



Judul : Duh, Produk Asing Kuasai Perdagangan Digital Lokal
Tanggal : Rabu, 04 Agustus 2021
Surat Kabar : Rakyat Merdeka
Halaman : 7

UMKM Cuma Mampu Ambil 10% Ceruk Pasar

Duh, Produk Asing Kuasai Perdagangan Digital Lokal

Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu dilindungi di tengah gempuran produk asing dalam perdagangan digital. Jika tidak, sulit bagi UMKM menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

ANGGOTA Komisi XI DPR Marwan Cik Asan mengatakan, dibutuhkan regulasi yang tepat agar perdagangan digital atau *e-commerce* tidak didominasi produk asing. Dalam kurun empat tahun terakhir ini saja, produk-produk UMKM yang dijual di *platform e-commerce* masih di bawah 10 persen.

"Ini yang membuat kita masih menjadi sebatas sasaran pasar saja. Harusnya, yang menjadi tuan rumah pelaku ekonomi

lokal, khususnya UMKM sebagai pelaku usaha terbesar di Indonesia," kata politisi Partai Demokrat ini, kemarin.

Pemerintah, lanjutnya, diminta menyiapkan kebijakan agar para pelaku UMKM produktif secara kuantitas dan kualitas, juga agresif memasuki pasar digital. Kebijakan ini harus menjadi basis awal upaya produk lokal menjadi tuan rumah di pasar digital dalam negeri.

Selain itu, dukungan bantuan

usaha, pelatihan keterampilan, dan juga pemberian kemudahan akses perizinan usaha mutlak diperlukan untuk mendukung UMKM bersaing di pasar *e-commerce*.

"Dengan dukungan pemerintah, UMKM dapat menjadi usaha yang mandiri dan tetap menunjukkan eksistensinya sebagai penopang perekonomian di masa pandemi ini," paparnya.

Diakui dia, perkembangan bisnis dagangan digital di Indonesia mengalami kemajuan pesat. Data Asosiasi E-Commerce Indonesia (IDEA) menyebutkan, transaksi *e-commerce* mengalami pertumbuhan hingga 500 persen dalam

kurun waktu 4 tahun terakhir.

Total transaksi penjualan mencapai 27 miliar dolar AS atau sekitar Rp 391 triliun. Angka sebesar ini juga menjadikan transaksi ekonomi digital Indonesia berada di peringkat pertama untuk kawasan Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 49 persen.

Sayangnya, produk yang laris masih dikuasai produk-produk asing. Padahal idealnya, produk UMKM kita yang harusnya mengisi ceruk pasar ini. Namun pandemi yang berkepanjangan ini membuat produk UMKM kita juga ikut terdampak.

Marwan menjelaskan, UMKM pengguna platform digital baru

mencapai 12 juta atau 9 persen dari total pelaku UMKM. Jumlah ini bisa ditingkatkan dengan beberapa langkah.

Misalnya, literasi digital bagi pelaku, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan kualitas, dan akses pasar dalam ekosistem digital.

Marwan berharap, negara mendapatkan kompensasi cukup besar dari transaksi *e-Commerce*. Potensi pajak yang bisa digali sedikitnya ada dua jenis, yaitu jenis Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Tentunya, pemerintah harus memiliki data akurat pelaku *e-commerce* di Indonesia. ■ KAL