Sejalan dengan penelitian oleh Sutrisno & Prihatin (2020) menunjukkan bahwa komitmen pemerintah sangat penting untuk keberhasilan adopsi teknologi, karena langkah ini meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan transaksi, serta memastikan kesetaraan akses untuk semua pelaku usaha.

7) Kriteria Perlindungan dan Kesadaran (Awareness)

Regulasi perlindungan data telah diterapkan, tetapi kesadaran UMKM terhadap keamanan digital masih rendah, antara lain:

- a. Pelaku UMKM sering kali kurang memahami risiko siber, seperti penipuan dan pelanggaran data.
- b. Pelatihan yang lebih intensif diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM dalam melindungi data mereka.
- c. Implikasinya Kampanye edukasi tentang pentingnya keamanan digital harus diperluas untuk meningkatkan kepercayaan UMKM terhadap sistem.

Sistem marketplace dan pembayaran digital dirancang dengan fitur keamanan untuk melindungi UMKM. Eko Sulistijo menyatakan bahwa sistem ini sudah dirancang untuk memberikan perlindungan kepada UMKM dengan fitur keamanan transaksi, autentikasi pengguna, dan perlindungan data. Dwi Purwohartono menambahkan bahwa tingkat literasi digital UMKM di DKI Jakarta seharusnya lebih baik dibanding wilayah lainnya, namun penguatan literasi digital tetap menjadi faktor kunci. Mifta Musdalifah menekankan bahwa tingkat kesadaran dan pemahaman UMKM masih perlu ditingkatkan, terutama karena penerapan marketplace dan digital payment masih baru. Sejalan dengan Penelitian oleh Santoso & Susanti (2019) menunjukkan bahwa fitur keamanan sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan UMKM terhadap sistem digital, yang sejalan dengan temuan bahwa fitur keamanan dalam sistem ini membantamelindungi data dan transaksi UMKM, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap penggunaan teknologi digital.

b. Kendala Yang Dihadapi Dalam Pemberdayaan Umkm Melalui Penerapan Sistem Marketplace dan Digital Payment Di Provinsi DKI Jakarta

- 1) Kendala teknis yang dihadapi oleh UMKM di DKI Jakarta, seperti masalah server dan alat aplikasi, dapat diatasi dengan bantuan teknis yang diberikan oleh pemerintah dan penyedia platform. Banyak UMKM mulai terbiasa dan mampu mengoperasikan teknologi ini dengan baik setelah mengikuti pelatihan yang disediakan.
- 2) Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi yang sudah dilakukan, faktor penghambat utama penerapan Sistem Marketplace dan Digital Payment dalam mendukung pemberdayaan UMKM yaitu faktor mindset dan literasi pengguna. Faktor mindset menunjukkan bahwa vendor UMKM masih cenderung nyaman bertransaksi jual beli secara konvensional dan sulit shifting ke pola transaksi digital. Sementara itu, faktor literasi juga masih perlu ditingkatkan, khususnya informasi-informasi terkait Sistem Marketplace dan Digital Payment dan layanan digital pemerintah lainnya. Oleh karenanya perlu dirumuskan strategi edukasi dan sosialisasi yang efektif guna mengakselerasi penerapannya.

- 3) Keengganan, keterbatasan SDM, kurang berani mengambil peluang.
- 4) Pola pikir masyarakat yang masih memilih cara tradisional dalam bertransaksi dan keterbatasan kemampuan dalam beradaptasi pada penggunaan teknologi.
- 5) Biasanya faktor penghambat sistem marketplace dan digital payment itu dari sisi aplikasi tersebut sendiri. Ada beberapa fitur yg belum ada di aplikasi dan sinyal yg menghambat transaksi.
- 6) Faktor-faktor yang dapat menghambat antara lain, minimnya SDM, Kurangnya peralatan IT yang dibutuhkan dalam penggunaan aplikasi sistem, sulitnya komunikasi antar pihak pengelola marketplace dan ketidakpahaman dalam penggunaan sistem.

c. Upaya Yang dapat Dilakukan untuk Mengatasi Kendala dalam Pemberdayaan UMKM Melalui Penerapan Sistem Marketplace dan Digital *Payment* di Provinsi DKI Jakarta Meliputi:

