



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019*

**Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong**  
**Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019**

Skripsi

Oleh

Savitri Nurlia Devi

2016330044

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019*

**Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong**  
**Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019**

Skripsi

Oleh

Savitri Nurlia Devi

2016330044

Pembimbing

Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



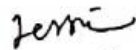
**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Savitri Nurlia Devi  
Nomor Pokok : 2016330044  
Judul : Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019

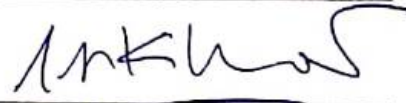
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 20 Desember 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**


**Ketua Sidang merangkap anggota**  
Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris merangkap Pembimbing**  
Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., MA.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Dr. Adelbertus Irawan Justiniarto H.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Savitri Nurlia Devi

NPM : 2016330044

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul Skripsi : **Upaya Pemerintah Indonesia untuk**

**Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019**

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini merupakan hasil karya tulisan ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 8 Januari 2020



Savitri Nurlia Devi

2016330044

## ABSTRAK

Nama : Savitri Nurlia Devi

NPM : 2016330044

Judul Skripsi : Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong Digitalisasi UKM  
Tahun 2016-2019

---

Penelitian ini di latarbelakangi oleh kemunculan Revolousi Industri 4.0 yang melahirkan digitalisasi dan menjadi isu internasional. Negara-negara di dunia harus berusaha untuk beradaptasi dengan digitalisasi agar dapat meningkatkan daya saing perekonomian di pasar internasional. UKM atau Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu aktor ekonomi yang memiliki peran besar dalam menjalankan dan meningkatkan kemampuan perekonomian suatu negara. UKM di Indonesia harus dapat melakukan digitalisasi karena dapat meningkatkan kemampuan pemasaran dan modal serta harus didukung dengan kebijakan dari Pemerintah Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019. Untuk melakukan analisis, pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah “Bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam mendorong digitalisasi UKM Indonesia menghadapi era digitalisasi?”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang diperkenalkan oleh John W. Cresswell. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penulis mengacu pada tiga teori dan konsep utama, yaitu Konsep Ekonomi Digital yang digagas oleh Eddy Cahyono mengatakan terdapat empat hal penting yang berhubungan dengan ekonomi digital. Selain itu, penulis menggunakan teori Pluralisme yang digagas oleh William E. Connolly berkenaan dengan kondisi dimana aktor bukan negara dapat memengaruhi pembuatan kebijakan di suatu negara. Konsep lain adalah konsep Kepentingan Nasional digagas oleh Thomas Hobbes yang dikutip oleh Robert J. dan Georg S. yang mengatakan bahwa negara berperan penting dalam melindungi keseluruhan negaranya termasuk kesejahteraannya. Peneliti menemukan bahwa kemunculan digitalisasi menghasilkan ekonomi digital yang dijelaskan melalui Konsep Ekonomi Digital yang dijelaskan oleh Eddy Cahyono melalui empat hal penting yang berhubungan dengan ekonomi digital. UKM pun memiliki peran penting sehingga dapat memengaruhi kebijakan pemerintah. Hal ini dijelaskan menggunakan Teori Pluralisme oleh William E. Connolly. Upaya Pemerintah Indonesia penting dalam pembuatan program untuk mendigitalisasikan UKM. Pemerintah Indonesia telah berupaya mendigitalisasikan UKM melalui program yang dibuat oleh Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, serta kerjasama lintas sektoral. Tujuan dari program ini adalah untuk melindungi kepentingan nasional yang dimiliki, yang dijelaskan dengan konsep Kepentingan Nasional oleh Thomas Hobbes yang dikutip oleh Robert J. dan Georg S.

Kata Kunci: Usaha Kecil Menengah, Indonesia, Digitalisasi, Ekonomi Digital, Kepentingan Nasional, Pluralisme.

**ABSTRACT**

Name : Savitri Nurlia Devi  
Student Number : 2016330044  
Thesis's Title : *Indonesian Government's Efforts in Encouraging SME Digitalization Between the Year 2016 to 2019*

---

*The background of this research is because of the emergence of Industrial Revolution 4.0 which produce digitalization and became an international issue. Every country in the world has to adapt to digitalization increase the economic competitiveness of their country in the international market. SMEs or Small Medium Enterprises is one of the economic actors who have a large role in running and increase the economic capabilities of a country. SMEs in Indonesia must be able to digitalize themselves because it could increase the SMEs ability to especially in marketing and modal and must be supported by the Indonesian Government through policies. This research aim is to analyze the efforts of the Indonesian Government in encouraging SME Digitalization Between the Year 2016 to 2019. To analyze this research, the research question in this study is "How the Indonesian Government's efforts on pushing the Indonesian SMEs in facing the digitalization era?". This study uses a qualitative method introduced by John W. Cresswell. To answer the research question, the author used several key theories and concepts, which are Digital Economy Concept by Eddy Cahyono who said there were four important things related to the digital economy. In addition, the researcher uses the Pluralism theory by William E. Connolly regarding the conditions where the non-state actor can influence policymaking in a country. Another concept is National Interest by Thomas Hobbes that quoted by Robert J. and Georg S. who said that the state plays an important role in protecting the entire country including its welfare. The author found that the emergence of digitalization produced digital economy which was explained through the Digital Economy Concept by Eddy Cahyono through four important matters relating to the digital economy. SMEs also have an important role that can influence government policy. This is explained using the Pluralism Theory by William E. Connolly. The Indonesian Government has an important role to make programs to digitalize the Indonesian SMEs. The Indonesian Government has tried to digitalize the Indonesian SMEs through programs created by the as The State Minister for Cooperatives Small and Medium Enterprises, Ministry of Communication and Informations, Ministry of Trade of the Republic of Indonesia, and cross-sectoral cooperation. These programs aim is to protect the national interest which was explained through the National Interest concept by Thomas Hobbes that quoted by Robert J. and Georg S.*

*Keywords: Small Medium Enterprises, Indonesia, Digitalization, Digital Economy, National Interest, Pluralism.*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas petunjuk dalam setiap langkah kehidupan penulis, hingga akhirnya dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktu-Nya. Penelitian ini menjelaskan perihal Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019.

Pertama, besarnya potensi yang dimiliki UKM di era digitalisasi yang dimiliki oleh Indonesia tetapi upaya pemerintah masih dirasa kurang dalam upaya pengembangan digitalisasi. Kedua, UKM merupakan salah satu aktor penting dalam perekonomian nasional untuk dapat mempertahankan kepentingan nasional. Akan tetapi, masih sedikitnya aturan dan dukungan pemerintah terhadap digitalisasi UKM masih menjadi masalah. Kedua poin tersebut menjadi alasan mengapa Pemerintah Indonesia harus meningkatkan upayanya dalam mendorong digitalisasi UKM. Upaya pemerintah sendiri telah dilakukan sejak tahun 2016 melalui program-program. Namun, hal ini masih dirasa kurang karena masih kurangnya aturan pemerintah berkenaan dengan digitalisasi UKM.

Melalui tulisan ini, penulis mengucapkan Terima Kasih kepada Abang Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan selama proses penulisan Skripsi ini. Penulis juga mengucapkan Terima Kasih kepada seluruh pihak yang telah memberi dukungan, hingga penyelesaian Skripsi ini. Namun, penulis tetap menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna dan memiliki kekurangan. Maka dari itu, penulis sangat terbuka akan kritik, saran, maupun masukan yang membangun terkait dengan penelitian ini. Terima Kasih.

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama, saya ingin mengucapkan terima kasih pada Allah SWT., yang atas kehendak-Nya telah memberikan kesempatan bagi saya untuk menyelesaikan pendidikan sebagai mahasiswi Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan. Terima kasih pula karena saya telah dipertemukan dengan rekan dan dosen dari berbagai latar belakang di Unpar yang memberikan saya banyak pelajaran mengenai hidup.

**Ibu Silvi** – *You are the strongest woman I ever met, bu.* Terima kasih sebesar-besarnya untuk Ibu yang sudah bekerja keras dan selalu hadir dalam setiap langkah yang penulis ambil. Terima kasih juga karena telah memberikan warna di kehidupan penulis dan membentuk penulis yang sekarang. Terima kasih juga sudah menjadi panutan dan memberikan penulis banyak pelajaran kehidupan ini. Semoga sehat selalu Ibu!

**Mamih dan Papih** – Orangtua kedua dan ketigaku. Terima kasih untuk Mamih dan Papih yang selalu ada sejak penulis kecil hingga sekarang. Terima kasih sudah mau menjadi kakek nenek sekaligus orang tua yang selalu mendorong, mendukung, dan menemani di setiap langkah yang penulis ambil. Semoga sehat selalu Mih, Pih!

**Dr. Aknolt Kristian Pakpahan, S.IP., MA.** – Salah satu dosen terfavorit sejak menjadi mahasiswa baru di Unpar. Dosen yang sangat ramah, menyenangkan, serta menjadi panutan penulis untuk terus berkembang. Terima kasih atas waktu dan kepercayaan abang pada penulis untuk dapat menjadi salah satu asisten penelitian abang bersama Anita. Terima kasih atas kepercayaan abang untuk menjadikan penulis sebagai penulis kedua jurnal bersama abang. Terima kasih atas kepercayaan abang kepada penulis untuk bekerja bersama Anita dalam rangka menyambut tamu dari TU Dortmund. Terima kasih atas segala dorongan serta kepercayaan yang telah abang berikan. Terima kasih karena sudah mendorong saya hingga menjadi penulis yang sekarang. Serta terima kasih telah menjadi sosok dosen sekaligus bapak bagi penulis dan Anita. Semoga Tuhan memberkati abang dalam setiap langkah yang abang ambil.

**Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol. dan Dr. Adelbertus Irawan Justiniarto H.** – Penguji terbaik yang menjadi panutan penulis untuk membentuk skripsi ini menjadi lebih baik. Terima kasih atas segala kritik dan saran yang diberikan. Terima kasih atas ketersediaan serta kesabaran yang telah Mba Jessica dan Mas Irawan berikan selama sidang berlangsung. Tuhan memberkati Mba Jessica dan Mas Irawan.



