



**CIPS**  
Center for Indonesian  
Policy Studies



**Makalah Kebijakan No. 48**

# Reformasi Regulasi untuk Meningkatkan Partisipasi Pengusaha Mikro Perempuan dalam *E-Commerce*

oleh Siti Alifah Dina & Thomas Dewaranu

[www.cips-indonesia.org](http://www.cips-indonesia.org)



Kami berterima kasih kepada Atlas Network atas dukungannya terhadap publikasi ini.

**Ucapan Terima Kasih:**

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Felippa Amanta atas bantuannya dalam penelitian ini.

**Sampul:**

Mikhail Nilov/Pexels.com

---

**Makalah Kebijakan No. 48**  
**Reformasi Regulasi untuk Meningkatkan Partisipasi**  
**Pengusaha Mikro Perempuan dalam *E-Commerce***

**Penulis:**

Siti Alifah Dina & Thomas Dewaranu  
(Center for Indonesian Policy Studies)

Jakarta, Indonesia  
Februari, 2022

Hak Cipta © 2022 oleh Center for Indonesian Policy Studies

## DAFTAR ISI

<b>Daftar Isi</b> .....	5
<b>Daftar Tabel</b> .....	6
<b>Daftar Gambar</b> .....	6
<b>Glosarium</b> .....	7
<b>Ringkasan Eksekutif</b> .....	9
<b>Lanskap Pengusaha Mikro Perempuan di Indonesia</b> .....	11
Motivasi usaha bagi usaha mikro milik perempuan.....	12
Tingkat informalitas dalam usaha mikro milik perempuan.....	14
<b>Tantangan bagi Pengusaha Mikro Perempuan</b> .....	15
Akses terhadap pembiayaan.....	15
Pembagian kerja berbasis gender.....	16
Pengurangan pendapatan akibat pandemi COVID-19.....	16
<b>Mempertahankan Usaha Milik Perempuan Melalui <i>E-Commerce</i></b> .....	18
<b>Analisis Kerangka Regulasi <i>E-Commerce</i></b> .....	24
Izin berusaha pasca-Omnibus Law secara umum:	
rezim perizinan berbasis risiko.....	24
Persyaratan perizinan untuk usaha online.....	26
Isu inklusivitas dalam sistem OSS.....	28
<b>Rekomendasi</b> .....	30
Memperbaiki data UMKM yang terpilah secara gender.....	30
Menambahkan aksi-aksi terkoordinasi yang sensitif gender ke dalam peta jalan dan strategi transformasi digital nasional.....	31
Mengubah Permendag No. 50/2020 untuk membebaskan usaha mikro dari hambatan perizinan untuk berpartisipasi dalam e-commerce.....	31
<b>Referensi</b> .....	33

---

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perizinan berbasis risiko.....	24
Tabel 2. Contoh-contoh penerapan perizinan berbasis risiko.....	25

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pekerja berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan.....	13
Gambar 2. Partisipasi perempuan dalam usaha berdasarkan ukuran usaha.....	13
Gambar 3. Alasan bagi pelaku usaha tidak beralih online.....	20
Gambar 4. Angka buta aksara populasi usia 10 tahun ke atas.....	21
Gambar 5. Proporsi pengguna internet berdasarkan gender.....	21
Gambar 6. Keterampilan komputer dan TI.....	21

---

## GLOSARIUM

### **BAKTI:**

Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi

### **BPS:**

Badan Pusat Statistik

### **ILO:**

Organisasi Buruh Internasional atau *International Labour Organization*

### **Kemen PPPA:**

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak

### **Kemenko Perekonomian:**

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian

### **Kemenkominfo:**

Kementerian Komunikasi dan Informatika

### **KemenKopUKM:**

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

### **Kemenperin:**

Kementerian Perindustrian

### **OECD:**

*Organisation for Economic Co-operation and Development*

### **Permendag No. 50/2020:**

Peraturan Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

### **PP 5/2021:**

Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko

### **SIUPMSE:**

Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

### **SoFIA:**

Survei Akses dan Inklusi Keuangan atau *Survey on Financial Inclusion and Access*

---

### UMK:

Usaha mikro dan kecil

### UMKM:

Usaha mikro, kecil, dan menengah

### UN Women:

*United Nations Women*

### UU Cipta Kerja:

Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja

### UU ITE:

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan perubahannya No. 19 Tahun 2016

### UU Perdagangan:

Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan



## RINGKASAN EKSEKUTIF

Lanskap kewirausahaan Indonesia didominasi oleh usaha-usaha mikro, yang sebagian besar dijalankan secara informal oleh perempuan sebagai pemilik dan/atau pekerja. Mayoritas pengusaha mikro perempuan terdorong untuk berwirausaha karena kebutuhan ekonomi. Masuknya mereka ke pasar informal yang berisiko tinggi turut diakibatkan oleh sedikitnya manfaat yang mereka rasakan dari kepemilikan izin usaha, yang tidak sepadan dengan proses pendaftaran yang panjang dan memakan biaya.

Norma tradisional, peran gender, serta akses yang terbatas terhadap aset dan pendidikan formal secara tidak adil berdampak terhadap para pengusaha mikro perempuan. Pandemi COVID-19 semakin membuat mereka rentan karena pendapatan mereka berkurang dan mereka terpaksa harus melakukan pekerjaan rumah tangga secara ekstra akibat diberlakukannya kebijakan *lockdown* dan pembatasan kegiatan secara fisik.

Ledakan ekonomi digital berpotensi menguntungkan para pengusaha perempuan dengan mengurangi hambatan masuk (*entry barriers*) ke pasar dan merampingkan rantai pasok. Namun, rendahnya kualifikasi pendidikan, literasi komputer dan teknologi informasi, serta adanya norma-norma gender tradisional membentuk hambatan struktural bagi pengusaha-pengusaha perempuan ini yang ingin meningkatkan usahanya melalui *e-commerce*.

Birokrasi yang berlebihan dalam ekonomi digital juga menciptakan hambatan masuk bagi usaha-usaha mikro milik perempuan. Selain perizinan usaha yang bersifat umum, Kementerian Perdagangan (Kemendag) mewajibkan penjual *online* yang memiliki situs web sendiri untuk memiliki izin sesuai dengan Permendag No. 50/2020, diikuti dengan sanksi-sanksi administratif seperti peringatan tertulis, daftar hitam (*blacklist*), dan pemblokiran layanan bagi yang tidak mematuhi. Kendati demikian, masih banyak usaha mikro yang belum mengerti tentang kewajiban perizinan ini. Karena banyak pengusaha mikro yang menganggap perizinan sebagai proses yang panjang dan mahal, persyaratan ini dapat mengurangi minat mereka untuk memasuki pasar digital atau bahkan mendorong mereka menggunakan platform-platform yang tidak aman, yang justru berlawanan dengan upaya pemerintah untuk digitalisasi 30 juta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2023.

Makalah ini mengusulkan tiga reformasi untuk membina dan menjaga keberlanjutan usaha-usaha mikro milik perempuan melalui momentum ledakan digital:

1. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenKopUKM) dan Badan Pusat Statistik (BPS) perlu menyusun data UMKM yang terpilah secara gender (*gender-disaggregated*) sebagai dasar atas upaya yang terkoordinasi antar kementerian dan lembaga pemerintah dalam merancang intervensi yang sensitif terhadap aspek gender. Data yang reliabel memungkinkan pengambil kebijakan untuk menyalurkan sumber daya yang tersedia ke pihak yang paling membutuhkan dan membantu merancang program-program pemberdayaan perempuan yang dapat menghasilkan dampak positif sosial yang tertinggi.

- 
2. Upaya digitalisasi terkoordinasi yang sensitif gender dari kementerian dan lembaga pemerintahan perlu dituangkan secara formal dalam sebuah strategi tingkat nasional seperti Peta Jalan Transformasi Ekonomi Digital 2021-2024 dan Strategi Nasional Ekonomi Digital—yang keduanya sedang digodok oleh pemerintah.
  3. Kemendag sebaiknya merevisi Permendag No. 50/2020 dengan menghapus sanksi-sanksi administratif untuk usaha *online* informal dan membebaskan usaha-usaha mikro yang memiliki situs web sendiri dari kewajiban memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE) yang dapat menghalangi mereka beralih ke pasar *online*. Sebagai alternatif, SIUPMSE untuk usaha mikro masih bisa diberlakukan, namun sebagai izin yang sifatnya tidak wajib. Misalnya, Kemendag dapat memberikan insentif dalam bentuk pemberian 'label' terdaftar atau tersertifikasi bagi usaha-usaha mikro yang bersedia mendapatkan SIUPMSE untuk membantu membangun merek (*branding*) digital mereka.

Reformasi-reformasi ini akan menciptakan lebih banyak usaha mikro yang berdaya, khususnya milik perempuan, untuk mengambil manfaat dari ekonomi digital.

# LANSKAP PENGUSAHA MIKRO PEREMPUAN DI INDONESIA

Usaha mikro<sup>1</sup> memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan di Indonesia karena kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan konsumsi barang-barang dan produk-produk antara. Jumlahnya diperkirakan mencapai 64,6 juta unit usaha, yang adalah 98% dari jumlah total usaha yang ada di Indonesia pada tahun 2019 (KemenKopUKM, 2020). Usaha mikro menjadi sumber penghidupan 109,8 juta rakyat Indonesia pada tahun 2019, atau sekitar 59% dari total populasi usia produktif (15–64 tahun) (KemenKopUKM, 2020)<sup>2</sup>. Meski berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian Indonesia, sebagian besar usaha mikro masih beroperasi secara informal dan terhambat oleh rendahnya produktivitas dan terbatasnya akses terhadap modal.<sup>3</sup>

Terbatasnya data yang terpilah secara gender (*gender-disaggregated data*) terkait usaha mikro di Indonesia membuat sulit untuk mengetahui proporsi perempuan yang memiliki atau bekerja di usaha mikro. Data yang tersedia untuk publik dari KemenKopUKM tidak memberikan angka yang terpilah secara gender. Sejumlah estimasi dari berbagai studi, seperti Japhta *et al.* (2016, hlm. 7), Wei (2018, hlm. 5), dan Dea (2019, hlm. 8) menunjukkan bahwa jumlah perempuan yang memiliki<sup>4</sup> atau bekerja di usaha mikro cukup besar, namun estimasi-estimasi ini cukup bervariasi. Seno-Alday dan Bourne (2017, hlm. 3) memperkirakan bahwa, pada tahun 2015, jumlah usaha mikro milik perempuan mencapai 24,7 juta, sedangkan jumlah usaha mikro milik laki-laki mencapai 32,4 juta. Estimasi ini berbeda dengan, misalnya, estimasi dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA) yang mencatat bahwa jumlah usaha mikro milik perempuan mencapai 13,3 juta (Bank Dunia, 2016). Yang jelas, partisipasi perempuan dalam usaha mikro sangatlah signifikan. Hal ini membuat penting bagi kita untuk memahami berbagai karakteristik, tantangan, dan peluang perempuan dalam usaha mikro.

<sup>1</sup> Peraturan Pemerintah (PP) No. 7/2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha yang memenuhi setidaknya satu kriteria berikut ini: (1) memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak IDR 1 miliar (sekitar USD 68.336,21), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; ATAU (2) memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak IDR 2 miliar (sekitar USD 136.672,44). Meski makalah ini menggunakan definisi usaha mikro dari PP No. 7/2021, banyak studi terdahulu dan data dalam makalah ini yang mengacu pada batasan maksimal modal dan hasil penjualan yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 20/2008 yang kini telah diubah. Sehingga, jumlah usaha yang termasuk dalam kategori usaha mikro menjadi semakin banyak.

<sup>2</sup> Populasi usia produktif merujuk pada data Bank Dunia. Dapat diakses di <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.1564.TO?locations=ID>

<sup>3</sup> Data dari Sensus Ekonomi Nasional 2016 menemukan bahwa hanya ada 4,3% dari keseluruhan usaha mikro non-pertanian di Indonesia yang terdaftar (Bank Dunia, 2021).

<sup>4</sup> Usaha milik perempuan didefinisikan sebagai sebuah usaha yang lebih dari 50% kepemilikannya dimiliki oleh satu atau lebih perempuan; atau setidaknya 20% kepemilikannya dimiliki oleh satu atau lebih perempuan, dan setidaknya salah satunya adalah CEO/COO; atau 30% dari dewan direksinya adalah perempuan (Japhta *et al.*, 2016, hlm. 2).

