

Membangun Industri Kreatif Usaha Umkm Berbasis Literasi Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Pemerintah Kota Tanjungbalai

¹Silfira Ayu Ningsi P, ²Suhairi

¹Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, silfiraayu26@gmail.com

²Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, suhairi@uinsu.ac.id

Abstract

Micro, small and medium enterprises (UMKM) in the national economy have an important and strategic role. (UMKM) also have a strategic role in national economic development, therefore in addition to playing a role in economic growth and employment, they also play a role in the distribution of development results. This study aims to build a creative industry for SMEs based on digital literacy to improve the economy of the Tanjungbalai City government. This research is divided into two parts, the first is to find out how the growth of the creative industry MSME business through digital literacy builds the government economy in Tanjungbalai City and the second is to find out how to build a digital literacy-based creative industry MSME business in Tanjungbalai City. This research method is a research with a quantitative approach. Quantitative research is more focused on the use of numbers which makes it more detailed and clearer.

Keywords MSME, Economy, Business, Go Digital.

Pendahuluan

Kota Tanjungbalai berada di kawasan pantai timur Provinsi Sumatera Utara dan terletak 184 km dari Kota Medan. Wilayah Kota Tanjungbalai dikelilingi oleh Kabupaten Asahan di seluruh sisinya. Secara administratif, Kota Tanjungbalai terbagi menjadi 6 kecamatan yaitu Kecamatan Datuk Bandar, Kecamatan Datuk Bandar Timur, Kecamatan Tanjungbalai Selatan, Kecamatan Tanjungbalai Utara, Kecamatan Sei Tualang Raso, dan Kecamatan Teluk Nibung. Kota Tanjungbalai juga dikenal sebagai Kota Kerang sehingga setiap akhir tahun diadakan Pesta Kerang untuk memperingati hari jadi Kota Tanjungbalai.

Menurut BPS Kota Tanjungbalai Tahun 2020, Jumlah penduduk Kota Tanjungbalai pada tahun 2016 sebanyak 169.084 jiwa yang terdiri dari 85.213 jiwa penduduk laki-laki dan 83.871 jiwa penduduk perempuan dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,24% pada tahun 2015-2016. Kepadatan penduduk di Kota Tanjungbalai pada tahun 2016 yaitu sebesar 2.794 jiwa/km² dengan kecamatan terpadat yaitu Kecamatan Tanjungbalai Utara dengan kepadatan sebesar 20.673 jiwa/km² sedangkan kecamatan dengan kepadatan terendah yaitu Kecamatan Datuk Bandar dengan kepadatan sebesar 1.645 jiwa/km².

Berdasarkan teori di atas Menurut hasil laporan Informasi pelaksanaan program kerja tpakd kota Tanjung Balai 2020Perekonomian Kota Tanjungbalai tahun 2020 jika dibandingkan tahun sebelumnya tumbuh sebesar -0,47 persen. Berdasarkan pendekatan produksi, dua pertumbuhan tertinggi di capai oleh lapangan usaha informasi dan komunikasi sebesar 6,17 persen dan pengadaan listrik dan gas sebesar 3,38 persen. Berdasarkan pendekatan pengeluaran, komponen pengeluaran perubahan

Inventori mencapai pertumbuhan tertinggi yaitu sebesar 19,57 persen, di susul komponen ekspor barang dan jasa sebesar -0,73 persen.

Empat lapangan usaha yang memberi peran dominan terhadap PDRB Kota Tanjungbalai pada Tahun 2020 yaitu, perdagangan besar, eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 22,56 persen, industri pengolahan sebesar 19,59 persen pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar 16,08 serta konstruksi sebesar 15,56 sedangkan dari sisi pengeluaran, komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga (PKRT) memberi kontribusi terbesar yaitu 51,94 persen, menyusul komponen pembentukan modal tetap bruto (PMTB) sebesar 32,20 persen dan komponen ekspor barang dan jasa sebesar 26,19 persen.