**Bibo** – Kucing penulis yang selalu menemani penulis saat mengerjakan skripsi dirumah.

**Boby Arianto** – Terima kasih atas kehadiran Kabo selama penulis menempuh pendidikan di Unpar. Terima kasih atas kesabaran dan waktu yang sudah Kabo luangkan untuk penulis. Terima kasih sudah mau menemani sejak penulis seminar hingga skripsi.

**Anita Maria** – Sosok cece Bandung yang memiliki alur hidup 11/12 dengan penulis. Perempuan kuat, pekerja keras, tegar, semuanya pokoknya. Terima kasih sudah mau menjadi ciciku selama di HI Unpar. Terima kasih sudah mau mengajarkan, mendorong, mengkritik, memberi saran, sehingga menjadi salah satu pribadi yang membentuk penulis yang sekarang. Sukses selalu Nit!

**Tia Indah dan Fani Nurwita** – Dua serangkai. Senang bisa berteman dengan kalian dari SMP hingga saat ini. Terima kasih untuk selalu ada dalam perjalanan hidup penulis hingga saat ini. Sukses selalu Tia dan Fani!

**Jevon, Rangga C., Mataya, Sheila L., Meitania, Geye, Anne, Richard, Kathleen, Stella C., Naomi, Danan, Adel, Nicander, Fadli, Nabilla W., Rika, Velly, Astrid, Levin, Evelyn M., Audri P., Ruben, Joestar** – Terima kasih banyak kepada teman-teman penulis di kampus yang sudah sabar dan menjadi teman yang memberikan banyak pelajaran mengenai hidup selama penulis berkuliah di HI Unpar. Terima kasih sudah mau menerima penulis yang begini adanya. Sukses selalu teman-temanku sayang!

**Delegasi Jerman: Halimah, Mutiara, Puput, Hanna, Miftah, Jasonia, Olivia, Affi** – Kepada kelompok yang paling keren dan produktif yang pernah penulis dapat di HI Unpar. Terima kasih atas kebaikan, kesabaran, kritik, dan saran yang sudah diberikan. Terima kasih sudah mau menjadi satu kesatuan yang utuh selama prakdip berlangsung hingga selesai. Sukses selalu Jerman!

Terakhir, terima kasih kepada seluruh Dosen HI Unpar, teman-teman HI Unpar 2016 dan Tata Usaha FISIP Unpar. Terima kasih sudah memberikan warna di kehidupan saya selama saya melanjutkan studi di HI Unpar. Semoga Tuhan memberkati dan sukses selalu untuk kita semua.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR AKRONIM.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I: Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.2.1. Deskripsi Masalah.....	4
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	8
1.2.3. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4. Kajian Literatur.....	10
1.5. Kerangka Pemikiran.....	17
1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
1.6.1. Metode Penelitian.....	31
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.7. Sistematika Pembahasan.....	32
<b>BAB II: Usaha Kecil Menengah di Indonesia: Profil dan Tantangan</b>	
<b>Digitalisasi.....</b>	<b>34</b>
2.1. Kondisi UKM.....	34
2.1.1. Jumlah UKM.....	37
2.1.2. Kontribusi UKM untuk Perekonomian Indonesia.....	41
2.1.3. Jenis Barang yang Ditawarkan UKM Indonesia.....	44
2.2. Masalah yang Dihadapi UKM Indonesia.....	45
2.2.1. Masalah Pada Sumber Daya Manusia yang Dimiliki.....	46
2.2.2. Rendahnya Semangat Berwirausaha.....	50
2.2.3. Kurangnya Dana untuk Menjalankan Bisnis UKM.....	51
2.3. Tantangan yang Dihadapi UKM Indonesia.....	53
2.3.1. Indonesia sebagai Anggota Masyarakat Ekonomi ASEAN.....	56
2.3.2. Indonesia sebagai Anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa.....	60
2.3.3. ASEAN Single Window.....	61
2.3.4. Surat Keterangan Asal.....	62

<b>BAB III: Upaya Pemerintah Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019.....</b>	<b>64</b>
3.1. Pentingnya Kebijakan Pemerintah dalam Menghadapi era Digitalisasi Ekonomi.....	64
3.2. Kebijakan Kementerian Terkait Digitalisasi UKM.....	71
3.2.1. Kementerian Koperasi dan UKM.....	71
3.2.2. Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	73
3.2.3. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.....	75
3.2.4. Kerjasama Lintas Sektoral.....	78
3.3. Upaya Pemerintah Melalui Program Kementerian.....	80
3.3.1. Upaya Kementerian Koperasi dan UKM.....	80
3.3.1.1. Pinjaman LPDB.....	80
3.3.1.2. Akulaku dan TaniHub.....	82
3.3.2. Upaya Kementerian Komunikasi dan Informatika.....	84
3.3.2.1. Membangun Infrastruktur Digital - <i>Backbone</i> .....	84
3.3.2.2. Strategi <i>Lifting the Barriers</i> .....	88
3.3.2.3. Gerakan Nasional 1000 Startup Digital.....	94
3.3.3. Upaya Kementerian Perdagangan Republik Indonesia....	97
3.3.3.1. Pengembangan Fasilitator untuk Edukasi UKM Masuk <i>E-commerce</i> .....	98
3.3.3.2. Meningkatkan Ekspor UKM Melalui Digital Handholding Program.....	101
3.3.4. Upaya Kerjasama Lintas Sektoral.....	105
<b>BAB IV: Kesimpulan.....</b>	<b>111</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>116</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1.: Tabel Perkembangan UMKM pada Periode 2009-2013.....	39
Tabel 3.1.: Indikator Kinerja Kementerian Tahun 2017 (a).....	87
Tabel 3.2.: Indikator Kinerja Kementerian Tahun 2017 (b).....	87
Tabel 3.3. Daya Saing Digital dari 14 Negara Asia Pasifik.....	104

**DAFTAR AKRONIM**

ACI	Aku Cinta Indonesia
APJII	Asosiasi Pengguna Jasa Internet
ASEAN	<i>Association of Southeast Asian Nations</i>
ASW	<i>Asean Single Window</i>
Bappeda	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
Bappenas	Badan Perencanaan Pembangunan Nasional
BPS	Badan Pusat Statistik
BSSN	Badan Siber dan Sandi Negara
DHP	<i>Digital Handholding Program</i>
E-Business	<i>Electronic Business</i>
E-Commerce	<i>Electronic Commerce</i>
E-Payment	<i>Electronic Payment</i>
ERP	<i>Enterprise Resource Planning</i>
FGD	<i>Focus Group Discussion</i>
G-20	<i>The Group of Twenty</i>
Gbps	<i>Gigabyte per second</i>
HCI	<i>Human Capital Index</i>
IPM	Indeks Pembangunan Manusia
JPS	Jaring Pengaman Sosial
Kemendag	Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
Kominfo	Kementerian Komunikasi dan Informatika
KUR	Kredit Usaha Rakyat

LAN	<i>Local Area Network</i>
LPDB	Lembaga Pembiayaan Dana Bergulir
LPEI	Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia
LTE	<i>Long Term Evolution</i>
MEA	Masyarakat Ekonomi ASEAN
MP3IE	<i>Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia</i>
NPWP	Nomor Pokok Wajib Pajak
OJK	Otoritas Jasa Keuangan
OZS	<i>Obrtno-Podjetniska Sbornica Slovenije</i>
PBB	Perserikatan Bangsa-Bangsa
PDB	Produk Domestik Bruto
PEN	Pengembangan Ekspor Nasional
RPJMN	Rancangan Pemerintah Jangka Menengah Nasional
SDM	Sumber Daya Manusia
SKA	Surat Keterangan Asal
SME	<i>Small-Medium Enterprises</i>
TFA	<i>Trade Facilitation Agreement</i>
UIN	Universitas Islam Negeri
UKM	Usaha Kecil Menengah
UU	Undang-Undang
WAN	<i>Wide Area Network</i>
WTO	<i>World Trade Organization</i>

## **BAB I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Zaman industrialisasi terus berkembang seiring berjalannya waktu, salah satunya dimulai dengan kemunculan revolusi industri. Jaap Bloem dan kawan-kawan dalam laporannya berjudul *The Fourth Industrial Revolution* mengatakan terdapat empat tahap revolusi industri. Pertama adalah Revolusi Industri 1.0 dimulai dengan kemunculan mesin uap. Kedua adalah Revolusi Industri 2.0 dimulai dengan kemunculan produksi massal di dunia yang menggunakan mesin listrik dalam proses produksinya. Ketiga adalah Revolusi Industri 3.0 dimulai dengan penggunaan mesin elektronik dan ilmu teknologi terbaru. Dan terakhir adalah Revolusi Industri 4.0 yang dimulai dengan kemunculan internet dalam produksi dan pengenalan barang produksi<sup>1</sup>.

Revolusi industri 4.0 memberikan dampak besar pada interaksi lintas batas negara, salah satunya adalah kemunculan fenomena globalisasi. Globalisasi merupakan fenomena sosial yang didalamnya terdapat perubahan sosial. Perubahan ini bukan hanya bersifat sementara di satu wilayah tetapi berdampak pada hampir seluruh wilayah di dunia. Globalisasi berdampak pada empat sektor seperti sektor

---

<sup>1</sup> Jaap Bloem, et.al., *The Fourth Industrial Revolution*, (Groningen: Sogeti Vint, 2014), 11.

ekonomi, sosial budaya, adanya perubahan pada pola hidup masyarakat, serta mudarnya garis geografis sehingga dunia dianggap sebagai satu kesatuan<sup>2</sup>.

Globalisasi didukung dengan keberadaan Revolusi Industri 4.0 memunculkan adanya digitalisasi khususnya digitalisasi di bidang ekonomi. Hal ini dikenal dengan kemunculan *E-commerce* dan *E-business*. *E-commerce* merupakan kegiatan menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan bisnis untuk mempertemukan produsen atau perusahaan dengan konsumen atau komunitas<sup>3</sup>. Sedangkan *E-business* adalah kegiatan yang menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan bisnis dengan mempertemukan konsumen dan produsen yang didalamnya terdapat pelayanan bagi para konsumennya<sup>4</sup>. Globalisasi dan Revolusi Industri 4.0 menyebarkan penggunaan *e-commerce* dan *e-business* serta menghubungkannya hampir ke seluruh dunia. Konsumen di era Revolusi Industri 4.0 memandang bahwa dengan menggunakan *e-commerce*, transaksi jual-beli dinilai lebih efektif karena konsumen dapat mengakses produk dalam waktu 24 jam. Tampilan produk pun dianggap lebih menarik karena desain *e-commerce* yang berbeda antara satu produsen dengan produsen lainnya<sup>5</sup>. Dan dengan adanya kemudahan akses barang memberi kenyamanan kepada konsumen.

