

PERANAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI INDONESIA

PERANAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN
BERKELANJUTAN DI INDONESIA

Dr. Dadang Epi Sukarsa, S.H., M.H.
Prof. Dr. Tarsisius Murwadji, S.H., M.H.
Dr. Etty Mulyati, S.H., M.H.
Vonny Rachel Caroline

Dr. Dadang Epi Sukarsa, S.H., M.H.
Prof. Dr. Tarsisius Murwadji, S.H., M.H.
Dr. Etty Mulyati, S.H., M.H.
Vonny Rachel Caroline

Yayasan Pendidikan Nasional
Bandung Anggota IKAPI

Yayasan Pendidikan Nasional
Bandung Anggota IKAPI

PERANAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI INDONESIA

Dr. Dadang Epi Sukarsa, S.H., M.H.

Prof. Dr. Tarsisius Murwadji, S.H., M.H.

Dr. Etty Mulyati, S.H., M.H.

Vonny Rachel Caroline

**Yayasan Pendidikan Nasional Bandung
Anggota IKAPI**

PERANAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI INDONESIA

Penulis:

Dr. Dadang Epi Sukarsa, S.H., M.H.
Prof. Dr. Tarsisius Murwadji, S.H., M.H.
Dr. Ety Mulyati, S.H., M.H.
Vonny Rachel Caroline

Editor:

Dr. Sudaryat, S.H., M.H.

ISBN:

978-623-95656-5-7

82 halaman, ukuran 16 X 24 cm

Penerbit:

Yayasan Pendidikan Nasional Bandung
Anggota IKAPI, Nomor: 310/ALB/JBA/2018

Desain Cover:

Muhammad Al Ayubi

Desain Layoter

Dewi Perhusip

Cetakan Pertama Januari 2022

PERANAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI INDONESIA

Buku ini diset dan dilayout oleh Bagian produksi
Yayasan Pendidikan Nasional Bandung

Dilarang keras mengutip, menjiplak, memperbanyak, memfotokopi,
dalam bentuk apapun baik sebagian atau keseluruhan isi buku ini serta
memperjualbelikan tanpa izin tertulis dari

Yayasan Pendidikan Nasional Bandung

ISBN: 978-623-95656-5-7

@HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG

(1) Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

(2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala kurnia kepada Penulis sehingga buku ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku yang berjudul “Peranan UMK Digital Dalam Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia”, ini disusun dalam rangka Penelitian *Academic Leadership Grant* (ALG) Universitas Padjadjaran Tahun 2021 yang dilaksanakan oleh Penulis sendiri.

Latar belakang penulisan buku ini adalah selain merupakan salah satu produk yang diajukan dalam penelitian ALG Tahun 1, juga dimaksudkan untuk mempermudah pihak-pihak yang bertugas, berwenang atau terlibat dalam melakukan kegiatan pembangunan berkelanjutan baik itu pihak pemerintah, UMKM, marketplace, pegiat lingkungan, dan masyarakat.

Permasalahan masyarakat di dunia sudah terangkum dalam Sustainable Goals Development (SDGs) yang diusung oleh PBB di mana program itu berisi 17 tujuan pembangunan (goals) yang menjadi garis besar dalam pembangunan global. Indonesia telah menunjukkan persetujuannya dalam menjalankan program SDGs itu dengan ditandatanganinya Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. SDGs ini sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang mana ditujukan untuk melaksanakan pembangunan nasional dan daerah.

Untuk membangun suatu tatanan ekonomi di Indonesia yang sesuai dengan SDGs tersebut, maka tatanan ekonomi tersebut haruslah juga menyertakan upaya penyelesaian isu-isu sosial di dalamnya. Inilah kemudian yang melahirkan suatu konsep wirausaha baru, yang dinamakan sebagai sociopreneur. Sociopreneur ini adalah konsep wirausaha di mana suatu usaha didirikan karena adanya isu sosial yang berada di sekitar wirausahawan itu yang kemudian mencetuskan ide usaha bagi wirausahawan itu di mana usaha itu diharapkan dapat membereskan isu sosial yang ada sekaligus tetap mencari keuntungan karena masih ada unsur untuk memberdayakan ekonomi.

Konsep sociopreneur itu menempatkan pemberesan isu sosial pada urutan pertama dan pencarian keuntungan pada urutan kedua sehingga sociopreneur ini berbeda fungsinya dengan wirausaha pada umumnya. Apabila wirausaha umumnya bertujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dengan minim atau tanpa memperdulikan masyarakat, sociopreneur ditujukan untuk selalu melakukan pelayanan sosial dalam menjalankan usahanya sekaligus mencari keuntungan. Inilah yang membuat sociopreneur menjadi konsep usaha yang tepat untuk dijalankan pada wirausaha saat ini terutama wirausaha di Indonesia yang mayoritas berbentuk UMK dalam upaya mewujudkan berjalannya program SDGs.

Dukungan untuk UMK bergerak dalam bidang sociopreneur justru datang dari badan usaha dan yayasan lain, tetapi tidak digalakkan oleh pemerintah sendiri. Padahal apabila UMK sociopreneur ini diberikan kesempatan dan sumber daya

yang maksimal untuk memenuhi pilar pembangunan ekonomi dalam SDGs, maka target pemerintah untuk tercapainya SDGs akan lebih cepat terealisasi.

Akhirnya Penulis berharap semoga buku ini dapat memberikan pencerahan kepada para *stakeholders* baik itu aparat Pemerintah sebagai pembuat kebijakan, pihak UMKM sebagai pelaku usaha, perusahaan *platform digital* sebagai pembuat sarana ekosistem ekonomi digital, maupun pihak masyarakat sebagai pengguna jasa dan pihak yang terdampak secara langsung.

Bandung, Januari 2022

Penulis

Dr. Dadang Epi Sukarsa, S.H., M.H.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TRANSFORMASI UMK DARI KONVENSIONAL MENJADI DIGITAL	5
BAB III PERKEMBANGAN UMK DALAM BENTUK SOCIOPRENEUR.....	14
BAB IV PERAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN.....	23
BAB V PENGATURAN UMK DIGITAL SOCIOPRENEUR DI INDONESIA.....	35
BAB VI PRAKTIK UMK DIGITAL YANG BERGERAK DALAM SOCIOPRENEUR	49
BAB VII GAGASAN PEMBARUAN HUKUM UMK DIGITAL SOCIOPRENEUR DALAM MENDUKUNG PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN.....	65
BAB VIII PENUTUP	76
DAFTAR PUSTAKA	78

BAB I PENDAHULUAN

UMKM khususnya UMK merupakan salah penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97%.¹ UMKM tersebut didominasi oleh Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dengan jumlah sebesar 64,13 juta atau 99,92% dari persentase UMKM.² Sumbangan PDB dari pengusaha mikro itu mencapai 37,8%. Keberadaan UMKM khususnya UMK memegang posisi yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Keberadaan UMK juga merupakan usaha dari pemerintah untuk memberantas kemiskinan. Permasalahan kesenjangan ekonomi yang berlangsung secara menahun memaksa pemerintah untuk mencetuskan solusi, yang diwujudkan dalam kegiatan wirausaha. Wirausaha ini ditujukan untuk menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga angka pengangguran menjadi berkurang. Terbukti bahwa langkah ini merupakan langkah yang tepat karena UMK memiliki daya serap tenaga kerja yang tinggi dengan Usaha Mikro memiliki daya serap sebesar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%) dan Usaha Kecil sebesar 5,7 juta (4,74%).³

Pemberdayaan UMK merupakan solusi untuk kemiskinan. Namun, perlu diingat bahwa kemiskinan bukan satu-satunya permasalahan yang dihadapi di Indonesia. Permasalahan masyarakat di dunia sudah terangkum dalam *Sustainable Goals Development (SDGs)*

¹ Kementerian Investasi/BPKM, “Upaya Pemerintah Memajukan UMKM di Indonesia”, <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia> diakses pada (6 September 2021)

² Rais Agil Bahtiar, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya”, *Info Singkat Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR*, Vol. XIII, No. 10, Mei 2021, hlm. 1.

³ UKM Indonesia, “Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar”, <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62> diakses pada (6 September 2021).

yang diusung oleh PBB dimana program itu berisi 17 tujuan pembangunan (goals) yang menjadi garis besar dalam pembangunan global. Indonesia telah menunjukkan persetujuannya dalam menjalankan program SDGs itu dengan ditandatanganinya Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. SDGs ini sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang mana ditujukan untuk melaksanakan pembangunan nasional dan daerah.

Program Program SDGs yang ada di Indonesia ternyata ada pembagiannya lagi dimana terdapat SDGs khusus yang ditujukan untuk pembangunan desa. SDGs desa itu tercantum pada Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Permendesa PDTT) Nomor 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021 yang bertujuan untuk peningkatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat. SDGs desa itu juga terdiri dari 4 pilar, yaitu pilar pembangunan sosial, pilar pembangunan ekonomi, pilar pembangunan lingkungan, dan pilar pembangunan hukum dan tata kelola. Pilar pembangunan ekonomi terdiri dari 5 tujuan, yaitu:⁴

1. Desa berenergi bersih dan terbarukan (pilar ke-7);
2. Pertumbuhan ekonomi desa yang merata (pilar ke-8);
3. Infrastruktur dan inovasi desa sesuai kebutuhan (pilar ke-9);
4. Desa tanpa kesenjangan (pilar ke-10);
5. Kemitraan untuk pembangunan desa (pilar ke-17).

Kelima tujuan dari pilar pembangunan ekonomi SDGs di desa menunjukkan bahwa sesungguhnya upaya pemberdayaan ekonomi tidak terpisah dengan pemberdayaan sosial dimana keduanya saling berkesinambungan yang menyebabkan proses penyelesaian permasalahan ekonomi akan berpengaruh terhadap penyelesaian permasalahan sosial.

⁴ Mutofin, "Mengenal SDGs Desa, Tujuan, dan Pilar-pilarnya", <https://dungmiri.ngawikab.id/2021/04/mengenal-sdgs-desa-tujuan-dan-pilar-pilarnya/> diakses pada (8 September 2021).

Tatanan ekonomi yang dibangun di suatu desa harus menyertakan upaya penyelesaian isu-isu sosial di dalamnya. Inilah kemudian yang melahirkan suatu konsep wirausaha baru, yang dinamakan sebagai *sociopreneur*.

Sociopreneur adalah konsep wirausaha dimana suatu usaha didirikan karena adanya isu sosial yang berada di sekitar wirausahawan itu yang kemudian mencetuskan ide usaha bagi wirausahawan itu dimana usaha itu diharapkan dapat membereskan isu sosial yang ada sekaligus tetap mencari keuntungan karena masih ada unsur untuk memberdayakan ekonomi. Konsep *sociopreneur* itu menempatkan pemberesan isu sosial pada urutan pertama dan pencarian keuntungan pada urutan kedua sehingga *sociopreneur* ini berbeda fungsinya dengan wirausaha pada umumnya. Apabila wirausaha umumnya bertujuan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dengan minim atau tanpa memperdulikan masyarakat, *sociopreneur* ditujukan untuk selalu melakukan pelayanan sosial dalam menjalankan usahanya sekaligus mencari keuntungan. Inilah yang membuat *sociopreneur* menjadi konsep usaha yang tepat untuk dijalankan pada wirausaha saat ini terutama wirausaha di desa yang mayoritas berbentuk UMK dalam upaya mewujudkan berjalannya program SDGs di desa.

Pelaksanaan UMK *social enterprise* ditemui oleh berbagai hambatan. Masyarakat desa kebanyakan belum menyadari mengenai konsep *sociopreneur* mengingat konsep ini juga merupakan konsep yang baru sehingga jenis usaha ini jarang dilakukan oleh masyarakat desa. Banyak masyarakat desa yang sudah mengalami kesulitan ekonomi yang menyebabkan usaha yang didirikan pun hanya memiliki tujuan jangka pendek, yaitu mencari keuntungan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari, bukan seperti *social enterprise* yang perlu melakukan observasi dan perencanaan jangka panjang dalam pendirian dan keberlangsungan usaha.