Akibat perkembangan baru di bidang digitalisasi tersebut, sikap dan gaya hidup masyarakat berubah menjadi lebih peka dan kritis terhadap setiap perubahan, yang kemudian menciptakan bentuk interkoneksi baru antarpelaku ekonomi yang menjadi semakin kreatif, aktif dan produktif.

Sejalan dengan perubahan tersebut, maka muncul kesadaran terutama di negara-negara maju untuk tidak hanya mengandalkan kekuatan industri semata, melainkan perlu membangun dan mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Salah satu bentuk kesadaran ini yakni berkembangnya ekonomi baru atau yang populer disebut sebagai ekonomi atau industri kreatif. Industri ini dapat diartikan sebagai industri yang mengutamakan bakat, kreativitas, informasi, dan pengetahuan dalam aktivitas operasionalnya

Mempertimbangkan perkembangan digitalisasi keuangan di atas, literasi keuangan (financial literacy) menjadi hal yang mutlak diperlukan. Apalagi literasi keuangan telah memainkan peran yang semakin menonjol dalam reformasi keuangan baik di negara maju maupun negara berkembang, dan digambarkan dalam lingkaran kebijakan global sebagai obat mujarab untuk berbagai krisis keuangan terkini. Peningkatan literasi keuangan telah menjadi isu global dan bahkan mampu memberdayakan konsumen sehingga diyakini akan mendukung upaya stabilitas sistem keuangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan yang lebih inklusif

Landasan Teori

Konsep UMKM Industri Kreatif

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009)

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan

UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Pengertian UMKM Industri Kreatif

UMKM dan industri kreatif memiliki perbedaan makna yang jelas. UMKM merupakan jenis usaha kecil, mikro, dan menengah yang dikelola oleh perseorangan. Tidak hanya oleh perseorangan, jenis usaha yang termasuk di sini juga bisa dikelola oleh badan usaha yang bersifat kecil, mikro, dan menengah. Industri kreatif berarti sebuah industri yang mengarah kepada ide, gagasan, serta intelektual yang kemudian dimanfaatkan untuk membuka lapangan kerja. Industri kreatif berasal dari hasil kreativitas serta keterampilan dari individu. Kreativitas ini kemudian bisa menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan perekonomian. Adapun perbedaan diantaranya yaitu

Perbedaan Skala Usaha

Salah satu perbedaan UMKM dan industri kreatif adalah skala usahanya. UMKM merupakan jenis usaha yang mengarah pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Ada kriteria khusus yang harus dimiliki untuk bisa masuk ke kategori UMKM. Kriteria tersebut adalah jumlah keuntungan yang berskala mikro, kecil, dan menengah. Sementara itu industri kreatif tidak memiliki batas skala usaha mikro, kecil, dan menengah. Industri kreatif bisa dilaksanakan dalam skala besar. Industri kreatif yang berskala mikro, kecil, dan menengah bisa dikategorikan ke UMKM. Namun, tidak semua industri kreatif dapat dimasukkan ke kategori UMKM

Cara Memulai Usaha

Industri kreatif merupakan hasil dari sebuah kreativitas, gagasan, maupun ide baru yang kemudian dikembangkan lebih jauh lagi. Industri kreatif sepenuhnya dimulai dengan adanya ide-ide baru dari seseorang maupun tim. Kreativitas sangat dibutuhkan agar industri ini bisa terus tumbuh dan berkembang semakin besar. Sementara itu UMKM tidak selalu dimulai dari kreativitas. UMKM bisa dimulai dengan menjalankan atau meneruskan ide bisnis yang sebelumnya sudah ada. UMKM tidak selamanya kreatif dengan ide-ide yang baru. Meskipun begitu, pelaku UMKM juga tetap harus memulai usahanya dari awal dan bekerja keras.