---

<sup>2</sup> Malcom Waters, *Globalization*, (London: Taylor & Francis Group, 1995), 3.

<sup>3</sup> Harisno dan Tri Pujadi, "E-Business dan E-Commerce sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan", *CommIT*, Volume 3, No. 2, Oktober 2009, 67. (diakses 4 Februari 2019)

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Didi Achjari, "Potensi Manfaat dan Problem di E-commerce", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Volume 15, No.3, 2000, 389. (diakses 4 Februari 2019)



Digitalisasi didukung dengan adanya *World Trade Organization*<sup>6</sup>, Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)<sup>7</sup>, atau pun *ASEAN Free Trade Area (AFTA)*<sup>8</sup> memberikan kemudahan bagi tiap produsen di dunia atau pun regional untuk melakukan transaksi jual-beli. Hal ini harus disikapi dengan cepat. Karena dengan mudahnya transaksi jual-beli, produsen dan tiap negara yang tergabung dalam organisasi internasional maupun regional tersebut dituntut agar dapat bersaing dengan produsen lainnya. Sehingga tiap produsen yang ingin memasarkan barang produksinya harus memiliki keunggulan dibandingkan produsen lainnya. Maka dari itu, Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk yang besar harus ikut berpartisipasi dalam digitalisasi agar dapat bersaing dengan produsen lain. Kasus yang penulis angkat dalam tulisan ini adalah pentingnya upaya pemerintah Indonesia untuk mendorong UKM (Usaha Kecil Menengah) Indonesia untuk melakukan digitalisasi. Hal ini dikarenakan UKM berperan penting dalam menopang perekonomian Indonesia. UKM pun dinilai tidak mudah goyah apabila terjadi krisis ekonomi<sup>9</sup>. Aknolt Kristian Pakpahan mengatakan tiga hal yang menjadi latar belakang pentingnya UKM bagi perekonomian suatu negara

---

<sup>6</sup> Lutfiyah Hanim dan Hira Jhamtani, "Sekilas: Organisasi Perdagangan Dunia World Trade Organisation (WTO)", *Indonesia for Global Justice*, <http://igj.or.id/wp-content/uploads/2017/10/SEKILAS-WTO-WORLD-TRADE-ORGANISASTIONORGANISASI-PERDAGANGAN-DUNIA.pdf> (diakses 5 Februari 2019)

<sup>7</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Pokja MEA Kementerian Koperasi dan UKM", *Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah*, <http://www.depkop.go.id/masyarakat-ekonomi-asean> (diakses 8 Desember 2019)

<sup>8</sup> Kementerian Perdagangan, "ASEAN FREE TRADE AREA (AFTA)", *kemendag.co.id*, <http://www.kemendag.go.id/files/regulasi/2002/01/AFTA.htm> (diakses 5 Februari 2019)

<sup>9</sup> KOMINFO, "Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara", 22 November 2015.

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker) (diakses 31 Desember 2018)

khususnya Indonesia. Karena UKM dinilai mendominasi dalam struktur ekonomi Indonesia, UKM dapat meningkatkan lapangan pekerjaan, serta UKM berkontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB)<sup>10</sup>. Sehingga UKM menjadi penting bagi keberlanjutan perekonomian Indonesia.

## 1.2. Identifikasi Masalah

### 1.2.1. Deskripsi Masalah

Era Digitalisasi yang merupakan dampak dari Revolusi Industri 4.0 dapat menjadi masalah apabila tidak dihadapi dengan tanggap. Hal ini dikarenakan Revolusi Industri 4.0 adalah era industri yang menggunakan *platform* digital dan internet dalam berkegiatan khususnya kegiatan ekonomi. Revolusi Industri 4.0 dikenal sebagai "*Internet of Things*"<sup>11</sup>. Presiden Indonesia Joko Widodo sudah berkunjung ke negara lain seperti Tiongkok untuk berbincang dan membuat *roadmap* mengenai ekonomi digital yang dapat digunakan Indonesia untuk meningkatkan kemampuan industri Indonesia di dunia internasional<sup>12</sup>. Meski Presiden Joko Widodo sudah membuat *roadmap* bagi Indonesia untuk dapat melakukan digitalisasi, Wakil Presiden Indonesia Jusuf Kala masih merasa pesimis dengan digitalisasi di Indonesia. Jusuf Kala mengatakan bahwa Indonesia masih

---

<sup>10</sup> Aknolt Kristian Pakpahan, "Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises in Indonesia: Towards More Coordinated Policies and More Competitive-based SME.", dalam Heise, Matthias and Rucktaeschel, Kathrin, *Indonesia's Search for Democracy: Political, Economic, and Social Developments*, (Baden-Baden: Nomos Verlag, 2013). 299, 304-306.

<sup>11</sup> Fadhly Fauzi Rachman, "Apa itu Revolusi Industri 4.0", *detikfinance*, 4 April 2018. <https://finance.detik.com/industri/d-3952668/apa-itu-revolusi-industri-40> . (diakses 28 Februari 2019)

<sup>12</sup> Ibid.

kesulitan untuk dapat mengejar Revolusi Industri 4.0. Hal ini dikarenakan industri di Indonesia masih banyak produsen yang menggunakan revolusi industri pertama, kedua, dan ketiga<sup>13</sup>. Revolusi Industri 4.0 dapat menjadi masalah apabila tidak diberi tindakan segera. Karena apabila sumber daya manusia yang ada di Indonesia tidak dapat memanfaatkan Revolusi Industri 4.0 dengan baik, dapat menimbulkan masalah sosial yang mengancam ekonomi serta keamanan nasional. Seperti timbulnya pemecatan SDM atau Sumber Daya Manusia secara masal dari suatu perusahaan. Kasus yang sudah terjadi antara lain adalah pemecatan masal di PT. Jasa Marga yang memecat 20.000 karyawan karena adanya peralihan cara pembayaran menggunakan pembayaran tidak tunai<sup>14</sup>.

Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa di tahun 2013 terdapat 99,99 persen total unit bisnis di Indonesia terdiri dari UKM, dimana terdapat 57.895.721 UKM aktif Indonesia. Hal ini menandakan pentingnya UKM bagi struktur perekonomian Indonesia<sup>15</sup>. Kontribusi UKM dapat dimanfaatkan pada sektor ekspor dan impor. UKM Indonesia menyumbang di sektor ekspor dari total ekspor sebesar 15,7 persen yang lebih kecil dibandingkan UKM Thailand dan Malaysia<sup>16</sup>. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite*

---

<sup>13</sup> Liputan6.com, "JK: Indonesia Belum Sepenuhnya Revolusi Industri 4.0", *Liputan6.com*, 8 Desember 2018. <https://www.liputan6.com/news/read/3802509/jk-indonesia-belum-sepenuhnya-revolusi-industri-40> (diakses 28 Februari 2019).

<sup>14</sup> Pebrianto Eko Wicaksono, "Berpotensi PHK Massal, Pemerintah Harus Hati-hati Terapkan Industri 4.0", *Liputan6.com*, 31 Januari 2019. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3884432/berpotensi-phk-massal-pemerintah-harus-hati-hati-terapkan-industri-40> (diakses 28 Februari 2019)

<sup>15</sup> Kementerian Koperasi dan UKM. "Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2012-2013." [http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx\\_rtgfiles/sandingan\\_data\\_umkm\\_2012-2013.pdf](http://www.depkop.go.id/pdf-viewer/?p=uploads/tx_rtgfiles/sandingan_data_umkm_2012-2013.pdf). (diakses 25 Oktober 2018)

<sup>16</sup> Yunita Resmi Sari et.al., "Pemetaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi MEA 2015 dan Pasca-MEA 2025", *Working Paper*, WP 9, 2015.

yang dikutip oleh *katadata.co.id*, Indonesia memiliki kenaikan pengguna internet paling besar di dunia, yaitu tumbuh 51 persen dalam satu tahun<sup>17</sup>. Hal ini dapat dimanfaatkan pemerintah untuk memberikan arahan bagi UKM di Indonesia untuk memanfaatkan internet dalam proses ekonomi. Data yang dikutip oleh Nofi Chandra dari penelitian Frost & Sullivan mengatakan bahwa Indonesia memiliki peningkatan pengguna *e-commerce* sebesar 31 persen per tahunnya jauh lebih besar dibandingkan jumlah pengguna *e-commerce* di Asia Pasifik yang berada di angka 26 persen per tahun<sup>18</sup>. Penggunaan *e-commerce* berhasil dalam meningkatkan perekonomian nasional dapat dilihat dari Amerika Serikat yang menggunakan *Amazon.com* sebagai *e-commerce* mendapatkan pendapatan sebesar Rp. 4.857,62 triliun di tahun 2017<sup>19</sup>.

*Deloitte* Indonesia mengatakan 437 UKM di Indonesia merasa diuntungkan dengan pendapatan yang stabil serta dapat meningkatkan daya saing setelah menggunakan *e-commerce*<sup>20</sup>. Meski terdapat banyak peluang bagi UKM di Indonesia untuk melakukan digitalisasi, peran pemerintah Indonesia dianggap penting dalam mendorong UKM melakukan digitalisasi, seperti membuat kebijakan. Kebijakan tersebut dapat berhubungan dengan aturan pajak, regulasi

---

<sup>17</sup> Katadata.co.id, "Pertumbuhan Pengguna Internet, Indonesia Nomor 1 di Dunia", *katadata.co.id*, 22 Mei 2017. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia> (diakses 5 Februari 2019)

<sup>18</sup> Nofi Chandra, "Digitalisasi Pasar UMKM", *NewsDetik*, 19 April 2018. <https://news.detik.com/kolom/d-3979754/digitalisasi-pasar-umkm> (diakses 20 Februari 2019).

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Deloitte Access Economics, "UKM Pemicu Kemajuan Indonesia Instrumen Pertumbuhan Nusantara", *Report*, 2015, 2. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf> (diakses 20 Februari 2019)

ekspor dan impor, atau pun pemberian modal dari pemerintah untuk UKM dalam menjalankan usahanya<sup>21</sup>.