Permasalahan selanjutnya, yaitu wirausaha juga merupakan sesuatu yang masih ditakuti oleh masyarakat terlepas banyaknya wirausaha yang sudah ada karena masyarakat lebih nyaman untuk bekerja dengan orang

lain dibandingkan mendirikan usahanya sendiri. Ada pula faktor kurangnya sumber daya manusia di desa yang dapat mengambil posisi sebagai penggerak dari wirausaha itu. Faktor ini berhubungan dengan poin sebelumnya dimana masyarakat lebih nyaman untuk bekerja saja. Kebanyakan masyarakat di desa merupakan tenaga kerja yang telaten dan akan menjadi tenaga kerja yang ahli apabila diberikan pengarahan dan pelatihan yang tepat. Permasalahannya disini adalah banyak warga desa yang tidak tahu bagaimana cara mengembangkan potensi ketelatenan yang mereka punya dan terutama untuk desa 3T (terdepan, terpencil, dan tertinggal) yang memiliki akses jauh dengan kota sehingga perlu kesadaran dari masyarakat kota untuk terjun langsung ke desa, mencari potensi yang ada dari warga desa tersebut, dan masyarakat kota tersebut menjadi sumber daya manusia di luar desa itu yang bertugas untuk memberdayakan masyarakat desa tersebut melalui konsep usaha *sociopreneur*.

Pemberdayaan UMK dan pemenuhan pilar pembangunan sdgs sebagian besar masih berjalan sendiri-sendiri. Masyarakat terutama pemuda-pemudi dapat menjadi SDM utama dalam memberdayakan UMK *social enterprise*.⁵ Buku ini akan membahas mengenai UMK bertransformasi menjadi digital dan *social enterprise* serta upaya dalam pemberdayaannya untuk memenuhi pilar pembangunan SDGs.

⁵ Goris Mustaqim, et.al, *Young Social Entrepreneur Indonesia*, Ciputat: Dompet Dhuafa, 2013, hlm. 87.

BAB II

TRANSFORMASI UMK DARI KONVENSIONAL MENJADI DIGITAL

Pendirian UMK awalnya ditujukan untuk membereskan permasalahan sosial yang ada di masyarakat, yaitu kemiskinan dan kurangnya lapangan pekerjaan. Awal dari pendirian UMK mayoritas dilakukan oleh masyarakat yang berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. UMK banyak didirikan di pedesaan atau pinggiran perkotaan. UMK merupakan sektor lapangan pekerjaan non-formal yang sering menjadi pilihan bagi masyarakat yang tidak bisa atau tidak ingin bekerja secara formal di perkantoran.

Transformasi UMK konvensional ke UMK digital filosofinya tidak jauh berbeda dengan transformasi retail konvensional ke retail digital. Sebelum platform *e-commerce* ada dan populer yaitu sekitar tahun 1990-2015, masyarakat lebih suka berbelanja secara langsung. Bisnis retail terutama supermarket sangat ramai sehingga banyak retail berdiri di Indonesia seperti Hero, Giant, Carrefour, dan Hypermart. Posisi strategis retail supermarket yang berada di mall menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat yang ingin berlibur dengan keluarga sekaligus berbelanja kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Berbelanja di retail supermarket sebenarnya bukan merupakan pemenuhan kebutuhan pokok bagi masyarakat karena banyak barang-barang yang bisa dibeli melalui ritel dengan skala yang lebih kecil seperti Alfamart dan Indomaret. Alasan bisnis retail merupakan bisnis yang sangat menguntungkan pada periode non digital karena bisnis retail menggunakan perasaan emosional dari pembeli yaitu kebanggaan masyarakat yang bisa sering berbelanja di mall sehingga terlihat menaikkan status sosialnya di hadapan masyarakat lain. Perlu dipahami bahwa perilaku berbelanja masyarakat sebagian besar dipengaruhi oleh perasaan emosional masyarakat sehingga transformasi bisnis retail terjadi karena perubahan emosional masyarakat.

Platform *e-commerce* yang masuk ke Indonesia sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang pesat menyebabkan masyarakat dihadapi dengan bentuk kemudahan baru. Masyarakat tidak perlu berbelanja secara langsung ke retail supermarket. Kebanggaan masyarakat untuk berbelanja di retail supermarket berubah menjadi sebuah bentuk ketidakpraktisan karena *e-commerce* membuat barang-barang dapat diperoleh dengan mudah melalui online. Masyarakat hanya perlu memilih barang dari *e-commerce* yang sudah terunduh di gadget dan menunggu barang datang ke rumah. Masyarakat yang sering berbelanja secara langsung padahal dapat menggunakan platform *e-commerce* akan dianggap kuno oleh masyarakat lainnya. Perilaku berbelanja masyarakat juga dipengaruhi oleh masyarakat di sekitarnya. Peristiwa ini dalam dunia pemasaran dikenal dengan istilah *other influence*.⁶ *Other influence* merupakan pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk yang muncul dari lingkungan eksternal konsumen, yaitu sahabat dan keluarga konsumen melalui *word-of-mouth*.⁷ Hasil riset yang diadakan oleh Nielsen pada tahun 2015 menyatakan bahwa 83% responden dari 60 negara mempercayai pendapat keluarga dan sahabat dalam keputusan pembelian barang dan 66% menaruh kepercayaan terhadap pendapat orang di media online. Kelompok masyarakat yang berhasil melakukan transaksi online secara memuaskan akan memengaruhi masyarakat lainnya sehingga promosi untuk menggunakan platform *e-commerce* untuk berbelanja semakin meluas dan terbentuk suatu kebiasaan baru bagi masyarakat untuk berbelanja secara online. Satu produk yang dapat diperoleh secara online akan membuat masyarakat ingin mendapatkan produk lain secara online. Produk yang tidak dapat diperoleh secara online menyebabkan turunnya minat masyarakat untuk membeli produk tersebut. Masyarakat dapat mentoleransi dalam membeli barang-barang secara offline yang

⁶ Philip Kotler, *Marketing 4.0, Moving From Traditional to Digital*, New Jersey: John Wiley & Sons, 2017, hlm. 59.

⁷ *Ibid*, hlm. 60.

sifatnya mendesak dan tidak bisa didapatkan secara online. Contohnya yaitu obat-obatan berdasarkan resep dokter yang harus dibeli secara langsung di apotik karena tidak tersedia secara online, harus dikonsumsi saat itu, atau memastikan keaslian obat.

Faktanya, tidak semua barang yang dijual oleh UMK merupakan kebutuhan pokok. Produk makanan dan minuman selain beras dan air putih juga dituntut variasinya karena masyarakat tidak mungkin mengonsumsi makanan yang sama seperti nasi goreng dan susu setiap harinya. UMK yang bergerak di bidang kerajinan yang bukan merupakan kebutuhan pokok masyarakat akan kehilangan konsumen apabila mereka tidak melakukan ekspansi bisnis secara online. Masyarakat tidak mungkin membeli seluruh produk kerajinan dari satu UMK secara terus-menerus karena kerajinan bukan merupakan barang yang dikonsumsi. Masa simpan dari satu kerajinan yaitu selama bertahun-tahun sehingga masyarakat tidak akan membeli produk kerajinan sebelum produk yang dibeli sebelumnya rusak. Masa jenuh dari pembeli karena merasa sudah membeli banyak produk dari UMK membuat pembeli yang sama cenderung untuk tidak membeli lagi produk dari UMK yang sama. Oleh karena itu, UMK dituntut untuk membuka toko secara online sehingga dapat menjangkau konsumen baru yang luas dan berasal dari berbagai daerah di Indonesia maupun luar negeri. Ekspansi bisnis yang dilakukan UMK secara online merupakan suatu keharusan untuk UMK yang ingin terus bertahan dalam masa ekonomi digital atau mereka akan tergerus seperti yang terjadi di bisnis retail.

Bisnis retail saat ini sudah merambah ke *e-commerce*, contohnya Unilever yang merupakan perusahaan FMCG yang menjual shampo, sabun, dan peralatan kecantikan lainnya di Shopee. Produk-produk Unilever saat ini juga masih berada di toko retail offline yaitu supermarket dan minimarket. Digitalisasi perusahaan dengan tersedianya toko online merupakan upaya dari perusahaan retail tersebut untuk tidak kalah dari persaingan dan memperluas pasar.

Transformasi UMK dari konvensional menjadi digital tidak hanya terkait metode penjualannya saja, melainkan kegiatan operasional UMK. Upaya digitalisasi UMK secara garis besar terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:⁸

1. Pengenalan dan Penggunaan Kemajuan Komputer
UMK dapat menggunakan kemajuan komputer untuk kegiatan operasional UMK sehingga menjadi lebih efisien. Pembukuan yang biasanya masih menggunakan sistem pencatatan di buku akuntansi sekarang dapat menggunakan aplikasi excel. Penggunaan komputer akan mempermudah UMK melakukan pengecekan transaksi dan menghitung transaksi yang lebih kompleks.
2. Mengetahui dan Menggunakan Perkembangan Teknologi
Perkembangan teknologi dapat membuat biaya produksi dari UMK semakin mengecil dan keuntungan yang didapat semakin besar. Contohnya, yaitu penggunaan mesin *High Pressure Fogging* (HPF) pada UMK peternakan yang membuat masa simpan susu menjadi lebih lama. Para peternak tidak perlu mengalami kerugian atas basinya susu yang belum terjual. Penggunaan teknologi lainnya, yaitu metode *smart farming* yang mempermudah pekerjaan petani sehingga tidak perlu melakukan kontrol secara rutin ke sawah yang dimiliki
3. Inovasi Bisnis
Para UMK dituntut untuk melakukan inovasi bisnis untuk memperluas pasar UMK. Inovasi bisnis yang dilakukan, yaitu membuka *marketplace* di *e-commerce*, membuat instagram untuk melakukan promosi produk, melakukan *endorsement* kepada *influencer* yang membuat produk semakin dikenal.

⁸ Wulan Ayodya, *UMKM 4.0: Strategi UMKM Memasuki Era Digital*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hlm. 30.

Inovasi bisnis melalui digitalisasi merupakan upaya paling penting untuk UMK dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan.

Ada perbedaan antara UMK yang beroperasi secara konvensional dan digital secara marketing, yaitu:⁹

No		Konvensional	Digital
1.	Jangkauan Pemasaran	Area terbatas sesuai dengan lokasi UMK berada	Nasional dan internasional selama target pemasaran menggunakan internet
2.	Waktu dan biaya	Memakan banyak waktu dan biaya untuk mencetak media pemasaran	Biaya dan waktu yang dibutuhkan lebih terjangkau selama menguasai skill <i>digital marketing</i>
3	Cara komunikasi	Komunikasi dilakukan searah, yaitu televisi, radio, spanduk	Komunikasi dua arah. Contohnya melalui akun instagram UMK. Calon pembeli dapat berkomunikasi dengan penjual melalui kolom komentar

⁹ Suparjiman, "Transformasi Bisnis UMK dari Konvensional Ke Digital Pasca Pandemi Covid-19 dan Era Industri 4.0", <http://apwi-pwu.com>, diakses pada (6 Januari 2022), hlm. 3.

UMK digital mempunyai kelebihan dibandingkan UMK konvensional, yaitu:¹⁰

1. Adanya kesempatan yang sama untuk seluruh sektor UMK
Digitalisasi UMK dapat dilakukan oleh berbagai skala UMK. UMK yang baru dibangun dapat langsung beroperasi secara digital. Tidak ada pembatasan untuk digitalisasi UMK dari pemerintah walaupun hambatan atas keterampilan penggunaan teknologi masih ditemukan
2. Lebih Murah dan Efektif
UMK yang beroperasi secara digital tidak perlu mendirikan toko di rumah atau lahan khusus untuk toko, terutama untuk UMK yang baru berdiri. Toko digital membuat penghematan lahan dapat dilakukan. Para pelaku UMK hanya perlu mengalokasikan ruangan untuk menaruh stok barang
3. Meningkatkan Revenue
Jangkauan pembeli yang lebih luas dibandingkan dengan UMK tradisional membuat pelaku UMK digital dapat meraih keuntungan lebih besar. Pembeli dapat berasal dari seluruh Indonesia dan luar negeri
4. Dapat Terhubung Secara Khusus dengan Konsumen
Analisis data calon pembeli secara digital berupa lokasi, minat, usia, gender dapat membuat para pelaku UMK membuat segmentasi khusus dalam penjualannya. Pelaku UMK dapat memodifikasi produk jualannya sesuai dengan selera pembeli. Pelaku UMK juga dapat melakukan promosi secara berkala kepada pembeli untuk membeli kembali produknya.
5. Meningkatnya Efektivitas Untuk Pengguna *Smartphone*
Promosi yang dilakukan oleh UMK digital dapat mencapai calon pembeli dengan lebih cepat

¹⁰ *Ibid*, hlm. 2.

