

Tantangan dan Peluang Pelaku Usaha UMKM menghadapi Visi Indonesia Emas 2045

Iman Akhadi

Trisakti School of Management, Jl. Kyai Tapa No. 20, Jakarta, Indonesia
E-mail: iman.akh@gmail.com

Received: December 28, 2024; Revised: April 5, 2025; Accepted: April 25, 2025

Abstract

This study aims to identify the challenges and opportunities faced by MSME entrepreneurs in achieving the Vision of Golden Indonesia 2045. This research employs a qualitative method through a literature study, collecting data and information from various media sources with a library study approach. These media sources include books, journals, conference proceedings, articles, and online news, which support the development of this study. The results of the study showed that the key factors challenges for MSMEs contribution toward realizing the Golden Indonesia 2045 vision include intensifying global competition, rapid advancements in digital technology and e-commerce, limited access to funding, and suboptimal human resource quality. Furthermore, shifting consumer behavior, evolving government policies, and the need to ensure business sustainability are critical factors that MSME players must proactively address. However, these challenges also present opportunities for creative and innovative MSMEs to thrive and grow. Digital technology, particularly e-commerce platforms, along with government support in the form of favorable regulations and access to financing through Fintech, creates avenues for MSMEs to expand their markets and enhance their competitiveness. Additionally, Indonesia's ongoing demographic bonus offers significant potential for boosting productivity, driven by a young generation with a strong entrepreneurial spirit.

Keywords: Entrepreneur, MSME's, Golden Indonesia 2045

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang akan dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mencapai Visi Indonesia Emas 2045. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui studi pustaka, pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber media dengan pendekatan studi kepustakaan. Sumber media tersebut meliputi buku, jurnal, prosiding konferensi, artikel, dan berita daring, yang mendukung pengembangan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor kunci tantangan kontribusi UMKM dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045 antara lain adalah persaingan global yang semakin ketat, kemajuan teknologi digital dan *e-commerce* yang pesat, terbatasnya akses pendanaan, dan kualitas sumber daya manusia yang belum optimal. Selain itu, perubahan perilaku konsumen, kebijakan pemerintah yang terus berkembang, dan kebutuhan untuk memastikan keberlanjutan bisnis merupakan faktor-faktor penting yang harus secara proaktif diatasi oleh pelaku UMKM. Namun, tantangan-tantangan tersebut juga memberikan peluang bagi UMKM yang kreatif dan inovatif untuk berkembang dan maju. Teknologi digital, khususnya platform *e-commerce*, beserta dukungan pemerintah berupa regulasi yang mendukung dan akses pembiayaan melalui *Fintech*, membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing. Selain itu, bonus demografi Indonesia yang masih terus berlanjut menawarkan potensi yang signifikan untuk mendorong produktivitas, didorong oleh generasi muda yang memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat.

Kata kunci: Kewirausahaan, UMKM, Visi Indonesia Emas 2045

PENDAHULUAN

Pada tahun 2045, bangsa Indonesia akan merayakan kemerdekaannya yang ke 100 tahun atau satu abad setelah terlepas dari penjajahan dari Belanda. Sebagai sebuah negara, usia 100 tahun kemerdekaan merupakan perjalanan sejarah panjang untuk mencapai cita-cita kemerdekaan. Bangsa Indonesia diharapkan akan mencapai era puncaknya pada tahun 2045 sebagai negara maju, modern dan mampu sejajar dengan negara-negara maju lainnya yang ditandai dengan pendapatan per kapita setara dengan negara-negara maju. Hal ini sesuai dengan Visi Indonesia Emas 2045 yang dituangkan dalam UU Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2025-2045 yang telah disahkan pada tanggal 20 Agustus 2024. (Bappenas RI, 2024)

Saat ini bangsa Indonesia sedang mengalami bonus demografi. Berdasarkan data BPS, jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023 telah mencapai 275,77 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun) mencapai 69,25% dari total penduduk, sedangkan usia tidak produktif mencapai 30,75% (24% usia 0-14 tahun dan 6,74% usia diatas 65 tahun). Komposisi ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk usia produktif mencapai 2,25 kali dibandingkan dengan usia tidak produktif, atau setiap satu orang berusia tidak produktif, terdapat 2,25 orang dalam kelompok usia produktif. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi penduduk usia produktif di Indonesia cukup tinggi dan memberikan peluang untuk pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. (BPS 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh (Adriani & Yustini, 2021) menunjukkan bahwa Indonesia berada pada posisi bonus demografi yang sangat baik, dan diharapkan mampu memanfaatkan struktur usia terutama porsi usia produktif yang berpotensi menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi. Bonus demografi merupakan fenomena langka karena hanya akan terjadi satu kali ketika proporsi penduduk usia produktif berada lebih dari dua pertiga jumlah penduduk keseluruhan. (Asrie, 2020)