Digitalisasi menjadi penting karena dapat meningkatkan pendapatan negara melalui ekspor, serta meningkatkan kemampuan UKM di Indonesia untuk berinovasi serta memiliki daya saing. Meskipun demikian, ketidakmerataan kemampuan teknologi di Indonesia menjadi permasalahan bagi pemerintah. *Deloitte* mengatakan terdapat 15 persen UKM yang dapat menggunakan teknologi digital, sedangkan 58 persen UKM tidak dapat melakukan kegiatan ekonomi karena lokasi UKM yang ada di daerah terpencil<sup>22</sup>. Fakta yang diungkap oleh *Deloitte* adalah bukti bahwa tidak meratanya teknologi digital di Indonesia. Indonesia pun memiliki kelemahan dibandingkan negara lain yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Hal ini dikarenakan rendahnya dorongan Pemerintah Indonesia dalam mendorong keberlangsungan UKM di Indonesia, dilihat dari minimnya kebijakan digital yang dikhususkan pada digitalisasi ekonomi<sup>23</sup>. Berbeda dengan Malaysia, Filipina, dan Thailand yang pemerintahnya telah membuat kebijakan digital untuk mengatur kegiatan digital yang berlangsung di negaranya<sup>24</sup>.

Sehingga berdasarkan masalah yang dihadapi Indonesia dalam era ekonomi digital khususnya dalam mendigitalisasikan UKM, penulis menulis pentingnya dorongan dari pemerintah Indonesia untuk mendigitalisasikan UKM di Indonesia.

---

<sup>21</sup> Yue Hongfei, "National Report on E-Commerce Development in China", United Nations Industrial Development Organization, *Working Paper* 17. 2017, 10. <https://www.unido.org/api/opentext/documents/download/9921295/unido-file-9921295> (diakses 29 Desember 2018).

<sup>22</sup> Op.cit., Deloitte, 22.

<sup>23</sup> Op.cit., Deloitte, 30.

<sup>24</sup> Ibid.

Karena digitalisasi UKM menjadi penting bagi kepentingan nasional dan dinilai telah berhasil di negara lain atas bantuan dari pemerintah negara yang bersangkutan.

### **1.2.2. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah digunakan penulis untuk mempertahankan inti topik yang dibicarakan. Luas lingkup dari topik hanya meliputi pentingnya dorongan pemerintah dalam mendigitalisasikan UKM melalui *e-commerce* di Indonesia yang merupakan dampak dari Revolusi Industri 4.0 dari tahun 2016 hingga 2019. Serta informasi yang disajikan dalam topik ini, yaitu: kondisi perekonomian internasional saat ini didukung dengan adanya Era Ekonomi Digital, peluang Indonesia dalam memanfaatkan UKM agar dapat meningkatkan perekonomian nasional dengan memanfaatkan digitalisasi khususnya dalam sektor pemasaran dan modal. Serta kegiatan yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan kemampuan UKM dalam melakukan digitalisasi agar dapat bersaing pada perekonomian internasional.

### **1.2.3. Rumusan Masalah**

Identifikasi masalah serta pembatasan masalah diatas akan menjadi dasar penelitian penulis. Penulis melakukan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian **“Bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam mendorong digitalisasi UKM Indonesia menghadapi era digitalisasi?”**.

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis bahwa dibutuhkannya peran serta upaya Pemerintah Indonesia dalam mempersiapkan UKM menghadapi era digitalisasi. Peran Pemerintah Indonesia dapat di aplikasikan pada program yang ditujukan pada UKM di Indonesia agar dapat melakukan digitalisasi dalam sektor digital ekonomi. Sehingga UKM Indonesia dapat bersaing dan tidak tertinggal oleh negara lain yang sudah lebih dulu menggunakan digitalisasi dalam meningkatkan kemampuan UKM di negaranya. Kemudahan akses ekonomi dan keanggotaan Indonesia didalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pun menjadi tugas penting agar Indonesia dapat bersaing dengan anggota MEA lainnya. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, pengaplikasian UKM berbasis digital dapat dimaksimalkan dan didukung oleh pemerintah.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan berkenaan dengan pentingnya digitalisasi bagi UKM di era digital ini. Serta menambah wawasan berkenaan dengan dibutuhkannya peran kebijakan pemerintah suatu negara khususnya Indonesia dalam menanggapi era digital untuk mendigitalisasikan UKM agar dapat bersaing di lingkungan regional maupun internasional.

#### 1.4. Kajian Literatur

Globalisasi dan berkembangnya ilmu pengetahuan pada akhirnya mengantarkan masyarakat internasional pada digitalisasi. Menurut Lawrence Mpele Lekhanya dalam buku chapternya berjudul *The Digitalisation of Rural Entrepreneurship* mengatakan bahwa digitalisasi adalah suatu proses dalam masyarakat yang beralih dari kegiatan tradisional ke kegiatan modern, dimana dalam kegiatan modern tersebut masyarakat lebih banyak menggunakan teknologi untuk melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk kegiatan ekonomi<sup>25</sup>. Kemunculan Revolusi Industri 4.0 memberikan dampak pada aktivitas perekonomian dunia. Schwab mengatakan dalam *Shaping the Future of the Fourth Industrial Revolution* bahwa Revolusi Industri 4.0 adalah masa dimana terdapat perubahan besar yang berhubungan dan terus berlanjut<sup>26</sup>. Buku ini mengatakan Revolusi Industri 4.0 berdampak besar pada perkembangan manusia karena keberadaan teknologi terbaru yang memengaruhi perilaku manusia<sup>27</sup>.

Pranjali Singh dalam jurnalnya berjudul *Impact of Digitalization on Small and Medium Enterprises in India* mengatakan bahwa digitalisasi adalah suatu cara bagi suatu usaha atau UKM untuk meningkatkan kemampuan UKM nya dengan berinovasi menggunakan teknologi<sup>28</sup>. Singh mengatakan bahwa digitalisasi penting

---

<sup>25</sup> Lawrence Mpele Lekhanya, *The Digitalisation of Rural Entrepreneurship Entrepreneurship*, dalam *Trends and Challenges*, 2018, 42. Doi: 10.5772/intechopen.75925 (diakses 12 Februari 2019)

<sup>26</sup> Klaus Schwab dan Nicholas Davis, *Shaping the Future of the Fourth Industrial Revolution*, (United States of America: Crown Publishing Group, 2018), 29.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Pranjali Singh, "Impact of Digitalization on Small and Medium Enterprises in India", *Paripex – Indian Journal of Research*, Volume 6, Issue 4, April 2017. 468. (diakses 31 Desember 2018).



untuk diaplikasikan terutama pada UKM. Hal ini dikarenakan digitalisasi dapat memperluas pangsa pasar UKM. Dengan adanya digitalisasi, konsumen atau pun perusahaan yang jarak geografisnya jauh dari UKM memiliki kesempatan untuk mengetahui informasi akan produk yang ditawarkan oleh UKM. Singh pun mengatakan peran pemerintah dianggap penting terutama dalam hubungan komunikasi dengan UKM yang ada di negaranya, termasuk dalam pembuatan kebijakan nasional<sup>29</sup>. India adalah contoh negara yang diangkat Singh kedalam jurnalnya, ia mengatakan bahwa India mengalami kenaikan penjualan *online* sebesar 18 persen dengan melakukan digitalisasi<sup>30</sup>. Sehingga dapat dikatakan digitalisasi di India dapat meningkatkan daya jual barang produksinya.

Dalam jurnal *Digitalization: Its Impact on Economic Development & Trade "With Special Reference to Services and MSME Sector of India"*, Maiti dan Kayal mengatakan bahwa dengan adanya perkembangan teknologi termasuk kemunculan *e-commerce* memberikan dampak positif bagi kemajuan dan pendapatan UKM di India. Maiti dan Kayal mengatakan bahwa *e-commerce* dapat menysasar konsumen secara tepat sehingga lebih efektif bagi UKM untuk mendapatkan konsumen<sup>31</sup>. Bahkan digitalisasi di India dapat meningkatkan kemampuan UKM untuk memberikan pelayanan bagi konsumen yang dirasakan India sejak tahun 2000<sup>32</sup>.

---

<sup>29</sup> Op.cit., Pranjali Singh, 469.

<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> Moinak Maiti dan Parthajit Kayal, "Digitalization: Its Impact on Economic Development & Trade 'With Special Reference to Services and MSME Sector of India'", *Asian Economic and Financial Review*, Vol.7, No.6, 457. 2017. DOI: 10.18488/journal.aefr.2017.76.541.549 (diakses 12 Februari 2019).

<sup>32</sup> Ibid, 548.

Didalam buku *Work in the Digital Age*, Keune dan Dekker mengatakan pesatnya perkembangan teknologi dan munculnya digitalisasi, berdampak besar pada kehidupan manusia di dunia<sup>33</sup>. Belanda adalah contoh negara yang mendapatkan manfaat dari digitalisasi serta perkembangan teknologi sehingga dapat berpengaruh pada daya adaptasi SDM yang ada. Karena berdasarkan data yang Maarten dan Fabian kutip dari tulisan Dekker dan van der Veen tahun 2017 mengatakan bahwa pekerja yang memiliki kemampuan dalam teknologi dan digitalisasi lebih dapat bersaing dalam perekonomian dibandingkan pekerja yang tidak memiliki kemampuan dalam teknologi atau melakukan kegiatan digital<sup>34</sup>.

Olivia dan Andrew mengatakan dalam buku *Work in the Digital Age* bahwa keberadaan teknologi dapat memengaruhi bentuk pasar, menurunnya produktifitas, serta dapat meningkatkan kesenjangan di Inggris<sup>35</sup>. Sehingga Olivia dan Andrew mengatakan bahwa dibutuhkanannya peran pemerintah Inggris dalam menanggulangi permasalahan yang mungkin muncul akibat perkembangan teknologi tersebut. Olivia dan Andrew menyarankan agar pemerintah Inggris dapat memperkuat perekonomian Inggris mulai dari masyarakat lokal dengan memberikan investasi yang didapatkan oleh pemerintah Inggris ke masyarakat yang tertinggal<sup>36</sup>. Karena dengan adanya campur tangan pemerintah dalam memberikan kebijakan dinilai dapat meminimalisir adanya kekacauan akibat kemunculan teknologi.

