

## PENGUATAN UMKM MELALUI PEMBAYARAN DIGITAL: STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM ERA BARU

Ferdian Arie Bowo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jayabaya

### Abstrak

Penguatan UMKM melalui pembayaran digital dan strategi digital marketing menjadi hal yang krusial dalam era baru. Penelitian ini membahas pentingnya pembayaran digital dalam upaya pemulihan ekonomi dan bagaimana Bank Indonesia berperan dalam mengembangkan sistem pembayaran terintegrasi dan inklusif. Dukungan Bank Indonesia terhadap UMKM melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, serta penerapan strategi digital marketing, memberikan kontribusi penting dalam pertumbuhan UMKM. Selain itu, studi ini juga mengungkapkan visi dan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025, yang bertujuan untuk mendukung ekonomi digital dan ekosistem keuangan terintegrasi. Melalui kolaborasi antara Bank Indonesia, Kementerian Koperasi, dan industri, diharapkan UMKM dapat tumbuh lebih baik dan berperan aktif dalam percepatan transformasi digital perekonomian Indonesia.

**Kata Kunci:** digital marketing, pembayaran digital, umkm

### Abstract

*Strengthening Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through digital payments and digital marketing strategies is crucial in the new era. This study discusses the importance of digital payments in economic recovery efforts and how Bank Indonesia plays a role in developing an integrated and inclusive payment system. Bank Indonesia's support for MSMEs through training and skills development, along with the implementation of digital marketing strategies, contributes significantly to MSME growth. Additionally, the study reveals the vision and Blueprint of the Indonesian Payment System 2025, aimed at supporting the digital economy and integrated financial ecosystem. Through collaboration between Bank Indonesia, the Ministry of Cooperatives, and the industry, it is expected that MSMEs can thrive and actively participate in accelerating Indonesia's digital economic transformation.*

**Keywords:** digital marketing, digital payment, smes (small and medium enterprises)

### PENDAHULUAN

Pentingnya pembayaran digital sebagai upaya pemulihan ekonomi telah menjadi fokus utama, sejalan dengan tema Presidensi G20 2022 "Recover Together, Recover Stronger." Bank Indonesia (BI) telah mengambil tiga inisiatif sebagai tindakan kolaboratif dan inklusif antara

negara maju dan berkembang. Inisiatif tersebut mencakup percepatan konsolidasi industri sistem pembayaran, pengembangan infrastruktur sistem pembayaran terintegrasi, dan sinergi dalam digitalisasi UMKM.

Layanan digital banking telah berkembang positif dalam menyediakan

pembayaran ritel. Namun, untuk memanfaatkan potensi digitalisasi secara maksimal, diperlukan keseimbangan antara inovasi dan mitigasi risiko serta kerjasama global. Selain itu, sektor pariwisata dan transportasi juga dapat didorong oleh pembayaran digital, yang berkontribusi pada jumlah dan transaksi wisatawan serta ekspansi konektivitas jalan tol.

Selain itu, dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan pembayaran digital, Bank Indonesia meluncurkan program '#AyoPakai QRIS Road to 15 juta pengguna baru', hal ini menunjukkan luasnya penggunaan QRIS di berbagai daerah.

Era New Normal menantang pedagang dan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi dalam digital marketing. Pembayaran digital menjadi pilar penting dalam mencapai tujuan pemulihan ekonomi, dan Blue Print Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI 2025) menjadi kunci keberhasilan dalam membangun ekonomi berkelanjutan yang merata bagi seluruh masyarakat.

Bank Indonesia menetapkan tiga komitmen untuk mengakselerasi ekonomi digital dan ekosistem keuangan terintegrasi. Pertama, reformasi regulasi untuk konsolidasi industri pembayaran yang inovatif dan kompetitif. Kedua, pengembangan infrastruktur pembayaran yang mendukung integrasi dan interkoneksi. Ketiga, mengembangkan praktik pasar yang aman, efisien, dan seimbang (Haryono, 2021). Digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan menjadi perhatian utama Deputy Gubernur BI, Aida S. Budiman. Digitalisasi memiliki manfaat luas bagi masyarakat umum dan dapat mengurangi ketimpangan (Haryono, 2022). Sinergi dan kolaborasi

antara otoritas dan industri menjadi kunci dalam memanfaatkan ekosistem ekonomi dan keuangan digital.

Bank Indonesia berperan penting dalam memperkuat ekonomi digital dan membina UMKM. Dukungan diberikan melalui memberikan bekal dan pengembangan keterampilan UMKM, termasuk strategi promosi melalui digital marketing. Adopsi pembayaran digital menjadi langkah berikutnya dalam meningkatkan penggunaan keuangan digital di Indonesia, dengan fokus pada pengembangan UMKM terkait inflasi dan stabilitas harga.