Modal Yang Dibutuhkan

UMKM menjadi salah satu jenis pilihan usaha yang bisa dilakukan dengan jumlah modal kecil. Namanya saja usaha mikro, kecil, dan menengah yang artinya membutuhkan modal dalam skala yang tidak besar. Bahkan beberapa pelaku UMKM mengaku sama sekali tidak membutuhkan modal untuk memulai usaha mereka. Sementara itu industri kreatif bisa membutuhkan modal kecil maupun besar. Berbeda dari UMKM, tidak ada aturan yang mengharuskan industri kreatif dimulai dengan modal yang jumlahnya kecil. Bahkan beberapa jenis industri kreatif membutuhkan modal yang besar, sesuai dengan skalanya.

Jangkauan Bidang

Jangkauan bidang UMKM dan industri kreatif juga bisa dikatakan berbeda. UMKM memiliki jangkauan bidang yang cukup luas. Mulai dari UMKM di bidang kuliner, kerajinan, *fashion*, dan lain sebagainya. Sementara itu, jangkauan bidang untuk industri kreatif tidak bisa disamakan meskipun ada juga beberapa bidang yang sama.

Menurut ahli, industri kreatif memiliki jangkauan bidang di antaranya adalah seni, kerajinan, periklanan, arsitektur, desain, film, *fashion*, dan seni pertunjukan. Jangkauan bidang industri kreatif belum tentu bisa dijangkau oleh UMKM. Hal ini disebabkan karakter UMKM terbatas pada usaha mikro, kecil, dan menengah.

Itulah tadi perbedaan UMKM dan industri kreatif. Baik UMKM maupun industri kreatif memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Keduanya sama-sama berperan dalam membangun kemandirian masyarakat Indonesia dalam bidang finansial dan membantu memperluas lapangan kerja.

Tujuan UMKM Industri Kreatif

Adapun tujuan UMKM industri kreatif yaitu untuk melayani pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kemampuan untuk menjalankan usaha kecil dan menengah. (Jebara, 2017), Program ini melatih para peserta untuk menerapkan keterampilan kewirausahaan mereka, mengidentifikasi dan memilih proyek bisnis yang layak atau memperluas usaha yang ada, dan secara hati-hati mempersiapkan proposal perencanaan bisnis untuk di presentasikan ke lembaga-lembaga keuangan.

Adapun tujuan lain dinataranya yaitu :

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkadilán
2. Menumbuhkan dan mengembangkan Kemampuan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjadi sistem usaha yang tangguh dan mandiri
3. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.
4. Untuk dapat mengembangkan UMKM di berbagai daerah di Indonesia maka hal utama yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM menurut Thomas W Zimmerer et al. adalah sebagai berikut.
5. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna untuk mewujudkan cita-citanya.

Memberi peluang melakukan perubahan.

Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai, dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk mengombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dengan sosial dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik.

Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya

Banyak orang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seorang pelaku UMKM atau wirausahawan, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

Memiliki peluang untuk meraih keuntungan

Walaupun pada tahap awal uang bukan daya tarik utama bagi wirausahawan, keuntungan berwirausahawan merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan diantara mereka yang menang menjadi berkecukupan. Hampir 75% yang termasuk dalam daftar orang terkaya (Majalah Forbes) merupakan wirausahawan generasi pertama. Menurut hasil penelitian, Thomas Stanley dan William Danko, pemilik perusahaan sendiri mencapai 2/3 dari jutawan Amerika serika. "Orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar untuk menjadi jutawan daripada orang-orang yang bekerja untuk orang lain (karyawan perusahaan lain).

Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya.

Pengusaha atau pemilik usaha kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati adalah ciri pengusaha kecil. Pemilik menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun. Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis dilingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional adalah merupakan imbalan bagi manajer perusahaan kecil.

Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakan.