---

<sup>33</sup> Maarten Keune dan Fabian Dekker, *The Netherlands The sectoral impact of digitalization on employment and job quality* (United States of America: Rowman & Littlefield International Ltd, 2018), 307.

<sup>34</sup> Op.cit., Maarten Keune dan Fabian Dekker.

<sup>35</sup> Olivia Bailey dan Andrew Harrop *UK Preparing for the digital revolution* (United States of America: Rowman & Littlefield International Ltd, 2018), 334.

<sup>36</sup> Ibid, 338.

Buku yang dikeluarkan oleh OECD berjudul *SME and Entrepreneurship Policy in Israel 2016* mengatakan bahwa terdapat cara efektif yang dapat diterapkan oleh pemerintah di suatu negara untuk meningkatkan kemampuan perekonomiannya melalui UKM, yaitu digitalisasi. Pemerintah dapat mendukung dalam mendigitalisasikan UKM dengan membuat aturan yang dikenakan bagi sistem ekspor dan impor<sup>37</sup>. OECD mengatakan bahwa kebijakan pemerintah adalah salah satu cara agar UKM dapat berkembang dengan mengaplikasikan digitalisasi dalam proses ekonominya<sup>38</sup>. Adanya penyuluhan langsung dari lembaga terkait seperti perusahaan teknologi atau *platform* yang dapat digunakan oleh UKM dapat dijadikan salah satu cara bagi UKM agar dapat mengenal *platform* apa saja yang mungkin dapat digunakan oleh UKM<sup>39</sup>.

Sumber selanjutnya adalah buku *France, Germany, Italy, Spain, and the United Kingdom Internationalisation of European SMEs – Taking Stock and Moving Ahead* yang ditulis oleh Jennifer Abel-Koch dkk., membicarakan bagaimana Perancis, Jerman, Italia, Spanyol, dan Inggris yang menginternasionalisasikan UKMnya<sup>40</sup>. Contohnya adalah Pemerintah Jerman yang mendukung keberadaan UKM Jerman dengan cara membuat kebijakan terkait informasi aturan ekspor yang dapat diaplikasikan oleh UKM agar tidak salah langkah. Jerman mendapatkan keuntungan dari digitalisasi, yaitu kerjasama yang

---

<sup>37</sup> OECD, *SME and Entrepreneurship Policy in Israel 2016*. (OECD Publisher, 2016), 27.

<sup>38</sup> Op.cit., OECD, *SME and Entrepreneurship Policy in Israel 2016*, 116.

<sup>39</sup> Op.cit., OECD, *SME and Entrepreneurship Policy in Israel 2016*, 34.

<sup>40</sup> Jennifer Abel-Koch, et al., *France, Germany, Italy, Spain, and the United Kingdom Internationalisation of European SMEs – Taking Stock and Moving Ahead* (Perancis: *Bpifrance*, 2018), 47.

intens dengan perusahaan yang ada di Eropa sebesar 45.9 persen<sup>41</sup>. Keuntungan lainnya adalah 63 persen UKM di Jerman dapat memperluas pangsa pasar sehingga meningkatkan investasi perusahaan asing pada UKM di Jerman<sup>42</sup>.

Italia juga merasakan keberhasilan pasca melakukan digitalisasi, keberhasilannya dibuktikan dengan jumlah barang yang diekspor oleh Italia lebih banyak dibandingkan barang yang diekspor oleh lima negara besar di Uni Eropa<sup>43</sup>. Pada tahun 2015, Jennifer Abel-Koch, dkk., menulis buku berjudul *SME Investment and Innovation France, Germany, Italy, and Spain* didalamnya terdapat *BPI Development Loans Programme* yang merupakan salah satu program peminjaman uang di Perancis, Spanyol, Jerman, dan Italia untuk mendorong UKM agar mampu melakukan digitalisasi dalam bisnisnya<sup>44</sup>. Pinjaman ini dianggarkan agar UKM dapat memperluas pangsa pasarnya di kancah internasional<sup>45</sup>.

Julian M. Muller dan Kai-Ingo Voigt dalam jurnalnya yang berjudul *Sustainable Industrial Value Creation in SMEs: A Comparison between Industry 4.0 and Made in China 2025* mengatakan bahwa adanya “Industri 4.0” adalah masa dimana adanya revolusi industri keempat yang sudah menggunakan digitalisasi dalam setiap aktivitasnya<sup>46</sup>. Julian dan Kai-Ingo mengatakan “Indusutri 4.0” harus

---

<sup>41</sup> Op.cit., Jennifer Abel-Koch, et al., *France, Germany, Italy, Spain, and the United Kingdom Internationalisation of European SMEs – Taking Stock and Moving Ahead*, 48.

<sup>42</sup> Ibid, 47.

<sup>43</sup> Ibid, 52.

<sup>44</sup> Jennifer Abel-Koch, et al., *SME Investment and Innovation France, Germany, Italy, and Spain* (Perancis: *Bpifrance*, 2015), 14.

<sup>45</sup> Ibid.

<sup>46</sup> Julian M. Muller dan Kai-Ingo Voigt, “Sustainable Industrial Value Creation in SMEs: A Comparison between Industry 4.0 and Made in China 2025”, *International Journal of Precision Engineering and Manufacturing-Green Technology*, Oktober 2018, 660. DOI: 10.1007/s40684-018-0056-z (diakses 12 Februari 2019).

dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh UKM. Seperti Jerman yang melalui UKM dan didukung oleh pemerintahnya, sehingga dapat meningkatkan kemampuan Jerman untuk memperluas pangsa pasar yang dapat dicapai oleh Jerman<sup>47</sup>. Memanfaatkan “Industri 4.0” pun dapat berdampak baik pada kelangsungan UKM agar dapat terus berkembang<sup>48</sup>.

Pandangan lain yang berlawanan berkenaan dengan digitalisasi UKM datang dari Parminder Jeet Singh dalam *Digital Industrialisation in Developing Countries*. Singh mengatakan digitalisasi UKM khususnya di negara yang sedang berkembang harus diperhatikan dengan hati-hati. Hal ini dikarenakan digitalisasi UKM merupakan hal yang sulit untuk dilakukan karena memiliki cakupan yang sangat luas. Sehingga dibutuhkan perhatian dari pemerintah berupa kebijakan digital dari tiap negara nya. Digitalisasi UKM pun dapat menjadi masalah apabila kemampuan perekonomian domestik negara yang terkait tidak dapat menyesuaikan dengan regulasi regional maupun internasional yang ada. Hal ini dapat dilihat dari negara-negara anggota Uni Eropa yang memiliki kesatuan regulasi yang diaplikasikan pada seluruh anggota Uni Eropa. Sehingga dalam hal ini Uni Eropa sebagai organisasi kawasan memandang bahwa seluruh anggotanya memiliki kemampuan ekonomi yang setara. Sehingga dapat bersaing satu sama lain. Namun hal ini akan menjadi masalah apabila terdapat negara yang tidak memiliki kemampuan ekonomi yang setara dengan negara anggota lainnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa digitalisasi UKM dapat menjadi masalah apabila tidak ditangani

---

<sup>47</sup> Op.cit., Julian M. Muller dan Kai-Ingo Voigt, “Sustainable Industrial Value Creation in SMEs: A Comparison between Industry 4.0 and Made in China 2025, 666.

<sup>48</sup> Ibid.

dengan serius oleh pemerintah dari negara yang bersangkutan, khususnya negara yang sedang berkembang<sup>49</sup>.

Berdasarkan buku dan jurnal diatas dapat dikatakan bahwa adanya kesamaan dari seluruh buku dan jurnal tersebut, yaitu dibutuhkannya peran pemerintah dalam mendukung digitalisasi yang akan dilakukan oleh UKM. Tulisan-tulisan tersebut memandang UKM berperan penting pada perekonomian suatu negara. Dan oleh karena itu UKM harus didukung perkembangannya oleh pemerintah terkait agar mampu bertahan dan menopang perekonomian negara yang bersangkutan. Hal ini sudah dibuktikan oleh Jerman, Italia, maupun India. Namun, terdapat satu pandangan berbeda yang mengatakan bahwa digitalisasi UKM akan menjadi masalah khususnya bagi negara yang masih berkembang. Penelitian ini akan melanjutkan serta memaparkan pentingnya upaya pemerintah suatu negara dengan melakukan digitalisasi, khususnya Indonesia. Maka dari itu upaya digitalisasi UKM harus terus dikembangkan untuk mendapatkan pangsa pasar seluas-luasnya. Sehingga penelitian ini akan berfokus untuk mendukung pentingnya digitalisasi bagi UKM dan pentingnya dukungan pemerintah dalam mendigitalisasikan UKM.

---

<sup>49</sup> Parminder Jeet Singh, "Digital Industrialisation in Developing Countries", *paper* untuk The Commonwealth Secretariat, 2018, 83.

### 1.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis variabel yang ada dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan teori dan konsep yang ada dalam Ilmu Hubungan Internasional. Penelitian ini membahas mengenai **“Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019”**, yang dibahas menggunakan delapan teori dan konsep untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu Usaha Kecil Menengah, Konsep Digitalisasi, Konsep Ekonomi Digital, Revolusi Industri 4.0, Teori Integrasi Ekonomi, Teori Pluralisme, Teori *New Media*, dan Konsep Kepentingan Nasional.

Ilmu Hubungan Internasional selalu berubah sesuai dengan perubahan dan isu internasional yang terjadi. Teknologi merupakan salah satu faktor yang berperan besar dalam Ilmu Hubungan Internasional. Adanya perkembangan ilmu teknologi yang pesat berdampak pada kegiatan serta kebiasaan masyarakat internasional. Internet dan *platform* digital merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi dan berdampak pada Ilmu Hubungan Internasional<sup>50</sup> serta memudahkan masyarakat lintas batas negara berkomunikasi dan bertukar informasi<sup>51</sup>. Digitalisasi berkembang di dunia dan memengaruhi sektor yang ada di negara di dunia, termasuk sektor ekonomi. Perkembangan digitalisasi masuk dari lingkungan internasional ke dalam negara-negara dan dapat memengaruhi negara tersebut, atau disebut juga dengan *exogenous*<sup>52</sup>.