6. Membangun Reputasi Brand

Konsumen pada zaman sekarang cenderung untuk mencari reputasi sebuah brand secara online untuk menilai bagus atau tidaknya brand tersebut. Kehadiran UMK secara digital meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli produk UMK.

Tahapan yang harus dilalui UMK konvensional untuk dapat bertransformasi menjadi UMK digital, yaitu:¹¹

1. Tahap Persiapan (*Preparatory*)

Tahap persiapan dilakukan untuk perubahan pola pikir pelaku UMK bahwa pelaku UMK harus mengikuti kemajuan teknologi agar bisnisnya tetap berjalan. Para UMK sudah memahami ini. Kesulitan yang dialami UMK biasanya mengenai belum terbiasanya UMK untuk berdagang secara online. Perubahan cara berjualan UMK dari konvensional menjadi digital membuat pelaku UMK perlu membagi waktu antara proses produksinya dengan usaha menumbuhkan eksistensi toko online mereka. Permasalahan ini terutama terjadi di usaha mikro yang hanya dijalankan oleh satu atau dua orang. Permasalahan lainnya yaitu kurang familiarnya pelaku UMK dengan teknologi masa kini, terutama yang berusia di atas 40. Solusi dari permasalahan ini, yaitu dibutuhkannya pelatihan mengenai teknologi dan advokasi pentingnya penggunaan internet. Pelatihan kepada pelaku UMK yang berada di usia lanjut membutuhkan waktu yang relatif lama dan pelatihan harus dikemas dengan gaya komunikasi yang mudah dimengerti. Solusi lainnya, yaitu menggunakan tenaga yang masih muda untuk membantu mengajari atau menjalankan toko online pelaku UMK. Contohnya, yaitu anak, saudara, tetangga, atau pemuda yang tinggal di sekitar pelaku UMK

¹¹ MM Hakim, “Transformasi Bisnis UMKM Menjadi E-UMKM”, <http://eprints.umk.ac.id>, diakses pada (6 Januari 2021), hlm. 7-13

2. Tahap *Presence*

Tahap ini merupakan tahap pelaku UMK mulai menjajaki dunia digital. Contohnya, yaitu membuat akun gmail atas nama UMK atau pribadi, berkomunikasi lewat gmail, mengirim file melalui gmail. Pelaku UMK diajarkan untuk mulai terbiasa menggunakan layanan digital karena layanan gmail merupakan bagian penting dari transaksi UMK secara digital. Para UMK dilatih untuk terbiasa menggunakan komputer, *smartphone*, dan internet

3. Tahap Portal

Tahap ini merupakan tahap pelaku UMK membangun portal websitenya tersendiri. Contohnya, UMK Muria Batik Kudus membuat website yang bernama Muria Batik Kudus yang menampilkan sejarah UMK, produk yang dijual, dan *contact person*. Website merupakan branding dari UMK secara digital. Eksistensi UMK secara digital meningkatkan kepercayaan calon pembeli terhadap UMK. Hambatan dari tahap ini, yaitu pembuatan website merupakan hal yang rumit. Pelaku UMK mempunyai opsi untuk mengeluarkan biaya untuk membangun website sederhana yang dapat dikembangkan seiring meningkatnya profit dari UMK. Website juga harus dirancang sesuai SEO yang membuat website dapat muncul di halaman teratas situs pencarian. Oleh karena itu, langkah tahap portal biasanya jarang dilakukan oleh pelaku UMK. Pelaku UMK cenderung melakukan langkah selanjutnya.

4. Tahap *Transaction Integration* (TI)

Tahap ini merupakan tahap pelaku UMK memasuki dunia *e-commerce*. Pelaku UMK menggunakan keahlian dalam menggunakan gmail yang sudah dilatih dalam tahap *presence* untuk membuat akun di *e-commerce* menggunakan email dan nomor telepon. Sistem yang saling terkoneksi antara satu platform dengan platform lainnya (*e-commerce* dengan gmail) membuat

pelaku UMK yang kurang terlatih dalam tahap selanjutnya menjadi bingung. Inilah mengapa para pelaku UMK dilatih secara perlahan dalam menggunakan aplikasi. Pelatihan menggunakan aplikasi dilakukan secara satu persatu sebelum semuanya digabungkan. Aplikasi *e-commerce* menuntut pelaku UMK untuk menguasai berbagai aplikasi secara bersamaan karena pelaku UMK harus berpindah dari satu aplikasi ke aplikasi lainnya dalam waktu singkat. Contohnya, saat mendaftar akun di *e-commerce* menggunakan akun gmail, para pelaku UMK harus memasukkan kode verifikasi dengan hitungan waktu yang singkat (1 menit). Apabila pelaku UMK tidak menguasai perpindahan penggunaan aplikasi, pelaku UMK akan sulit dalam mendaftarkan akun *e-commerce*. Selain itu, pelaku UMK juga harus memasukkan kode pengiriman yang membutuhkan scan barcode dan mengecek di aplikasi *online banking* untuk pencairan dana dari *e-commerce* ke *online banking*. Pelaku UMK diwajibkan untuk menguasai penggunaan berbagai aplikasi secara holistik dan mempunyai perangkat digital yang memadai

5. Tahap Kemandirian (*Autonomy*)

Pelaku UMK diharapkan dapat menjalankan seluruh transaksi online secara mandiri. Seiring pertumbuhan skala UMK, transaksi yang terjadi akan semakin rumit. Pelaku UMK yang menguasai transaksi digital akan membuat jalannya bisnis semakin efisien dan pembeli tidak kecewa dengan kinerja pelaku UMK. Pelaku UMK yang menguasai transaksi digital dapat menekan biaya tambahan seperti pembayaran admin untuk mengoperasikan toko online. Pada praktiknya, UMK banyak yang menggunakan admin apabila skala transaksi sudah besar. Namun, UMK yang masih skala mikro dianjurkan untuk mengoperasikan toko onlinenya sendiri untuk mempermudah pemantauan transaksi online. Tahap ini juga dapat dilakukan

dengan pelaku **UMK** membentuk komunitas sesama **e-UMK** yang menjadi wadah bagi para pelaku **e-UMK** melakukan *sharing* atas jalannya bisnis. Komunitas **e-UMK** akan memperkuat eksistensi **e-UMK** di Indonesia.

BAB III

PERKEMBANGAN UMK DALAM BENTUK *SOCIOPRENEUR*

UMK di Indonesia awalnya berdiri sebagai upaya pemerintah untuk memberantas kemiskinan. Bentuk dari UMK sudah banyak ditemukan di lingkungan sekitar. Usaha seperti warung dan penjual bubur sudah termasuk kategori UMK. UMK terintegrasi di masyarakat sehingga masyarakat seringkali tidak menyadari bahwa Pedagang Kaki Lima (PKL) juga merupakan UMK. Sektor perekonomian di desa juga merupakan UMK. Mayoritas UMK yang dikenal di masyarakat mempunyai fokus untuk mencari keuntungan. UMK merupakan lapangan pekerjaan yang tidak formal yang dianggap masyarakat sebagai pilihan yang ideal untuk berwirausaha

Konsep kewirausahaan sosial pertama kali dikenalkan oleh sebuah yayasan internasional bernama Ashoka Indonesia. Ashoka Indonesia berfokus pada peningkatan sektor kewirausahaan.¹² Kewirausahaan sosial merupakan bentuk pengembangan dari kewirausahaan yang merupakan konsep ekonomi. Perbedaannya, yaitu kewirausahaan berfokus pada pencarian keuntungan untuk pribadi, sedangkan pokok utama kewirausahaan sosial yaitu adanya unsur kepedulian dan misi sosial dalam menjalankan bisnisnya. Filosofi dasar dari kewirausahaan sosial yaitu keresahan atas meningkatnya isu sosial dan ekonomi yang ada di masyarakat, seperti kemiskinan, pengangguran, dan ketimpangan. Pada saat yang sama, ada peluang bisnis yang bisa diterapkan yang sekaligus dapat menyelesaikan permasalahan sosial dan ekonomi. Hanya saja, masyarakat belum menyadari hubungan antara dua hal tersebut. Penggabungan dua unsur menyebabkan lahirnya konsep kewirausahaan sosial.

¹² Akademi Kewirausahaan Masyarakat FISIPOL UGM, “Potret Kewirausahaan Sosial di Indonesia”, <https://akmindonesia.org/article/14/potret-kewirausahaan-sosial-di-indonesia>, diakses pada (8 Januari 2022).

Ada berbagai alasan yang menyebabkan munculnya kewirausahaan sosial, yaitu:¹³

1. Negara yang kurang mampu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial karena kebijakan yang kurang efektif dalam pelaksanaannya;
2. Kurangnya kondisi keuangan dari entitas bisnis yang menyebabkan ketidakmampuan dalam pembiayaan aktivitas sosial;
3. Kegiatan tanggung jawab sosial dari sektor swasta yang saat itu belum memberikan kontribusi maksimal;
4. Masyarakat umum kurang memiliki kepekaan dalam mengidentifikasi masalah sosial dan ekonomi yang ada di sekitar dan memanfaatkan peluang usaha;
5. Adanya faktor penawaran dan permintaan
 - a. Faktor Penawaran
 - 1) Motivasi untuk memperbaiki kualitas hidup;
 - 2) Terbukanya peluang bagi organisasi dan individu untuk turut aktif dalam pengembangan ekonomi;
 - 3) Terjadinya pertukaran informasi yang menyebabkan masyarakat dapat melihat kondisi di tempat lain yang lebih ideal.
 - b. Faktor Permintaan
Kewirausahaan sosial muncul sebagai jawaban dari adanya ketidakmerataan ekonomi.

Kewirausahaan sosial mempunyai 5 kriteria dasar, yaitu:¹⁴

1. Memiliki misi atau dampak sosial;

¹³ *Loc. Cit.*

¹⁴ DBS SME Banking, "Mengenal Kewirausahaan Sosial Lebih Dalam", <https://www.dbs.id/id/sme-id/businessclass/articles/money/mengenal-kewirausahaan-sosial-lebih-dalam>, diakses pada 12 Januari 2022.

2. Memiliki manfaat pemberdayaan;
3. Memiliki prinsip bisnis sesuai etika;
4. Reinvestasi untuk misi sosial;
5. Orientasi berkelanjutan.

Ada 5 macam kewirausahaan sosial di Indonesia, yaitu:¹⁵

1. *Community Based Social Enterprise (CBSE)*
Kewirausahaan sosial ini didirikan berdasarkan kebutuhan komunitas yang mempunyai masalah, minat (*community of interest*), kondisi, atau kebutuhan masyarakat lokal yang tinggal di lokasi geografis yang sama. Konsumen merupakan penerima manfaat dari CBSE karena kegiatannya bersifat pemberdayaan diri sendiri dalam kelompok (*self-empowerment*) *Not-for-profit Social Enterprise (NFPSE)*
NFPSE berfokus pada pemberdayaan masyarakat (*people empowerment*) dalam jangkauan yang lebih luas. Jadi, individu yang menerima manfaat dari NFPSE bukan merupakan konsumen dari NFPSE
2. *Hybrid Social Enterprise (HSE)*
HSE umumnya mempunyai target yang berorientasi terhadap kesinambungan dan pengembangan (*sustainable development*). Sumber dana dari HSE yaitu dana sosial, semi komersial, dan komersial cukup seimbang.
3. *Profit for Benefit Social Enterprise (PFBSE)*
PFBSE memiliki target organisasi yang luas karena adanya target kesinambungan dan pengembangan (*sustainable development*) dan pertumbuhan skala atau unit bisnisnya. PFBSE umumnya bersifat mandiri dan menghilangkan ketergantungan terhadap individu atau lembaga penyandang dana. PFBSE adalah jenis kewirausahaan sosial yang paling sering digunakan oleh UMK

¹⁵ *Loc. Cit.*

sociopreneur karena UMK yang dibina melalui program CSR perusahaan selalu diharapkan untuk menjadi mandiri setelah masa pembinaan selesai.