## Motivasi usaha bagi usaha mikro milik perempuan

Usaha mikro dapat dibagi ke dalam dua kategori, inovatif atau subsisten (Bhasin & Venkataramany, 2010, hlm. 97; Berner *et al.*, 2012, hlm. 387–388; Valerio *et al.*, 2014, hlm. 18–19; Tambunan, 2019, hlm. 3). Kelompok yang pertama adalah para pengusaha yang termotivasi oleh peluang (*opportunity-driven*), yang investasinya didedikasikan untuk memanfaatkan peluang pasar dan mengumpulkan modal melalui ekspansi bisnis. Sedangkan, kelompok yang kedua sering dilabeli sebagai pengusaha “karena kebutuhan” (*necessity-driven*) atau “subsisten”. Mereka terjun ke dunia usaha untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Para pengusaha subsisten di Indonesia meliputi pemilik toko atau warung kecil dengan pendapatan kotor harian sekitar IDR 50.000 (sekitar USD 3,50)—hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pada hari tersebut. Kedua kelompok ini memiliki tujuan yang berbeda secara fundamental, sehingga menghadapi tantangan-tantangan dan membutuhkan intervensi yang berbeda juga. Dukungan dalam berusaha sangat cocok untuk para pengusaha yang didorong oleh peluang, tetapi bagi para pengusaha subsisten, kemiskinan struktural menjadi permasalahan yang harus diatasi (Bank Dunia, 2016).

Peran sosial tradisional menjadi masalah bagi para pengusaha subsisten perempuan karena menghalangi mereka memasuki lapangan kerja formal dan mendorong mereka berwirausaha.

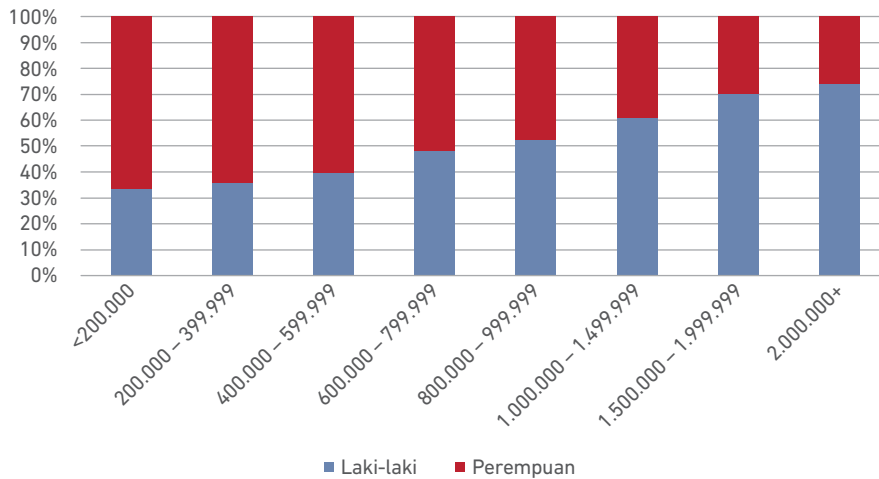
Survei di 65 negara, termasuk Indonesia, oleh *Global Entrepreneurship Monitor* menunjukkan bahwa pengusaha perempuan memiliki kemungkinan 20% lebih besar daripada laki-laki untuk menjadi pengusaha karena kebutuhan (Kelley, *et al.* 2016). Grup Bank Dunia (2016, hlm. 15) juga menemukan bahwa mayoritas pengusaha perempuan di Indonesia membuka usaha karena kebutuhan.

Peran sosial tradisional menjadi masalah utama bagi para perempuan pengusaha subsisten karena menghalangi mereka memasuki lapangan kerja formal dan mendorong mereka berwirausaha (Hallward-Drimeier, 2013; Grup Bank Dunia, 2016). Kercheval *et al.* (2013) berpendapat bahwa peran-peran tradisional dalam pekerjaan rumah tangga membingkai karir formal sebagai sesuatu yang tidak sesuai dengan peran seorang istri atau ibu. Hal ini dapat mendorong para perempuan yang memiliki peran utama sebagai istri atau ibu untuk memulai usaha kecil dari rumah, yang memungkinkan mereka menyeimbangkan kedua peran tersebut secara lebih mudah dibandingkan apabila mereka bekerja secara formal dan harus pergi ke tempat kerja.

Dibandingkan tenaga kerja formal, kewirausahaan mikro memiliki hambatan masuk yang relatif rendah. Sertifikasi dan kualifikasi formal tidak dibutuhkan dalam memulai sebuah usaha mikro. Hal ini membuat usaha mikro menjadi alternatif yang lebih mungkin dijalankan oleh kelompok-kelompok rentan seperti para perempuan dengan pendapatan dan tingkat pendidikan rendah (Berner *et al.*, 2012, hlm. 385; Tambunan, 2019, hlm. 4). Hal ini nyata terjadi khususnya di Indonesia, dimana sekitar 45% dan 44% perempuan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), secara berturut-turut, berasal dari rumah tangga berpendapatan dan berpendidikan rendah. (Tambunan, 2017, hlm. 96).

Perempuan juga terkonsentrasi di sektor-sektor berpendapatan rendah dan kurang terwakili di sektor-sektor berpendapatan tinggi, seperti diilustrasikan dalam Gambar 1. Karena harus tunduk kepada peraturan-peraturan perburuhan seperti upah minimum, pekerjaan formal cenderung menghasilkan lebih banyak uang daripada pekerjaan informal. Banyaknya perempuan dalam kelompok berpendapatan rendah dapat menjadi indikasi bahwa perempuan lebih banyak bekerja di sektor informal—termasuk di usaha-usaha mikro informal.

**Gambar 1.**  
Pekerja berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan

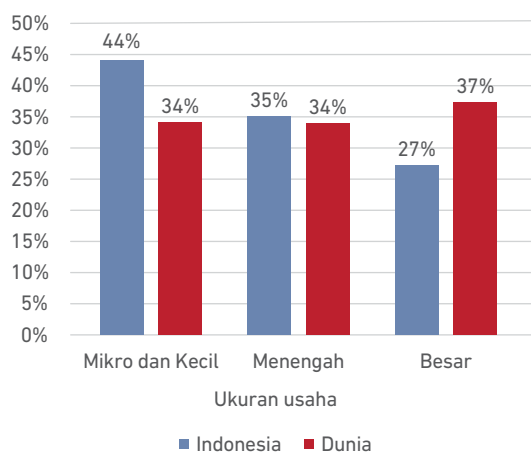


Sumber: Badan Pusat Statistik (2020b)

'Pekerja' terdiri atas buruh/karyawan/pegawai dan pekerja bebas di sektor formal dan informal, pertanian dan non-pertanian.

Pengusaha perempuan subsisten dihadapkan dengan lebih banyak tantangan dalam meningkatkan pendapatan dan cenderung bertahan di satu lini usaha yang sama (Grup Bank Dunia, 2016), serta kemungkinan minim aspirasi untuk mengembangkan usaha mereka. Japhta *et al.* (2016, hlm. 32) menemukan bahwa, meskipun pengusaha laki-laki maupun perempuan di Indonesia utamanya menjalankan usaha untuk menghasilkan pemasukan, hanya ada 13% dari pengusaha perempuan yang didorong oleh motivasi untuk 'memiliki karir yang sukses'—7 poin persentase lebih rendah dari pengusaha laki-laki (20%) yang berpikir demikian. Dalam jangka panjang, hal ini dapat memengaruhi pengambilan keputusan strategis dan pertumbuhan usaha. Survei Usaha di Indonesia (*Indonesia Enterprises Survey*) oleh Grup Bank Dunia (2009) menemukan bahwa semakin besar ukuran suatu usaha, semakin kecil kemungkinannya dimiliki oleh perempuan (Gambar 2). Potensi yang belum tersentuh dari usaha-usaha ini tidak hanya dapat menyokong para pengusaha perempuan, tetapi juga perekonomian Indonesia.

**Gambar 2.**  
Partisipasi perempuan dalam usaha berdasarkan ukuran usaha



Sumber: World Bank Indonesia Enterprise Survey (2009)

## Tingkat informalitas dalam usaha milik perempuan

Data dari Sensus Ekonomi 2016 menemukan bahwa sebagian besar usaha di Indonesia adalah usaha informal (Bank Dunia, 2021). Semakin kecil ukuran usahanya, semakin kecil pula kemungkinannya untuk terdaftar. Mayoritas usaha non-pertanian menengah dan besar adalah usaha terdaftar (81% dan 94%, secara berturut-turut). Sebagai perbandingan, hanya ada 4% usaha mikro dan 17% usaha kecil yang beroperasi secara formal. Usaha-usaha milik perempuan juga sebagian besar beroperasi secara informal (Berner *et al.*, 2012, hlm. 387–388; Japhta *et al.*, 2016, hlm. 12).

Ada setidaknya tiga model yang menjelaskan mengapa banyak usaha memilih untuk tetap beroperasi secara informal (Rothenberg *et al.*, 2016). Model *exclusion* menyatakan bahwa peraturan dan biaya kepatuhan yang memberatkan mendorong informalitas, sedangkan model *rational exit* berpendapat bahwa biaya yang dibutuhkan untuk formalisasi usaha melebihi manfaatnya. Model *dual economy* menekankan bahwa ekonomi informal melayani pasar dan konsumen yang

“Usaha mikro informal mudah untuk dimulai atau diikuti, dan dapat menjadi solusi jangka pendek di masa-masa yang sulit. Namun, dalam jangka panjang, usaha mikro kerap dihadapkan dengan produktivitas yang rendah dan kecilnya kemungkinan untuk beralih ke lini usaha yang lebih menguntungkan.”

berbeda dengan pasar dan konsumen usaha formal. Ekonomi informal juga bisa menjadi indikasi tumbuhnya kemiskinan. Ketiga model ini berlaku dalam sektor informal yang besar di Indonesia. Japhta *et al.*, (2016, hlm. 12) menemukan bahwa kurangnya insentif untuk mendaftarkan usaha memperburuk kompleksnya proses perizinan, sehingga mengurangi minat pelaku usaha untuk mengajukan permohonan izin berusaha.

Usaha mikro informal mudah untuk dimulai atau diikuti, dan dapat menjadi solusi jangka pendek di masa-masa yang sulit. Namun, dalam jangka panjang, usaha mikro kerap dihadapkan dengan produktivitas yang rendah dan kecilnya kemungkinan untuk beralih ke lini usaha yang lebih menguntungkan. Kecilnya laba yang didapatkan ketika beralih dari usaha mikro menjadi usaha kecil atau menengah juga menghambat pertumbuhan dan formalisasi. Selain itu, usaha besar lebih berkemungkinan

menerima bantuan pemerintah dibandingkan usaha kecil dan menengah. Ketika pandemi COVID-19 melanda, misalnya, perusahaan-perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menerima insentif dan bantuan kredit dari pemerintah (Bank Dunia, 2021).

Di samping tantangan-tantangan yang dihadapi oleh para perempuan sebagai pemilik usaha, penyampaian bantuan untuk perempuan secara umum juga memiliki beberapa kelemahan. Sejumlah jenis bantuan sosial tertentu (seperti bantuan tunai) ternyata lebih berhasil menjangkau kaum laki-laki daripada perempuan (UN Women 2020, hlm. 14–16), padahal dampak negatif pandemi yang sebenarnya secara tidak seimbang lebih memengaruhi para perempuan. Pemberdayaan ekonomi perempuan merupakan hal yang krusial dalam pemulihan ekonomi Indonesia pasca-COVID-19 (UN Women, 2020a; Bank Dunia, 2021), begitu pula dengan kerangka regulasi yang mencakup berbagai tantangan dan dukungan atas kebutuhan para pengusaha perempuan.

---

## TANTANGAN BAGI PENGUSAHA MIKRO PEREMPUAN

Pengusaha-pengusaha mikro perempuan di Indonesia kerap menghadapi keterbatasan akses terhadap pinjaman bank, penghasilan di bawah standar penghidupan, dan ketiadaan perlindungan sosial. Tantangan-tantangan ini memang tidak hanya dihadapi oleh perempuan, namun, bagi perempuan, hal ini diperburuk dengan dengan keterbatasan akses terhadap aset, tingkat pendidikan yang rendah, dan norma budaya yang secara tidak proporsional memengaruhi perempuan.

### Akses terhadap pembiayaan

Rumah tangga miskin memerlukan akses terhadap jasa pembiayaan untuk modal memulai dan mengembangkan usaha. Sayangnya, akses pembiayaan untuk perempuan terkadang masih sangat terbatas. Rendahnya tingkat pendidikan memberikan dampak negatif terhadap perempuan dalam mengakses kredit bank (SoFIA, 2017). Pemberi pinjaman beranggapan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat memberikan penghasilan yang lebih tinggi pula. Meskipun bank tidak serta merta mengabaikan calon peminjam yang berpendidikan rendah, asumsi ini bisa membatasi akses terhadap kredit.