---

<sup>50</sup> Nicholas Westcott, “Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations”, *Oxford Internet Institute Research Report 16, Juli 2008*, 2.

<sup>51</sup> *Ibid*, 16.

<sup>52</sup> Barbara Guzzetti dan Mellinee Lesley, *Handbook of Research on the Societal Impact of Digital Media*, United Nations of America: IGI Global, 2016, 189.

## Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil Menengah atau UKM menurut Klaus dan Gregorio dalam *Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises* adalah sesuatu yang dihasilkan oleh masyarakat dengan kemampuannya sendiri untuk dapat melakukan kegiatan ekonomi dan menjadi pelaku ekonomi<sup>53</sup>. Margi dan Philip dalam *Strategies for Growth in SMEs* mengatakan pada saat menjalankan UKM, para pemilik UKM akan berperan sebagai pembuat keputusan yang kemudian akan diaplikasikan oleh UKMnya. Hal ini termasuk dengan bentuk manajemen yang ingin dibangun oleh suatu UKM<sup>54</sup>. UKM Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 berbicara tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Bab 1 Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang ini mengatakan bahwa “Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perseorangan”. Bab 1 Pasal 1 ayat 2 berbicara tentang “Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar”. Bab 1 Pasal 1 ayat 3 berbicara mengenai “Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

---

<sup>53</sup> Klaus North dan Gregorio Varvakis, *Competitive Strategies for Small and Medium Enterprises*, (Switzerland: Springer, 2016), 279.

<sup>54</sup> Margi Levy dan Philip Powell, *Strategies for Growth in SMEs*, (Perancis: Elsevier Limited, 2005), 43.



baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan”<sup>55</sup>.

Menurut Nelly Daszkiewicz dan Krysztof Wach dalam buku *Internationalization of SMEs*, UKM memiliki peran penting dalam sektor ekonomi, khususnya di ranah ekonomi nasional. Karena UKM dinilai mudah untuk dibuat dan memudahkan pemerintah dalam penyerapan tenaga kerja<sup>56</sup>. Ekspor juga menjadi salah satu tujuan utama dengan diadakannya UKM. Karena UKM dapat menjadi penyumbang bagi pendapatan nasional. Eksistensi UKM dalam kancah internasional pun harus dilihat dari faktor internasional seperti *pull factor*<sup>57</sup>.

### **Digitalisasi**

Digitalisasi menurut Yoo dan Lyytinen tahun 2010 yang dikutip oleh Gustafsson dan Westbergh dalam *Catching the Wave of Digitalization: Digital innovation at a local newspaper*, mengatakan bahwa digitalisasi terbagi menjadi tiga gelombang. Gelombang pertama munculnya digitalisasi merupakan gelombang yang memiliki perubahan struktur di masyarakat yang berubah dari analog menjadi menggunakan teknologi digital. Perubahan struktur dari analog menjadi digital ini mengharuskan penggunanya mengeluarkan tambahan biaya pada prosesnya. Meskipun terdapat perubahan yang signifikan pada proses dari analog menjadi digital, namun proses ini tidak mengubah bisnis yang ada. Sehingga proses

---

<sup>55</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

<sup>56</sup> Nelly Daszkiewicz dan Krysztof Wach, *Internationalization of SMEs*, (Gdansk: Gdansk University of Technology Publishers, 2012), 14.

<sup>57</sup> Ibid, 14-15.

perubahan analog ke digital ini menjadi nilai tambah yang dapat memudahkan proses serta aktivitas yang ada di dalam bisnis tanpa mengubah bentuk bisnis yang ada<sup>58</sup>. Gelombang kedua dari kemunculan digitalisasi ini adalah kemunculan alat, jasa, serta jaringan yang dapat memudahkan koneksi perubahan analog menjadi digital. Hal ini ditandai dengan kemunculan berbagai jasa serta alat tambahan yang dapat memudahkan proses digitalisasi tersebut<sup>59</sup>. Bukti konkret yang membuktikan hal ini adalah adanya jaringan maupun alat yang dapat mengirimkan buku, film, maupun musik melalui jaringan maupun alat yang berbeda. Gelombang ketiga dari kemunculan digitalisasi adalah munculnya alat terbaru yang dapat meningkatkan efisiensi dari digitalisasi yang sebelumnya telah ada. Penggunaan alat untuk melakukan digitalisasi yang semakin marak pun menjadi salah satu hal yang muncul di tahap ketiga digitalisasi ini. Kreativitas, inovasi, serta kemampuan teknologi menjadi penting pada tahap ini untuk dapat meningkatkan kemampuan alat dalam melakukan digitalisasi<sup>60</sup>.

Digitalisasi menurut Barann dkk adalah sebuah proses yang dapat meningkatkan kemampuan suatu bisnis untuk menghadapi pesaing bisnisnya. Digitalisasi dianggap dapat memudahkan hubungan konsumen dengan produsen. Sehingga hal ini dapat menjadi nilai tambah yang didapatkan oleh pelaku bisnis yang melakukan digitalisasi<sup>61</sup>. Untuk dapat melakukan digitalisasi, Gierlich dkk

---

<sup>58</sup> Daniel Gustafsson dan Marten Westbergh, *Catching the Wave of Digitalization Digital innovation at a local newspaper*, (Umea Universitet: Institution for Informatik). Url: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:326517/FULLTEXT01.pdf>

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Ibid, 4.

<sup>61</sup> Benjamin Barann, Andreas Hermann, Ann-Kristin Cordes, Friedrich Chasin, dan Jorg Becker. "Supporting Digital Transformation in Small and Medium-sized Enterprises: A Procedure Model Involving Publicity Funded Support Units", *Proceedings of the 52nd Hawaii International*

mengatakan dalam tulisannya yang mengutip pandangan dari Hartmann dkk bahwa pelaku yang melakukan digitalisasi harus didukung dengan perangkat serta jaringan yang memadai sehingga dapat memaksimalkan fungsi dari digitalisasi<sup>62</sup>. Meskipun demikian, tiap pelaku yang melakukan digitalisasi pasti akan mendapatkan masalah serta pengalaman yang berbeda saat melakukan digitalisasi. Menurut Gierlich yang mengutip dari pandangan Barnaert dan Hewitt-Dundas, mengatakan bahwa SDM, manajemen bahan baku, serta budaya merupakan hal yang dapat mempengaruhi keberlanjutan serta keberlangsungan digitalisasi<sup>63</sup>.

Gierlich dkk mengatakan dalam tulisannya bahwa terdapat *Stages of Digitalization* atau tahap dalam melakukan digitalisasi. *Stages of Digitalization* ini terbagi menjadi empat tahap. Pertama diawali dengan tahap nol yang dengan ciri tidak adanya teknologi maupun kemampuan digital. Kedua dilanjutkan dengan tahap satu, dimana dalam tahap satu ini pelaku bisnis akan mengumpulkan masalah apa saja yang dihadapinya dalam menjalankan bisnis tersebut sebelum masuk digitalisasi serta memetakan apa saja inovasi yang akan ia bawa untuk diaplikasikan dalam bisnis digitalnya kelak. Ketiga yaitu tahap dua. Tahap dua ini berisikan produk terbaru seperti solusi yang telah dihasilkan dalam rangka meningkatkan kemampuan bisnis yang bersangkutan. Terakhir yaitu tahap tiga, Tahap tiga ini memiliki makna adanya kemampuan bisnis dalam mengelola bisnisnya sendiri

---

*Conference on System Sciences 2019*, 4977. Doi:  
<https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/59935/0495.pdf>

<sup>62</sup> Maren Gierlich, Ronny Schuritz, Malte Volkwein, dan Thomas Hess.

*SME's Approaches for Digitalization in Platform Ecosystems*, China: Completed Research Paper dalam Twenty-Third Pacific Asia Conference on Information Systems, 2019, 2. Url:  
[http://www.pacis2019.org/wd/Submissions/PACIS2019\\_paper\\_272.pdf](http://www.pacis2019.org/wd/Submissions/PACIS2019_paper_272.pdf)

<sup>63</sup> Ibid.

setelah mencari masalah, inovasi, serta solusi apa saja yang dapat ia aplikasikan dalam bisnisnya saat ia melakukan digitalisasi<sup>64</sup>.

### **Ekonomi Digital**

Konsep *digital economy* menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika merupakan konsep yang membicarakan bisnis melalui *platform* digital serta hal lain yang berkaitan dengan media digital dan memiliki dampak pada perekonomian nasional. Adanya penggunaan media digital ini pun dapat berdampak besar pada bisnis dan pola hidup masyarakat<sup>65</sup>. Tim Peneliti dari Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dari Kementerian Komunikasi dan Informatika mengutip pandangan Dalle (2016), bahwa pada dasarnya sektor ekonomi di dunia telah ada sejak dulu dan dianggap hanya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat yang memiliki status sosial dalam kehidupannya. Tetapi hal ini berbeda dengan kondisi perekonomian digital. Ekonomi digital dinilai mampu mencapai seluruh masyarakat dari seluruh golongan masyarakat. Hal ini dinilai lebih adil dibandingkan dengan sektor ekonomi di masa sebelumnya, seperti masa revolusi industri, perburuan minyak, maupun kapitalisme multinasional<sup>66</sup>.

Bank Mandiri melalui *Daily Economic and Market Review* nya mengatakan bahwa era ekonomi digital merupakan era yang dapat berdampak besar pada perekonomian nasional Indonesia. Bank Mandiri melihat dengan adanya e-

---

<sup>64</sup> Op.cit., Maren Gierlich, Ronny Schuritz, Malte Volkwein, dan Thomas Hess, 3.

<sup>65</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2016*, (Jakarta: Badan Litbang SDM, 2016). LK-3.

<sup>66</sup> Tim Peneliti Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika, "Study Ekonomi Digital di Indonesia Sebagai Pendorong Utama Pembentukan Industri Digital Masa Depan", *Kominfo*, 1.

*commerce* dapat meningkatkan PDB Indonesia sehingga dapat meningkatkan kemampuan ekonomi Indonesia<sup>67</sup>. Bank Mandiri mengutip pandangan dari Bank Indonesia yang mengatakan bahwa roda perekonomian Indonesia hingga tahun 2020 bukan hanya akan mengandalkan investasi dan konsumsi dari masyarakat, tetapi juga akan didukung dari sektor ekonomi digital yang terus berkembang<sup>68</sup>.