Untuk dapat mencapai visi Indonesia Emas 2045, Pemerintah Indonesia melakukan transformasi ekonomi agar terhindar dari *middle income trap* melalui 2 skenario yaitu *Transformatif* dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 6% per tahun untuk lepas dari *middle income trap* pada tahun 2041 dan *Optimis* dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 7% per tahun untuk lepas dari *middle income trap* pada tahun 2038. (Kemenko Perekonomian Indonesia 2024)

Salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB) adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp 9.580 triliun. Bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM yang jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. (Siaran Pers Kemenko Perekonomian 2024)

UMKM merupakan unit usaha yang memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi krisis ekonomi. Pada saat terjadi krisis ekonomi dan politik Indonesia tahun 1997-1998, perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan keuangan yang menyebabkan terjadinya banyak PHK. Pada saat yang sama jumlah UMKM justru meningkat bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012 (Gustika et al. 2022). (Nikiforou et al. 2023) dalam penelitiannya terhadap UKM di Yunani saat terjadi krisis ekonomi 2008 menemukan bahwa jaringan UKM memiliki

pengaruh positif terhadap kepercayaan diri dalam melihat peluang saat terjadi krisis ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan dan peluang bagi pelaku usaha UMKM dalam menghadapi Visi Indonesia Emas 2045. Untuk dapat mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045, Pemerintah perlu mendorong terciptanya iklim wirausaha/entrepreneur dalam skala yang lebih luas. Tumbuhnya minat kewirausahaan bagi generasi muda merupakan cikal bakal bagi pertumbuhan jumlah UMKM. Wirausahawan sering kali membawa ide-ide inovatif dan kreatif ke dalam bisnis UMKM. Wirausahawan yang inovatif dapat menciptakan produk atau layanan yang unik, memanfaatkan teknologi, dan menemukan cara baru untuk memuaskan pelanggan.

LITERATURE REVIEW

Kewirausahaan dan UMKM

Seorang wirausahawan/entrepreneur dituntut untuk berfikir kreatif dan inovatif dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Kreatifitas dan inovasi merupakan komponen vital dalam menentukan keberhasilan sebuah bisnis yang berkelanjutan. Hasil dari usaha para wirausahawan yang kreatif dan inovatif akan menghasilkan produk baru yang inovatif, layanan yang semakin baik serta model bisnis yang memberikan keuntungan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat (Scarborough & Cornwall 2015).

Pemerintah Indonesia sedang berupaya untuk meningkatkan jumlah wirausahawan yang tangguh di tengah kondisi perekonomian mengalami guncangan akibat pandemi Covid-19. Melalui pengesahan Perpres No 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional 2021-2024, diharapkan akan terjadi percepatan penumbuhan dan rasio kewirausahaan melalui penumbuhkembangan wirausaha.

Adapun tujuan dari Pengembangan Kewirausahaan Nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 3 adalah:

- a) menyinergikan kebijakan dan program Pengembangan Kewirausahaan Nasional yang diselenggarakan oleh kementerian/lembaga, Pemerintah Daerah, dan Pemangku Kepentingan;
- b) memperkuat Ekosistem Kewirausahaan di Indonesia;
- c) menumbuhkembangkan Wirausaha yang berorientasi pada nilai tambah dan mampu memanfaatkan teknologi; dan
- d) meningkatkan kapasitas Wirausaha dan skala usaha.

Melalui Perpres No 2 tahun 2022 tersebut, Pemerintah menargetkan akan tercipta 1 juta lapangan kerja baru hingga tahun 2024 melalui program Wirausaha Merdeka dengan melibatkan mahasiswa serta peningkatan ekosistem kewirausahaan yang mendukung inovasi dan pemanfaatan teknologi.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024, Pemerintah menargetkan rasio Kewirausahaan pada tahun 2024 adalah sebesar 4,0% dengan baseline pada tahun 2019 sebesar 3,3% kemudian meningkat menjadi 3,6% pada tahun 2020, 3,7% pada tahun 2021, 3,8% pada tahun 2022, dan 3,9% pada tahun 2023.

Target rasio kewirausahaan tersebut masih jauh dibandingkan dengan rasio kewirausahaan di negara-negara maju yang mencapai 12%-14%. Bahkan masih lebih

rendah dibandingkan dengan Negara Malaysia yang mencapai 4,74%, Thailand 4,26% dan Singapura 8,75%. (Herman, 2022)

Jenis Wirausaha sesuai dengan Perpres No 2 Tahun 2022 dibedakan menjadi 3, yaitu Calon Wirausaha, Wirausaha Pemula dan Wirausaha Mapan.