Pendidikan rendah dan keterbatasan pengetahuan mengenai kredit bank juga memengaruhi peminjam karena kredit formal bisa menjadi sesuatu yang mengintimidasi bagi calon peminjam. Beberapa calon peminjam tidak mengerti bagaimana kredit dapat membantu bisnis mereka (SoFIA, 2017; Dea, 2019). Hal ini dapat membantu menjelaskan mengapa kurang lebih 60% UMKM Indonesia belum mempunyai akses pembiayaan dari bank (Bank Indonesia, hlm. 1). Mayoritas UMKM jarang memiliki rekening bank sendiri karena mereka mengasosiasikan tabungan bank dengan setoran bernilai besar dan untuk kepentingan jangka panjang daripada setoran harian yang bernilai lebih kecil, yang lebih mungkin dilakukan dengan tingkat pendapatan mereka.

Wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap 95 pelaku usaha mikro perempuan di Wonosobo, Jawa Tengah mengonfirmasi bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh. Kurangnya akses modal usaha merupakan tantangan utama dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha yang dijalankan oleh 55% responden. Tantangan lain yang umum dihadapi adalah ketakutan memiliki utang kepada lembaga keuangan.

UMKM dengan skala kecil seringkali tidak memiliki cukup jaminan, sehingga membuat bank menjadi lebih enggan memperpanjang kredit yang dibutuhkan untuk suntikan modal UMKM (Arsana & Alibhai, 2016, hlm. 46; Tambunan, 2019, hlm. 11). Masalah ini menjadi semakin runyam bagi perempuan sebagai kelompok yang memiliki aset lebih sedikit sebagai konsekuensi dari norma gender yang tradisional di Indonesia. Studi yang dilakukan oleh SoFIA (2017, hlm. 13–15) di empat provinsi Indonesia (Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Selatan, dan Jawa Timur) menemukan bahwa kelompok masyarakat yang paling memiliki sedikit aset adalah perempuan. Hal ini juga berlaku dalam hal kepemilikan tanah—hanya 19% perempuan memiliki sertifikat tanah dengan namanya sendiri, sedangkan bagi kaum laki-laki adalah sebanyak 26%.

Banyak perempuan yang menggunakan nama suaminya untuk aset yang dimilikinya (SoFIA, 2017, hlm. 15; Arsana & Alibhai, 2016, hlm. 32; Wei, 2018, hlm. 8). Bahkan ketika mereka memiliki sertifikat tanah atas namanya sendiri, belum tentu yang bersangkutan memiliki kekuasaan penuh atas penggunaan asetnya. Suami kerap memiliki posisi primer sebagai pengambil keputusan dalam rumah tangga, dan izin suami merupakan syarat wajib dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan aset tetap keluarga yang bernilai (Wei, 2018, hlm. 8; Japhta, 2016, hlm. 63). Bahkan ketika perempuan memiliki peran aktif dan kontribusi ekonomi dalam rumah tangga, norma gender dominan yang disematkan kepada laki-laki dalam pencarian pendapatan rumah tangga dan penempatan perempuan pada urusan rumah tangga secara tidak proporsional merugikan perempuan.

## Pembagian pekerjaan berbasis gender

Dinamika kuasa dalam rumah tangga yang tidak setara juga berdampak terhadap keberlanjutan usaha milik perempuan. Ketika perempuan diharapkan untuk mengurus sebagian besar pekerjaan rumah tangga terlepas kontribusinya terhadap perekonomian keluarganya, mereka seringkali tidak punya waktu yang cukup untuk mengembangkan usahanya. Meskipun situasi

Perempuan dirugikan secara tidak proporsional dalam situasi pandemi, sebab bekerja dari rumah berarti menambah tanggung jawab pekerjaan rumah tangga dan mengurus anggota keluarga—keduanya merupakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab perempuan menurut kacamata norma gender tradisional

ini berpengaruh pula terhadap pengusaha perempuan yang menjalankan usaha karena kesempatan (*opportunity-driven*), usaha subsisten milik perempuan lebih merasakan dampaknya. Sebab, tanpa tanggung jawab rumah tangga pun, sulit bagi mereka untuk mengembangkan usahanya. Sebuah studi dari *Independent Research & Advisory Indonesia* (IRAI) menemukan bahwa 42% responden yang memulai usahanya sebagai penambah penghasilan suaminya biasanya mudah puas dan cenderung untuk bertahan di ukuran mikro (Wei, 2018). Mereka biasanya enggan mengembangkan usahanya dan lebih memilih membatasinya dalam lingkup keluarga.

Perempuan dirugikan secara tidak proporsional dalam situasi pandemi, sebab bekerja dari rumah berarti menambah tanggung jawab pekerjaan rumah tangga dan mengurus anggota keluarga—keduanya merupakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab perempuan menurut kacamata norma gender tradisional (Power, 2020, hlm. 68–69). Selagi mencari jalan keluar dari pendapatan yang berkurang, pengusaha mikro perempuan juga harus mengerjakan pekerjaan tambahan mengurus keluarga. Beberapa ibu tunggal yang juga merupakan pengusaha mikro dan kecil dilaporkan telah terpaksa mengurangi pengeluaran untuk makan, pakaian, dan kebutuhan tersier akibat dampak pandemi (UN Women, 2020b, hlm. 16).

## Pengurangan pendapatan akibat pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 telah menambah tantangan bagi para pengusaha mikro tradisional dan semakin menunjukkan kerentanan di sektor ekonomi informal. Karena masyarakat menghabiskan sebagian besar waktu di rumah akibat adanya kebijakan pembatasan kegiatan,



---

permintaan (dan oleh karenanya, pendapatan) atas produksi usaha mikro dan kecil (UMK) berkurang, mengakibatkan pembiayaan ongkos operasional menjadi sulit (Badan Pusat Statistik, 2020b, hlm. 10). Survei Badan Pusat Statistik (2020b, hlm. 8) terhadap 34.559 responden pada bulan Juli menemukan bahwa 84% UMK mengalami penurunan pemasukan. Hasil survei UN Women (2020b, hlm. 9) terhadap pengusaha UMK juga mendukung temuan tersebut. Ketiadaan tunjangan pekerjaan dan perlindungan sosial turut memperburuk situasi ini.

Pengusaha perempuan informal juga acap kali dikecualikan dari program dukungan bersyarat (*means-tested benefits*) dari pemerintah, baik karena basis data penerima yang tidak diperbarui maupun karena kurangnya kesadaran akan program ini. Misalnya, paket stimulus COVID-19 dari pemerintah seperti bantuan tunai, perlindungan sosial, dan kredit modal kerja untuk UMK dilaporkan lebih dapat menjangkau laki-laki daripada perempuan. Survei yang dilakukan UN Women (2020, hlm. 14–16) terhadap 1.865 UMK menemukan bahwa 81% UMK informal milik perempuan tidak menerima program-program tersebut. Hanya 11% perempuan menerima bantuan melalui program perlindungan sosial—dua poin persentase lebih rendah dari yang diterima laki-laki. Berdasarkan bukti anekdot dari wawancara yang dilakukan oleh penulis, ada beberapa alasan yang mungkin menyebabkan hal ini terjadi. Seorang narasumber mengatakan bahwa ia tidak mengetahui adanya program ini, sedangkan narasumber lain mengatakan bahwa meskipun ia mengetahui adanya program ini, ia merasa tidak memenuhi syarat—meskipun berdasarkan pendapatan rumah tangganya ia seharusnya memenuhi syarat sebagai penerima bantuan (lihat Kotak 1 dan Kotak 2 pada Bagian 3 dan Bagian 4).

## MEMPERTAHANKAN USAHA MILIK PEREMPUAN MELALUI *E-COMMERCE*

Digitalisasi usaha atau menggunakan internet untuk menjual dan/atau memasarkan produk dikenal luas sebagai kegiatan *e-commerce* (perdagangan melalui sistem elektronik) dan menjadi sebuah strategi untuk menjaga keberlanjutan usaha di masa pandemi. *E-commerce* tidak termasuk pesanan-pesanan yang dibuat melalui jaringan telepon, faksimile, atau pesanan manual melalui surat elektronik, namun meliputi transaksi di pasar *online* dan media sosial.<sup>5</sup>

*E-commerce* dapat secara spesifik menguntungkan para pengusaha perempuan dengan modal dan waktu yang terbatas (Theis & Rusconi, 2019, hlm. 4; UN Women, 2020b, hlm. 12). Pasar *online* menyediakan akses yang cepat terhadap pasar yang langsung menghubungkan konsumen dan produsen tanpa membutuhkan modal untuk membangun toko secara fisik, sembari meminimalkan biaya transaksi dan inefisiensi rantai pasok. Penjual bisa berkoordinasi dengan pemasok dan konsumen kapan saja dan mengantarkan produk pesanan menggunakan jasa kurir. Menurut Badan Pusat Statistik (2020e, hlm. 15), empat dari lima pengusaha yang memasarkan produknya secara *online* mengalami peningkatan penjualan.

Pengusaha mikro perempuan bisa menerima masukan secara langsung dari konsumen dan membangun komunitas *online* untuk bertukar pengetahuan. Tak hanya itu, sistem administrasi yang terdigitalisasi (seperti rekaman transaksi dan saldo rekening online) pada layanan *e-commerce* juga mengurangi ongkos usaha. Penjual juga dapat menjalankan usahanya dari rumah, yang menjadi penting khususnya bagi pengusaha perempuan yang membutuhkan fleksibilitas tersebut untuk tetap berjualan di samping mengerjakan tanggung jawabnya mengurus keluarga.

Dari segi penawaran, platform *online* mengoreksi informasi yang asimetris dan menghilangkan tahap yang tidak diperlukan dalam rantai pasok, sehingga meminimalkan biaya transaksi. Warung-warung kecil, atau kios yang menjual barang-barang konsumen yang bergerak cepat (*fast-moving consumer goods*), di Bekasi atau pinggiran Jakarta kini memiliki akses pasar yang lebih baik dan luas dan bisa dengan mudah membandingkan harga-harga secara *online* (Adiwibowo *et al.*, 2019, hlm. 610). Manfaat *e-commerce* tersebut memberikan kesempatan bagi warung-warung untuk berkompetisi dengan waralaba minimarket modern.

Dari segi permintaan, adopsi penggunaan internet yang cepat oleh masyarakat Indonesia berjalan beriringan dengan kebiasaan berbelanja mereka. Transaksi *e-commerce* pada tahun 2020 menghasilkan nilai barang dagangan bruto sebesar USD 32 miliar, bertambah 54% dari tahun 2019. Terdapat peningkatan sebesar 37% dalam jumlah konsumen digital,<sup>6</sup> yang 97% di antaranya diperkirakan terus menggunakan layanan digital setelah pandemi selesai (Google *et*

<sup>5</sup> Jenis lain *e-commerce* adalah "*social commerce* (perdagangan sosial)", yakni gabungan media sosial dengan platform *e-commerce*, pembayaran digital, dan platform layanan pengiriman (Theis & Rusconi, 2019, hlm. 4).

<sup>6</sup> Pengguna baru layanan digital: konsumen yang awalnya tidak berbelanja/mendaftar/berlangganan layanan digital, namun jadi melakukan hal tersebut karena diberlakukannya kebijakan *lockdown*. Jumlah total responden adalah 2.762 orang.

al., 2020, hlm. 15). Badan Pusat Statistik (2020d, hlm. 19) juga menemukan bahwa 42% rumah tangga di Indonesia terlibat lebih banyak dalam transaksi *e-commerce* selama Maret 2020. Sektor senilai \$44 miliar ini diperkirakan mengalami presentase pertumbuhan sampai dua digit untuk beberapa tahun ke depan—dan usaha mikro akan diuntungkan dari hal ini.

### Kotak 1

#### Dampak Positif Tidak Terduga dari Pandemi pada Usaha Mikro Milik Perempuan di Daerah Perkotaan

Andini (2020) adalah pengusaha mikro *online* berusia akhir 20-an tahun yang bertempat tinggal di Jakarta. Ia telah menjual daging beku selama setahun melalui pasar *online* dan media sosial. Sebelum menjadi seorang pengusaha, ia adalah karyawan sebuah perusahaan swasta. Kini, ia fokus membangun usahanya sambil mengurus ketiga anggota keluarganya. Suaminya bekerja di sektor formal dan tidak terlibat dalam usahanya.