Wirausaha sosial diharuskan mempunyai 5 prinsip bisnis, yaitu:¹⁶

1. *Ethical*
Wirausaha sosial menjalani bisnis sesuai dengan etika, nilai, atau norma yang berlaku
2. *Responsible*
Wirausaha sosial diwajibkan untuk bertanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan
3. *Accountable*
Wirausaha sosial mempunyai sistem tata kelola pelaporan yang baik ke seluruh pemangku kepentingan
4. *Transparent*
Wirausaha sosial mempunyai keterbukaan dalam kejelasan informasi
5. Pemahaman Terhadap Sumber Daya yang Disasar
Wirausaha sosial mempunyai sumber daya yang *tangible* dan *intangible*. Sumber daya yang *tangible* atau berwujud, yaitu sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya capital. Sumber daya *intangible* atau tidak berwujud, yaitu nilai (*value*) dan modal sosial (*trust*). Nilai berfungsi sebagai dasar untuk memajukan bisnis sosial tanpa tergiur untuk meningkatkan keuntungan yang tidak sesuai dengan konsep kewirausahaan sosial. Modal sosial berfungsi untuk menciptakan perubahan struktural di masyarakat dan mempengaruhi banyak orang untuk mengubah cara hidup mereka.

¹⁶ *Loc. Cit.*

Kewirausahaan sosial dalam mengembangkan usahanya erat kaitannya dengan adanya output berupa perubahan sosial. Perubahan sosial ini dinamakan sebagai *theory of change*.¹⁷ Theory of Change merupakan perubahan sosial yang terjadi di masyarakat, baik besar maupun kecil, yang ada karena inisiasi dari kewirausahaan sosial. Wirausaha sosial dalam memulai usahanya harus dapat mengidentifikasi akar dari permasalahan sosial yang akan ditangani sesuai dengan alur bisnisnya, sumber daya yang dibutuhkan untuk pemecahan masalah sosial, mengidentifikasi rangkaian kegiatan untuk memecahkan permasalahan sosial, dan output dari upaya pemecahan masalah sosial yang dilaksanakan oleh wirausaha sosial melalui bisnisnya.

Peran dari kewirausahaan sosial, yaitu:¹⁸

1. Membantu Mengentaskan Kemiskinan

Bentuk dari kewirausahaan sosial, yaitu mendapatkan keuntungan dari usahanya dan sebagian keuntungan dari usaha itu dikembalikan ke masyarakat. Bentuk pengembalian ke masyarakat dapat berupa bantuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok masyarakat, seperti bantuan pendidikan dan kesehatan. Kewirausahaan sosial diharuskan untuk memperhatikan keberlangsungan usahanya sembari tetap memberikan bantuan kepada masyarakat

2. Membantu Menciptakan Lapangan Pekerjaan

Cara suatu wirausaha sosial membuka usaha sosialnya yaitu dengan melihat potensi yang ada di lingkungan sekitar, termasuk potensi tenaga kerja. Usaha yang didirikan adalah usaha yang bisa memanfaatkan tenaga kerja masyarakat yang ada di sekitar usaha.

¹⁷ Dewi Meisari Haryanti, *et.al*, *Profit Untuk Wirausaha Sosial*, Jakarta: DBS Foundation, 2020, hlm. 65.

¹⁸ Muhammad Isnan Nurfaqih, *et.al*, "Social Enterprenurship (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Working Paper Keuangan Publik Islam*, No. 8 Seri 1 Tahun 2018, hlm. 16.

Contohnya, UMK kerajinan yang bernama Du'Anyam yang berdiri di Flores.¹⁹ UMK tersebut merupakan bentuk wirausaha sosial karena didirikan sebagai upaya untuk membereskan permasalahan kelaparan dan kematian yang tinggi bagi ibu dan anak di Flores. UMK ini didirikan oleh pemuda yang berkunjung ke Flores. Desa di Flores ini minim warga laki-laki karena menjadi PMI. Akibatnya, para ibu menjadi tulang punggung keluarga dengan menjadi petani. Daerah yang tandus menyebabkan hasil yang didapatkan dari bertani tidak banyak dan para ibu mengalami kekurangan gizi. Pendiri UMK itu menggali keahlian lain yang dimiliki para ibu dan menemukan bahwa mereka memiliki keahlian untuk menganyam dari daun lontar. Keahlian itu terlupakan karena kesibukan untuk mencari nafkah melalui bertani. Azalea Ayuningtyas sebagai pendiri Du'Anyam berusaha membangkitkan kembali semangat menganyam sehingga para ibu fokus pada kegiatan menganyam. Hasil dari anyaman berupa sepatu, tas, dan souvenir dijual ke hotel dan toko online. Du'Anyam merupakan contoh dari UMK yang berdiri dengan pemanfaatan keahlian yang sudah dimiliki oleh tenaga kerja.

3. Membantu Penerapan Adanya Inovasi dan Kreasi Gagasan Usaha
Pertumbuhan wirausaha sosial seiring dengan masih banyaknya isu sosial dan ekonomi yang perlu diselesaikan menyebabkan tingginya angka inovasi dan kreasi dari wirausaha sosial. Isu sosial dan ekonomi serta potensi yang berbeda di setiap daerah membutuhkan penanganan yang berbeda. Perbedaan itu mendorong munculnya ide unik untuk membereskan permasalahan tersebut.
4. Membantu Meningkatkan Sektor Ekonomi

¹⁹ PONTAS.ID, “*Social Entrepreneur* Ini Berdayakan Kaum Ibu di 20 Desa di Flores” <https://pontas.id/2018/06/02/social-entrepreneur-ini-berdayakan-kaum-ibu-di-20-desadi-flores23424/> diakses pada (20 Januari 2022).

Bisnis sosial yang dituntut keberlanjutannya tentu akan berusaha untuk dapat bertahan dalam kemajuan ekonomi. Upaya keberlanjutan bisnis sosial dilakukan dengan memperbesar skala bisnis sosial agar tidak tertinggal arus kemajuan ekonomi. Semakin berkembang bisnis sosial, semakin banyak tenaga kerja yang dibutuhkan. Bisnis sosial yang senantiasa berkembang akan meningkatkan sektor ekonomi.

Aspek yang ada dalam UMK *sociopreneur*, yaitu:²⁰

1. Aspek Sosial
 - a. Pendidikan
 - b. Akses terhadap informasi
Adanya pengembangan jaringan dan fasilitas informasi komunal untuk UMK.
 - c. Motivasi
Adanya pengembangan motivasi melalui pelatihan, studi banding, dan magang.
 - d. Pengalaman usaha.
 - e. Manfaat bagi masyarakat
Adanya peningkatan partisipasi masyarakat sekitar dalam kegiatan usaha.
2. Aspek Ekonomi
 - a. Kepemilikan aset atau modal usaha
Adanya fasilitas perizinan dan legalitas usaha.
 - b. Akses pembiayaan
Adanya fasilitas untuk akses pembiayaan ke lembaga keuangan melalui kredit program atau jaminan pemerintah.

²⁰ Amiruddin Saleh, *et.al*, "Model Inkubator Wirausaha Sosial Sebagai Upaya Pengembangan Usaha dan Bisnis Masyarakat", *Prosiding Seminar Hasil-Hasil PPM IPB 2015*, Vol. 1, hlm. 88.

- c. Akses sumber bahan baku.
 - d. Pemupukan modal
Adanya sosialisasi pentingnya pemupukan modal untuk berkembangnya usaha dan antisipasi resiko usaha.
 - e. Jaringan pemasaran produk/jasa.
3. Aspek Lingkungan
- a. Penanganan limbah
Adanya sosialisasi, inisiasi, dan fasilitas pengolahan limbah.
 - b. Pemanfaatan limbah
Adanya sosialisasi, inisiasi, dan fasilitas pemanfaatan limbah.
 - c. Kepemilikan usaha.
 - d. Pertumbuhan wirausaha baru.

Kewirausahaan sosial di Indonesia menurut penelitian dari Komisi Ekonomi dan Sosial PBB (UN-ESCAP) dan British Council pada 2018 dapat menjadi sarana pokok dalam pembangunan industri ekonomi kreatif dan inklusif. Wirausaha sosial di Indonesia yang berjumlah 342.025 mendominasi sektor industri kreatif, yaitu sekitar 22% dari seluruh sektor industri. Kewirausahaan sosial meningkatkan PDB sebesar 1,9%.²¹ Para pengusaha sosial muda sebagai pemimpin mendominasi dunia kewirausahaan sosial dengan persentase lebih dari 75%. Usia pemimpin itu yaitu 18-44 tahun.²² Pemimpin yang berada di usia 25-34 tahun mempunyai persentase sebanyak 46%.

Ada berbagai perusahaan yang menganut konsep wirausaha sosial di Indonesia. Contohnya, yaitu Kitabisa.com, Dompot Dhuafa, dan Waste4Change. Perusahaan ini merupakan perusahaan Non-UMK.

²¹ Akademi Kewirausahaan Masyarakat FISIPOL UGM, *Loc.Cit.*

²² Mayvisca Orli, *Faktor Determinasi Niat Kewirausahaan Sosial di Kalangan Masyarakat Milenial*, Banten: UPH, 2021, hlm. 13.

Kitabisa.com merupakan perusahaan platform crowdfunding terbesar di Indonesia. Fokus pembahasan dalam bab ini yaitu mengenai UMK yang bergerak dalam bidang kewirausahaan sosial. Artinya, skala usaha yang dibahas lebih kecil dibandingkan perusahaan kewirausahaan sosial yang sudah ada di Indonesia.

UMK yang bergerak dalam kewirausahaan sosial awalnya masih sedikit. Perkembangan UMK *social enterprise* bertumbuh seiring maraknya permasalahan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang ada di Indonesia. Kurangnya lapangan pekerjaan dan isu sosial yang belum dapat ditangani secara maksimal oleh pemerintah menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk mendirikan UMK wirausaha sosial. Jenis usaha ini sudah banyak berada di luar negeri dan masyarakat Indonesia yang sempat mengenyam pendidikan di luar negeri membawa pulang ide tersebut ke Indonesia dan mengembangkannya. Kesadaran akan adanya UMK *social enterprise* terus dinaikkan dengan adanya program-program pemberdayaan UMK *social enterprise*. Kesuksesan dari UMK *social enterprise* dan eksposur yang dilakukan oleh berbagai institusi menginspirasi calon pendiri UMK untuk membangun usaha di bidang sosial.

BAB IV

PERAN UMK DIGITAL DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

UMK digital mempunyai berbagai peran dalam memenuhi target pembangunan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Pilar pembangunan SDGs terbagi menjadi pilar pembangunan SDGs nasional dan daerah. Pilar pembangunan SDGs nasional terdapat dalam Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Pilar pembangunan SDGs desa terdapat dalam Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (Permendesa PDTT) Nomor 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021. Pilar pembangunan SDGs yang seringkali dikaitkan dengan UMK yaitu pilar pembangunan SDGs nasional yang ke-8. Pilar tersebut berbunyi, "meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk semua."

Pilar ke-8 sdgs bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja penuh yang produktif, dan pekerjaan yang layak untuk semua. Tujuan pilar ini termasuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi per kapita, mencapai tingkat produktivitas ekonomi yang lebih tinggi, mempromosikan kebijakan pembangunan yang mendukung kegiatan produksi, menciptakan pekerjaan yang layak, mempromosikan formalisasi dan pertumbuhan UMK, mengurangi proporsi kaum muda yang tidak bekerja, tidak menerima pendidikan atau pelatihan (NEET), mempromosikan pariwisata berkelanjutan, dan memperkuat lembaga keuangan.