Calon Wirausaha adalah setiap orang yang memiliki jiwa Kewirausahaan dan memiliki ide bisnis dan/atau memiliki rintisan usaha. Wirausaha Pemula adalah Wirausaha yang merintis usahanya menuju Wirausaha mapan dan usahanya telah terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik. Sedangkan Wirausaha Mapan adalah Wirausaha yang usahanya telah berlangsung dalam jangka waktu lebih dari 42 (empat puluh dua) bulan sejak usahanya terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik dan berkembang.

Sampai dengan bulan Pebruari 2024, BPS telah mencatat jumlah wirausaha mapan di Indonesia telah mencapai 5,01 juta, naik 2,04% jika dibandingkan dengan Pebruari 2023. Sedangkan jumlah wirausaha pemula sampai dengan Pebruari 2024 mencapai 51,55 juta wirausaha. (Yonatan 2024)

Wirausaha pemula dan mapan pada umumnya merupakan pelaku usaha Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Wirausaha merupakan penggerak utama dalam sektor UMKM yang dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan memberi dampak positif terhadap perekonomian.

UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha dengan kriteria sesuai dengan jumlah modal usaha atau hasil penjualan tahunan tertentu yang ditetapkan oleh Pemerintah.

Peraturan Pemerintah No 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) pasal 35 dan 36 mengklasifikasikan usaha berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha. Kriteria suatu usaha dikategorikan mikro, kecil dan menengah adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Jenis Usaha	Jumlah Modal Usaha Diluar Tanah dan Bangunan	Nilai Penjualan Tahunan
Mikro	Paling banyak Rp 1.000.000.000	Paling banyak Rp 2.000.000.000
Kecil	Lebih dari Rp 1.000.000.000 sampai Rp 5.000.000.000	Lebih dari Rp 2.000.000.000 sampai Rp 15.000.000.000
Menengah	Lebih dari Rp 5.000.000.000 sampai Rp 10.000.000.000	Lebih dari Rp 15.000.000.000 sampai Rp 50.000.000.000

Sumber: PP No 7 Tahun 2021

Pengkategorian UMKM berdasarkan jumlah modal dan hasil penjualan tahunan bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha kecil di Indonesia, serta untuk memperkuat kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja serta kontribusi terhadap PDB.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hu, 2010) terhadap 37 negara selama tahun 1960-1990, diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan sistematis antara keberadaan UMKM dengan pertumbuhan ekonomi (PDB). Pada negara-negara maju, kewirausahaan yang

diwarisi dari sektor UMKM membantu mendorong pertumbuhan ekonomi, sebaliknya pada negara berkembang, kontribusi UMKM adalah membantu penciptaan lapangan kerja.

Visi Indonesia Emas 2045

Harapan dan impian Indonesia dapat sejajar dengan negara-negara maju dituangkan dalam UU No 59 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2025-2045. RPJPN Tahun 2025-2045 menentukan upaya transformatif untuk memenuhi berbagai aspek kebutuhan masyarakat sebagai bentuk perwujudan cita Indonesia Emas 2045, yaitu sebagai Negara Kesatuan Republik Indonesia yang bersatu, berdaulat, maju, dan berkelanjutan.

Visi Indonesia Emas 2045 sebagaimana diatur dalam pasal 5 diukur melalui 5 (lima) sasaran visi yang terdiri dari:

- a. pendapatan per kapita setara negara maju;
- b. kemiskinan menurun dan ketimpangan berkurang;
- c. kepemimpinan dan pengaruh di dunia internasional meningkat;
- d. daya saing sumber daya manusia meningkat; dan
- e. intensitas emisi gas rumah kaca menurun menuju emisi nol bersih.

Pendapatan per kapita pada tahun 2045 diharapkan setara dengan negara maju sekitar US\$ 23.000 - 30.300 dan masuk ke dalam ekonomi lima terbesar di dunia yang utamanya didorong oleh peningkatan kontribusi PDB industri manufaktur menjadi 28,0% dan PDB kemaritiman menjadi 15,0% berbasis inovasi serta secara inklusif dan berkelanjutan. (UU No 5 Tahun 2024 Tentang RPJPN, 2024)

