Koran
Mimbar Umum
Tepercaya & Aktual
TERBIT SEJAK 6 NOVEMBER 1945
Edisi Digital tersedia di myedisi
#WARISANINDONESIA
RABU, 15 MARET 2023 / 22 SYABAN 1444 H
Harga Eceran
Rp. 4000,- (Dalam Kota)
Luar Kota + Ongkos Kirim
Berlangganan Hub. (061) - 7330737
Terbit 12 Halaman | Tahun LXXVIII No.89

Hidayah

Digitalisasi UMKM

Oleh Dr A Rasyid, MA

PANTAS dan wajar saja jika Gubernur Edy Rahmayadi marah kepada Kadis Koperasi dan UMKM di Sumut, karena umumnya UMKM di Sumut tidak mampu mengelola bisnisnya secara digital. Akibatnya UMKM Sumut kalah bersaing dengan Propinsi lain, termasuk Yogyakarta.

Apabila UMKM melakukan digitalisasi, jaringan konsumen turut bertambah luas.

Bersambung ke Hal 11

Alamat : Jalan Denai Kompleks Grand Denai No. 185 L , Me

Dari Halaman 1

Bukan hanya orang-orang di sekitar tempat usaha yang mengetahui adanya bisnis tersebut. Komunitas yang ada di berbagai platform digital akhirnya juga mengetahui keberadaan UMKM tersebut beserta produk-produknya.

Tren belanja masyarakat ke depan adalah belanja online. Indonesia memiliki potensi market digital terbesar di Asia Tenggara. Jika ini tidak dimanfaatkan oleh UMKM Sumut, maka sudah pasti kalah bersaing dengan UMKM di luar Propinsi Sumut.

Pasar Santa adalah pasar yang terletak di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Pada medio 2014-2015, Pasar Santa merupakan pusat kuliner dan komunitas. Namun, naiknya harga sewa tempat di tahun 2015 membuat beberapa penjual dan komunitas memilih untuk angkat kaki dari Pasar Santa.

Seiring dengan perkembangan teknologi, beberapa kedai makanan di Pasar Santa tetap bertahan dengan mengandalkan layanan digital seperti pembayaran melalui e-wallet dan pesan antar online melalui servis ride hailing. Bahkan, di tengah pandemi Covid-19, Pasar Santa menjadi rujukan edukasi digitalisasi UMKM bagi pelaku usaha mikro.

Pelaku usaha mikro di Pasar Santa melakukan digitalisasi di sisi pemasaran. Untuk sistem pembayaran, mereka pun menerapkan metode cashless. Kini, Pasar Santa kembali menunjukkan geliat aktivitasnya setelah berhasil memanfaatkan sistem digital tersebut.

Pasar Santa dan Majoo adalah dua contoh bagaimana digitalisasi UMKM benar-benar terjadi. Kita juga melihat betapa pentingnya peran digital bagi UMKM dalam memberikan pelayanan seluas dan sebaik mungkin kepada konsumennya.

Kadis Koperasi dan UMKM Sumut barangkali belum mampu memberikan penyadaran bagi UMKM di daerah ini hingga produk mereka hanya dikonsumsi secara lokal. Padahal Sumut memiliki potensi besar terhadap produk UMKM untuk dipasarkan secara lebih meluas melalui digitalisasi. Karena UMKM di Sumut tidak maju-maju, maka pantas dan wajarlah Gubsu Edy marah.

Sebenarnya tidak sulit bagi Kadis Koperasi dan UMKM Sumut memberikan pemanfaatan digital bagi para UMKM yang ada, setidaknya terlebih melakukan studi banding ke Propinsi yang sudah maju UMKMnya. Selanjutnya mencari tenaga-tenaga yang bisa dihandalkan untuk melatih UMKM di Sumut menggunakan market place dalam pemasaran produknya.(*)