Hal yang didasarkan oleh pengusaha kecil atau pemilik perusahaan kecil adalah bahwa kegiatan usaha mereka sesungguhnya bukan kerja. Kebanyakan pelaku UMKM atau kewirausahawan yang berhasil memilih masuk dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka senang bahwa mereka melakukannya.

Faktor- faktor penghambat UMKM Industri Kreatif

Pada umumnya permasalahan yang dihadapi oleh Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM), dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kendala internal dan eksternal. Pengelompokan ini didasarkan pada penelitian terdahulu (Ariawati, 2005, Hafsah, 2004, Rosid, 1998)

Faktor Internal

1. Terbatasnya jumlah modal merupakan kendala utama dalam pengembangan usaha UMKM di Tanjung Balai. Mayoritas pengusaha menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usahanya. Kurangnya permodalan UKM, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.
2. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terbatas Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.
3. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

Faktor Eksternal

1. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif Kebijakan Pemerintah untuk menumbuhkembangkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusahapengusaha kecil dengan pengusaha-pengusaha besar.
2. Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.
3. Sifat Produk Dengan Lifetime Pendek Sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk fasion dan kerajinan dengan lifetime yang pendek.
4. Terbatasnya Akses Pasar Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar nasional maupun internasional.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif, Penelitian kuantitatif lebih befokus pada penggunaan angka-angka yang membuatnya menjadi lebih mendetail dan lebih jelas. Selain itu penggunaan tabel, grafik, dan juga diagram dibilang mudah untuk dibaca. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram, 2008).

Penelitian ini di maksudkan untuk membangun industri kreatif usaha UMKM berbasis literasi digital terhadap peningkatan ekonomi pemerintah Kota Tanjungbalai. Penelitian ini dibagi menjadi dua bagian, yang pertama untuk mengetahui bagaimana pertumbuhan usaha UMKM industri kreatif melalui literasi digital membangun perekonomian pemerintahan di Kota Tanjungbalai yang kedua untuk mengetahui bagaimana membangun usaha UMKM industri kreatif berbasis literasi digital di Kota Tanjungbalai.

Penelitian ini di lakukan di Kota Tanjungbalai dan data yang digunakan berasal dari Badan Pusat Statistik, kantor bagian perekonomian Kota Tanjungbalai.

Hasil Dan Pembahasan

Pertumbuhan Usaha UMKM industri kreatif

Di Era *New Planet* (*New Normal*) sudah banyak UMKM (bisnis atau usaha rumahan) yang menerapkan kebiasaan baru di tengah pandemi *COVID-19* sejak krisis moneter 1998, agar bisnis atau usaha rumahan tetap bertahan secara optimal. Salah satu kebiasaan baru di era *New Planet* untuk bisnis atau usaha rumahan adalah menjalankan usaha dengan trend digitalisasi sehingga beberapa bisnis atau usaha rumahan yang belum menjalankan usaha secara digital harus naik kelas *go digital*.

Tahun 2020, pemerintah Republik Indonesia melalui kementerian koperasi dan UKM mengajak para pelaku bisnis atau usaha rumahan untuk beralih sistem bisnis atau usaha secara online (*go digital*) dengan target 10 juta pelaku UMKM di akhir tahun, hal itu karena UMKM merupakan roda perekonomian Indonesia. Berdasarkan catatan kementerian koperasi dan UKM baru 13% atau 8 juta pelaku UMKM sudah menerapkan penjualan secara digital dan 87% lainnya masih menjalankan usaha secara non digital.