Dengan strategi inklusif dan kolaboratif, serta penerapan digital marketing dan pembayaran digital, diharapkan UMKM di Indonesia dapat tumbuh lebih baik dan sejalan dengan tujuan penguatan UMKM melalui pembayaran digital dan strategi digital marketing dalam Era Baru. Semua pihak diharapkan dapat bekerja sama dengan pendekatan inovatif untuk mencapai percepatan elektronifikasi dan pemulihan ekonomi yang berkelanjutan.

### **Evolusi Sistem Pembayaran**

Seiring dengan perkembangan uang, sistem pembayaran juga terus mengalami evolusi yang dipengaruhi oleh tiga unsur, yaitu inovasi teknologi & model bisnis, tradisi masyarakat, dan kebijakan otoritas. Awalnya, sistem barter antar barang digunakan sebagai alat pembayaran, kemudian, manusia menggunakan hewan ternak dan benda-benda lain, seperti cangkang kerang atau kulit rusa putih sebagai alat pembayaran. Pada tahun 1661, Swedia menjadi negara pertama di Eropa yang menggunakan uang kertas setelah pabrik kertas didirikan pada tahun 1150 di Spanyol

(Handayani, et al 2023; Fauzi, et al, 2023; Andriani, 2020; Subari, 2017; Bank Indonesia. (n.d).

### **Sistem Pembayaran**

Secara garis besar, sistem pembayaran dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non-tunai. Sistem pembayaran tunai menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam) sebagai alat pembayaran, sedangkan sistem pembayaran non-tunai menggunakan instrumen seperti Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), cek, bilyet giro, nota debit, dan uang elektronik (*card based dan server based*). Artinya, Perbedaan kedua jenis sistem pembayaran tersebut terletak pada instrumen yang digunakan. Instrumen pembayaran meliputi alat yang digunakan pada saat proses transaksi dilakukan (Rico, 2022; Ramadhani & Nugroho, 2021; Bank Indonesia. (n.d).

### **Perkembangan Sistem Pembayaran di Indonesia**

Sistem pembayaran di Indonesia mengalami perkembangan pesat dan maju dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran non-tunai (*non-cash*). Dari alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*) seperti cek dan bilyet giro, kemudian beralih ke alat pembayaran paperless seperti transfer dana elektronik dan berbasis kartu seperti kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, dan kartu prabayar (*card-based*). Dalam satu dekade terakhir, digitalisasi telah mengubah perilaku masyarakat, mendorong inovasi teknologi pembayaran, dan memunculkan alat pembayaran berbasis elektronik seperti uang elektronik berbasis kartu dan server. Masyarakat kini memiliki berbagai pilihan instrumen

pembayaran yang semakin bervariasi, dengan transaksi menggunakan kartu kredit, kartu debit, dan uang elektronik semakin populer (Tarantang, 2019; Abidin, 2015; Bank Indonesia. (n.d).

### **Perkembangan Kebijakan Sistem Pembayaran**

Pengembangan sistem pembayaran di Indonesia juga mengalami perubahan orientasi kebijakan dari pengembangan infrastruktur yang dioperasikan langsung oleh Bank Indonesia menjadi penataan rezim regulasi dan kelembagaan industri sistem pembayaran, terutama karena adanya perkembangan digitalisasi. Bank Indonesia berkomitmen untuk menyediakan uang Rupiah di seluruh wilayah Indonesia dan terus memperkuat proses distribusi uang agar perekonomian dapat tumbuh secara merata. Selain itu, Bank Indonesia juga bekerja sama dengan POLRI dan TNI untuk mengawal dan mengamankan jalur distribusi uang di seluruh wilayah NKRI (Bank Indonesia. (n.d).

### **Kebijakan Sistem Pembayaran Indonesia 2025**

Dalam rangka menghadapi arus digitalisasi yang pesat, Bank Indonesia menghadirkan visi dan Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 untuk memberikan arah yang jelas dalam memanfaatkan potensi digitalisasi dengan tetap memitigasi risiko. Lima visi SPI 2025 adalah (Atmaja & Paulus, 2022; Najib & Fahma, 2020; Sriekaningsih, 2020; Bank Indonesia. (n.d).:

1. Mendukung integrasi ekonomi-keuangan digital nasional untuk memastikan fungsi bank sentral dalam peredaran uang, kebijakan moneter, stabilitas sistem keuangan, dan inklusi keuangan.

2. Mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi-keuangan digital melalui open-banking dan pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.
3. Menjamin *interlink* antara *Fintech* dengan perbankan untuk menghindari risiko *shadow banking* melalui pengaturan teknologi digital dan kerjasama bisnis.
4. Menjamin keseimbangan antara inovasi dengan perlindungan konsumen, integritas, stabilitas, dan persaingan usaha melalui penerapan *Know Your Customer (KYC) & Anti-Money Laundering/Combating the Financing of Terrorism (AML/CFT)*, serta *reg-tech* dan *sup-tech* dalam kewajiban pelaporan, regulasi, dan pengawasan.
5. Menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi-keuangan digital antar negara melalui kewajiban pemrosesan semua transaksi domestik di dalam negeri dan kerjasama penyelenggara asing dengan domestik.

*Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 juga menghadirkan lima inisiatif, seperti open banking dan interlink bank-fintech melalui standarisasi open API, pengembangan retail payment dengan penyelenggaraan real time 24/7, pengembangan *wholesale payment* dan *financial market infrastructure*, pengembangan data nasional yang kolaboratif dan terintegrasi, serta pengaturan, pengawasan, perizinan, dan pelaporan untuk percepatan Ekonomi Keuangan Digital (EKD). Dengan penerapan *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025, diharapkan inovasi digital dapat membuka akses bagi populasi *unbanked*

dan UMKM sehingga dapat menguatkan ekonomi secara merata di Indonesia (Atmaja & Paulus, 2022; Najib & Fahma, 2020; Sriekaningsih, 2020; Bank Indonesia. (n.d).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif bahwa pengumpulan data tidak menggunakan bantuan statistik (Ardianto, 2019), hal ini untuk menggali informasi mendalam tentang penguatan UMKM melalui pembayaran digital dan strategi digital marketing yang diterapkan oleh Bank Indonesia. Penelitian ini juga melibatkan studi pustaka untuk memahami strategi Digital Marketing yang telah digunakan oleh Bank Indonesia dalam mendukung UMKM dan meningkatkan penggunaan pembayaran digital. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih untuk memfokuskan penelitian pada penerapan pembayaran digital oleh UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting di era baru ini, terutama melalui pembayaran digital dan strategi pemasaran. Menjangkau target konsumen secara cepat, tepat, dan luas dengan menggunakan berbagai teknologi atau media digital merupakan tujuan utama pemasaran digital. Bagi UMKM, menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran digital merupakan langkah yang krusial. UMKM dapat memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan media sosial untuk mendidik pelanggan tentang prosedur yang terlibat dalam mempromosikan produk mereka. UMKM dapat

menggunakan berbagai *platform* media sosial, seperti situs jejaring sosial dan pesan instan, untuk menjangkau target pasar yang lebih besar dan berkomunikasi dengan pelanggan. Bagi UMKM, pemasaran digital memiliki banyak keuntungan. Pemasaran digital memiliki biaya yang lebih terjangkau daripada pemasaran tradisional dan jangkauan yang lebih luas karena tidak dibatasi oleh batasan geografis, selain menetapkan target berdasarkan demografi, tempat tinggal, dan gaya hidup. Pemasaran digital juga memungkinkan pemasar untuk melihat hasilnya dengan cepat dan, jika perlu, segera melakukan penyesuaian atau beralih ke strategi alternatif (Darma & Noviana, 2020).

Upaya penguatan UMKM melalui digitalisasi juga didukung oleh Bank Indonesia, sebuah organisasi yang peduli terhadap pembangunan dan kesehatan ekonomi negara. Sistem pembayaran digital yang cepat, sederhana, terjangkau, dan andal bagi UMKM sedang dikembangkan oleh Bank Indonesia sebagai bagian dari program *Digital Marketing* (Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2022), yang juga mencakup aplikasi untuk membuat pencatatan keuangan UMKM menjadi lebih efektif dan teratur. Ini dan topik utama lainnya tercakup dalam program ini. *E-Farming* yang melibatkan penggunaan teknologi digital di bidang pertanian untuk meningkatkan kapasitas produksi dan efektivitas biaya merupakan salah satu komponen dari Program Digitalisasi UMKM. Pemasaran UMKM ke pasar global melalui platform digital termasuk dalam *e-Commerce* sebagaimana *capacity building* dalam *digital marketing*. Aplikasi UMKM (SI APIK) merupakan bantuan *e-Financing* dalam

bentuk aplikasi digital. Aplikasi transaksi UMKM juga difasilitasi dengan metode pembayaran digital (QRIS UMKM).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah telah mengusulkan empat langkah strategis untuk mengefektifkan digitalisasi UMKM. **Pertama**, Untuk memanfaatkan digitalisasi dan media sosial dengan sebaik-baiknya, penting untuk terlebih dahulu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM. **Kedua**, mengambil tindakan untuk membantu pelaku UMKM memperbaiki proses bisnis mereka dengan fokus pada pencatatan akuntansi yang sesuai dengan standar dan literasi keuangan yang relevan. **Ketiga**, Mendorong kerjasama antara Kementerian Koperasi dengan UKM dan Badan Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah untuk mengikutsertakan UMKM sebagai vendor pengadaan barang dan jasa pada akhirnya akan membantu meningkatkan akses pasar. **Keempat**, mendukung UMKM lokal yang memiliki brand kuat untuk berinovasi dan berkontribusi dalam pengolahan produk dari produksi hingga pemasaran (Tresnasari & Zulganef, 2023).