Untuk dapat mewujudkan visi Indonesia Emas 2045, diperlukan dukungan dari semua pihak termasuk dari Sektor UMKM yang telah memberikan kontribusi 61% PDB secara Nasional. Sektor UMKM merupakan sektor usaha yang terbukti mampu membantu penciptaan lapangan kerja. Di tengah kondisi perekonomian dunia yang penuh dengan tantangan, diharapkan sektor UMKM dapat membuktikan kembali sebagai sektor usaha yang tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi sebagaimana telah terbukti pada saat krisis ekonomi tahun 1998 dan 2008. Sehingga diharapkan Visi Indonesia Emas 2045 dapat diwujudkan melalui peran aktif dari wirausahawan-wirausahawan tangguh yang kreatif dan inovatif sehingga dapat bersaing dengan negara-negara maju.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif melalui studi literatur dengan mengumpulkan data, informasi serta keterangan yang dibutuhkan dari media yang bersifat studi pustaka. Media tersebut dapat berupa buku, jurnal, proseding, dan artikel atau berita online sebagai pendukung penyusunan penulisan (Novitasari 2022). Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode Analisis Deskriptif dengan mengumpulkan, mengklasifikasikan, menginterpretasikan dan menjabarkan data sehingga memberikan gambaran yang objektif dari masalah yang diteliti. (Akhadi 2021)

Penelitian ini mengumpulkan data-data dari berbagai sumber referensi yang berhubungan dengan kewirausahaan dan UMKM sebagai salah satu sektor usaha yang diharapkan dapat menjadi salah satu tulang punggung perekonomian masa depan

Indonesia agar visi Indonesia Emas 2045 sebagai negara maju, adil dan makmur dapat terwujud.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Visi Indonesia menjadi negara maju pada tahun 2045 merupakan impian dan harapan bangsa Indonesia pada saat merayakan ulang tahunnya yang ke 100 tahun. Visi Indonesia Emas 2045 sebagaimana tertuang dalam UU No 59 Tahun 2024 merupakan pedoman bagi seluruh pelaku pembangunan pemerintah dan pelaku pembangunan nonpemerintah.

Pemerintahan yang baru terpilih melalui Pemilu 2024 dalam waktu 3 bulan sejak tanggal pelantikan Presiden dan Wakil Presiden, diwajibkan menyusun Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) selama 5 tahun masa pemerintahannya berdasarkan RPJPN.

Salah satu sektor usaha yang menjadi perhatian dalam RPJPN adalah UMKM dan Koperasi yang diharapkan dapat menjadi penopang ekonomi produktivitas tinggi, berdaya saing global, inklusif, dan berkelanjutan. Para pelaku usaha UMKM akan menghadapi tantangan yang tidak mudah di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen dan teknologi yang semakin cepat.

Tantangan dan Peluang Wirausaha UMKM

Salah satu karakter dari seorang wirausahawan/ *entrepreneur* adalah memiliki kemampuan untuk bersaing (*competitiveness*) dan menikmati proses persaingan usaha. (Scarborough & Cornwall 2015) Setiap usaha atau bisnis pasti akan menghadapi masalah, baik masalah yang berasal dari internal maupun masalah dari eksternal. Wirausahawan yang tangguh tidak akan mudah menyerah dalam menghadapi tantangan yang dihadapi, serta mudah bangkit jika mengalami kegagalan dalam berbisnis.

Berikut ini beberapa tantangan dan peluang yang akan dihadapi oleh wirausahawan UMKM dimasa depan yang dikumpulkan dari berbagai sumber referensi yang diperoleh penelitian ini. Tantangan dan peluang tersebut diharapkan dapat diantisipasi oleh para pelaku usaha dan Pemerintah sebagai pembuat kebijakan agar para pelaku usaha UMKM dapat mempertahankan bisnisnya secara berkelanjutan dan mampu bersaing secara fair dengan para pelaku usaha dari Dalam dan Luar Negeri.

a. Kompetisi Global

Globalisasi adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana perdagangan dan teknologi telah membuat dunia menjadi tempat yang saling bergantung dan semakin terhubung (Chien et al. 2024). Era Globalisasi telah mengakibatkan persaingan usaha tidak hanya terjadi di dalam negeri, tetapi dapat terjadi pada lintas negara. Persaingan global akan berdampak positif sekaligus negatif jika tidak diantisipasi dengan tepat. UMKM sebagai pelaku usaha dengan sumber daya yang terbatas, dituntut untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga dapat bersaing dengan kompetitor global.

Bagi UMKM yang berjiwa kreatif dan inovatif serta memiliki *growth mindset*, persaingan global ini dapat dianggap sebagai peluang untuk memperluas pasar produksi mereka. Dengan meningkatnya minat terhadap produk-produk lokal dan buatan tangan, UMKM di sektor ekonomi kreatif (seperti fashion, kuliner, kerajinan tangan, dan seni) memiliki peluang besar untuk berkembang. Produk yang menonjolkan ciri khas budaya lokal

akan semakin diminati baik di pasar domestik maupun internasional di masa yang akan datang.