Pilar ke-8 mempunyai berbagai target yang berhubungan dengan UMK beserta data yang ada di Provinsi DIY, yaitu:²³

Kode Indikator	Indikator	Sumber Data	Realisasi Pencapaian pada 2021
Target 8.3. Menggalakkan kebijakan pembangunan mengenai UMK yang mendukung kegiatan produktif, menciptakan lapangan kerja, kreativitas dan inovasi, kewirausahaan, dan mendorong pertumbuhan UMK			
8.3.1	Persentase lapangan kerja informal sektor non-pertanian	Badan Pusat Statistik	46,61
8.3.2	Persentase tenaga kerja formal	Badan Pusat Statistik	42,85
8.3.3	Persentase tenaga kerja informal di sektor pertanian	Badan Pusat Statistik	94,61

²³ Bappeda Jogja, "Sustainable Development Goals: Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi", <http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/sdgs/detail/8-pekerjaan-yang-layak-dan-pertumbuhan-ekonomi>, diakses pada (28 Januari 2022).

8.3.4	Proporsi kredit UMK terhadap total kredit	Dinas Koperasi dan UKM DIY	25.597,00
8.3.5	Jumlah pembiayaan yang diperoleh Koperasi dan UKM yang dibina	Dinas Koperasi dan UKM DIY	20.988.075.000,00
Target 8.5. Tercapainya target pekerjaan tetap, produktif, dan layak bagi seluruh gender, termasuk bagi pemuda dan difabel, serta upah yang sama untuk pekerjaan yang sama nilainya			
8.5.1	Upah rata-rata per bulan	Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi	1.878.098,00
8.5.2	Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi	153.445,00
8.5.3	Persentase setengah pengangguran	Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi	883.051,00
8.6. Pengurangan proporsi pemuda yang tidak bekerja, tidak menempuh pendidikan atau pelatihan			

8.6.1	Persentase pemuda berusia 15-24 yang tidak bersekolah, bekerja, atau mengikuti pelatihan	Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi	82,73
8.9. Penyusunan dan pelaksanaan kebijakan untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan untuk menciptakan lapangan kerja dan mempromosikan budaya dan produk lokal			
8.9.1	Peningkatan nilai sektor akomodasi makan dan minum dalam PDRB	Badan Pusat Statistik	-
8.9.3	Jumlah wisata nusantara	Dinas Pariwisata	7.564,00
8.9.4	Jumlah wisata mancanegara	Dinas Pariwisata	-

Pilar SDGs yang berkaitan dengan UMK sebenarnya tidak hanya pilar ke-8 saja, melainkan ada 4 pilar pembangunan lainnya. Pilar-pilar tersebut terangkum dalam pilar pembangunan ekonomi. Secara keseluruhan, ada 4 pilar pembangunan dalam SDGs yang harus dicapai, yaitu:

1. Pilar Pembangunan Sosial;
2. Pilar Pembangunan Ekonomi;
3. Pilar Pembangunan Lingkungan;
4. Pilar Pembangunan Hukum dan Tata Kelola.

Lima pilar pembangunan ekonomi dalam SDGs nasional, yaitu:

1. Menjamin akses energi yang terjangkau, andal, berkelanjutan, dan modern untuk semua (tujuan 7);
2. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk semua (tujuan 8);
3. Membangun infrastruktur yang tangguh, meningkatkan industri inklusif dan berkelanjutan, serta mendorong inovasi (tujuan 9);
4. Mengurangi kesenjangan intra dan antar negara (tujuan 10);
5. Memperkuat sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan (tujuan 17).

Pilar pembangunan ekonomi yang biasanya dapat dipenuhi oleh UMK digital merupakan pilar pembangunan ekonomi desa. Skala UMK tergolong masih kecil sehingga saat ini hanya dapat memenuhi pilar pembangunan ekonomi desa. 5 pilar pembangunan ekonomi desa, yaitu:

1. Desa berenergi bersih dan terbarukan (tujuan 7);
2. Pertumbuhan ekonomi desa yang merata (tujuan 8);
3. Infrastruktur dan inovasi desa sesuai kebutuhan (tujuan 9);
4. Desa tanpa kesenjangan (tujuan 10);
5. Kemitraan untuk pembangunan desa (tujuan 17).

Peran UMK dalam memenuhi pilar pembangunan ekonomi desa, yaitu:

1. Desa Berenergi Bersih dan Terbarukan
Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, kebutuhan akan energi fosil semakin meningkat.

Energi fosil yang dipakai secara terus-menerus menyebabkan penurunan ketersediaan energi fosil. Produksi minyak bumi di Indonesia selama 10 tahun terakhir menunjukkan penurunan, yaitu dari 346 juta barel (949 ribu bph) pada tahun 2009 menjadi sekitar 283 juta (778 ribu bph) di tahun 2018.²⁴

Efek negatif dari penggunaan energi fosil mendorong pemerintah untuk mengedepankan penggunaan Energi Baru Terbarukan (EBT). Penggunaan EBT telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 79 Tahun 2014 tentang Kebijakan Energi Nasional dan Peraturan Menteri Energi Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Kegiatan Fisik Pemanfaatan Energi Baru dan Energi Terbarukan serta Konservasi Energi. Sumber EBT terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Energi Baru

Sumber energi baru berdasarkan Pasal 1 angka 4 UU Kebijakan Energi Nasional, yaitu sumber energi yang dihasilkan oleh teknologi baru, baik berasal dari Sumber Energi Baru Terbarukan maupun Sumber Energi Tak Terbarukan. Contoh sumber energi baru, yaitu hidrogen, nuklir, gas metana batubara (*coal bed methane*), batubara tercairkan (*liquified coal*), batubara tergasakan (*gasified coal*).

b. Energi Terbarukan

Sumber energi terbarukan berdasarkan Pasal 1 angka 6 UU Kebijakan Energi Nasional, yaitu sumber energi yang dihasilkan dari sumber energi berkelanjutan jika dikelola

²⁴ Kemendesa, “SDGs Desa Nomor 7: Desa Berenergi Bersih dan Terbarukan”, <https://sdgsdesa.kemendesa.go.id/sdgs-desa-nomor-7-desa-berenergi-bersih-dan-terbarukan/> diakses pada (28 Januari 2022)

dengan baik. Contohnya, yaitu panas bumi, bioenergi, angin, aliran dan terjunan air, sinar matahari, serta gerakan dan perbedaan suhu lapisan laut. Bioenergi merupakan energi terbarukan yang didapatkan dari sumber biologis. Bioenergi menghasilkan 3 macam energi, yaitu biofuel yang terdiri dari biodiesel dan bioetanol, biogas, dan biomassa padat yang terdiri dari serpihan kayu, biobriket, dan residu pertanian.²⁵ Bioenergi menghasilkan tiga bentuk energi, yaitu listrik, panas, dan bahan bakar transportasi.

UMK turut berpartisipasi dalam memenuhi tujuan pilar pembangunan ini. Salah satu contohnya, yaitu UMK peternakan yang melakukan pengelolaan kotoran sapi menjadi biogas dan listrik.²⁶ Biogas tersebut disalurkan ke berbagai rumah warga dan dipakai untuk kebutuhan sehari-hari warga Desa Tani Bakti, Kecamatan Loa Janan, Kabupaten Kutai Kartanegara

2. Pertumbuhan ekonomi desa yang merata

UMK berpartisipasi dalam meningkatkan angka lapangan pekerjaan di desa. Satu UMK yang berdiri di satu desa dapat membuka beberapa lapangan pekerjaan. UMK yang semakin besar skala bisnisnya membutuhkan banyak tenaga kerja untuk menunjang bisnisnya. Contohnya, usaha kerajinan yang mempunyai angka permintaan tinggi membutuhkan tenaga kerja tambahan untuk mengerjakan kerajinan. Perlu diingat bahwa UMK juga mempunyai kegiatan penunjang lainnya, seperti

²⁵ Arya Hadi Dharmawan, et.al, "Pengembangan Bioenergi di Indonesia: Peluang dan Tantangan Kebijakan Industri Biodiesel", *Pusat Penelitian Kehutanan Internasional (CIFOR)*, 2018, hlm. 1.

²⁶ Fajriyah Usman, "Lewat Bantuan UMK dan Dukung SDGs, Pertamina Dorong Ketahanan Pangan dan Energi Terbarukan dari Sektor Pangan", <https://pertamina.com>, diakses pada (28 Januari 2022)

pembukuan, pembelian barang baku, pengolahan, admin untuk menangani pembelian secara online dan offline, dan *packing* barang.

Semakin banyak volume pekerjaan yang ada tentu akan membutuhkan semakin banyak tenaga kerja. Apalagi usaha yang bergerak di wirausaha sosial akan mengutamakan pemberdayaan warga di sekitar UMK berada sebagai salah satu bentuk penyelesaian isu sosial dan ekonomi, yaitu kurangnya lapangan pekerjaan. Masyarakat di sekitar mendapatkan tempat pencaharian upah utama atau sampingan yang dapat menunjang kebutuhan keluarga. Semakin banyak UMK yang berdiri di desa dan berkembang, semakin banyak lapangan pekerjaan yang tercipta.

3. Infrastruktur dan inovasi desa sesuai kebutuhan

Pada zaman modern, UMK yang beroperasi tentu harus berintegrasi dengan kemajuan teknologi. Integrasi dengan kemajuan teknologi terwujud dalam pembaharuan infrastruktur dan inovasi desa. Salah satu bentuk dari tujuan ini, yaitu petani di Desa Purwobinangun yang menggunakan mesin HPF. Petani di desa yang terbiasa melakukan pengolahan secara tradisional diharuskan untuk memakai HPF untuk memperpanjang masa simpan susu. Secara tidak langsung, HPF merupakan inovasi di Desa Purwobinangun. Petani lainnya dapat terinspirasi untuk menggunakan mesin HPF. Penggunaan teknologi modern dapat membawa ke pembaharuan infrastruktur.

Sektor peternakan modern dapat dijadikan sebagai sarana edukasi, yaitu edufarm. Sekolah seringkali mengadakan studi wisata ke berbagai lokasi, salah satunya peternakan. Siswa dapat mengamati secara langsung mengenai proses pengolahan susu menggunakan mesin modern. Edufarm juga dapat diperluas menjadi poin atraksi baru untuk wisata. Desa yang akan diubah

menjadi obyek wisata tentu membutuhkan perbaikan infrastruktur seperti akses jalan yang mempermudah wisatawan untuk mengunjungi desa.

Penataan jalan dan lokasi di desa membuat kualitas akses jalan desa menjadi lebih baik yang berdampak pada meningkatnya volume wisatawan dan mempermudah warga desa dalam penggunaan infrastruktur. Contoh inovasi di desa lainnya, yaitu perkembangan *smart farming*.²⁷ Adanya pertanian pintar berbasis *Internet of Things* (IOT) membuat pertanian menjadi lebih efisien. Bentuk-bentuk dari *smart farming*, yaitu penerapan teknologi sensor tanah dan cuaca yang membuat petani dapat memantau kondisi lahan sesuai kondisi terkini dan memanfaatkan lahan yang terbatas. Inovasi teknologi membuat semangat petani menjadi meningkat sehingga lahan desa dapat dimanfaatkan secara maksimal.

4. Desa Tanpa Kesenjangan

Kesenjangan telah menjadi permasalahan yang selalu menyertai kegiatan pembangunan. Kesenjangan dalam hal ini, yaitu kesenjangan pendapatan dan kekayaan. Kesenjangan dalam bidang ekonomi dapat teratasi dengan UMK yang membuka lapangan kerja yang membuat warga desa mendapatkan lapangan pekerjaan. Namun, ada kesenjangan lain yang kerap kali belum dibahas. Upaya pemberantasan kesenjangan ini terdapat pada poin ke-5 sdgs, yaitu kesetaraan gender. Sampai saat ini, masih banyak perempuan yang kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan dan terbatas menjadi IRT saja.