Ketika kebijakan pembatasan jarak fisik pertama kali diterapkan, penjualan Andini meningkat, namun mulai kembali normal seiring bertambahnya jumlah kompetitor. Secara keseluruhan, penjualannya telah meningkat selama pandemi karena masyarakat telah beralih belanja secara *online* dan memilih memasak di rumah. Andini berencana melanjutkan menjual daging tak hanya melalui pasar *online*, tetapi juga sebagai penyuplai bagi hotel atau restoran. Ia juga berharap dapat memiliki restoran barbekunya sendiri.

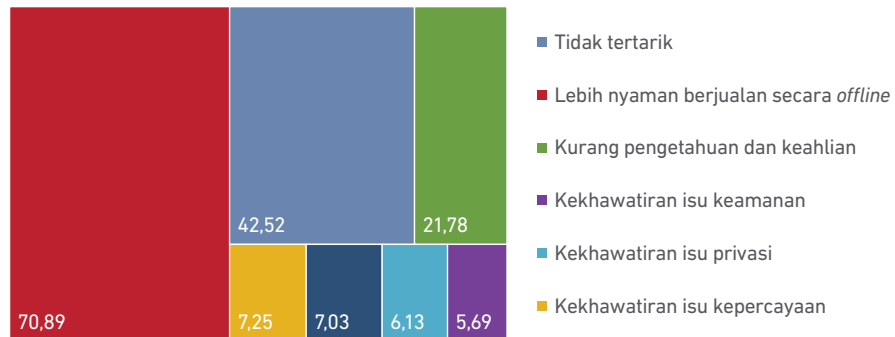
Melalui situs web *Online Single Submission* (OSS), Andini mendapatkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) untuk usaha mikronya. Meskipun prosesnya sederhana, izin tersebut membutuhkan dokumen-dokumen yang perlu dilegalisasi oleh notaris yang membutuhkan biaya besar. Ia sadar pentingnya legalitas tersebut karena ia menjual makanan dan ia paham bahwa izin akan mempermudah aksesnya terhadap kredit bank.

Ia tidak tahu mengenai program pelatihan atau bantuan tunai dari pemerintah untuk pengusaha mikro.

Sumber: Wawancara yang dilakukan oleh penulis.

Badan Pusat Statistik (2020f) mencatat bahwa sebagian besar pedagang *online* pada tahun 2020 adalah pedagang informal dan merupakan usaha dengan pendapatan kurang dari IDR 300 juta, yang menempatkan mereka dalam kategori usaha mikro. Akan tetapi, ketika jumlah pedagang *online* dibandingkan dengan total jumlah usaha yang ada, proporsi usaha *online* masih tergolong minor, terlepas dari manfaat *e-commerce* untuk segmen ekonomi tersebut. Sebelum pandemi, Badan Pusat Statistik (2019b) mencatat bahwa hanya ada 15% usaha yang menggunakan platform *online* untuk menjual produknya. Beberapa alasan yang membuat usaha lainnya belum menggunakan platform *online* adalah “tidak tertarik” atau “merasa lebih nyaman menjual secara *offline*”, kekurangan pengetahuan dan keterampilan dalam hal *e-commerce*, dan kekhawatiran akan isu privasi, keamanan, kepercayaan, dan hal-hal teknis (Gambar 5). Sayangnya, tidak ada data yang terpilah secara gender terkait penggunaan *e-commerce* oleh usaha mikro.

**Gambar 3.**  
**Alasan-alasan usaha tidak beralih *online***



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019b)

Pertanyaan ini diberikan kepada usaha-usaha *offline*. Persentase menunjukkan proporsi usaha yang memberikan setiap opsi sebagai jawaban.

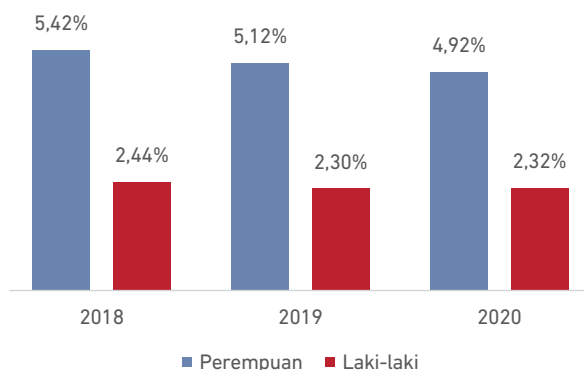
Selama pandemi, semakin banyak UMK di Indonesia yang menyadari potensi usahanya apabila beralih ke pasar *online*, sering kali karena alasan kebutuhan akibat adanya pembatasan mobilitas. Dari Maret–Juni 2020, jumlah UMK yang menjadi mitra<sup>7</sup> Go-jek<sup>8</sup> dan menggunakan platform tersebut untuk menjual makanan dan minuman secara *online* mengalami peningkatan sebesar 41% (Walandouw *et al.*, 2020, hlm. 5). Peningkatan yang serupa juga dapat dilihat pada Grab, penyedia aplikasi super lainnya, yang menyambut 350.000 UMKM baru pada tahun 2020 (Grab, 2020).

Terlepas dari potensi-potensi keuntungan digitalisasi bagi para pengusaha perempuan, transisi menuju *e-commerce* dapat menjadi sesuatu yang sulit. Untuk memanfaatkan ledakan digital dalam perekonomian Indonesia, dibutuhkan familiaritas dan pengetahuan dasar tentang internet, yang juga berkorelasi dengan latar belakang pendidikan dan literasi. Ada lebih banyak perempuan (4%) dibandingkan laki-laki (2%) berusia 15 tahun ke atas yang tidak pernah mengemban pendidikan (Badan Pusat Statistik, 2019c). Tingkat pendidikan formal berkorelasi positif dengan penggunaan internet di Indonesia. Proyek Survei Nasional Indonesia (*Indonesia National Survey Project*) 2017 oleh ISEAS menyoroiti bahwa internet digunakan oleh 84% responden berpendidikan tinggi, 43% responden berpendidikan menengah, dan hanya 7% responden berpendidikan rendah (Azali, 2017). Perempuan juga memiliki kemungkinan buta aksara yang lebih besar dibandingkan laki-laki (Gambar 4), yang membatasi kemampuan mereka dalam menggunakan internet dan memanfaatkan ledakan ekonomi digital.

<sup>7</sup> Jumlah sampel total: 8.249 responden.

<sup>8</sup> Gojek adalah platform teknologi multi layanan sesuai permintaan (on-demand) terkemuka di Indonesia yang menyediakan akses terhadap berbagai layanan digital, meliputi transportasi, pembayaran, makanan antar, logistik, dan banyak lagi.

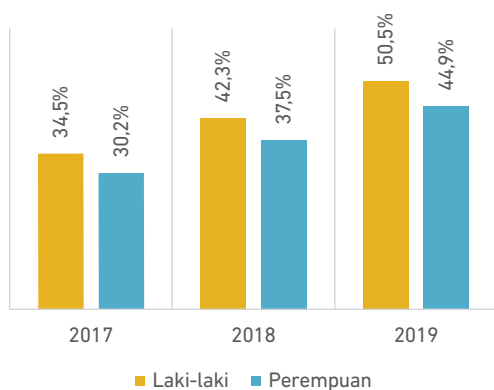
**Gambar 4.**  
**Angka buta aksara populasi usia 10 tahun ke atas**



Sumber: Badan Pusat Statistik (2020c)

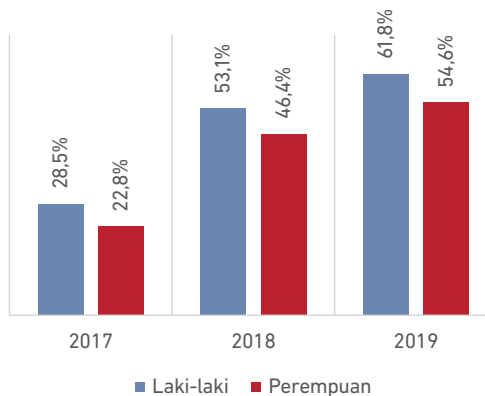
Dari statistik yang prediktif ini, tidaklah mengejutkan jika jumlah pengguna internet perempuan lebih sedikit dibandingkan laki-laki. Sejak tahun 2017 hingga 2019, jumlah pengguna internet perempuan secara konsisten berada pada 4 sampai 6 poin persentase lebih rendah daripada laki-laki (Gambar 5). Mungkin, sebagai akibatnya, literasi teknologi informasi (TI) dan komputer pada populasi usia produktif lebih rendah di kalangan perempuan dibandingkan laki-laki (Gambar 6). Dengan demikian, adalah hal yang masuk akal untuk mempertanyakan apakah ledakan digital memberikan manfaat yang sama baik kepada laki-laki maupun perempuan.

**Gambar 5.**  
**Proporsi pengguna internet berdasarkan gender**



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019c)

**Gambar 6.**  
**Keterampilan komputer dan TI**



Sumber: Badan Pusat Statistik (2020g)

Angka buta aksara perempuan (Gambar 4), penggunaan internet dan keterampilan TI (Gambar 5 & 6), serta fakta bahwa keterampilan teknis menjadi salah satu alasan utama banyak usaha memilih tidak beralih *online* (Gambar 3) berkontribusi terhadap kesenjangan struktural antara kemampuan laki-laki dan perempuan dalam memanfaatkan ekonomi digital. Pengetahuan teknis dan keterampilan digital yang penting bagi para pelaku usaha yang ingin memasuki pasar digital sulit dijangkau oleh kaum perempuan. Ketidaksetaraan gender dalam hal akses terhadap pendidikan dasar—yang dibuktikan oleh tingkat pendidikan dan angka buta aksara—memiliki dampak negatif jangka panjang terhadap perempuan, yang tidak hanya memaksa mereka melakukan pekerjaan-pekerjaan informal berisiko tinggi, tetapi juga menghalangi mereka dalam

---

mengakses pinjaman bank dan memanfaatkan ekonomi digital. Supaya ledakan digital dapat menjadi inklusif secara gender, para penyusun kebijakan Indonesia harus merancang intervensi-intervensi yang juga sensitif terhadap perbedaan gender.

Wawancara penulis dengan 95 pengusaha mikro perempuan di Wonosobo, Jawa Tengah, mengonfirmasi adanya kebutuhan akan pelatihan digital bagi para pengusaha perempuan. Ketika ditanya mengenai hambatan utama dalam menggunakan platform digital, kurangnya keterampilan (45%) menjadi jawaban yang paling banyak, diikuti dengan minimnya strategi pemasaran dan promosi (24%), dan masalah konektivitas (contoh: sinyal buruk, perangkat tidak memadai) (14%). Masalah konektivitas mungkin tidak menjadi tantangan utama dalam sampel ini karena para responden tinggal di Jawa, wilayah yang paling terhubung di Indonesia. Namun, di Papua atau Nusa Tenggara, hanya ada satu dari tiga orang yang memiliki akses internet. Sehingga, manfaat *e-commerce* di daerah-daerah ini menjadi terbatas (Bank Dunia, 2021).

Mayoritas responden menyatakan ketertarikannya untuk mencari peluang pasar digital, tetapi tidak begitu memahami fitur-fitur platform digital dan tidak memiliki keterampilan pemasaran. Akibatnya, banyak dari mereka yang mengandalkan penjualan melalui *WhatsApp* kepada jejaring sosialnya. Hanya ada 15 dari 95 responden yang memiliki akun platform *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian perempuan-perempuan ini tidak mendapat peluang pasar yang lebih besar di platform-platform digital.

Berbagai upaya peningkatan literasi digital yang dilakukan oleh pemerintah tampaknya memberi hasil yang terbatas, khususnya bagi perempuan. Program-program seperti pelatihan menggunakan dan mengelola toko *online* atau pemasaran digital; penyediaan repositori pembelajaran online untuk pembelajaran otodidak; *boot camp* untuk perusahaan-perusahaan *start up* kecil yang membantu digitalisasi usaha mikro; pendampingan online; dan pemrioritasan UMKM domestik untuk menyuplai kebutuhan lembaga-lembaga pemerintah telah diluncurkan oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin),<sup>9</sup> Kementerian Perdagangan (Kemendag),<sup>10</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo),<sup>11</sup> Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenKopUKM),<sup>12</sup> Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker),<sup>13</sup> Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP)<sup>14</sup>, dan Kementerian Badan Usaha Milik Negara (KemenBUMN). Pendekatan tambal sulam ini merupakan akibat dari kurangnya strategi nasional untuk meningkatkan literasi digital. Agenda yang terpisah-pisah ini bisa menjadi salah satu alasan mengapa program-program tersebut tidak berhasil meyakinkan usaha-usaha milik perempuan untuk beralih *online* (CMEA & Prospera, 2020, hlm. 1–2). Evaluasi atas keefektifan program-program ini juga tidak dilakukan, sehingga sulit untuk mengidentifikasi peluang-peluang perbaikan.