Sebaliknya bagi UMKM yang tidak mampu bersaing, maka kondisi ini dapat menggerus pasar karena produk asing dapat masuk ke dalam negeri. Dalam kondisi seperti ini, peran Pemerintah diperlukan untuk melindungi kepentingan pelaku usaha di dalam negeri melalui kebijakan-kebijakan yang berpihak terhadap kepentingan UMKM.

b. Teknologi Digital dan Layanan e-Commerce

Teknologi digital telah merevolusi sektor bisnis, menawarkan peluang yang signifikan bagi pelaku usaha UMKM untuk meningkatkan nilai tambah dan kinerja bisnisnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Soomro et al. 2024) menunjukkan bahwa aplikasi media sosial yang digunakan oleh UMKM berkontribusi positif terhadap penciptaan nilai ekonomi dan sosial. Para pelaku usaha UMKM dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi digital yang semakin cepat dan kompleks, agar dapat memberikan manfaat bagi peningkatan kinerja perusahaan. Sebaliknya bagi pelaku usaha yang tidak dapat beradaptasi dengan teknologi digital, bukan tidak mungkin akan semakin ketinggalan dalam persaingan usahanya. UMKM memiliki kesempatan untuk memperluas pasar mereka secara global melalui layanan *e-commerce*, media sosial, dan platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dll.

UMKM dapat pula memanfaatkan inovasi teknologi untuk mengembangkan produk baru. Misalnya di sektor pertanian, teknologi agrikultural dapat meningkatkan produktivitas hasil pertanian. Sementara di sektor manufaktur, otomatisasi mesin produksi dapat menurunkan biaya produksi. UMKM dapat memanfaatkan teknologi AI (*Artificial Intelligent*), big data, atau IoT (*Internet of Thing*) untuk meningkatkan efisiensi operasional di masa depan.

Pemerintah perlu membuat kebijakan melalui sosialisasi pentingnya memanfaatkan teknologi digital bagi peningkatan produktifitas usaha UMKM. Penggunaan teknologi digital bukan hanya berguna bagi pelaku usaha, tetapi juga dapat meningkatkan kualitas layanan bagi konsumen dalam melakukan transaksi dengan para pelaku usaha.

c. Akses Pendanaan dan keberadaan Fintech

Pelaku usaha UMKM menghadapi beberapa tantangan dalam mengakses layanan keuangan, yang membatasi kemampuan mereka untuk berkembang dan bersaing di pasar (Prabowo et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih et al. 2023) terhadap UMKM di Kota Sukabumi menemukan bukti bahwa tantangan dan hambatan dalam mengakses layanan keuangan disebabkan karena keterbatasan literasi dan pengetahuan keuangan, akses terbatas ke layanan keuangan formal, biaya layanan keuangan yang tinggi dan keterbatasan ketersediaan produk keuangan yang sesuai. Pemerintah perlu membuat kebijakan yang dapat meningkatkan literasi dan pengetahuan keuangan bagi UMKM melalui program pendidikan dan pelatihan, menurunkan persyaratan penjaminan, pengenalan alternatif layanan keuangan serta peningkatan ketersediaan produk keuangan (Ningsih et al. 2023)

Kehadiran Fintech (*Financial Technology*) semakin membuka akses bagi UMKM terhadap pembiayaan, merupakan peluang bagi UMKM. Lewat Fintech Lending atau *peer-to-peer (P2P) lending*, UMKM bisa mendapatkan pinjaman dengan proses yang lebih mudah

dan cepat dibandingkan dengan layanan perbankan konvensional. Layanan seperti pembayaran digital (*e-wallet*) juga dapat memperluas opsi pembayaran bagi konsumen.

d. Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek SDM merupakan aset paling penting bagi UMKM, karena merekalah yang menjadi pelaku utama dalam menjalankan bisnis. Tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM pada aspek SDM diantaranya kurangnya ketrampilan dan kompetensi serta ketidakmampuan mengadopsi teknologi, yang mengakibatkan UMKM tidak mampu bersaing secara global. Meskipun Negara Indonesia saat ini sedang memperoleh bonus demografi, jika generasi mudanya tidak mendapatkan pendidikan yang layak maka impian terwujudnya Indonesia Emas 2045 akan sulit direalisasikan. Berdasarkan data BPS tahun 2023, jumlah penduduk yang mengenyam pendidikan tinggi hanya 10,15%. Selain itu terdapat 4,1 juta anak-anak dan remaja usia 17-18 tahun tidak bersekolah. Hal ini tentu menjadi pekerjaan sangat berat bagi Pemerintah di masa yang akan datang. Karena hasil dari proses pendidikan tidak bisa dirasakan dalam jangka pendek.