- 1) Menyelenggarakan program pelatihan dan workshop yang fokus pada peningkatan literasi digital dan keterampilan teknis untuk pemilik dan karyawan UMKM. Program ini dapat mencakup cara menggunakan marketplace, mengelola transaksi digital, dan strategi pemasaran online, Menyediakan layanan pendampingan dan konsultasi bagi UMKM untuk membantu mereka mengatasi masalah teknis dan nonteknis dalam mengadopsi teknologi digital. Layanan ini bisa diberikan oleh lembaga pemerintah
- 2) Platform aplikasi terintegrasi, kecepatan/kepastian pembayaran, kemudahan penggunaan aplikasi, dan manajemen komplain/insiden yang responsif. Faktor-faktor tersebut jika dapat dipenuhi seperti ini akan menjadi booster bagi
- 3) Ketersediaan IT baik jaringan dan perangkat, akses langsung ke jejaring dan penyelenggara sistem marketplace dan digital payment.
- 4) Faktor pendukung penerapan sistem marketplace dan digital *payment* antara lain perlu ditambah seminar dan pelatihan untuk UMKM, sistem yg lebih canggih dan fitur yg lebih lengkap serta sosialisasi ke masyarakat tentang kemajuan UMKM sekarang
- 5) Jaringan yang baik. dan pelatihan penggunaan Sistem Marketplace dan digital payment.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemberdayaan UMKM melalui penerapan sistem *marketplace* dan *digital payment* di Provinsi DKI Jakarta menjawab beberapa pertanyaan utama maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pemberdayaan UMKM melalui Penerapan Sistem Marketplace dan Digital *Payment* berjalan dengan baik, terutama melalui indikator *Kemauan Politik yang Mendukung, Suasana Kondusif, Motivasi, dan Peluang yang Tersedia*.
 - a) Dukungan Kebijakan Pemerintah yang diterapkan telah cukup mendukung implementasi sistem ini. Berbagai insentif seperti bebas biaya aplikasi, pelatihan, dan regulasi yang mempermudah adopsi teknologi oleh UMKM. Namun, perlu penyempurnaan dalam regulasi dan peningkatan fleksibilitas kebijakan.
 - b) Lingkungan Bisnis Infrastruktur teknologi yang memadai di DKI Jakarta menjadi faktor pendorong adopsi sistem ini. Meski demikian, kesenjangan digital dan tingkat literasi digital yang tidak merata masih menjadi hambatan, terutama bagi UMKM di wilayah pinggiran.
 - c) Motivasi UMKM atas peluang akses pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, serta kemudahan transaksi menjadi motivasi utama UMKM untuk mengadopsi sistem *marketplace*. Namun, kurangnya pemahaman teknis sering kali menjadi kendala.
 - d) Sistem ini membuka peluang signifikan bagi UMKM untuk menjangkau pasar nasional dan meningkatkan pendapatan. Tantangan meliputi kesiapan SDM, resistensi terhadap teknologi baru,

dan perlunya pendampingan lebih intensif.

- 2) Faktor-faktor yang menghambat Pemberdayaan UMKM melalui Penerapan sistem marketplace dan digital payment di DKI Jakarta meliputi:
 - a) Resistensi terhadap Perubahan
Banyak UMKM merasa lebih nyaman dengan metode transaksi konvensional.
 - b) Rendahnya Literasi Digital
 - c) Keterbatasan Infrastruktur di Wilayah Pinggiran
Meskipun Jakarta memiliki infrastruktur yang baik, wilayah pinggiran masih menghadapi keterbatasan akses internet.
 - d) Ketakutan terhadap Risiko Digital
Kekhawatiran tentang penipuan dan keamanan data membuat UMKM ragu untuk menggunakan sistem digital.
 - e) Akses Pelatihan yang Tidak Merata
Tidak semua UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan.
- 3) Upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi kendala dalam penerapan sistem marketplace dan digital payment antara lain:
 - a) Peningkatan Literasi Digital: Mengadakan pelatihan intensif dan berkelanjutan bagi UMKM dengan materi yang sederhana dan praktis.
 - b) Perluasan Infrastruktur Digital: Memperluas akses internet cepat dan stabil di wilayah pinggiran Jakarta agar semua UMKM dapat memanfaatkan teknologi ini.
 - c) Insentif dan Subsidi: Memberikan insentif seperti subsidi biaya layanan dan atau pengurangan pajak bagi UMKM yang aktif menggunakan sistem ini.
 - d) Pendampingan Berkelanjutan: Program pendampingan melalui mentor atau konsultan teknologi dilakukan untuk membantu UMKM mengatasi kendala teknis dan operasional.
 - e) Penguatan Sistem Keamanan: Memberikan edukasi kepada UMKM tentang langkah- langkah keamanan digital dan memastikan sistem dilengkapi dengan fitur keamanan tinggi.
 - f) Simplifikasi Regulasi: Menyederhanakan regulasi dan alur proses bisnis untuk mempermudah UMKM dalam mendaftar dan bertransaksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, disampaikan beberapa saran untuk Direktorat Pengelolaan Kas Negara Direktorat Jenderal Perbendaharaan sebagai pembuat regulasi sistem ini, dalam meningkatkan efektivitas penerapan Sistem *Marketplace* dan *Digital Payment* bagi pemberdayaan UMKM, sebagai berikut:

1. Menyempurnakan kebijakan yang fleksibel dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pasar, dengan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya bagi UMKM;
2. Meningkatkan infrastruktur digital khususnya di pinggiran Jakarta untuk mengurangi kesenjangan teknologi dan memastikan akses yang merata bagi UMKM, sehingga mendukung kemudahan penggunaan *marketplace* dan pembayaran digital;
3. Menyediakan program pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis UMKM, seperti penggunaan *marketplace*, pengelolaan transaksi digital, dan pemasaran online, disertai layanan konsultasi untuk mengatasi kendala teknis dan nonteknis.
4. Melakukan sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif kepada UMKM tentang manfaat, risiko, dan

- pentingnya keamanan digital, disertai langkah perlindungan melalui peningkatan keamanan siber, pengawasan reguler, dan edukasi komprehensif terkait penanganan data pribadi.
5. Menyediakan subsidi, insentif, dan program pembiayaan seperti KUR untuk membantu UMKM mengatasi biaya awal adopsi teknologi digital dan meningkatkan motivasi.
 6. Melakukan pengawasan dan evaluasi berkala terhadap penerapan Sistem *marketplace* dan *payment*, untuk memastikan efektivitasnya, mengidentifikasi area perbaikan, serta menyesuaikan metode pelatihan agar lebih praktis dan sesuai kebutuhan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. (2019). Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Nomor PER-20/PB/2019 tentang Uji Coba Penggunaan Uang Persediaan Melalui Marketplace dan Digital Payment pada Satuan Kerja.
- Isti'anah, F. (2021). *Sistem Marketplace dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi UMKM*. Bandung: Pustaka Inovasi.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Tahunan UMKM 2021*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Mishra, A., & Goyal, R. (2019). Adoption of Digital Payment Systems in India: A Study on MSMEs. *Journal of Financial Technology*, 12(4), 45-62.
- Mulyadi. (2016). *Teknik Pengecekan Keabsahan Data*. Bandung: Pustaka Pendidikan.
- Ndubisi, N. O., & Igbinoba, E. E. (2021). Empowering SMEs in Developing Economies through Digital Financial Inclusion. *Journal of Business Strategy*, 42(3), 123-139.
- Nguyen, T., & Pham, L. (2023). The Impact of Digital Payment Systems on SME Performance in Southeast Asia. *International Journal of Business and Economics*, 20(2), 101-120.
- Rachman, I. (2009). *Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: Penerbit Ilmu Sosial.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Raharjo, S. (2022). *Efisiensi Operasional UMKM melalui Digitalisasi Sistem Pembayaran*. Yogyakarta: Jurnal Teknologi dan Inovasi.
- Santoso, M., & Susanti, N. (2019). Keamanan dalam Sistem Marketplace untuk Meningkatkan Kepercayaan UMKM. *Jurnal Keamanan dan Teknologi*, 10(2), 45-60.
- Suhendra, R. (2006). *Teori Pemberdayaan dalam Konteks Sosial dan Ekonomi*. Bandung: Pustaka Ilmu.
- Suryani, L., & Wulandari, R. (2021). Platform Digital sebagai Penguat Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 15(1), 23-34.
- Sutrisno, E., & Prihatin, A. (2020). Komitmen Pemerintah dalam Adopsi Teknologi Digital untuk UMKM. *Jurnal Administrasi Negara*, 9(2), 54-68.
- Turban, E., et al. (2020). *Digital Transformation in Business and Society*. Springer.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. *Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Wekke, I. S., et al. (2019). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Makassar: Penerbit Ilmu Sosial.