UMK berpartisipasi dalam penuntasan permasalahan itu dengan didirikannya UMK yang berbasis usaha di rumah. UMK

²⁷ Dewa Wiguna, “BNI Bidik UMKM Milenial Sktor Pertanian Melalui “Smart Farming”, <https://www.antaraneews.com/berita/1590450/>, diakses pada (28 Januari 2022)

banyak didirikan oleh perempuan yang membuktikan bahwa perempuan juga bisa menempati posisi strategis yang berbasis *leadership*. UMK yang lokasi berdirinya di rumah atau dekat dengan rumah pelaku UMK memungkinkan perempuan lebih mudah dalam membagi waktu antara berwirausaha di tokonya dan menjalankan tugas rumah tangga. UMK juga banyak merekrut tenaga kerja perempuan yang selama ini hanya berstatus IRT. Tidak hanya itu, kesetaraan sosial lainnya juga diterapkan seperti memakai kaum marginal, yaitu difabel, mantan pekerja seks komersial, PMI, narapidana, dan penyandang ODHA. Masyarakat dengan segala kondisi mendapatkan kesempatan yang sama untuk mencari penghasilan.

5. Kemitraan desa untuk pembangunan desa

Pada dasarnya, pembangunan di desa tidak akan berhasil tanpa adanya kemitraan dengan pihak luar desa. Kemitraan bermanfaat dalam memberikan penyaluran dana berupa kredit atau hibah, fasilitas, dan eksposur. Kemitraan dapat dilakukan antara desa dengan pemuda penggerak desa, perempuan penggerak ekonomi desa, perguruan tinggi, tokoh masyarakat, bank, dan lembaga pemerintah. UMK berpartisipasi menjadi pihak perwakilan desa yang menjalankan kemitraan dengan pihak luar desa. Contohnya, yaitu:

- a. UMK di berbagai desa di Sumedang menjalankan kemitraan dengan Pusat Inkubator Bisnis (Oorange) Unpad melalui program KKN tahun 2021 untuk pengembangan UMK seperti legalitas usaha, pembukuan digital, dan digitalisasi UMK dengan pemasangan internet dan kemudahan pengiriman barang. Perwakilan UMK menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) dengan Oorange Unpad yang menandai dimulainya kemitraan

- b. Program Kemitraan yang dilaksanakan oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk dengan UMK.
Program kemitraan dilakukan Jasa Marga sebagai BUMN dengan UMK yang berada di sekitar wilayah operasi Jasa Marga.²⁸ UMK ini menjadi mitra binaan Jasa Marga dan mendapat banyak bantuan berupa pengembangan bisnis, pinjaman modal kerja, promosi, pelatihan, dan pameran. UMK yang dikembangkan oleh BUMN tentu akan menjadi UMK yang naik kelas sehingga turut serta dalam memajukan desa. Contohnya, yaitu menambah lapangan pekerjaan dan menjadi inspirasi untuk berdirinya UMK lainnya.

Pilar sdgs sejatinya tidak berdiri sendiri. Antar satu pilar berhubungan dengan pilar lainnya walaupun tidak berada dalam kategori yang sama. Peran UMK dalam pembangunan berkelanjutan juga bisa ditingkatkan melalui pilar ke-4 sdgs, yaitu pendidikan berkualitas. Pendidikan berkualitas berpartisipasi dalam meningkatkan hard skill dari pelaku usaha UMK dan pemuda yang akan menjadi pelaku UMK di bidang *sociopreneur*. Salah satu contohnya, yaitu adanya kurikulum dan kegiatan kemahasiswaan yang berhubungan dengan wirausaha sosial di sekolah atau Perguruan Tinggi. Kewirausahaan sosial di perguruan tinggi merupakan salah satu bentuk pembelajaran secara nyata bagi mahasiswa yang dapat berdampak bagi masyarakat luas. Pembelajaran ini berakibat pada meningkatnya kesadaran mahasiswa akan wirausaha sosial. Seperti yang akan dibahas di bab selanjutnya, keterlibatan perguruan tinggi terhadap dunia UMK wirausaha sosial meningkatkan semangat dari pemuda untuk terjun langsung dalam bisnis sosial.

²⁸ Yani Hendrayani, *et.al*, "Model Kemitraan CSR untuk Pengembangan UMKM yang Berkelanjutan: Studi Kasus Program Kemitraan pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk", *Journal Society*, Vol. 8, No. 1, 2020, hlm. 106.

Pemaknaan pilar pendidikan berkualitas dapat diperluas melebihi pendidikan formal. Tujuan dari pendidikan berkualitas, yaitu menjamin adanya kualitas pendidikan yang inklusif dan merata serta meningkatkan kesempatan belajar seumur hidup bagi semua.²⁹ Artinya, warga yang sudah berumur lanjut pun masih mempunyai kesempatan untuk belajar. Pengembangan bisnis sosial dan digitalisasi UMK merupakan bagian dari sarana pendidikan. Bedanya, pendidikan dilakukan secara praktik langsung. Pendidikan ditujukan untuk meningkatkan *soft skill* dan *hard skill*. Tujuan dari pendidikan yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. UMK di bidang wirausaha sosial yang erat kaitannya dengan pelatihan dan sebagai tempat mata pencaharian tentu membuat tujuan dari pendidikan tercapai secara bersamaan.

Pendidikan memiliki peran yang penting untuk menunjang kehidupan manusia karena pendidikan merupakan kebutuhan dasar manusia. Kurikulum dari pendidikan disesuaikan dengan keadaan sosial, ekonomi, politik, dan budaya yang ada di sekitar sehingga pendidikan yang diberikan relevan dengan apa yang terjadi di lingkungan sekitar. Pendidikan dapat mengubah pola pikir masyarakat yang mendorong daya inovasi dan kreativitas masyarakat. Pendidikan juga menjamin akses bagi seluruh masyarakat termasuk masyarakat marginal. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan terhadap UMK yang bergerak dalam bidang sosial juga menjadi sarana bagi kaum difabel untuk mendapatkan pelatihan.

²⁹ Bappenas, “SDGs Pilar ke-4: Pendidikan Berkualitas”, <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-4/> diakses pada (28 Januari 2022).

BAB V PENGATURAN UMK DIGITAL SOCIOPRENEUR DI INDONESIA

Digitalisasi UMK di Indonesia didukung dengan adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. UU Cipta Kerja mendorong penguatan UMKM dan *e-commerce* dengan adanya berbagai jenis kemudahan bagi UMK. Salah satu bentuk digitalisasi UMK, yaitu dengan melatih UMK mengurus segala keperluan usahanya secara digital yang didorong dengan diberikannya kemudahan dalam pengurusan keperluan usaha. Kemudahan yang ditawarkan melalui UU Cipta Kerja, yaitu perizinan, sertifikasi, akses pasar, pelatihan, pembiayaan, infrastruktur digital, penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, dan terciptanya iklim berusaha di *e-commerce*.³⁰ UU Cipta Kerja menciptakan simplifikasi dan harmonisasi perizinan bagi UMK melalui perizinan satu pintu. Perizinan skala nasional yang sudah terintegrasi dilakukan melalui website *Online Single Submission Risk Based Approach* (OSS RBA). Website ini terintegrasi dengan berbagai pihak yang berwenang untuk mengeluarkan perizinan. Pelaku UMK hanya diperlukan untuk memilih jenis perizinan yang ingin diajukan melalui website OSS RBA.

Pemerintah mempunyai dua program utama terkait digitalisasi UMK, yaitu agenda Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan Transformasi Digital. Transformasi digital UMK dilakukan melalui kerjasama dengan lembaga pemerintahan lainnya, yaitu Tim Pengendalian Inflasi Pusat (TPIP) dan Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) yang

³⁰ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "UU Cipta Kerja Dorong Pengembangan dan Digitalisasi UMKM di Indonesia", <https://ekon.go.id/publikasi/detail/719/uu-cipta-kerja-dorong-pengembangan-dan-digitalisasi-umkm-di-indonesia>, diakses pada (28 Januari 2022).

dilaksanakan dengan penyelarasan kebijakan.³¹ Contoh dari upaya digitalisasi UMK yaitu penerapan *smart farming* yang dilaksanakan oleh TPID Kabupaten Maluku Utara. Metode tersebut dilakukan melalui *smart irrigation* dengan membangun Kebun Pintar yang menggunakan *SMS Controller* dan *Control Timer*. Petani dapat mengendalikan pengairan irigasi ke area lahan pertanian yang dikontrol secara otomatis melalui fitur pengaturan suhu, kelembaban udara, dan cahaya.

Kementerian Koperasi dan UMKM merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas jalannya UMK di Indonesia memberikan dukungan dalam upaya digitalisasi UMK. UMK *social enterprise* di Indonesia saat ini belum mempunyai peraturan yang telah diundangkan walaupun sudah ada Rancangan Undang-Undang tentang Kewirausahaan. Unsur dari *sociopreneur* dapat dilihat dari persebaran kebijakan yang ada di Indonesia, yaitu:

1. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) BUMN

Tujuan BUMN secara umum telah termaktub dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN. Empat tujuan BUMN, yaitu:

- a. Perekonomian
Memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya.
- b. Profit
BUMN ditujukan untuk mengejar profit atas bisnis yang dijalankan.

³¹ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “Transformasi Digital UMKM Bantu Jaga Stabilitas Harga dan Dukung Pemulihan Ekonomi”, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/590/transformasi-digital-umkm-bantu-jaga-stabilitas-harga-dan-dukung-pemulihan-ekonomi> diakses pada (28 Januari 2022).

c. *Public Service Obligation*

Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi hajat hidup orang banyak.

d. Perintis

Tujuan BUMN ini terdapat dalam Pasal 2 ayat (1). BUMN ditugaskan untuk menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor usaha dan koperasi. BUMN ditugaskan menjadi perintis bagi UMK dalam bentuk pemberian bimbingan dan bantuan kepada pengusaha UMK.

Pemerintah melalui Kementerian BUMN telah memberikan mandat bagi seluruh BUMN di Indonesia untuk melakukan tanggung jawab sosial. Mandat tersebut terangkum dalam Keputusan Menteri BUMN Tahun 1999 dan Peraturan Menteri Negara BUMN Tahun 2007 mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Kementerian BUMN sebagai *stakeholders* dari seluruh BUMN di Indonesia mempunyai kewajiban untuk memonitor BUMN tersebut dalam menjalankan program-program yang sudah dimandatkan, termasuk PKBL dan CSR. Kementerian BUMN memberikan kewenangan bagi setiap BUMN untuk membuat sendiri PKBL dan CSR sesuai dengan orientasi bisnis BUMN tersebut selama masih mengacu terhadap peraturan *stakeholders*. Oleh karena itu, setiap BUMN biasanya meratifikasi Keputusan dan Peraturan Menteri Negara BUMN ke dalam peraturan internal perusahaan yang diterapkan oleh induk maupun anak perusahaan. Substansi dari peraturan internal biasanya tidak dipublikasikan ke ranah publik, namun peraturan tersebut diwujudkan dengan adanya fungsi internal perusahaan yang bertugas untuk menjalankan peraturan tersebut. Peraturan internal dijadikan pedoman bagi fungsi yang bersangkutan dalam

menjalankan kegiatan yang termaktub dalam peraturan internal itu. Salah satu bentuk peraturan internal yaitu Tata Kerja Organisasi.

PKBL dan CSR ini dilaksanakan oleh BUMN baik melalui fungsi CSR yang ada di induk perusahaan maupun yayasan yang dimiliki oleh BUMN tersebut. Contohnya yaitu PT Pertamina (Persero) sebagai induk perusahaan grup Pertamina mempunyai fungsi *Corporate Social Responsibility and Small Medium Enterprise Partnership Program (CSR & SMEPP)* dalam struktur organisasinya. Fungsi CSR & SMEPP ini ditugaskan untuk memberdayakan dan melakukan program kemitraan dengan seluruh UMKM yang ada di Indonesia. PT Pertamina (Persero) juga mempunyai yayasan bernama Pertamina Foundation yang dikhususkan untuk melaksanakan program-program *Corporate Social and Environmental Responsibility*. PT Pertamina (Persero) melalui fungsi CSR & SMEPP selalu melakukan kontrol terhadap jalannya program-program CSR yang dilaksanakan oleh Pertamina Foundation. PT Pertamina (Persero) dan Pertamina Foundation masing-masing mempunyai program CSR yang dikhususkan untuk pemberdayaan UMK. PT Pertamina (Persero) memiliki program unggulan UMK Naik Kelas yang terdiri atas:

a. *UMK Academy*

Akselerasi bagi UMK yang berprestasi sehingga bisa naik kelas. UMK Academy mempunyai 4 kurikulum, yaitu:

- 1) Go Modern
Pelatihan untuk UMK dalam penggunaan alat, kemasan, *branding*, standarisasi produk, akuntansi sederhana dan perpajakan.
- 2) Go Digital

Pelatihan untuk UMK dalam bentuk pengoperasian digital dasar, *digital apps* atau *integrated cash solutions*, dan media sosial.