---

<sup>9</sup> Detail selengkapnya tersedia di <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21775/Bangkitkan-Semangat-Usaha-Pelaku-IKM,-Kemenperin-Gelar-Pelatihan-Digital>

<sup>10</sup> Detail selengkapnya tersedia di [http://ditjenpdn.kemendag.go.id/assets/sideslider/Kemendag\\_dan\\_Facebook.pdf](http://ditjenpdn.kemendag.go.id/assets/sideslider/Kemendag_dan_Facebook.pdf)

<sup>11</sup> Detail selengkapnya tersedia di [https://www.kominfo.go.id/content/detail/28026/kolaborasi-pemerintah-startup-dorong-digitalisasi-umkm-dan-ikm/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/28026/kolaborasi-pemerintah-startup-dorong-digitalisasi-umkm-dan-ikm/0/berita_satker) dan [https://kominfo.go.id/content/detail/29893/siaran-pers-no-125hmkominfo102020-tentang-berdayakan-umkm-tanah-air-lewat-pelatihan-untuk-percepat-transformasi-digital-nasional/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/29893/siaran-pers-no-125hmkominfo102020-tentang-berdayakan-umkm-tanah-air-lewat-pelatihan-untuk-percepat-transformasi-digital-nasional/0/siaran_pers)

<sup>12</sup> Detail selengkapnya tersedia di <http://www.depkop.go.id/read/30-inovator-terpilih-ikut-bootcamp-pahlawan-digital-umkm> dan <http://www.depkop.go.id/read/kemenkop-ukm-percepat-umkm-go-digital>

<sup>13</sup> Detail selengkapnya tersedia di <https://kemnaker.go.id/news/detail/kemnaker-kembangkan-talenta-muda-dengan-program-simpul-talenta>

<sup>14</sup> Detail selengkapnya tersedia di <http://www.lkpp.go.id/v3/public/read/5893>

---

Peta Jalan *E-Commerce* Nasional 2017–2019 mengoordinasi tugas-tugas antar kementerian dan lembaga pemerintah untuk mendukung aktivitas *e-commerce*, tetapi mengabaikan kesenjangan gender dalam pertimbangan-pertimbangannya, sehingga gagal memberikan intervensi-intervensi yang sensitif gender. Saat ini, pemerintah sedang menggodok Peta Jalan Transformasi Digital 2021–2024 dan Strategi Nasional Ekonomi Digital untuk menyelaraskan upaya-upaya digitalisasi nasional. Kedua dokumen ini sepatutnya tidak membuat kesalahan yang sama. Kesenjangan gender yang menghalangi para pengusaha perempuan untuk memanfaatkan ekonomi digital harus dipertimbangkan, dan dukungan yang diperlukan dari badan dan kementerian yang relevan juga perlu disusun.

**Kesenjangan gender yang menghalangi para pengusaha perempuan dari memanfaatkan ekonomi digital harus dipertimbangkan, dan dukungan yang diperlukan dari badan dan kementerian yang relevan juga perlu disusun.**

## ANALISIS KERANGKA REGULASI E-COMMERCE

Kegiatan *e-commerce* di Indonesia diatur di bawah dua sektor yang dinamis—perdagangan dan digital. Masing-masing sektor tersebut diatur oleh sebuah payung hukum: Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (UU No. 7/2014 atau UU Perdagangan) dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan perubahannya No. 19/2016. UU Perdagangan berfokus untuk memastikan keamanan kegiatan perdagangan, sembari memfasilitasi pertumbuhan ekonomi nasional. UU ini mendefinisikan *e-commerce* sebagai “perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE)”, dan mewajibkan para pelaku usaha *online* untuk memberikan informasi-informasi penting seperti identitas dan legalitas pemilik usaha/produsen, harga, metode pembayaran, dan cara penyerahan barang. UU ITE mengatur sistem informatika dan manajemen transaksi *online* secara umum.

### Izin berusaha pasca-*Omnibus Law* secara umum: rezim perizinan berbasis risiko

UU Cipta Kerja yang baru saja diberlakukan memperkenalkan rezim perizinan berusaha baru di Indonesia. Undang-Undang ini menyederhanakan banyak persyaratan perizinan yang sebelumnya tersebar dalam peraturan dan produk hukum yang berbeda-beda, serta menciptakan sistem perizinan baru berbasis risiko. Sebagai peraturan pelaksana UU Cipta Kerja, Peraturan Pemerintah No. 5/2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko (PP No. 5/2021) memberi rincian terkait proses perizinan berusaha berdasarkan risiko kegiatan usahanya.<sup>15</sup> Usaha dengan risiko rendah membutuhkan izin yang lebih sedikit, sedangkan usaha-usaha berisiko tinggi harus menjalani pemeriksaan yang lebih ketat sebelum dapat berjalan (Tabel 1).

**Tabel 1.**  
Perizinan berbasis risiko

No.	Tingkat risiko	Tahap persiapan	Tahap operasional	Kegiatan komersial	Catatan
1	Risiko rendah	Nomor Induk Berusaha atau NIB			NIB berlaku sebagai izin berusaha, sertifikasi Standar Nasional Indonesia (SNI), dan pernyataan yang dideklarasikan sendiri oleh pelaku usaha terkait jaminan produk halal
2	Risiko menengah rendah	NIB dan Sertifikat Standar (belum terverifikasi)*			
3	Risiko menengah tinggi	NIB dan Sertifikat Standar (belum terverifikasi)*	NIB dan Sertifikat Standar (terverifikasi)*		
4	Risiko tinggi	NIB	Izin usaha dan mungkin Sertifikat Standar (terverifikasi)*		

\*Sertifikat Standar yang belum terverifikasi berbentuk penilaian yang dilakukan sendiri oleh pelaku usaha, sedangkan Sertifikat Standar yang terverifikasi harus dinilai oleh lembaga(-lembaga) pemerintah, tergantung jenis kegiatannya.

<sup>15</sup> Tingkat risiko dinilai berdasarkan kemungkinan dampak usaha terhadap kesehatan, keselamatan, lingkungan, dan penggunaan dan pengelolaan sumber daya.



Peraturan Pemerintah No. 7/2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP No. 7/2021) menekankan bahwa rezim regulasi yang baru ini juga berlaku untuk usaha mikro dan kecil. Maka dari itu, usaha mikro konvensional yang dijalankan secara *offline* diwajibkan untuk setidaknya memiliki NIB meski risiko kegiatan usahanya kecil. Status risiko kegiatan usaha ditetapkan oleh lampiran PP No. 7/2021 berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). Di bawah ini merupakan contoh bagaimana peraturan ini berlaku untuk usaha-usaha mikro ritel kecil, pedagang kaki lima, dan industri pengolahan makanan:

**Tabel 2.**  
**Contoh-contoh penerapan perizinan berbasis risiko**

Lini usaha	Skala usaha	Tingkat risiko	Izin	Otoritas yang mengeluarkan
Ritel produk makanan	Semua	Rendah	NIB	Gubernur atau Bupati/Wali Kota
Ritel produk tekstil				
Pedagang kaki lima				
Industri pengolahan daging sapi dan unggas	Kecil dan menengah	Menengah rendah	NIB dan Sertifikat Standar	Gubernur atau Bupati/Wali Kota

Upaya untuk melonggarkan hambatan masuk guna mendorong formalisasi usaha-usaha mikro dapat dilihat pada contoh-contoh di atas. Sebagian besar usaha skala kecil, seperti ritel produk makanan dan tekstil atau pedagang kaki lima, hanya memerlukan NIB untuk dapat berjalan. Di bawah peraturan sebelumnya, para pengusaha mikro harus memiliki NIB serta mendapatkan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) dan/atau Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Proses mendapatkan SIUP yang memakan biaya dan waktu tersebut mulanya berlaku untuk seluruh jenis usaha (Sane, 2020, hlm. 4). Sebagai tanggapan atas hal tersebut, IUMK diluncurkan pada tahun 2014 untuk memberikan jalur yang mudah bagi para pelaku usaha mikro untuk mendapatkan kepastian hukum. Akan tetapi, tidak ada informasi terkait apakah IUMK menggantikan SIUP atau apakah keduanya memiliki tujuan yang berbeda dari Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 83/2014. Hal ini banyak membingungkan para pelaku usaha dan pemerintah daerah. Dalam kenyataannya, sebagian besar usaha mikro memilih untuk tetap berjalan secara informal, sementara sebagian kecil lainnya yang ingin mengajukan izin lebih memilih IUMK daripada SIUP (Putro, 2020; Saraswati, 2020).

Sayangnya, rezim regulasi berbasis risiko yang baru ini meninggalkan ketidakpastian terkait sejauh mana usaha mikro dapat beroperasi hanya dengan NIB. Sebuah simulasi pendaftaran yang dilakukan menggunakan sistem OSS<sup>16</sup> menunjukkan bahwa sebuah warung kecil di Kupang, Nusa Tenggara Timur masih membutuhkan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL), Izin Edar, Sertifikat Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB), dan Tanda Daftar Pelaku Usaha Distribusi BAPOK (TDPUD). Demikian pula, sebuah produsen makanan rumah tangga di Padeglang, Banten, juga membutuhkan SPPL dan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP).

Formalisasi ekonomi informal dapat memberikan hasil-hasil positif baik kepada negara maupun usaha. Negara dapat memperluas basis pajaknya dan meningkatkan kapasitas pembelanjaan,

<sup>16</sup> Simulasi dilakukan oleh penulis pada tanggal 30 April 2021

Pendekatan yang bersifat *top-down* dan otoriter justru akan lebih menimbulkan kerugian daripada manfaat. Sehingga, sikap pejabat yang memfasilitasi, alih-alih memaksa, dapat dipertimbangkan untuk meminimalkan kelemahan peraturan ini, mengingat besarnya sektor informal di Indonesia.

sementara usaha-usaha formal melindungi pekerjanya dari penghasilan di bawah upah minimum dan menciptakan akses terhadap asuransi dan tunjangan kerja. Namun demikian, pendekatan yang bersifat *top-down* dan otoriter justru akan lebih menimbulkan kerugian daripada manfaat. Sehingga, sikap pejabat yang memfasilitasi, alih-alih memaksa, dapat dipertimbangkan untuk meminimalkan kelemahan peraturan ini, mengingat besarnya sektor informal di Indonesia. Kegagalan dalam mendorong formalisasi usaha perlu dipandang sebagai pertanda dari kemiskinan, bukannya pembangkangan oleh pelaku usaha. Dalam hal ini, upaya untuk meningkatkan formalisasi membutuhkan reformasi sosial ekonomi secara luas.

## Persyaratan perizinan untuk usaha *online*

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP No. 80/2019) merupakan peraturan teknis utama yang mengatur kegiatan-kegiatan *e-commerce*. Peraturan ini mencakup lingkup *e-commerce* yang kian berkembang dan menyediakan pedoman hukum, termasuk kewajiban pelaku usaha, kontrak elektronik, pengumpulan data, pembayaran elektronik, pengiriman, dan penyelesaian sengketa. Peraturan ini mengamanatkan pemrioritasan barang atau jasa dalam negeri, upaya untuk meningkatkan daya saingnya, dan berbagai dukungan untuk produk-produk dalam negeri (Aprilianti, 2020, hlm. 13; Medina, 2020). Peraturan ini juga mewajibkan usaha-usaha *e-commerce* untuk mematuhi instruksi perizinan dari peraturan-peraturan menteri lainnya.

Sebagai tindak lanjut dari Pasal 15 dalam PP No. 80/2019, Kemendag menerbitkan Permendag No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag No. 50/2020), yang memberi rincian terkait perizinan dalam *e-commerce*. Permendag No. 50/2020 mengelompokkan pelaku usaha *e-commerce* ke dalam tiga kategori:

1. Pedagang (*merchants*): Pelaku usaha yang menjual barang atau jasa melalui sistem elektronik, yang dapat dikelola sendiri (contoh: situs web toko) atau melalui sarana milik penyedia platform.
2. Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE): Penyedia platform marketplace *online* seperti platform *e-commerce* dan penjual yang menjual secara *online* melalui situs web miliknya sendiri.
3. Penyelenggara Sarana Perantara (PSP): Pelaku usaha yang menyediakan sarana komunikasi elektronik, yang berfungsi sebagai perantara pengirim dan penerima melalui layanan seperti mesin pencarian, *hosting*, dan *caching*.