UNICEF bekerja sama dengan Pemerintah Indonesia berupaya meningkatkan akses terhadap layanan pendidikan berkualitas untuk anak dan remaja yang paling terpinggirkan yang berusia 3-18 tahun termasuk anak dan remaja dengan disabilitas dan mereka yang berada dalam situasi kemanusiaan(unicef.org, 2024). Program ini bertujuan untuk mengurangi tingginya jumlah anak yang tidak bersekolah (ATS) agar Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 4 yang inklusif dan berkeadilan pada tahun 2030 dapat tercapai.

e. Perubahan Perilaku Konsumen

Munculnya era digital telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, terutama dalam konteks ekonomi dan bisnis. Di era digital, manajemen perubahan menjadi penting untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkannya menjadi peluang (Riofita et al. 2024). Perilaku konsumen bersifat dinamis karena pemikiran, perasaan dan tindakan individu konsumen dan masyarakat luas berubah menjadi konstan(Pramiarsih, 2024 p.2). Misalkan keberadaan internet telah mengubah cara orang dalam mencari informasi. Jika 10 tahun yang lalu orang mengandalkan google, saat ini sudah muncul teknologi AI berupa chatgpt.ai, copilot.ai, perplexity.ai, dll. Contoh lain adalah perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembayaran. Saat ini terdapat 7 metode pembayaran yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, yaitu menggunakan *virtual account*, pembayaran melalui toko *retail*, QR code, *e-wallet*, *paylater* dan *direct debit* (Pramiarsih 2024). Perilaku konsumen akan terus mengalami perubahan mengikuti trend perubahan pasar.

Untuk menghadapi perubahan perilaku konsumen terutama di era digital saat ini, para pelaku usaha UMKM perlu melakukan adaptasi dengan cara memanfaatkan media sosial, platform *e-commerce*, dan penggunaan *website* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan mengamati trend digital seperti preferensi belanja online, UMKM bisa merespon permintaan konsumen lebih cepat.

Selain itu UMKM dapat memanfaatkan data hasil riset para peneliti untuk memahami perilaku konsumen seperti produk mana yang paling sering dicari, sehingga dapat membantu UMKM mengidentifikasi trend dan menyesuaikan strategi bisnis mereka.

f. Kebijakan dan Regulasi Pemerintah

Pemilu 2024 telah berhasil diselesaikan dengan aman dan telah terpilih Prabowo Subiyanto menjadi Presiden RI untuk masa jabatan 2024-2029. Pergantian kepemimpinan nasional akan merubah arah kebijakan pembangunan nasional selama 5 tahun mendatang.

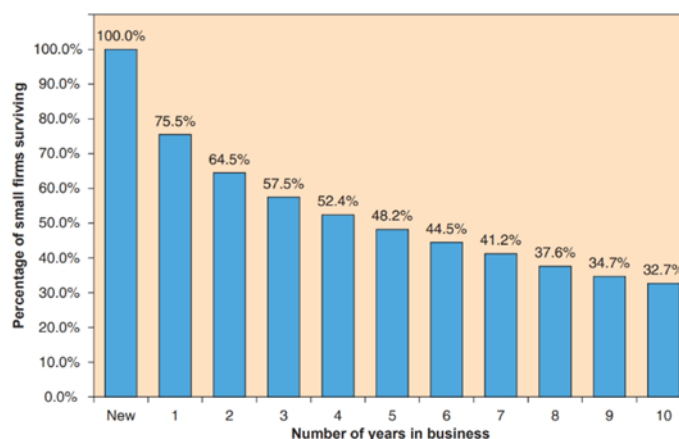
Hal ini tentunya akan menjadi tantangan bagi UMKM, karena dengan perubahan kepemimpinan nasional maka muncul kebijakan dan aturan-aturan baru yang akan berdampak pada masyarakat luas. Misalkan kebijakan rencana kenaikan tarif PPN menjadi 12% pada tahun 2025 yang diperkirakan akan menekan daya beli masyarakat (Ferry Sandi, 2024).

Perubahan kebijakan dan regulasi di pemerintahan yang baru, terutama kebijakan ekonomi, moneter, subsidi, serta stimulus ekonomi akan berdampak langsung pada UMKM dalam membuat perencanaan bisnisnya.