Bank Indonesia dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah berkontribusi dalam partisipasi UMKM di media sosial dan marketplace dengan memberikan pembinaan dan pendampingan yang membantu UMKM maju di era digital. Selain itu, Bank Indonesia berupaya meningkatkan visibilitas produk UMKM dengan membina hubungan dengan produsen konten yang kemudian menghasilkan konten yang menarik sehingga produknya lebih memikat.

Bank Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan UMKM di era baru ini sangat bergantung pada strategi penguatan UMKM melalui pembayaran digital dan pemasaran digital. Platform dan teknologi digital dapat membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih besar dan kompetitif. Keberhasilan peningkatan kinerja UMKM dan percepatan transformasi digital perekonomian Indonesia bergantung pada dukungan dari lembaga pemerintah dan Bank Indonesia.

## KESIMPULAN

Penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pembayaran digital dan strategi pemasaran menjadi penting dalam era baru. Pemasaran digital memungkinkan UMKM menjangkau target konsumen dengan cepat dan efisien melalui berbagai teknologi dan media digital. Dukungan Bank Indonesia dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dalam pengembangan sistem pembayaran digital dan pelatihan UMKM memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan dan keberhasilan UMKM di era digital. Kolaborasi ini berpotensi meningkatkan daya saing dan membuka peluang ekspansi pasar yang lebih luas, sehingga UMKM dapat berperan aktif dalam percepatan transformasi digital perekonomian Indonesia.

## REFERENSI

- Abidin, M.S., 2015. Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 3(2), pp.1-21.
- Andriani, A. D., Yuniawati, R. I., Hamidin, D., Priambodo, A.,

Sulaeman, M., Susanti, L., ... and Martono, S. 2022. *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society*. Tohar Media.

Ardianto, Y. 2019. *Memahami metode penelitian kualitatif*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Atmaja, Y.S. and Paulus, D.H., 2022. Partisipasi Bank Indonesia Dalam Pengaturan Digitalisasi Sistem Pembayaran Indonesia. *Masalah-Masalah Hukum*, 51(3), pp.271-286.

Bank Indonesia. (n.d). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. Tersedia pada: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx#floating-2>

Darma, G.S. and Noviana, I.P.T., 2020. Exploring Digital Marketing Strategies during the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment. *Jurnal Mantik*, 4(3), pp.2257-2262.

Departemen Komunikasi Bank Indonesia. 2022. *Go Digital Strategi Memperkuat UMKM*. Bank Indonesia, Jakarta. Tersedia pada: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Go-Digital-Strategi-Memperkuat-UMKM.aspx>

Erwin Haryono. 2021. *Tiga Inisiatif Pembayaran Digital Untuk Pemulihan Ekonomi*. Departemen Komunikasi Bank Indonesia, Jakarta. Tersedia pada: [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2417922.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2417922.aspx)

- Erwin Haryono. 2022. *Digitalisasi Sistem Pembayaran Untuk Kemudahan Masyarakat*. Departemen Komunikasi Bank Indonesia, Jakarta. Tersedia pada: [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp\\_2417922.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2417922.aspx)
- Fauzi, A., Widayati, E., Sasmitha, M., Maulana, R., Aulia, T. and Herdinov, A., 2023. PERANAN BANK INDONESIA DALAM MENGATUR DAN MENJAGA KELANCARAN SISTEM PEMBAYARAN. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 3(1), pp.80-89.
- Handayani, V.A., Tarsila, H., Hidayati, E., Saputri, R. and Parero, J., 2023. Persepsi Masyarakat Kota Batam Terhadap Transformasi Digital Payment. *JURNAL SITEBA*, 1(2).
- Najib, M. and Fahma, F., 2020. Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), pp.1702-1708.
- Ramadhani, W. and Nugroho, R.Y.Y., 2021. Pengaruh Pembayaran Non Tunai dan Tingkat Suku Bunga Kebijakan Terhadap Sistem Pembayaran di Indonesia. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), pp.129-149.
- Rico, S. 2022. *Preferensi Masyarakat Tentang Sistem Pembayaran Tunai dan Non Tunai Pada Masa Pandemi (Covid-19) di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Sriekaningsih, A. 2020. *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Subari, S. M. T. 2017. *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*. Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M. and Munawaroh, M., 2019. Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal al-qardh*, 4(1), pp.60-75.
- Tresnasari, R. and Zulganef, Z., 2023. Increasing MSME Performance Through Institutional Strengthening, Entrepreneurship, and Digital Marketing. *International Journal of Research in Community Services*, 4(1), pp.11-17.