Eddy Cahyono mengutip pengertian dari digitalisasi ekonomi yang dibawakan oleh Don Tapscott dalam bukunya yang berjudul *The Digital Economy*, mengatakan bahwa digitalisasi ekonomi merupakan adanya kondisi sosial dan ekonomi yang menjadi wadah adanya informasi serta instrumen-instrumen. Eddy mengatakan lebih lanjut mengenai ekonomi digital, Eddy mengatakan bahwa terdapat 4 hal penting yang berhubungan erat dengan ekonomi digital, pertama yaitu hilangnya batasan geografis suatu negara karena dianggap sudah tidak relevan. Hal ini dikarenakan dengan adanya digitalisasi ekonomi, tiap anggota suatu negara bisa berhubungan satu sama lain tanpa dibatasi oleh adanya batasan geografis negara mereka. Kedua adalah kemunculan *platform* yang dinilai memiliki hubungan erat dengan ekonomi digital. Hal ini dapat dikaitkan dengan kemunculan *e-commerce* sebagai salah satu sarana bagi pelaku ekonomi dalam memanfaatkan digitalisasi untuk memasarkan produknya. Ketiga adalah jaringan kerja yang terus berkembang. Hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu dampak dari digitalisasi. Digitalisasi yang memudahkan satu orang berhubungan dengan orang lain, hal ini

---

<sup>67</sup> Office of Chief Economist, "Daily Economic and Market Review", *Bank Mandiri*, 15 November 2017, 1. <https://www.bankmandiri.co.id/documents/20143/32593/20171115+-+DER+-+Mendorong+Pertumbuhan+Ekonomi+di+Era+Digital.pdf/738ec065-412c-5c04-3f7a-f971af64de8d> (diakses 5 Oktober 2019).

<sup>68</sup> *Ibid*, 1.

memudahkan pergerakan seseorang untuk bergerak dan berkenalan dengan orang baru serta memperluas jaringannya. Dan terakhir adalah penggunaan *big data*<sup>69</sup>.

Digitalisasi Ekonomi pun dinilai memberikan banyak manfaat, seperti meningkatkan efektivitas suatu produk yang diproduksi, meningkatkan efisiensi suatu produk, menurunkan tarif biaya produksi, mengelaborasi, serta menghubungkan satu pihak dengan pihak lain dengan keberadaan internet<sup>70</sup>. Eddy mengutip laporan yang dikeluarkan oleh Huawei dan *Oxford Economics* di tahun 2016 yang berjudul *Digital Spillover*, yang mengatakan bahwa kemunculan ekonomi digital sangat mempengaruhi bidang ekonomi karena berdampak pada *size* ekonomi dunia hingga 15,5 persen dari *Gross Domestic Products* di dunia. *Size* ekonomi digital ekonomi dianggap penting karena dapat mempengaruhi perekonomian global<sup>71</sup>.

Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam ***Buku Putih 2016*** mengutip data dari *European Commission* yang mengeluarkan *The Digital Economy and Society Index (DESI)*, dimana ia mengatakan bahwa perkembangan digital ekonomi di Eropa dapat dianalisis melalui empat fase. Pertama adalah konektivitas. Konektivitas memiliki makna adanya akses persebaran *broadband* di suatu daerah. Hal ini menjadi penting karena *broadband* merupakan jantung dari munculnya digitalisasi. Kedua adalah *human capital*. *Human Capital* memiliki makna adanya individu yang memiliki kemampuan untuk mengoperasikan teknologi dan

---

<sup>69</sup> Eddy Cahyono Sugiarto, "Ekonomi Digital: The New Face of Indonesia's Economy", *Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia*, [https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi\\_digital\\_the\\_new\\_face\\_of\\_indonesias\\_economy](https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_digital_the_new_face_of_indonesias_economy) (diakses 15 Oktober 2019)

<sup>70</sup> Ibid, Eddy Cahyono Sugiarto, "Ekonomi Digital: The New Face of Indonesia's Economy".

<sup>71</sup> Ibid.

menggunakan produk digital. Ketiga adalah penggunaan internet. Penggunaan internet memiliki makna adanya kemampuan untuk dapat melakukan aktivitas *online* seperti mengakses konten secara *online* dan melakukan komunikasi secara *online*. Keempat adalah integrasi teknologi digital. Integrasi teknologi digital memiliki makna adanya aktivitas *online* yang bertujuan untuk melakukan bisnis secara *online*. Di Dalam fase ini terdapat kemungkinan suatu bisnis untuk dapat mengembangkan bisnisnya. Hal ini dikarenakan adanya interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli melalui *platform online*. Serta dengan adanya penawaran secara online tersebut dapat memperluas pangsa pasar penjual. Terakhir adalah digitalisasi pelayanan publik. Kehadiran pemerintah dalam proses digitalisasi ini sangat penting. Pemerintah memiliki peran untuk mengkoordinir administrasi publik. Pemerintah pun memiliki peran penting untuk dapat menyediakan fasilitas yang lebih baik bagi pengguna platform digital agar pengguna dapat mendapatkan fasilitas yang memadai serta memuaskan<sup>72</sup>.

#### **Revolusi Industri 4.0**

Revolusi Industri 4.0 menurut Klaus Schwab dan Nicholas David adalah adanya perubahan sistem lingkungan yang terus berlanjut disekitar manusia. Perubahan ini diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dunia. Hal ini sudah dibuktikan dengan keberadaan Revolusi Industri sebelum Revolusi Industri 4.0<sup>73</sup>. Perubahan yang disebabkan Revolusi Industri 4.0 berdampak pada

---

<sup>72</sup> Op.cit., Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Komunikasi dan Informatika Indonesia Buku Putih 2016*, Jakarta: Badan Litbang SDM, 2016. LK-4.

<sup>73</sup> Op.cit., Klaus Schwab dan Nicholas Davis, 29.

beberapa sektor seperti manufaktur, teknologi, serta energi. Keberadaan Revolusi Industri 4.0. pun mengubah tatanan sosial yang ada di masyarakat karena mengakibatkan teknologi menjadi alat bantu bagi masyarakat dalam beraktivitas<sup>74</sup>. Klaus Schwab mengatakan dalam bukunya yang lain bahwa Revolusi Industri 4.0 adalah kondisi yang unik. Karena adanya integrasi dari berbagai aspek oleh teknologi terbaru<sup>75</sup>. Alexander Manu mengutip definisi Revolusi Industri 4.0 dari *working paper* milik Bosch, bahwa Revolusi Industri 4.0 atau “*The Internet of Things*” adalah suatu kondisi dimana adanya penggunaan internet di setiap pergerakan manusia. Penggunaan internet ini pada akhirnya memberikan norma baru di lingkungan masyarakat. Alexander mengutip pandangan Bosch bahwa Bosch melihat adanya kesempatan yang besar bagi sektor bisnis dengan adanya Revolusi Industri 4.0<sup>76</sup>.

### **Integrasi Ekonomi**

Leon N. Lindberg dalam *Political Integration: Definition and Hypotheses* mengatakan pada dasarnya integrasi yang dijalin pada awalnya akan berlanjut secara bertahap untuk pada akhirnya menjadi suatu kesatuan<sup>77</sup>. Karena pada dasarnya integrasi adalah proses penyatuan untuk menghasilkan sesuatu dengan menjalin kerjasama dan membuat kesepakatan bersama<sup>78</sup>. Selanjutnya, Bela

---

<sup>74</sup> Ibid, 29-30.

<sup>75</sup> Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution*, (Switzerland: World Economic Forum, 2016), 26.

<sup>76</sup> Alexander Manu, *Value Creation and the Internet of Things*, (England: Gower Publishing Limited, 2015), 96.

<sup>77</sup> Leon N. Lindberg, *Political Integration: Definitions and Hypotheses*. (United States of America: Lynne Rienner Publishers, 1994), 100.

<sup>78</sup> Ibid, 103.



Balassa dalam bukunya *The Theory of Economic Integration* mengatakan bahwa integrasi ekonomi adalah proses hilangnya batasan perdagangan (*trade integration*), kemudian muncul liberalisasi dari faktor pergerakan perdagangan (*factor integration*), berkembang menjadi kebijakan nasional (*policy integration*) yang pada akhirnya bersatu dan menjadi sebuah kesatuan (*total integration*)<sup>79</sup>.

Simonetta Longhi dan Peter Nijkamp pun memberikan pandangannya mengenai integrasi ekonomi dalam bagian bukunya yang berjudul *Economic Integration and Labour Markets: Ways Forward*. Simonetta dan Peter mengatakan bahwa integrasi ekonomi adalah proses hilangnya batasan terkait ekonomi nasional yang tidak mengenal lagi perbedaan geografis. Sehingga dalam hal ini ekonomi nasional dianggap penting dalam proses ekonomi<sup>80</sup>. Simonetta dan Peter menekankan pentingnya spesialisasi<sup>81</sup>.

### **Pluralisme**

Selanjutnya, teori pluralisme menurut McCloskey yang dikutip oleh Edward Fullbrook dalam *Pluralist Economics* adalah adanya kepercayaan pada diri sendiri, yang kemudian berkembang menjadi kepercayaan bersama sehingga dapat menghasilkan suatu ikatan yang penuh dengan perhitungan<sup>82</sup>. Leonie Holthaus dalam bukunya *Pluralist Democracy in International Relations* mengatakan

---

<sup>79</sup> Bela Balassa. *The Theory of Economic Integration*. (Illonis: RD. Irwin Inc, 1961), 17.

<sup>80</sup> Simonetta Longhi dan Peter Nijkamp, *Economic Integration and Labour Markets: Ways Forward*, "Regionalisation, Growth, and Economic Integration", (New York: Physica-Verlag Heidelberg, 2007), 5.

<sup>81</sup> Ibid, 6.