3) Go Online

Pelatihan untuk UMK dalam bentuk penggunaan aplikasi media sosial, penjualan melalui *marketplace*, pembuatan website, blog, dan vlog.

4) Go Global

Akselerasi berupa *fast-track* pengenalan ekspor Usaha Kecil, menghitung biaya ekspor, mencari potential buyer dan bernegosiasi.

b. Hibah Teknologi Tepat Guna

Program ini ditujukan untuk membantu pengembangan produksi UMK melalui hibah alat teknologi yang tepat guna.

c. Sertifikasi dan Perizinan

UMK didampingi untuk mengajukan perizinan seperti sertifikasi halal, HAKI, dan BPOM.

d. *Display Product SME*

Produk UMK digelar di area publik seperti bandara dan stasiun.

e. *E-Learning*

Pelatihan UMK secara online dan reguler.

f. Publikasi UMK

Promosi produk UMK melalui artikel, media sosial, dan berita.

g. Penjualan UMK Melalui *E-Commerce*

Kerjasama dengan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan produk.

h. Katalog SME 1000

Klasifikasi produk mitra binaan sesuai dengan Kamar Dagang dan Industri (KADIN).

i. *Exhibition atau Virtual Exhibition*

Pengembangan usaha melalui pameran dan pelatihan.

Program yang dilaksanakan oleh Pertamina Foundation terkait pemberdayaan UMK *social enterprise*, yaitu:

1. PFPreneur

PFPreneur merupakan program yang dikhususkan untuk memberdayakan UMK yang didirikan oleh perempuan dan menjalankan usahanya dari rumah. Pemberdayaan wirausaha perempuan merupakan perwujudan dari Peraturan Menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pedoman Umum Pembangunan Industri Rumahan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Pemberdayaan Perempuan.

Pasal 1 angka 5 Permen tersebut menyatakan bahwa industri rumahan, dalam hal ini yaitu UMK, yang dibentuk oleh wirausaha perempuan mempunyai prinsip-prinsip, yaitu:

- a. Membangun motivasi perempuan untuk maju;
- b. Mengembangkan potensi perempuan dari yang belum berkembang menjadi berkembang;
- c. Meningkatkan kemampuan perempuan pelaku usaha mikro menjadi pengusaha kecil;
- d. Meningkatkan kemampuan perempuan untuk berwirausaha;
- e. Membangun kemampuan perempuan untuk bisa melakukan proses produksi;

- f. Komitmen dari pemerintah daerah untuk memberdayakan wirausaha perempuan;
- g. Bagian dari kebijakan pemerintah daerah;
- h. Memberdayakan sumber daya lokal;
- i. Mengembangkan industri rumahan untuk terhubung ke pasar yang lebih luas;
- j. Adanya legalitas usaha mikro.

2. PFMuda

PFMuda merupakan program bagi anak-anak muda untuk memberdayakan sosial dan lingkungan, salah satunya melalui pemberdayaan UMK. Pemuda-pemudi Indonesia dituntut untuk menjadi *young leader* sehingga mereka bisa membangun UMK yang mengalami kesulitan dalam pengembangannya. Program ini merupakan perwujudan dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan. Pemuda dapat menginisiasikan kewirausahaan sosial berdasarkan usaha yang sudah berjalan di masyarakat yang memerlukan bantuan dari generasi muda. Bentuk kewirausahaan yang dilakukan pemuda sudah dijamin dengan adanya Pasal 27 UU Kepemudaan, yaitu:

- a. Pengembangan kewirausahaan pemuda dilaksanakan sesuai minat, bakat, potensi pemuda, dan arah pembangunan nasional Pemuda dapat memilih daerah tempat akan diadakannya kewirausahaan sosial berdasarkan masalah sosial yang ada. Biasanya, pemuda akan memilih daerah yang merupakan domisili mereka atau dekat dengan domisili mereka karena dianggap mempunyai aksesibilitas yang

lebih terjangkau. Pemuda juga akan lebih mudah untuk berkomunikasi dengan para warga yang akan dibantu penyelesaian permasalahan sosialnya.

- b. Pelaksanaan pengembangan kewirausahaan pemuda sebagaimana yang dimaksud dengan ayat (1) difasilitasi oleh Pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat, dan/atau organisasi kepemudaan
Poin ini telah terlaksana melalui adanya program PFMuda yang didirikan oleh yayasan BUMN
- c. Pengembangan kewirausahaan pemuda sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan melalui:
 - 1) Pelatihan;
 - 2) Pemagangan;
 - 3) Pembimbingan;
 - 4) Pendampingan;
 - 5) Kemitraan;
 - 6) Promosi; dan/atau
 - 7) Bantuan akses permodalan.

2. Rumah Kreatif BUMN (RKB)

Rumah Kreatif BUMN (RKB) merupakan program yang diselenggarakan oleh Kementerian BUMN dan BUMN untuk pemberdayaan UMK. RKB berdiri sesuai mandat dari UU BUMN. RKB memberikan bimbingan terhadap UMK melalui digitalisasi UMK, pelatihan keterampilan, dan pendanaan. Jumlah RKB di Indonesia saat ini mencapai 243 RKB yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Daftar dari BUMN yang mendirikan RKB, yaitu:

No.	Nama BUMN	Jumlah
1.	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	46
2.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	55
3	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	19
4	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	10
5	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	10
6	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	1
7	PT Pertamina (Persero)	30
8	PT Perusahaan Listrik Indonesia (Persero)	27
9	PT Indonesia Asahan Aluminium	1
10	PT Perkebunan Nusantara (Persero)	3
11	PT Angkasa Pura II (Persero)	1

12	Perum Percetakan Uang Republik Indonesia	1
13	PT Bukit Asam Tbk	3
14	PT Semen Batu Raja	1

RKB pada umumnya diarahkan sebagai pemberdayaan UMK dalam digitalisasi, pelatihan, pendanaan, dan ekspor ke dunia luar. Berbagai BUMN membuat RKB sebagai bentuk CSR perusahaan. Oleh karena itu, banyak UMK digital di RKB ini tidak bergerak dalam bidang *social enterprise*. Bentuk usaha *social enterprise* bukan merupakan syarat utama bagi UMK untuk dapat bergabung dalam RKB. Walaupun demikian, *social enterprise* merupakan bentuk usaha yang coba didorong dalam RKB melalui pelatihan. UMK diharap terinspirasi dalam mendirikan *social enterprise*.

3. *Youth Social Entrepreneurship Movement* Oleh Instansi Khusus

Salah satu bentuk dari kegiatan ini yaitu Youth Co:Lab. Youth Co:Lab merupakan institusi yang dibangun oleh *United Nations Development Program* (UNDP) dan Citi Foundation yang dikhususkan untuk pengembangan pemuda *sociopreneur*. Model dari Youth Co:Lab yaitu adanya kompetisi antar pemuda yang menginisiasikan program kewirausahaan sosial. Kelompok pemuda yang berhasil mempresentasikan model bisnis sosial dan dampak positif yang ditimbulkan akan dilombakan ke skala internasional, seperti Asia-Pacific. Metode perlombaan ini membuat para pemuda semakin bersemangat untuk mencari potensi bisnis sosial yang bisa dikembangkan dari permasalahan sosial dan ekonomi yang ada di sekitar lingkungan mereka.

Model institusi ini serupa dengan PFMuda yang diadakan oleh Pertamina Foundation, namun Youth Co:Lab bukan merupakan program yang berasal dari Indonesia. Artinya, pemerintah mengizinkan lembaga internasional untuk memperluas jangkauan organisasinya ke Indonesia sehingga dapat menjaring talenta pemuda Indonesia dalam bidang wirausaha sosial. Pemuda Indonesia mempunyai opsi yang luas untuk mempublikasikan proyek wirausaha sosial yang telah mereka bangun. Ciri khas dari bentuk pemberdayaan ini, yaitu adanya lembaga yang dikhususkan untuk pemberdayaan kewirausahaan sosial. Pemberdayaan kewirausahaan sosial merupakan program utama yang dikembangkan oleh institusi ini.

4. Program Kewirausahaan Sosial dari Perguruan Tinggi di Indonesia

Kompetisi yang serupa diadakan oleh Pusat Kajian Kepemudaan atau Youth Studies Centre (YouSure) FISIPOL UGM.³² YouSure FISIPOL UGM mengadakan kompetisi *Sociopreneur* Muda Indonesia (Soprema) yang telah diadakan selama 6 kali. Tema Soprema pada tahun 2021, yaitu "Inovasi *Sociopreneur* Muda dalam Kebangkitan Bangsa di Masa Pandemi 2020." Pihak penyelenggara kompetisi ini yaitu PTN di Indonesia. Pihak penyelenggaranya berbeda dengan program yang serupa yang diadakan oleh yayasan BUMN dan perusahaan swasta. Fakultas Ekonomi UII juga mengadakan kompetisi serupa yang bernama *Social Project Competition*.

Program yang berkaitan dengan kewirausahaan sosial di Perguruan Tinggi di Indonesia biasanya dilaksanakan oleh

³² Harian Jogja, "Kompetisi Wirausaha Sosial SOPREMA UGM Dibuka", <https://m.harianjogja.com/jogiapolitan/read/2021/08/18/510/1080313/kompetisi-wirausaha-sosial-soprema-ugm-dibuka> diakses pada 29 Januari 2022.

Laboratorium Inkubator Bisnis Fakultas Ekonomi di universitas masing-masing. Salah satu contohnya, yaitu seminar mengenai kewirausahaan sosial yang diadakan oleh Laboratorium Inkubator Bisnis (InkuBi) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.³³

Universitas Padjadjaran melalui Pusat Inkubator Bisnis/Oorange mengadakan kerjasama dengan Kementerian Sosial Republik Indonesia atas peresmian Kedai ProKUS di Kabupaten Bandung Barat, Garut, dan Majalengka. Kedai ProKUS mengadakan mentoring bisnis kepada para Keluarga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan (KPM PKH) guna terciptanya UMK kewirausahaan sosial. STISIPOL Candramuka Palembang juga mendirikan Pusat Pengembangan Bisnis dan Kewirausahaan Sosial (P2BKS). P2BKS mengadakan pelatihan dan pendampingan kepada civitas akademik STISIPOL.³⁴

5. Program Kewirausahaan Sosial oleh Yayasan Internasional

Salah satu penyelenggara program ini yaitu British Council yang bekerja sama dengan Arthur Guinness Fund (AGF). British Council merupakan lembaga dari Inggris yang sektor usahanya merupakan kursus bahasa Inggris. British Council juga mempunyai kegiatan lain dalam usahanya yaitu kerjasama dengan program CSR yang diadakan oleh perusahaan dan menjalankan program kewirausahaan sosial. Salah satu bentuk program kewirausahaan sosial yang diadakan, yaitu adanya kompetisi wirausaha sosial.

³³ Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, "Seminar Online Wirausaha Sosial: Challenge Yourself Over Limit", <http://fe.unp.ac.id/news/seminar-online-wirausaha-sosial-challenge-yourself-over-limit> diakses pada (29 Januari 2022).

³⁴ Lak lak Nazhat El Hasanah, "Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition", *Jurnal Studi Pemuda*, Vol. 7, No. 2, 2018, hlm. 94.

Kompetisi wirausaha sosial yang diadakan oleh British Council juga serupa dengan kompetisi wirausaha sosial yang diadakan lembaga lainnya, namun yang membedakan yaitu lembaga penyelenggara, kategori peserta, dan fasilitas yang didapat oleh UMK yang berhasil memenangkan kompetisi. UMK Indonesia yang memenangkan kompetisi wirausaha sosial yang diadakan oleh yayasan internasional seperti British Council akan mendapat eksposur internasional yang lebih mudah. Contohnya, British Council membuka kesempatan bagi UMK untuk melakukan studi kunjung ke Inggris.