UMKM *go digital* merupakan bisnis atau usaha rumahan yang sistem operasi pemasaran atau penjualan dilakukan melalui internet dengan menggunakan platform digital. UMKM *go digital* bisa disebutkan dengan istilah bisnis atau usaha rumahan online.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era *new planet* banyak platform digital yang sudah melakukan inovasi pemasaran atau penjualan produk dari bisnis atau usaha rumahan yang dilakukan secara online. Hal ini karena platform digital memiliki banyak jaringan yang bisa di akses kepada semua pelanggan di dunia maya atau pengguna internet. Sebelum mengembangkan bisnis atau usaha lebih luas secara online, para pelaku bisnis atau usaha rumahan harus memahami bagaimana cara menggunakan platform digital secara cepat dan tepat untuk produk bisnisnya, bagaimana cara mengatur strategi pemasaran produk secara online, bagaimana supaya lebih cepat beradaptasi bisnisnya dengan trend digitalisasi (trend pemasaran yang dilakukan melalui platform digital) sehingga bisnis atau usaha rumahan mampu berkembang lebih cepat dan bertahan.

Perkembangan Industri Jasa Keuangan dan Akses Keuangan di Kota Tanjungbalai

Untuk Kota Tanjungbalai, Bank yang bersedia memberikan data tentang perkembangan industri jasa keuangan dan akses keuangan hanya Bank Sumut Kota Tanjungbalai mempunyai beberapa produk untuk meningkatkan perkembangan perekonomian diantaranya:

Perluasan Pemanfaatan Pembayaran Digital (QRIS)

Sampai saat ini QRIS terus di perkenalkan ke masyarakat Tanjung balai dan Bank Sumut Cabang Tanjungbalai saat ini sudah mempunyai 20 merchant QRIS

Kredit/Pembayaran Melawan Rentenir (KPMR)

PT. Bank Sumut Cabang Tanjungbalai Untu Triwulan II Mencairkan Kredit/Pembayaran Melawan Rentenir (KPMR) kepada 4 (empat) orang debitur terdiri dari 3 (tiga) orang debitur Kredit Usaha Rakyat dan 1 (satu) orang debitur kredit SIPP

Jumlah Pelajar Yang Menabung

Pertumbuhan jumlah tabungan pelajar masih rendah, pada Bank Sumut Cabang Tanjungbalai untuk Produk Tabungan SIMPEL berjumlah 246 pada triwulan kedua pelajar mengalami pertumbuhan 2 oarang dari 244 pelajar untuk data di Desember 2020. Sedangkan untuk produk Bank Sumut berjenis MARTABE School berjumlah 19 Orang mengalami pertumbuhan 1 pelajar dari data Desember 2020 yang berjumlah 18 pelajar. Jadi total pelajar yang menabung di Bank Sumut sebanyak 265 pelajar.

Perkembangan Perekonomian Kota Tanjungbalai

Perekonomian Kota Tanjungbalai tahun 2020 jika dibandingkan tahun sebelumnya tumbuh sebesar -0,47 persen. Berdasarkan pendekatan produksi, dua pertumbuhan tertinggi di capai oleh lapangan usaha informasi dan komunikasi sebesar 6,17 persen dan pengadaan listrik dan gas sebesar 3,38 persen. Berdasarkan pendekatan pengeluaran, komponen pengeluaran perubahan Inventori mencapai pertumbuhan tertinggi yaitu sebesar 19,57 persen, di susul komponen ekspor barang dan jasa sebesar -0,73 persen. Empat lapangan usaha yang memberi peran dominan terhadap PDRB Kota Tanjungbalai pada Tahun2020 yaitu, perdagangan besar, eceran . reperasi mobil dan sepeda motor sebesar 22,56 persen, industry pengolahan sebesar 19,59 persen pertanian, kehutanan dan perikanan sebesar 16,08 serta konstruksi sebesar 15,56 sedangkan dari sisi pengeluaran, komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga (PKRT) memberi kontribusi terbesar yaitu 51,94 persen, menyusul komponen pembentukan modal tetap bruto (PMTB) sebesar 32,20 persen dan komponen ekspor barang dan jasa sebesar 26,19 persen.