Pemerintah diharapkan terus memperkuat regulasi yang mendukung UMKM, baik dalam bentuk insentif pajak, kemudahan perizinan usaha, hingga program pelatihan dan pendampingan. Program seperti slogan Mencintai Produk Dalam Negeri dan dukungan dari pemerintah untuk ekspor produk UMKM dapat memberikan peluang besar untuk berkembang di masa depan.

g. Keberlanjutan (Sustainability)

Persoalan keberlanjutan usaha merupakan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha terutama UMKM. Data BPS menunjukkan bahwa 99,9% atau 65,5 juta unit usaha di Indonesia adalah UMKM, sedangkan unit usaha besar sebanyak 5.550-unit usaha atau 0,01% (Siaran Pers Kemenko Perekonomian 2024). Sebagian besar pelaku usaha UMKM adalah usaha perseorangan. Salah satu kelemahan bentuk usaha perseorangan adalah keberlanjutan usaha (sustainability) yang tidak dapat diandalkan (Scarborough & Cornwall, 2015 p.171). Berdasarkan hasil riset Biro Statistik Tenaga Kerja Amerika Serikat, 52% usaha baru yang dilakukan para wirausahawan gagal dalam 5 tahun usahanya. Penyebab kegagalan para pelaku usaha disebabkan karena faktor keterbatasan sumber daya, pengelolaan usaha yang buruk serta kelemahan dalam manajemen keuangan. Gambar 1 menunjukkan usia bisnis para wirausahawan UMKM yang mampu bertahan selama 10 tahun hanya 32,7% sedangkan 67,3% usaha UMKM tidak dapat menjaga keberlanjutan usahanya. (Scarborough & Cornwall 2015)



Gambar 1 Small Business Survival Rate

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Vera et al., 2018) menunjukkan bahwa pelaku usaha di perkotaan memiliki tingkat keberlanjutan usaha lebih tinggi dibandingkan pelaku usaha di Kabupaten, karena profil pelaku usaha ditinjau dari tingkat pemahaman, pendidikan, motivasi dan tingkat kosmopolitan Pelaku UMKM di perkotaan lebih tinggi. Pemerintah melalui Perpres No 2 Tahun 2022 telah memberikan pedoman pengembangan kewirausahaan melalui penciptaan ekosistem kewirausahaan dengan harapan akan terwujud jaringan produksi dan pemasaran yang terintegrasi dan luas yang akan menjadi faktor penentu untuk keberlanjutan usaha bagi UMKM.

SIMPULAN

Visi Indonesia Emas 2045 telah diundangkan melalui UU No 5 Tahun 2024 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2025-2045, dimana salah satunya adalah harapan Indonesia bisa menjadi negara maju yang memiliki pendapatan per kapita yang setara dengan negara maju, kemiskinan yang menurun dan ketimpangan berkurang serta SDM dengan daya saing yang tinggi. Agar visi tersebut dapat tercapai, sektor UMKM memegang peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian, karena kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan kemampuan penyerapan tenaga kerja yang tinggi.

Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM antara lain adalah meningkatnya kompetisi global, perkembangan teknologi digital dan layanan e-commerce, keterbatasan akses pendanaan, serta kualitas sumber daya manusia yang belum optimal. Selain itu, perubahan perilaku konsumen, kebijakan pemerintah serta jaminan keberlanjutan usaha juga menjadi faktor penting yang harus diantisipasi oleh para pelaku UMKM.

Namun, tantangan tersebut juga membuka peluang bagi UMKM yang kreatif dan inovatif untuk terus berkembang. Teknologi digital, khususnya platform e-commerce, serta dukungan pemerintah dalam bentuk regulasi dan akses pembiayaan melalui fintech, membuka kesempatan bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Selain itu, bonus demografi yang sedang dialami Indonesia memberikan potensi besar bagi peningkatan produktivitas melalui generasi muda yang berjiwa kewirausahaan.

Untuk mengatasi tantangan ini dan memaksimalkan peluang yang ada, diperlukan sinergi antara pemerintah dan sektor swasta dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif, serta meningkatkan akses terhadap teknologi, pendidikan, dan pelatihan. Dengan begitu, UMKM dapat memainkan peran yang lebih signifikan dalam mencapai Visi Indonesia Emas 2045, membawa Indonesia menjadi negara yang maju, berdaya saing, dan berkelanjutan.

REFERENCES:

- Adriani, D., & Yustini, T. 2021. Anticipating the demographic bonus from the perspective of human capital in Indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 10(6), 141–152. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1377>
- Akhadi, I. 2021. *Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Pemungutan Pajak Di Indonesia* (Vol. 3, Issue 2). <http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM>