Permendag No. 50/2020 menekankan bahwa pedagang *online* harus memiliki izin berusaha sesuai dengan yang disyaratkan oleh undang-undang umum dan peraturan perizinan berusaha. Pasal 80 (2) PP No. 80/2019 mengatur tentang ketidakpatuhan terhadap kewajiban perizinan.

Penjual *online* yang tidak mematuhi peraturan perizinan dapat diberi sanksi administratif, mulai dari peringatan tertulis hingga dimasukkan ke dalam daftar hitam (*blacklist*). Di samping memperkuat perlindungan konsumen, izin berusaha untuk penjual *online* ditujukan untuk menciptakan ekosistem yang setara bagi para pedagang *online* dan *offline*, dan produsen dalam negeri dan luar negeri (Andrianita, 2019; Perwakilan Kementerian Perdagangan, 2020).

Namun, karena sektor kewirausahaan di Indonesia, baik *online* maupun *offline*, didominasi oleh usaha informal dan mikro, pemberlakuan sanksi administrasi kepada bisnis *online* informal berisiko memberi dampak ekonomi yang negatif terhadap usaha-usaha mikro. Sanksi administrasi ini juga dapat menghalangi usaha-usaha konvensional dalam beralih menjadi *online*, sehingga menghambat mereka memanfaatkan momen ledakan digital ketika mereka membutuhkannya di kala pandemi. Upaya formalisasi usaha melalui Permendag No. 50/2020 dan PP No. 80/2019 tidak sepatutnya mengganggu akses pasar usaha mikro.

Upaya-upaya formalisasi yang memakan biaya dan bersifat menghukum juga dapat mendorong para penjual di platform-platform *e-commerce* beralih menggunakan media sosial atau platform lainnya dengan fitur yang kurang memadai dan tidak aman. Platform-platform *e-commerce* besar di Indonesia telah mengakui pentingnya layanan yang berorientasi pada konsumen dan menambahkan fitur-fitur seperti Ulasan Konsumen Online, rekening bersama (*rekber*), dan mekanisme komplain dan pengembalian dana (Primawan, 2020; Saputra & Singgih, 2019, hlm. 124–132; Farki, 2016, hlm. 5–7, 16–18). Jika upaya legalisasi usaha dalam Permendag No. 50/2020 memicu para penjual beralih menuju platform media sosial yang tidak aman, justru konsumen berisiko dirugikan.

Selain izin berusaha reguler, Permendag No. 50/2020 mewajibkan penjual *online* dalam negeri yang memiliki situs web yang dikelola sendiri, dan PPMSE dan PSP untuk mempunyai Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE) sebagai izin tambahan untuk kegiatan *online*.

Pedagang luar negeri harus memiliki izin berusaha yang valid dari negara asal, dan mendaftarkan izinnya ke PPMSE dalam negeri yang menjadi afiliasinya. Apabila tidak memiliki SIUPMSE, pedagang luar negeri dapat dikenai sanksi administratif: peringatan tertulis, diberikan paling banyak tiga kali; dimasukkan ke dalam daftar hitam; dan penghentian kegiatan usaha.

Jumlah UMKM dengan situs web yang dikelola sendiri di Indonesia semakin berkembang. Laporan dari Niagahoster (2021), sebuah penyedia layanan *hosting* web, menunjukkan adanya peningkatan permintaan dari UMKM untuk membuat situs web mereka sendiri. Sekitar 42% dari pemilik usaha yang disurvei setuju bahwa situs web usaha perlu dibuat untuk kegiatan usaha awal. Mewajibkan SIUPMSE dapat memperlambat progres peralihan usaha menjadi *online*, terlebih mengingat rendahnya pemahaman para pengusaha mikro tentang manfaat memiliki izin. Ketika sanksi seperti daftar hitam atau penghentian usaha diberlakukan, usaha mikro yang dijalankan atas dasar kebutuhan, yang memiliki literasi digital rendah dan kurang memahami persyaratan hukum yang kompleks, menjadi pihak yang paling dirugikan.

Ketika sanksi seperti daftar hitam atau penghentian usaha diberlakukan, usaha mikro yang dijalankan atas dasar kebutuhan, yang memiliki literasi digital rendah dan kurang memahami persyaratan hukum yang kompleks, menjadi pihak yang paling dirugikan.

---

Pemahaman tentang kewajiban perizinan, bahkan untuk izin secara umum, di kalangan pengusaha mikro Indonesia masih terbilang rendah. Temuan dari wawancara dengan sejumlah perempuan pengusaha mikro, fasilitator program digitalisasi usaha, dan pejabat pemerintah daerah mengungkap bahwa mereka masih tidak mengerti tentang adanya persyaratan bahwa mereka yang menjalankan usaha *online* harus memilih jenis usaha berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (Wanudyaningrum, 2020; Tasse, 2020; Saraswati, 2020; Sunarto, 2020a). Di daerah-daerah pedesaan, para petani dan pedagang subsisten sering mengalami kesulitan mendapatkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) (Bachtiar *et al.*, 2020, hlm. 40). Mereka yang mengalami kesulitan dengan persyaratan mendasar seperti ini kemungkinan tidak memahami kewajiban SIUPMSE, apalagi mengajukan permohonan untuk itu.

## Isu inklusivitas dalam sistem OSS

Pelaku usaha Indonesia harus masuk ke situs web *Online Single Submission (OSS)*,<sup>17</sup> sebuah sistem perizinan terintegrasi, untuk mengajukan permohonan izin perdagangan umum dan SIUPMSE. OSS diluncurkan pada tahun 2018 dengan harapan mengurangi tindak korupsi oleh pejabat pemberi izin dan mendorong formalisasi UMKM. Namun, OSS masih belum menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam hal formalisasi usaha-usaha mikro. Sejumlah pengusaha mikro, khususnya yang berusia lanjut, tidak familier dengan sistem *online* ini<sup>18</sup> (Jaweng *et al.*, 2019, hlm. 52). Sekali lagi, hal ini berakar dari rendahnya literasi digital, sehingga pemaksaan untuk patuh kepada peraturan bukanlah solusi yang tepat. Kurangnya familiaritas pengusaha-pengusaha ini dengan sistem *online* juga dapat menciptakan kesempatan adanya pungutan liar oleh pejabat pemerintah lokal untuk izin-izin yang tidak seharusnya membutuhkan biaya (Sugiyanto *et al.*, 2020, p. 289–290).

---

<sup>17</sup> Dapat diakses di <https://oss.go.id/portal/>

<sup>18</sup> Dilaporkan dalam Laporan Evaluasi OSS oleh Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah (KPPOD).

## Kotak 2 “E-Mail Itu Apa?”

Ibu Tasse adalah seorang perempuan pengusaha mikro yang tinggal di sebuah desa di Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, Indonesia. Ia berusia 60 tahun, sudah menikah, dan memiliki dua anak yang sedang bersekolah di SMP pesantren. Pendapatan keluarganya hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari, sehingga ia memutuskan untuk berjualan sesuatu untuk menambah pendapatan suaminya yang bekerja sebagai penjaga tambak kecil.

Ibu Tasse dulunya berjualan pakaian wanita di pasar. Pasar tersebut ditutup akibat COVID-19, sehingga ia beralih menjajakan nasi kuning di ujung jalan dekat rumahnya. Ia telah menjual menu sarapan ini kepada warga sekitar selama dua bulan dengan harga IDR 5.000 (USD 40 sen) per porsi. Ketika laris, ia dapat menjual 60 porsi dalam sehari. Ia memasak nasi dan mengelola usahanya sendiri tanpa bantuan suaminya yang menjaga tambak kecil, meski terkadang suaminya ikut membantu memotong sayuran. Ibu Tasse tidak pernah mendapatkan izin untuk usahanya, dan ia juga tidak merasa itu perlu karena hasil usahanya sangatlah kecil.

Meski mendapatkan akses internet yang memadai di daerahnya, Ibu Tasse memiliki pemahaman yang terbatas dalam menggunakan teknologi, dan bahkan bertanya, “E-mail itu apa?” ketika diwawancarai. Ia memiliki sebuah ponsel genggam, namun hanya ia gunakan untuk menelepon atau mengirim pesan. Tak pernah terpikir olehnya untuk menggunakan *e-commerce*, tetapi ia pernah mendengar tentang *WhatsApp* dari tetangga-tetangganya. Ia ingin menerima pesanan menggunakan *WhatsApp*, namun ia tidak memiliki sepeda motor dan tidak ada layanan kurir instan untuk mengantarkan pesannya.

Ibu Tasse mengerti bahwa ada program bantuan tunai sebesar IDR 2,4 juta meski ia tidak menjadi penerimanya. Ia mengerti tentang program ini karena salah satu tetangganya adalah penerima. Ia tidak memiliki niat untuk bertanya kepada Lembaga Koperasi dan UMK setempat untuk informasi lebih lanjut mengenai program bantuan ini karena ia percaya bahwa keadaannya saat ini adalah kehendak Tuhan.

Sumber: Tasse, 2020. Wawancara yang dilakukan oleh penulis.

---

## REKOMENDASI

Menimbang berbagai karakteristik dan tantangan yang dihadapi para pengusaha mikro perempuan, makalah ini mengusulkan tiga rekomendasi kebijakan: (1) Memperbaiki data UMKM yang terpilah secara gender; (2) Mengoordinasikan upaya-upaya intervensi yang sensitif gender; dan (3) Mengubah Permendag No. 50/2020 untuk menghapus sanksi administrasi bagi usaha mikro *online* dan membebaskan mereka dari persyaratan SIUPMSE.

### Memperbaiki data UMKM yang terpilah secara gender

Kebijakan yang efektif dan tepat sasaran berawal dari data yang reliabel. KemenKopUKM, berkoordinasi dengan BPS, sebaiknya menyusun data yang terpilah secara gender terkait UMKM di Indonesia, yang secara rutin diperbarui. Basis data ini dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi-strategi untuk mendukung usaha mikro.

Data yang dikelola oleh KemenKopUKM<sup>19</sup> setidaknya hingga tahun 2020 masih belum cukup. Data tersebut dipublikasikan hanya setahun sekali dalam bentuk satu dokumen pdf, bukan sebagai sebuah sistem atau basis data. Basis data UMKM yang transparan, komprehensif, dan terpilah secara gender akan membantu para pembuat kebijakan merancang intervensi-intervensi yang dibutuhkan untuk membantu usaha-usaha mikro milik perempuan. Ketika data ini tersedia bagi publik, pemangku-kepentingan non-pemerintah juga diharapkan dapat membuat inisiatif-inisiatif yang lebih berdasar untuk mendukung usaha-usaha mikro milik perempuan.

Data yang reliabel memungkinkan para pembuat kebijakan mengalokasikan sumber daya ke sektor yang paling membutuhkan. Dalam intervensi terhadap usaha mikro milik perempuan, data yang terpilah secara gender akan membantu mengevaluasi upaya-upaya dukungan di masa lalu yang tidak berhasil menjangkau perempuan, termasuk program bantuan sosial ketika pandemi COVID-19 melanda pada tahun 2020 (UN Women 2020, hlm. 14–16).

Para pemangku kepentingan swasta seperti organisasi masyarakat sipil, komunitas akar rumput, dan perusahaan juga dapat terbantu dengan adanya akses terhadap data yang reliabel, yang turut membantu mereka merancang program-program pemberdayaan usaha mikro milik perempuan yang dapat menghasilkan laba sosial tertinggi.

---

<sup>19</sup> Tersedia di <http://www.depkop.go.id/data-umkm>

---

## Menambahkan aksi-aksi terkoordinasi yang sensitif gender ke dalam peta jalan transformasi digital dan strategi nasional ekonomi digital

Upaya-upaya digitalisasi Indonesia tersebar di setidaknya 12 lembaga pemerintah, sehingga memberikan hasil yang tidak optimal, khususnya dalam mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi oleh usaha mikro milik perempuan. Kementerian dan lembaga pemerintah harus membuat upaya-upaya yang terkoordinasi dan sensitif gender, yang perlu diformalisasi dalam strategi dan rencana tingkat nasional seperti Peta Jalan Transformasi Ekonomi Digital 2021–2024 dan Strategi Nasional Ekonomi Digital—yang keduanya sedang digodok oleh pemerintah.

Dalam upaya-upaya kementerian dan lembaga pemerintah yang telah dilakukan sebelumnya, pemerintah belum dapat membuat dukungan yang terkoordinir dan sensitif gender untuk usaha mikro. Usaha mikro masih dianggap sebagai sebuah kelompok yang homogen, sehingga keragaman gender kerap diabaikan dalam kerangka-kerangka kerja dan strategi-strategi nasional. Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Roadmap e-Commerce*) Tahun 2017–2019, misalnya, tidak memasukkan pertimbangan terkait gender dalam program-program dan target-targetnya.