Tabel 1. Perkembangan Perekonomi Kota Tanungbalai

No	Perkembangan Ekonomi	2020
1	Informasi dan Komunikasi	6,17 %
2	Pengadaan listrik dan gas	3,38 %
3	Perubahan inventori	19,57 %
4	Eksport barang dan jasa	0,24 %
5	Konsumsi rumah tangga	0,73 %
6	Perdagangan besar, eceran, reparasi mobil dan sepeda	22,56 %

	motor	
7	Industri pengolahan	19,59 %
8	Pertanian, kehutanan dan perikanan	16,08 %
9	Konstruksi	15,56 %
10	PKRT	51,94 %
11	PMTB	32,20 %
12	Ekspor barang dan jasa	26,19 %

Program Kerja TPAKD Kota Tanjungbalai Tahun 2021

Sebagaimana Arah Kebijakan dan Roadmap TPAKD 2021 – 2025, dan pelaksanaa Rapat Koordinasi Daerah dan *Coaching clinic* TPAKD se-Sumatra Utara di awal Tahun 2021, dengan menyesuaikan terhadap potensi ekonomi dan kebutuhan perluasan akses jasa keuangan, serta arah kebijakan pembangunan di kota Tanjungbalai untuk periode tahun 2021 sebagai berikut:

UMKM Go Digital

Dalam rangka membangun dan mengembangkan dunia usaha khususnya usaha skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) khususnya di era serba digital ini, tidak hanya melalui upaya perluasan akses permodalan, namun juga diperlukan upaya untuk mentransformasi proses bisnis UMKM dari yang sebelumnya berbasis konvensional menjadi berbasis *Go Digital*, sehingga UMKM tersebut memiliki nilai tambah dan semakin berdaya saing.

UMKM Naik Kelas

Beberapa indicator UMKM Naik Kelas yang di pakai yakni peningkatan jumlah UMKM dari *unbankable* menjadi *bankable* yang tampak dari jumlah UMKM yang telah mendapat akses kredit/pembiayaan dan peningkatan realisasi penyaluran kredit / pembiayaan terhadap UMKM di banding total kredit.

Satu Rekening Satu Pelajar (KEJAR)

Berdasarkan data Tahun 2021 jumlah pelajar mulai tingkat SD/Sederajat, SMP/Sederajat hingga SMA/SMK/Sederajat di Kota Tanjungbalai baik dari sekolah/ Satuan Pendidikan Berbasis Konvensinal maupun Syariah adalah sebanyak 44.267 jiwa dengan jumlah Sekolah sebanyak 165 Sekolah/Satuan Pendidikan. Jumlah tersebut menunjukkan besarnya potensi menabung dari kalangan Pelajar di Kota Tanjungbalai dalam mendukung program pembangunan nasional perihal peningkatan indeks inklusi keuangan menjadi sebesar 90% di Tahun 2024 sebagaimana di atur terkhir kali melalui Perpres No.114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI).