<sup>82</sup> Edward Fullbrook, *Pluralist Economics*. (New York: Zed Books, Ltd, 2008).

bahwa pluralisme berkembang pada saat ada pergerakan rakyat di Eropa<sup>83</sup>. Dalam teori pluarisme, selain negara, aktor bukan negara pun memiliki posisi penting dalam hubungan internasional. Individu, organisasi, maupun kelompok tertentu memiliki pengaruh pada terbentuknya kebijakan pemerintah yang bersangkutan<sup>84</sup>. Negara akan melihat keberadaan individu maupun kelompok kepentingan karena perilaku mereka dapat berdampak pada negara, sehingga mereka memiliki kursinya masing-masing untuk memengaruhi kebijakan yang akan dibuat oleh pemerintah<sup>85</sup>.

William E. Connolly dalam bukunya berjudul *Democracy, Pluralism, and Political Theory* mengatakan bahwa pluralisme adalah kondisi dimana negara berhubungan langsung dengan masyarakat didalam negaranya terkait pembuatan kebijakan oleh pemerintah yang dapat memengaruhi kegiatan masyarakat didalamnya. Masyarakat yang ada di dalam suatu negara pun dapat memengaruhi pemerintah dalam pembuatan suatu kebijakan. Sehingga kebijakan yang dibuat oleh pemerintah bukan hanya akan menguntungkan pemerintah, tapi juga dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitasnya, termasuk aktivitas ekonomi<sup>86</sup>. Peran pemerintah dianggap penting dalam membuat kebijakan dibuktikan dengan pandangan Carlos Ivan Fuentes dalam buku *Normative Plurality*

---

<sup>83</sup> Leonie Holthaus, *Pluralist Democracy in International Relations*. (Switzerland: Springer Nature, 2018), 9.

<sup>84</sup> M. Saeri, "Teori Hubungan Internasional Sebuah Pendekatan Paradigmatik", *Jurnal Transnasional*, Vol. 3, No. 2, Februari 2012, 15. (diakses 13 Februari 2019)

<sup>85</sup> Ibid.

<sup>86</sup> William E. Connolly, *Democracy, Pluralism, and Political Theory*, (United States of America: Routledge, 2008), 15-16.

mengatakan bahwa dibutuhkannya suatu lembaga yang dapat membuat kebijakan dalam menghadapi situasi yang akan dan sedang terjadi<sup>87</sup>.

## **New Media**

*New Media Theories and Practices of Digitextuality* mengatakan bahwa teori *new media* adalah kondisi adanya penggunaan media teknologi yang bergerak semakin canggih, seperti sistem komunikasi tanpa menggunakan kabel<sup>88</sup>. M. Fikri AR mengatakan dalam bukunya *Sejarah Media Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan* mengatakan bahwa semakin luas jangkauan yang bisa diraih oleh pengguna media, semakin luas juga interaksi yang dapat dilakukan oleh pengguna media. Hal ini dibuktikan dengan kemunculan isu baru seperti digitalisasi ataupun interaksi secara langsung antar pengguna media menggunakan media sebagai perantaranya<sup>89</sup>. Daniel McQuail dalam *Mass Communication Theory 6<sup>th</sup> Edition* mengatakan bahwa terdapat enam perubahan pada struktur media akibat adanya perkembangan teknologi seperti kemunculan digitalisasi serta adanya perubahan di media, adanya aktivitas yang meningkat serta semakin luasnya jaringan yang ada melalui media, pengiriman informasi yang lebih cepat dibandingkan sebelumnya, pentingnya peran pengguna media dalam perkembangan media, maraknya penggunaan media oleh masyarakat luas, dan semakin banyaknya media massa

---

<sup>87</sup> Carlos Ivan Fuentes, *Normative Plurality in International Law*, (Switzerland: Springer International Publishing, 2016), ix.

<sup>88</sup> Anna Everett, *Digitextuality and Click Theory*, "New Media: Theories and Practices of Digitextuality", (New York dan London: Routledge, 2003), 3.

<sup>89</sup> M. Fikri AR. *Sejarah Media Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan*. (Malang: UB Press, 2018). 38.

yang dapat digunakan khalayak luas<sup>90</sup>. Pandangan lain datang dari Rully Nasrullah dalam *Teori dan Riset Media Siber (Cyber)* mengatakan digitalisasi dapat memudahkan pengguna untuk menemukan apa yang dicari serta dapat mengetahui lebih banyak informasi terkait produk yang dicari<sup>91</sup>.

### **Kepentingan Nasional**

Konsep kepentingan nasional yang dikutip dari Perancis oleh Arry Bainus dan Junita Budi Rachman adalah tindakan suatu negara dalam berbagai sektor seperti ekonomi, budaya, ataupun militer dalam rangka mencapai kepentingan nasionalnya<sup>92</sup>. Kepentingan nasional dalam bidang ekonomi dapat dilihat dalam konteks kerjasama untuk mencapai kesejahteraan serta kestabilan di kancah internasional. Melakukan kerja sama internasional dalam bidang ekonomi memungkinkan suatu negara mendapatkan kondisi ekonomi yang lebih baik<sup>93</sup>.

Scott Burchill dalam *The National Interest in International Relations Theory* mengatakan kepentingan nasional didasari adanya hubungan antar negara yang bertujuan untuk mendapatkan kepentingan masing-masing negara<sup>94</sup>. Kepentingan nasional dianggap sebagai dasar dibentuknya sebuah kebijakan bagi suatu negara dalam melakukan sesuatu<sup>95</sup>. Robert Jackson dan Georg Sorensen dalam *Pengantar*

---

<sup>90</sup> Denis McQuail, *Mass Communication Theory 6<sup>th</sup> Edition* (India: SAGE Publication, 2010), 141.

<sup>91</sup> Ruli Nasrullah. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2014), 2.

<sup>92</sup> Arry Bainus dan Junita Budi Rachman, "Editorial: Kepentingan Nasional dalam Hubungan Internasional", *Journal of International Studies*, Vol. 2, No. 2, Mei 2018, 109. Doi:10.24198/intermestic.v2n2.1 (diakses 13 Februari 2019)

<sup>93</sup> Ibid, 113.

<sup>94</sup> Scott Burchill, *The National Interest in International Relations*, (New York: PALGRAVE MACMILLAN, 2005), 2.

<sup>95</sup> Ibid, 11.

*Studi Hubungan Internasional* mengutip perkataan Thomas Hobbes yang mengatakan negara memiliki peran penting dalam melindungi keseluruhan negaranya, termasuk kesejahteraannya. Sehingga dibutuhkan upaya negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya demi menciptakan negara yang sejahtera<sup>96</sup>. Berkaitan dengan kesejahteraan, Joseph Frankel dalam *National Interest* mengatakan kepentingan nasional berhubungan dengan sektor ekonomi. Sehingga sektor ekonomi menjadi salah satu faktor munculnya kepentingan nasional<sup>97</sup>.

## 1.6. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

### 1.6.1. Metode Penelitian

Untuk menganalisis penelitian “*Upaya Pemerintah Indonesia untuk Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019*”, peneliti menggunakan teknik metode penelitian kualitatif. Berdasarkan yang dijelaskan oleh John W. Cresswell dalam bukunya mengatakan bahwa penelitian kualitatif menekankan pada pendalaman suatu peristiwa yang berasal dari ranah sosial. Metode penelitian kualitatif menggunakan studi pustaka dan studi kasus dalam pengambilan data<sup>98</sup>. Data yang diambil dapat berupa kata-kata, tabel, maupun angka yang kemudian dianalisis menjadi sebuah penelitian<sup>99</sup>.

---

<sup>96</sup> Robert Jackson dan Georg Sorensen, *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 89.

<sup>97</sup> Joseph Frankel, *National Interest*, (London: Palgrave Macmillan, 1970), 42.

<sup>98</sup> John W. Cresswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Los Angeles: SAGE Publications, 2014), 4-5.

<sup>99</sup> John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches 2<sup>nd</sup> Edition*, (California: Sage Publications, 2007), 174.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dalam melakukan penelitian ini. Peneliti menggunakan metode narasi dan studi kasus. Penulis menggunakan metode narasi karena penulis melihat data yang berkaitan dengan digitalisasi bersumber dari buku, jurnal, dan laporan-laporan. Peneliti pun menggunakan metode studi kasus yaitu peran Pemerintah Indonesia dalam mendigitalisasikan UKM dalam menghadapi era digitalisasi khususnya ekonomi digital pada tahun 2016-2019. Data yang digunakan oleh penulis pun didapatkan dari buku, jurnal, artikel, maupun situs lembaga Pemerintah Indonesia dan berita<sup>100</sup>.

#### **1.6.2. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti mengumpulkan data yang sesuai dengan topik. Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah Buku, Jurnal, Aturan Hukum, serta Laporan penelitian terkait dengan dampak era digitalisasi terhadap sektor ekonomi dan laporan terkait pentingnya digitalisasi pada UKM.

#### **1.7. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini terdiri dari empat bab yang didalamnya terdapat sub-bab sebagai berikut. Bab I berisi Pendahuluan yang terdiri atas Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah (Deskripsi Masalah, Pembatasan Masalah, dan Perumusan Masalah), Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran,

---

<sup>100</sup> Ibid.

Metode Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data. Bab II berisi mengenai Usaha Kecil Menengah di Indonesia yang terdiri dari profil serta tantangan digitalisasi yang menjadi isu internasional. Bagian ini terdiri dari Kondisi UKM (Jumlah UKM, Kontribusi UKM untuk Perekonomian Indonesia, dan Jenis Barang yang ditawarkan UKM Indonesia), Masalah yang dihadapi UKM Indonesia (Masalah pada Sumber Daya Manusia yang Dimiliki, Rendahnya Semangat Berwirausaha, Kurangnya Dana untuk Menjalankan Bisnis UKM), dan Tantangan yang Dihadapi UKM Indonesia (Indonesia sebagai Anggota Masyarakat Ekonomi ASEAN, Indonesia sebagai Anggota dari Perserikatan Bangsa-bangsa, ASEAN Single Window, Surat Keterangan Asal). Bab III berisi mengenai Upaya Pemerintah Mendorong Digitalisasi UKM Tahun 2016-2019 yang terdiri dari Pentingnya Upaya Pemerintah dalam Menghadapi Era Digitalisasi Ekonomi, Kebijakan Kementerian Terkait Digitalisasi UKM (Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Kerjasama Lintas Sektoral), dan Implementasi Program Pemerintah Melalui Upaya Kementerian (Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Kerjasama Lintas Sektoral). Bab IV berisi kesimpulan dan saran terkait dengan penelitian peneliti yang telah dibahas.