Belajar dari hal ini, baik Peta Jalan Transformasi Ekonomi Digital 2021–2024 maupun Strategi Nasional Ekonomi Digital perlu mengakui adanya kesenjangan gender struktural dalam teknologi digital bagi usaha mikro, serta memasukkan aksi-aksi terkoordinasi antara Kemenko Perekonomian, KemenKopUKM, Kemenkominfo, KemenPPPA, dan OJK untuk mengatasi kesenjangan dalam (namun tidak terbatas pada) rendahnya keterampilan TI dan komputer, terbatasnya akses terhadap layanan keuangan, dan rendahnya produktivitas. Program-program pelatihan, bantuan, dan pemberdayaan yang terkoordinasi dari lembaga-lembaga ini yang menysasar para perempuan seyogianya dimasukkan ke dalam kedua dokumen tersebut.

Yang terakhir, Peta Jalan Transformasi Ekonomi Digital 2021–2024 dan Strategi Nasional Ekonomi Digital sebaiknya diterbitkan dalam bentuk Peraturan Presiden untuk menjamin keterlaksanaannya oleh lembaga eksekutif di berbagai kementerian dan lembaga pemerintah.

## Mengubah Permendag No. 50/2020 untuk membebaskan usaha mikro dari perizinan untuk berpartisipasi dalam perdagangan elektronik

Kemendag sebaiknya mengubah Permendag No. 50/2020 untuk menghapus sanksi administratif bagi usaha *online* informal dan membebaskan usaha mikro yang memiliki situs web sendiri dari kewajiban memiliki SIUPMSE.

Menghukum usaha *online* informal dapat secara tidak proporsional merugikan usaha-usaha mikro. Kebijakan ini juga dapat menghalangi mereka dalam memanfaatkan pasar digital. Upaya-upaya formalisasi usaha melalui PP No. 5/2021, PP No. 80/2019, dan Permendag No. 50/2021 harus diterapkan secara hati-hati agar tidak membuat para penjual beralih menggunakan

---

platform-platform yang kurang aman, seperti menjual melalui media sosial, yang dapat membuat konsumen berisiko dirugikan. Pasar-pasar digital telah membuat fitur-fitur seperti sistem rating, rekening bersama, dan mekanisme-mekanisme pengembalian dana dan komplain untuk melindungi konsumen—fitur-fitur yang tidak diberikan oleh pengusaha UMKM yang terhubung dengan klien melalui jejaring sosial.

Usaha-usaha mikro yang menjalankan situsnya secara mandiri tidak sepatutnya diwajibkan memiliki SIUPMSE. Para pemilik usaha di Indonesia kian menyadari bahwa mengelola situs web sendiri menjadi bagian penting dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka. Menghukum pelaku-pelaku usaha yang tidak memiliki SIUPMSE akan secara tidak adil merugikan usaha mikro, yang umumnya kurang memahami kewajiban perizinan.

Sebagai alternatif, SIUPMSE untuk usaha mikro dapat ditawarkan sebagai izin yang sifatnya tidak wajib. Misalnya, Kemendag dapat memberikan insentif dalam bentuk “label” terdaftar atau tersertifikasi atau sertifikat kepada usaha-usaha mikro yang berkenan mendapatkan SIUPMSE, untuk membantu membangun merek (*branding*) digital mereka. Kebijakan ini dapat diterapkan serupa dengan sertifikat ‘*green label*’ yang diberikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bekerja sama dengan lembaga-lembaga sertifikasi swasta.



## REFERENSI

Adiwibowo, S., Setiadi, M. I., Mitarum, E., Surbakti, E. E., & Shihab, M. R. (2019). Improving Indonesian Small Economies by Digitizing Traditional Shops: A Case Study of Mitra Bukalapak. In 2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech) (Vol. 1, pp. 608–612). IEEE.

Agustini, P. (2020, May). Bangga Buatan Indonesia, Wujud Dukungan bagi UMKM Terdampak Pandemi. Kementerian Komunikasi dan Informatika Official Press Release. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/bangga-buatan-indonesia-wujud-dukungan-bagi-umkm-terdampak-pandemi/>

Alatas, V. & Newhouse, D. (2010). Indonesia jobs report: Toward better jobs and security for all. Washington, DC: Main Report, World Bank.

Andini. (2020, September 17). Women Micro-entrepreneurs at Jakarta City, interviewed by the Authors.

Andrianita, O. (2019, December). Sekjen Kemendag Sosialisasikan PP PMSE untuk Wujudkan Ekosistem Niaga Elektronik yang Aman. The Indonesian Ministry of Trade Official Press Release. <https://www.kemendag.go.id/en/newsroom/press-release/sekjen-kemendag-sosialisasikan-pp-pmse-untuk-wujudkan-ekosistem-niaga-elektronik-yang-aman>

Aprilianti, I. (2020). Protecting People: Promoting Digital Consumer Rights. <https://repository.cips-indonesia.org/media/310040-protecting-people-promoting-digital-cons-f41c5dd6.pdf>

Aprilianti, I., & Dina, S. A. (2021). Co-regulating the Indonesian Digital Economy. <https://repository.cips-indonesia.org/media/332998-co-regulating-the-indonesian-digital-eco-266cae68.pdf>

Arsana, I., & Alibhai, A. S. (2016). Women Entrepreneurs in Indonesia: A pathway to increasing shared prosperity (No. AUS5568, pp. 1–120). The World Bank.

Azali, K. (2017). Indonesia's divided digital economy. ISEAS Yusof Ishak Institute.

Bachtiar, P. P., Diningrat, R. A., Kusuma, A. Z. D., Izzati, R. A., & Diandra, A. (2020). Ekonomi Digital untuk Siapa? Menuju Ekonomi Digital yang Inklusif di Indonesia. [http://smeru.or.id/sites/default/files/publication/rr\\_ecci\\_id\\_0.pdf](http://smeru.or.id/sites/default/files/publication/rr_ecci_id_0.pdf)

Badan Pusat Statistik. (2019b). Statistik E-Commerce Indonesia 2019. Statistics Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2019c). Survei Sosial Ekonomi Nasional 2015–2019. Statistics Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2020a). Survei Angkatan Kerja Nasional 2020. Statistics Indonesia. Available from: <https://www.bps.go.id/indicator/19/1174/1/upah-rata---rata-per-jam-pekerja-menurut-jenis-kelamin.html>

Badan Pusat Statistik. (2020b). Keadaan Pekerja di Indonesia Februari 2020. Statistics Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2020c). Penduduk Berumur 10 Tahun ke Atas yang Buta Huruf (Persen). Badan Pusat Statistik. Available from: <https://www.bps.go.id/indicator/40/539/1/penduduk-berumur-10-tahun-ke-atas-yang-buta-huruf.html>

Badan Pusat Statistik. (2020d). Hasil Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19. <https://www.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=Covid&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=Tampilkan>

Badan Pusat Statistik. (2020e). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. <https://www.bps.go.id/publication/2020/09/15/9efe2fbda7d674c09ffd0978/analisis-hasil-survei-dampak-covid-19-terhadap-pelaku-usaha.html>

Badan Pusat Statistik. (2020f). Statistik E-Commerce 2020. Statistics Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2020g). Proporsi remaja dan dewasa usia 15-59 tahun dengan keterampilan teknologi informasi dan komputer TIK menurut jenis kelamin. Statistics Indonesia. <https://www.bps.go.id/indicator/28/1450/1/proporsi-remaja-dan-dewasa-usia-15-59-tahun-dengan-keterampilan-teknologi-informasi-dan-komputer-tik-menurut-jenis-kelamin.html>

BAKTI. (2020). Kementerian Kominfo, BAKTI, dan Asosiasi E-Commerce Indonesia Gelar Pelatihan Digital Komprehensif untuk UMKM. [https://www.baktikominfo.id/en/informasi/informasi-terbaru/kementerian\\_kominfo\\_bakti\\_dan\\_asosiasi\\_e-commerce\\_indonesia\\_gelar\\_pelatihan\\_digital\\_komprehensif\\_untuk\\_umkm-1134](https://www.baktikominfo.id/en/informasi/informasi-terbaru/kementerian_kominfo_bakti_dan_asosiasi_e-commerce_indonesia_gelar_pelatihan_digital_komprehensif_untuk_umkm-1134)

Bank Dunia (2021). Indonesia Economic Prospects: Boosting the Recovery. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/35762/160410.pdf>

Bank Indonesia. (2015). Profil bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. <https://docplayer.info/70682767-Profil-bisnis-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm.html>

Berner, E., Gomez, G., & Knorringa, P. (2012). 'Helping a large number of people become a little less poor': The logic of survival entrepreneurs. *The European Journal of Development Research*, 24(3), 382–396.

Bhasin, B. B., & Venkataramany, S. (2010). Globalization of entrepreneurship: Policy considerations for SME development in Indonesia. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9(4).

Dea, V. (2019). An Overview of Support for Women Entrepreneurs in Indonesia and Canada: Focus on SMEs and Start-Ups. The Canada–Indonesia Trade and Private Sector Assistance (TPSA) project. <http://www.iccc.or.id/wp-content/uploads/2020/08/An-Overview-of-Support-for-Women-Entrepreneurs-in-Indonesia-and-Canada-Focus-on-SMEs-and-Start-Ups-March-2019.pdf>

Farki, A. (2016). *Pengaruh online customer review dan rating terhadap kepercayaan dan minat pembelian pada online marketplace di Indonesia* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember). <http://repository.its.ac.id/72646/>

Google, Temasek, Bain & Company. (2020). E-Economy SEA 2020 At full velocity: Resilient and racing ahead. [https://storage.googleapis.com/gweb-economy-sea.appspot.com/assets/pdf/e-Economy\\_SEA\\_2020\\_Report.pdf](https://storage.googleapis.com/gweb-economy-sea.appspot.com/assets/pdf/e-Economy_SEA_2020_Report.pdf)

Grab. (2020). Sukses Digitalisasi 350.000 UMKM Baru Selama Pandemi, Grab Gelar Online Bazar #TerusUsaha Serentak di 14 Kota. <https://www.grab.com/id/en/press/social-impact-safety/grab-gelar-online-bazar-terususaha-serentak-di-14-kota/>

Grup Bank Dunia. (2009). Enterprise Surveys: Indonesia – 2009. The World Bank Group Washington DC. Available at: <http://www.enterprisesurveys.org>

Grup Bank Dunia. (2016). Women Entrepreneurs in Indonesia: A pathway to increasing shared prosperity. World Bank.

Hallward-Driemeier, M. (2013). Enterprising Women: Expanding Economic Opportunities in Africa. World Bank.

ILO. (2019). Financing Small Businesses in Indonesia: Challenges and Opportunities. ILO [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms\\_695134.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_695134.pdf)

Japhta, R., Murthy, P., Fahmi, Y., Marina, A., & Gupta, A. (2016). Women-owned SMEs in Indonesia: A golden opportunity for local financial institutions. The World Bank. No. 109532. pp.1–79.

Jaweng, R. E., Rheza, B., Suparman, H. N., Prasetyowati, H., Ayumi, L., & Simanjuntak, N. A. (2019). Evaluasi Setahun OSS Studi Pelaksanaan PP No. 24 Tahun 2018 di Daerah. Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah. [https://www.kppod.org/backend/files/laporan\\_penelitian/Evaluasi%20Setahun%20OSS-KPPOD.pdf](https://www.kppod.org/backend/files/laporan_penelitian/Evaluasi%20Setahun%20OSS-KPPOD.pdf)

Kelley, D.J., Baumer, B.S., Brush, C., Greene, P.G., Mahdavi, M., Cole, M.M.M., Dean, M., & Heavlow, R. (2016). Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report. Global Entrepreneurship Monitor.

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). Status Literasi Digital Indonesia: Survei di 34 Propinsi. <https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Survei-Literasi-Digital-Indonesia-2020.pdf>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian & Prospera. (2020, November). Draft National Digital Economy Framework. <https://app.glueup.com/reSumbers/protected/edm/60983/8f516f16-6871-4463-a6de-92421b0eef6.pdf>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2020, June). Pemerintah Dorong Digitalisasi UMKM Melalui Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia. <https://maritim.go.id/pemerintah-dorong-digitalisasi-umkm-melalui-gerakan-nasional-bangga-buatan/>

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2020). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, (UMKM) dan Usaha Besar. MOCSME. [https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002\\_SANDINGAN\\_DATA\\_UMKM\\_2018-2019.pdf](https://www.kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019.pdf)

Kementerian Perindustrian. (2020). Bangga Buatan Indonesia, Pemerintah Pacu Daya Saing Produk Industri. Kementerian Perindustrian Official Press Release. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21717/Bangga-Buatan-Indonesia,-Pemerintah-Pacu-Daya-Saing-Produk-Industri>

Kercheval, J., Markowitz, D., Monson, K., Read, B., & Brown, D. (2013) Women in leadership - Research on Barriers to Employment and Decent Work for Women. Literature Review, International Labour Organization (ILO).