Penguatan Kapasitas dan Kinerja TPAKD

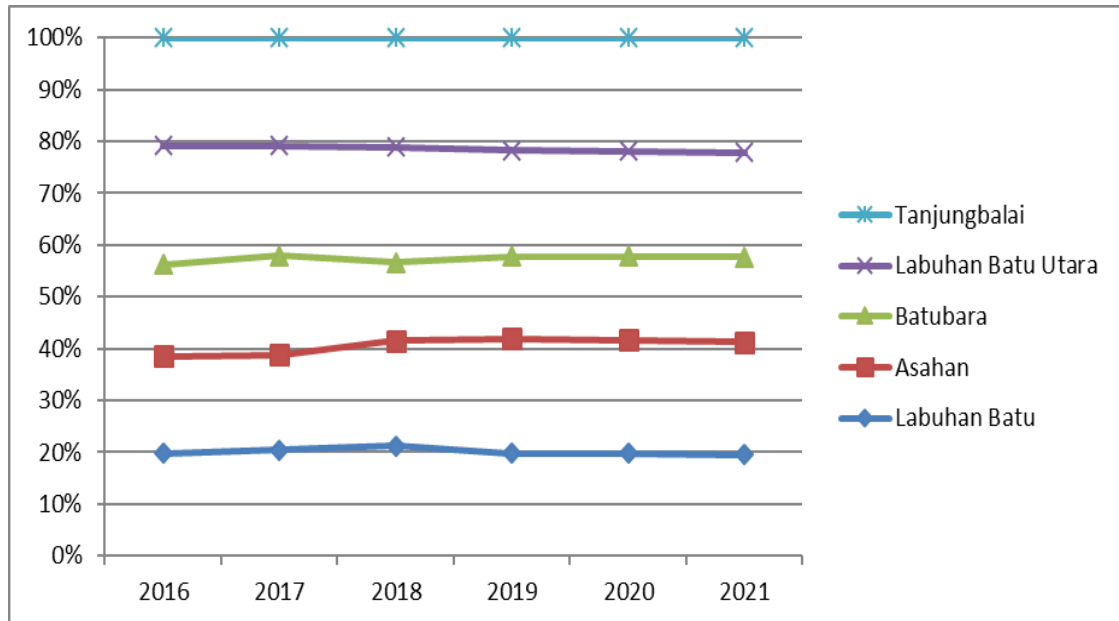
Dalam rangka mengoptimalkan fungsi dan peranan TPAKD, selain melalui inflementasi dan optimalisasi beragam program kerja spesifik kerja tersebut.

Analisis

Krisis global yang terjadi setelah periode 1997-1998 memengaruhi perekonomian Indonesia, tidak terkecuali Tanjungbalai. Krisis ekonomi yang terjadi tahun 2008 berawal dari krisis keuangan Amerika Serikat yang umum disebut istilah subprime

mortgage. Kemudian dilanjutkan dengan krisis global yang terjadi pada tahun 2011 di kawasan Eropa (Eurozone Sovereign debt crisis).

Hampir semua Kabupaten/Kota mengalami dampak dari krisis tersebut tak terkecuali Kota Tanjungbalai. Namun karena faktor fundamental ekonomi Sumatera Utara cukup kuat setelah menghadapi krisis pada tahun 1997-1998, imbas krisis tersebut tidak terlalu signifikan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara. Disamping itu, keberadaan UMK yang mendominasi perekonomian Sumatera Utara turut andil menjaga stabilitas ekonomi nasional. Grafik Pertumbuhan ekonomi Kota Tanjungbalai dan Kabupaten/Kota terdekat 2016-2021.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan ekonomi Kota Tanjungbalai

Jumlah usaha/perusahaan di Tanjungbalai tercatat sebanyak 18.890 usaha/perusahaan. Perkembangan jumlah penduduk dan tumbuhnya usaha modern seperti bisnis online turut memberikan andil meningkatnya aktivitas ekonomi di Tanjungbalai beberapa tahun belakangan.

Di sisi lain, penguatan sendi perekonomian Kota Tanjungbalai juga tidak terlepas dari menguatnya perekonomian pada berbagai aktivitas yang mulai menunjukkan perkembangan cukup pesat. Konstruksi, Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor, Informasi dan Komunikasi, Penyedia Akomodasi dan Makan Minum serta Jasa Lainnya adalah kategori usaha yang belakangan ini menjadi penguat keberlangsungan pertumbuhan ekonomi Kota Tanjungbalai. Capaian pertumbuhan ekonomi kategori tersebut cukup tinggi dan selalu di atas pertumbuhan ekonomi total yang mencapai 5,76 persen pada periode 2010-2016. Hal ini merupakan sebuah prestasi yang cukup mengembirakan untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Kesimpulan dan Saran

Saat ini pengembangan UMKM menjadi salah satu hal penting yang harus Indonesia perhatikan, hal ini bukan hanya menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah tetapi juga untuk masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

UMKM adalah menjadi salah satu aspek penting dalam sistem ekonomi kerakyatan di mana memiliki peranan untuk menghilangkan kesenjangan antar golongan, pengurangan kemiskinan, meningkatkan perekonomian daerah, bahkan memberikan dampak positif pada ketahanan ekonomi nasional. Walaupun, ada beberapa permasalahan yang sering dialami UMKM di Indonesia dan masih menjadi pekerjaan rumah bagi sektor ekonomi. Jika tidak teratasi, maka UMKM yang sedang tumbuh bisa saja kalah bersaing, stagnan, bahkan gulung tikar.