- Asrie, M. (2020, September 7). *Bonus Demografi, Peluang dan Tantangan Menuju Indonesia Emas 2045*. <https://Nasional.Sindonews.Com/Read/156960/18/Bonus-Demografi-Peluang-Atau-Tantangan-Menuju-Indonesia-Emas-2045-1599476951>.
- Bappenas RI. (2024, August 24). *Pengesahan RUU RPJPN 2025-2045, Fondasi Penting Visi Indonesia Emas 2045*. <https://Www.Bappenas.Go.Id/Berita/Pengesahan-Ruu-Rpjpn-2025-2045-Fondasi-Penting-Visi-Indonesia-Emas-2045-VTlal>.
- Ferry Sandi. (2024, August 13). *Ini Efek Bahaya PPN 12% Berlaku di 2025, Prabowo-Gibran Kena Getahnya*. <https://Www.Cnbcindonesia.Com/News/20240813112558-4-562616/Ini-Efek-Bahaya-Ppn-12-Berlaku-Di-2025-Prabowo-Gibran-Kena-Getahnya>.
- Gustika, S., Karona, & Susena, C. 2022. *SEMINAR NASIONAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI (SN-EMBA) KE-1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASSEN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA*.
- Herman. (2022, May 28). *Mau Jadi Negara Maju, Rasio Kewirausahaan Harus Ditingkatkan*. <https://Www.Beritasatu.Com/Ekonomi/932625/Mau-Jadi-Negara-Maju-Rasio-Kewirausahaan-Harus-Ditingkatkan>.
- Hu, M.-W. 2010. *Smes And Economic Growth: Entrepreneurship Or Employment* (Vol. 4, Issue 6).
- Kemenko Perekonomian Indonesia. (2024, May 24). *Menko Airlangga Beberkan Keberhasilan Perekonomian Indonesia di hadapan para pemimpin globahadapan*. <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/5791/Menko-Airlangga-Beberkan-Keberhasilan-Perekonomian-Indonesia-Di-Hadapan-Para-Pemimpin-Global-Dalam-Nikkei-Forum-2024>.
- Nikiforou, A. (Iro), Lioukas, S., Chatzopoulou, E. C., & Voudouris, I. 2023. When there is a crisis, there is an opportunity? SMEs' capabilities for durability and opportunity confidence. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 29(5), 1053–1074. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-11-2021-0939>
- Ningsih, T. W., Tulasi, D., & Masela, M. Y. 2023. Investigasi Qualitative : Menggali Tantangan yang Dihadapi UKM Indonesia dalam Mengakses Layanan Keuangan. *Sanskara Akuntansi Dan Keuangan*, 01(03), 120–130. <https://doi.org/10.58812/sak.v1.i03>
- Novitasari, A. T. 2022. Kontribusi UMKM terhadap PDB. *Journal of Applied Business and Economic*, 9, 184–204.
- Prabowo, H., Herwiyanti, E., Pratiwi, U., Ekonomi, F., & Bisnis, D. 2020. Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Jaminan terhadap Pengambilan Kredit Perbankan oleh UKM. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 2(1).
- Pramiarsih, E. E. 2024. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Deepublish Digital.
- Riofita, H., Rifky, Mg., Raudatul Salamah, L., Asrita, R., Nurzanah, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. 2024. PERUBAHAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR KONSUMEN DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 21–26. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. 2015. *Effective Small Business Management: Vol. Essex* (Stephanus Wall, Ed.; 11th ed.). Pearson.
- Siaran Pers Kemenko Perekonomian. (2024, August 24). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. <https://Www.Ekon.Go.Id/Publikasi/Detail/5318/Dorong-Umkm-Naik-Kelas-Dan-Go-Export-Pemerintah-Siapkan-Ekosistem-Pembiayaan-Yang-Terintegrasi>.

- Soomro, R. B., Memon, S. G., Dahri, N. A., Al-Rahmi, W. M., Aldriwish, K., A. Salameh, A., Al-Adwan, A. S., & Saleem, A. 2024. The Adoption of Digital Technologies by Small and Medium-Sized Enterprises for Sustainability and Value Creation in Pakistan: The Application of a Two-Stage Hybrid SEM-ANN Approach. *Sustainability*, 16(17), 7351. <https://doi.org/10.3390/su16177351>
- unicef.org. 2024. *Pendidikan dan Remaja Membantu anak dan remaja menjadi yang terbaik sesuai kemampuan mereka*. https://www.unicef.org/indonesia/id/Pendidikan-Dan-Remaja?Gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwjY64BhCaARIsAlfc7YZEFU8ZYk1ILiMNokLIrXFo8579ZRShuHAOLcBo4SVotFLQ2799hKMaAmsbEALw_wcB
- UU No 5 Tahun 2024 Tentang RPJPN (2024).
- Vera, A., Yanti, S., Amanah, P., Pang, A., Yanti, V. A., Amanah, S., Muldjono, P., & Asngari, D. P. 2018. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERLANJUTAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI BANDUNG DAN BOGOR. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 20.
- Yonatan, A. Z. (2024, May 10). *Menilik Jumlah Wirausaha Indonesia dari Tahun ke Tahun*. <https://goodstats.id/article/menilik-jumlah-wirausaha-indonesia-dari-tahun-ke-tahun-njsqk>.