Loayza, N. V., & Rigolini, J. (2011). Informal employment: Safety net or growth engine? *World Development*, vol. 39, pp. 1503–1515.

Medina, A. F. (2020). Indonesia's Law on E-Commerce: Clear Guidelines and Compliance by November 2021. ASEAN Briefing. <https://www.aseanbriefing.com/news/indonesias-law-on-e-commerce-clear-guidelines-and-compliance-by-november-2021/>

MOWECP. (2020). Sispreneur, Strategi Dukung Perempuan Pelaku UMKM Dalam Masa Pandemi. <https://www.kemendppa.go.id/index.php/page/read/29/2827/sispreneur-strategi-dukung-perempuan-pelaku-umkm-dalam-masa-pandemi>

Niagahoster. (2021). Business Online Owner Survey Report.

OECD. (2018). SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018. OECD. [https://www.oecd.org/cfe/SME%20Indonesia\\_English.pdf](https://www.oecd.org/cfe/SME%20Indonesia_English.pdf)

Parinduri, R. A. (2014). Family hardship and the growth of micro and small firms in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 50(1), 53–73.

Perwakilan Kementerian Perdagangan. (2020, September 25). Tanggapan tertulis.

Power, K. (2020). The COVID-19 pandemic has increased the care burden of women and families. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 16(1), 67–73.

Primawan, B. (2020, December). Vice Chairman of Indonesian E-Commerce Association (dea), interviewed by Author.

Putro, Y. H. N. (2020, November 1). Micro entrepreneur facilitator of Jakpreneur, interviewed by Author.

Rothenberg, A.D., Gaduh, A., Burger, N.E., Chazali, C., Tjandraningsih, I., Radikun, R., Sutera, C. and Weiland, S., (2016). Rethinking Indonesia's informal sector. *World Development*, 80, pp. 96–113.

Sane, A. (2019). *The Effect of Implementing the Business Permit Policy as a Formalized Business for Small Micro Enterprises in Districts of Indonesia* (Doctoral dissertation, 서울대학교 대학원). <https://s-space.snu.ac.kr/bitstream/10371/161774/1/000000156903.pdf>

Saputra, S. A., & Singgih, M. N. (2019). Pengaruh rating di aplikasi Tokopedia dan Bukalapak, jumlah followers Instagram dan electronic word of mouth terhadap keputusan membeli. *MBR (Management and Business Review)*, 3(2), 124–132.

Saraswati. (2020, December 4). Head of Sub-division Industry and Trade DKI Jakarta Provincial Secretariat, interviewed by Author.

Seno-Alday, S., & Bourne, K. (2017). Women and Entrepreneurship Indonesia. The University of Sydney. <https://investinginwomen.asia/knowledge/university-sydney-july-2017-women-entrepreneurship-indonesia/>

SoFIA. (2017). Survey on Financial Inclusion and Access (SOFIA), Focus Note on Gender. SoFIA

Sugiyanto, E., Digdowiseiso, K., & Setiawan, H. D. (2020). Business Licensing and The Indonesia's Master Plan 2011–2025. *International Journal of Scientific & Technology Research*.

---

Sunarto, F. (2020a, November 10). Executive Secretary of Asosiasi Pusat Pengembangan Sumberdaya Wanita, interviewed by the Authors.

Sunarto, G. (2020b, November 3). Program Manager of Mobile Financial Services for Female Entrepreneurs Program Mercy Corps Indonesia, interviewed by Author.

Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.

Tambunan, T. T. H. (2017). Women entrepreneurs in MSEs in Indonesia: their motivations and main constraints. *JWEE*, (1-2), 56–86.

Tasse. (2021, January 13). Women Micro-entrepreneurs at Polewali Mandar District, West Sulawesi, interviewed by the Authors.

Theis, S., & Rusconi, G. (2019). Social commerce entrepreneurship and new opportunities for women's financial inclusion in India and Indonesia. Women's World Banking. <https://www.womensworldbanking.org/insights-and-impact/social-commerce-report-2019/>

UN Women. (2020a). Women as a Force for Accelerated and Inclusive Economic Recovery Post Covid-19 in Asia and the Pacific. [https://asiapacific.unwomen.org/-/media/field%20office%20eseasia/docs/publications/2020/04/200414\\_covid%20action\\_v13.pdf?la=en&vs=3628](https://asiapacific.unwomen.org/-/media/field%20office%20eseasia/docs/publications/2020/04/200414_covid%20action_v13.pdf?la=en&vs=3628)

UN Women. (2020b). Leveraging Digitalization to Cope with Covid-19: An Indonesia Case Study on Women-owned Micro and Small Business. <https://data.unwomen.org/sites/default/files/documents/Publications/Indonesia-Digitalization-Women-MSBs-COVID19-EN.pdf>

Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). Entrepreneurship education and training programs around the world: dimensions for success. The World Bank.

Walandouw, P., Primaldhi, A., Wisana, I.D.G.K., & Nugroho, A.H. (2020, August). Peran Ekosistem Gojek di Ekonomi Indonesia Saat dan Sebelum Pandemi COVID-19. [https://drive.google.com/file/d/1RgVRNJasz36-3z\\_\\_smhsqBegrufhNWw/view](https://drive.google.com/file/d/1RgVRNJasz36-3z__smhsqBegrufhNWw/view)

Wanudyaningrum, A. (2020, September 17). A women micro-entrepreneur based in Jakarta City, interviewed by the Authors.

Wei, L.C. (2018). Why Women-Owned Businesses in Indonesia Stay Small. Centennial Asia Advisor & IRAI. <https://www.centennialasia.com/our-insights/blogs/why-women-owned-businesses-in-indonesia-stay-small/>

---

## TENTANG PENULIS

**Siti Alifah Dina** adalah Konsultan Perorangan dengan spesialisasi studi kemiskinan, terutama hak pekerja ekonomi gig dan pengembangan kapasitas perempuan pengusaha UMKM. Jejak karier Dina sebagai konsultan dan peneliti mencakup beragam institusi, mulai dari Women's World Banking, Center for Indonesian Policy Studies, Bank Dunia, Japan International Cooperation Agency, dan BAPPENAS. Dina memperoleh gelar Sarjana Sains (B.Sc) dari Institut Teknologi Bandung dalam Perencanaan Wilayah dan Kota dan Magister of Arts (M.A.) dari International Institute of Social Studies The Hague, dalam Studi Pembangunan.

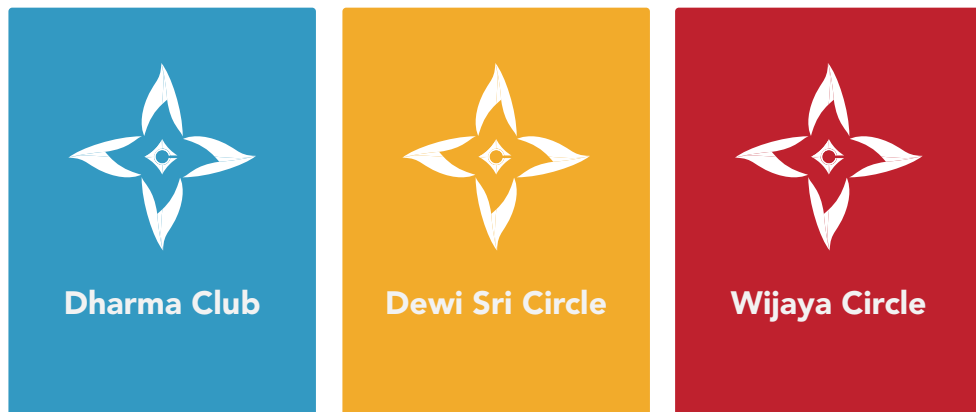
**Thomas Dewaranu** adalah seorang peneliti di CIPS. Ia memperoleh gelar master dalam kebijakan publik dari Australian National University dan gelar sarjana hukum dari Universitas Indonesia. Minat penelitiannya meliputi pembangunan pedesaan dan pengentasan kemiskinan. Sebelum bergabung dengan CIPS, ia bekerja di sebuah firma hukum komersial di Jakarta, memberikan layanan hukum kepada perusahaan lokal dan multinasional.

## AYO BERGABUNG DALAM PROGRAM “SUPPORTERS CIRCLES” KAMI

Melalui *Supporters Circles*, kamu, bersama dengan ratusan lainnya, membantu kami untuk melakukan penelitian kebijakan serta advokasi untuk kemakmuran jutaan orang di Indonesia yang lebih baik.

Dengan bergabung dalam *Supporters Circles*, *supporters* akan mendapatkan keuntungan dengan terlibat lebih dalam di beberapa karya CIPS. *Supporters* bisa mendapatkan:

- Undangan Tahunan Gala Dinner CIPS
- Pertemuan eksklusif dengan pimpinan CIPS
- Mendapatkan prioritas pada acara-acara yang diadakan oleh CIPS
- Mendapatkan informasi terbaru secara personal, setiap satu bulan atau empat bulan, lewat email dan video mengenai CIPS
- Mendapatkan hard-copy materi publikasi CIPS (lewat permintaan)



Untuk informasi lebih lanjut, silahkan hubungi [anthea.haryoko@cips-indonesia.org](mailto:anthea.haryoko@cips-indonesia.org).



**Pindai untuk bergabung**



## TENTANG CENTER FOR INDONESIAN POLICY STUDIES

**Center for Indonesian Policy Studies (CIPS)** merupakan lembaga pemikir non-partisan dan non profit yang bertujuan untuk menyediakan analisis kebijakan dan rekomendasi kebijakan praktis bagi pembuat kebijakan yang ada di dalam lembaga pemerintah eksekutif dan legislatif.

CIPS mendorong reformasi sosial ekonomi berdasarkan kepercayaan bahwa hanya keterbukaan sipil, politik, dan ekonomi yang bisa membuat Indonesia menjadi sejahtera. Kami didukung secara finansial oleh para donatur dan filantropis yang menghargai independensi analisis kami.

### FOKUS AREA CIPS:


**Ketahanan Pangan dan Agrikultur:** Memberikan akses terhadap konsumen di Indonesia yang berpenghasilan rendah terhadap bahan makanan pokok dengan harga yang lebih terjangkau dan berkualitas. CIPS mengadvokasi kebijakan yang menghapuskan hambatan bagi sektor swasta untuk beroperasi secara terbuka di sektor pangan dan pertanian.

**Kebijakan Pendidikan:** Masa depan SDM Indonesia perlu dipersiapkan dengan keterampilan dan pengetahuan yang relevan terhadap perkembangan abad ke-21. CIPS mengadvokasi kebijakan yang mendorong sifat kompetitif yang sehat di antara penyedia sarana pendidikan. Kompetisi akan mendorong penyedia sarana untuk terus berupaya berinovasi dan meningkatkan kualitas pendidikan terhadap anak-anak dan orang tua yang mereka layani. Secara khusus, CIPS berfokus pada peningkatan keberlanjutan operasional dan keuangan sekolah swasta berbiaya rendah yang secara langsung melayani kalangan berpenghasilan rendah.


**Kesejahteraan Masyarakat:** CIPS mempercayai bahwa komunitas yang solid akan menyediakan lingkungan yang baik serta mendidik bagi individu dan keluarga mereka sendiri. Kemudian, mereka juga harus memiliki kapasitas untuk memiliki dan mengelola sumber daya lokal dengan baik, berikutan dengan pengetahuan mengenai kondisi kehidupan yang sehat, agar mereka bisa mengelola pembangunan dan kesejahteraan komunitas dengan baik.


[www.cips-indonesia.org](http://www.cips-indonesia.org)

 [facebook.com/cips.indonesia](https://facebook.com/cips.indonesia)

 [@cips\\_id](https://twitter.com/cips_id)

 [@cips\\_id](https://www.instagram.com/cips_id)

 [Center for Indonesian Policy Studies](https://www.linkedin.com/company/center-for-indonesian-policy-studies)

 [Center for Indonesian Policy Studies](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Jalan Terogong Raya No. 6B  
Cilandak, Jakarta Selatan 12430  
Indonesia