Teknologi berperan untuk membantu para pelaku bisnis seperti mempercepat produktivitas dalam suatu usaha yang tentu saja akan mempengaruhi tingkat pendapatan. Salah satunya dengan sistem ERP, ERP untuk UMKM bisa menjadi pilihan terbaik karena tidak perlu menggunakan perangkat lunak yang terpisah namun bisa langsung terintegrasi dan mempermudah proses bisnis Anda.

Saran

1. Bagi pemerintah, untuk meningkatkan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi, kerja sama antara pemerintah selaku pembuat kebijakan dan masyarakat sebagai pelaku UMKM mutlak diperlukan. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat rancangan program yang mampu mengembangkan potensi maksimal UMKM. Selain itu perbaikan sarana dan prasarana yang berhubungan dengan UMKM juga sangat dibutuhkan. Hendaknya UMKM bukan lagi hanya dijadikan dan dianggap sebagai usaha “sampingan” saja. Karena manfaat dari UMKM dapat berdampak sangat besar. Karena itu, edukasi akan pentingnya kewirausahaan dalam UMKM sangat dibutuhkan.
2. bagi pemerintah daerah diharapkan dapat memfasilitasi UMKM pemula dari segipelatihan kewirausahaan, pelatihan pengembangan usaha, permodalan dan juga dapat membuka pasar skala nasional maupun internasional karena UMKM sendiri dapat membantu mengurangi pengangguran, menciptakan lapangan usaha, memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak yang harus dibayarkan serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah. Kemudian kepada pengusaha UMKM yang memiliki tanah dan bangunan diharapkan seluruhnya mempunyai izin kepemilikan usaha agar usahanya terdata dan dipermudah dalam proses peminjaman modal di awal usaha.

Daftar Pustaka

- Alvin, 2010. *Teori Pembangunan dan Konsep Pertumbuhan Ekonomi* Yogyakarta: Pustaka Pelajar Aisyah (Nurul Fitriana).
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*
- Feni, Imam dan Ainul (2013) Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 1, No. 6, Hal. 1286-1295

- Herwin M (2015) Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika* Volume 14, No. 1, Juni 2015, Hal. 13–24 ISSN 1411-514X (print) / ISSN 2355-7737.
- Justin G. Longenecker, & dkk. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil Buku I*. (2001, Jakarta:Salemba Empat).hal:4
- Kementerian Koperasi dan UMKM, 2012, *Data kontribusi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) tahun 2012*, Jakarta.
- Nugroho, Adi, *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Bandung: Informatika bandung,2013.
- Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu*.Universitas Brawijaya,Malang (Studi Tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Kota Batu)
- Saiman, Leonardus. 2009. *Kewirausahaan Teori, Praktek, dan Kasus-kasus*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Suyanto, M, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*,Yogyakarta: andi. 200.
- Triyono, Budi, *Potret Belanja Online di Indonesia*, (Jakarta: Pusat Data dan Sarana Informatika, 2013.2025, Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Wahyudi, S. (2012). *usaha pengembangan industri kreatif desa Sudirman (2020) Mengembangkan Potensi Ekonomi Masyarakat Melalui UMKM Sebagai Bagian Penguatan Ekonomi Nasional*. repository.ung.ac.id
- Yuli Rahmini Suci. 2017. *Perkembangan UMKM di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol. 6 No. 1 Januari 2017.