Program yang serupa juga diadakan oleh Singapore International Foundation (SIF). Program yang diadakan, yaitu The Young Social Entrepreneurs (YSE) Global. Kompetisi ini diawali dengan adanya workshop selama 8 bulan yang dilanjutkan dengan kompetisi antara wirausaha sosial pemuda lainnya dari berbagai negara di Singapura. Perbedaan dengan institusi sebelumnya, yaitu yayasan ini tidak dikhususkan untuk pemberdayaan kewirausahaan sosial. Yayasan ini masih mempunyai program utama lainnya yang dijalankan, yaitu kursus bahasa, pertukaran pelajar, dan kegiatan relawan.

Melalui pembahasan sebelumnya, dapat terlihat bahwa pemberdayaan kewirausahaan sosial yang ada di Indonesia sejauh ini belum dilakukan secara mandiri. Belum ada peraturan khusus yang diundangkan yang mengatur mengenai UMK kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial yang dilakukan UMK masih erat kaitannya dengan program PKBL dan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar seperti BUMN. Filosofi pembinaan UMK kewirausahaan sosial oleh instansi besar, yaitu karena instansi besar dianggap mempunyai modal, keahlian, dan akses yang luas untuk membina UMK kewirausahaan sosial yang baru berkembang.

Pada dasarnya program yang ditawarkan oleh berbagai institusi memiliki kemiripan yang besar. Hal ini karena antar satu perusahaan dengan perusahaan lain masih memiliki tingkat persaingan yang ketat sehingga para perusahaan berlomba-lomba untuk membuat program yang serupa dengan *benefit* yang berbeda sesuai dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dari sini dapat terlihat bahwa apabila satu perusahaan menginisiasikan suatu program yang dinilai baik oleh perusahaan lain, maka perusahaan lain akan mengadopsi program tersebut. Ini tidak terkecuali program tanggung jawab sosial. Hal seperti ini merupakan hal yang wajar dalam dunia bisnis. Perusahaan akan selalu mengikuti sesuatu yang sedang tren di masyarakat. Pembuatan program yang baik dapat memicu perusahaan lain untuk mengadopsi program yang serupa sehingga masyarakat menjadi mempunyai banyak pilihan dalam mengakses bantuan.

BAB VI

PRAKTIK UMK DIGITAL YANG BERGERAK DALAM BIDANG SOCIOPRENEUR

Irma Suryati merupakan salah satu pelaku UMK *social enterprise* yang paling terkenal di Indonesia. Beliau merupakan seorang penyandang disabilitas fisik akibat penyakit polio yang dideritanya ketika kecil. Penyakit tersebut menyebabkan beliau kehilangan kemampuan untuk berjalan. Penyakit yang diderita awalnya menyebabkan beliau kesulitan untuk mencari pekerjaan. Perusahaan menolak beliau karena dianggap tidak akan sanggup memenuhi tuntutan pekerjaan dari perusahaan. Hal tersebut tidak membuat beliau menyerah. Ide-ide kreatif yang seringkali muncul di benak beliau akibat dari keadaan yang sulit mengarahkan beliau dan suaminya untuk mendirikan sebuah UMK di bidang kerajinan. Pilihan bidang UMK tersebut berdasarkan minat beliau yang sudah menggeluti dunia menjahit untuk membuat kerajinan kain perca sejak SMA. UMK kerajinan tersebut dinamakan sebagai Mutiara Handycraft.

Sumbang asih Mutiara Handycraft yang didirikan beliau tidak hanya dalam bidang sosial saja, melainkan juga dalam bidang lingkungan. Bahan dasar kerajinan yang dibuat oleh Mutiara Handycraft menggunakan limbah industri garmen. Industri garmen merupakan industri yang mengolah pakaian-pakaian jadi. Limbah garmen merupakan sisa potongan dari pakaian jadi yang tidak digunakan lagi. Produksi dari industri garmen yang dilakukan secara massal dapat menyebabkan limbah garmen menjadi semakin menumpuk. Potongan dari limbah garmen seringkali tidak beraturan dikarenakan ukuran, warna, dan jenis bahan yang sangat bervariasi antara satu dengan lainnya. Beliau menyiasati penumpukan limbah garmen ini dengan mengambil limbah tersebut dari pabrik garmen dan diklasifikasikan berdasarkan warna yang sama. Limbah garmen tersebut dipotong dengan ukuran 3 cm sehingga dapat dibentuk kerajinan seperti keset sesuai dengan pola yang diinginkan.

UMK yang dijalankan beliau tetap mematuhi peraturan hukum yang berlaku. Beliau melaporkan proses pengolahan limbah garmen tersebut ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UMKM di Jawa Tengah, provinsi beliau berdomisili. Beliau juga mengantongi izin-izin usaha yang lengkap, yaitu:

1. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Tanda Daftar Perusahaan (TDP) merupakan dokumen resmi pengesahan yang menandakan suatu usaha atau perusahaan telah melakukan kewajiban pendaftaran perusahaan.³⁵ TDP sudah diganti menjadi Nomor Induk Berusaha (NIB) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Penggantian TDP menjadi NIB menyebabkan TDP saat ini sudah tidak berlaku. NIB mempunyai fungsi yang lebih kompleks dibandingkan TDP karena selain sebagai tanda pengenal usaha, NIB juga berlaku sebagai Angka Pengenal Importir (API) dan hak akses kepabeanan. Perbedaan antara TDP dan NIB, yaitu:

	TDP	NIB
Struktur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nomor TDP 2. Masa Berlaku TDP 3. Nama Perusahaan 4. Status Perusahaan 5. Nama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nomor NIB 2. Nama Pemilik Usaha 3. Nomor KTP Pemilik Usaha 4. NPWP Pemilik Usaha 5. Nama Usaha

³⁵ UKM Indonesia, "Tanda Daftar Perusahaan", <https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/692>, diakses pada (29 Januari 2022).

	<p style="text-align: center;">Pengurus/Penanggung Jawab Perusahaan</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Alamat Perusahaan 7. NPWP 8. Nomor Telepon 9. FAX 10. Kegiatan Usaha Pokok 11. KBLI 	<ol style="list-style-type: none"> 6. NPWP Usaha 7. Alamat Usaha 8. Kode dan Nama KBLI sesuai dengan daftar KBLI Tahun 2020 9. Akses Kepabeanaan 10. Kekayan Bersih
<p>Tempat Pendaftaran</p>	<ol style="list-style-type: none"> A. Offline BPTSP tempat UMK berada B. Online Website Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) tempat UMK berada 	<p>Pendaftaran dilakukan secara online melalui <i>Online Single Submission Risk Based Approach (OSS-RBA)</i></p>

Kewenangan	Badan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPTSP) di daerah tempat UMK didirikan	Menteri Investasi/Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM)
------------	---	--

2. Tanda Daftar Industri (TDI)

Tanda Daftar Industri (TDI) merupakan dokumen pengesahan yang diberikan kepada setiap orang atau badan yang melakukan kegiatan usaha di bidang industri yang mengolah bahan baku menjadi suatu produk dengan komposisi dan spesifikasi baru.³⁶ TDI telah diganti menjadi Izin Usaha Industri (IUI) sejak diterbitkannya Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 64 Tahun 2016 tentang Besaran Jumlah Tenaga Usaha dan Nilai Investasi Untuk Klasifikasi Usaha Industri.

TDI saat ini sudah tidak berlaku dengan adanya IUI walaupun di beberapa daerah seperti Kota Payakumbuh masih berlaku karena disetarakan dengan IUI Kecil. IUI merupakan izin yang bersifat operasional yang diurus berdasarkan kegiatan industri yang dilakukan oleh pelaku UMK. IUI berbeda dengan NIB yang merupakan dokumen tanda pengenal UMK. Kewenangan dalam pengurusan TDI dan IUI berada di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di daerah tempat UMK berdiri. Perbedaan antara TDI dan IUI, yaitu:

³⁶ UKM Indonesia, “Tanda Daftar Industri”. <https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/693>, diakses (29 Januari 2022).

	TDI	IUI
Struktur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama, Alamat, dan Nomor Telepon Perusahaan 2. NPWP Usaha 3. Nomor Induk Pendaftaran Industri Kecil (NPIK) 4. Nama dan Alamat Pemilik/ Penanggung Jawab Usaha 5. KBLI Usaha 6. Komoditi Industri 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nama Perusahaan 2. Nomor Induk Berusaha 3. Alamat Perusahaan 4. Nama KBLI 5. Kode KBLI 6. Lokasi Usaha (Alamat, Desa/Kelurahan, Kecamatan, Kabupaten/Kota, Provinsi)

	<p>(KKI)</p> <p>7. Lokasi Pabrik (Desa/Kelurahan, Kecamatan, Kabupaten, Provinsi)</p> <p>8. Mesin dan Peralatan Produksi (Peralatan Utama, Pembantu, dan Tenaga Penggerak)</p> <p>9. Nilai Asset Seluruhnya</p> <p>10. Kapasitas Produksi Terpasang Per Tahun</p>	
--	---	--

	11. Masa Berlaku TDI	
Tempat Pendaftaran	Offline di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) di daerah tempat UMK berdiri	Online melalui <i>Online Single Submission Risk Based Approach</i> (OSS-RBA)

3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) merupakan izin operasional yang dimiliki perusahaan atau badan yang melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan, yaitu kegiatan jual beli barang.³⁷ Fungsi SIUP saat ini sudah digantikan dengan NIB. SIUP sudah tidak berlaku dengan adanya UU Cipta Kerja.

4. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan identitas usaha yang diberikan kepada Wajib Pajak supaya dapat memenuhi hak dan kewajiban perpajakan. NPWP untuk pelaku usaha terdiri atas dua jenis NPWP, yaitu NPWP Pribadi dan NPWP Usaha. NPWP dapat didaftarkan secara online melalui situs ereg.pajak.go.id

³⁷ UKM Indonesia, “Surat Izin Usaha Perdagangan”, <https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/690>, diakses pada (29 Januari 2022).

UMK yang berhubungan dengan lingkungan seperti UMK yang menjual makanan dan minuman herbal yang pembudidayaan bahan bakunya dilakukan secara mandiri wajib untuk memiliki Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL). SPPL merupakan Dokumen Lingkungan Hidup (DLH) yang merupakan pernyataan kesanggupan dari pelaku UMK untuk mengelola dan memantau dampak lingkungan hidup dari kegiatan usaha.³⁸ SPPL merupakan bentuk DLH bagi usaha yang tidak diwajibkan untuk mempunyai dokumen Izin Lingkungan seperti UKL-UPL dan AMDAL.³⁹ SPPL merupakan DLH yang diperuntukkan untuk UMKM, berbeda dengan UKL-UPL atau AMDAL yang diperuntukkan untuk usaha non UMKM.⁴⁰ Industri yang wajib untuk memiliki SPPL, yaitu:

No	Jenis Usaha/Kegiatan	Satuan	Skala/Besaran
1	Industri Bumbu Masak dan Penyedap Makanan Kegiatan industri mencakup usaha pembuatan bumbu masak baik yang sudah diramu atau belum, baik berbentuk bubuk atau lainnya	Investasi	Kecil/Menengah

³⁸ UKM Indonesia, “Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup” <https://ukmindonesia.id/baca-izin/506> diakses pada (29 Januari 2022).

³⁹ Moh. Soerjani, et.al, *Lingkungan: Sumberdaya alam dan Kependudukan dalam Pengembangan*, Depok: Universitas Indonesia, hlm. 180.

⁴⁰ Pustaka Widyatama, *Bunga Rampai Perundangan Lingkungan Hidup*, Jakarta: Kementerian Negara Perumahan Rakyat RI, 2005, hlm. 13.

2	<p>Industri Makanan yang Tidak Diklasifikasikan di Tempat Lain</p> <p>Kegiatan industri termasuk pembuatan petis, terasi, atau sejenisnya</p>	Investasi	Menengah
3	<p>Industri Pupuk Alami Non Sintetis Hara Makro Primer</p> <p>Kegiatan industri mencakup pembuatan pupuk hara makro primer jenis pupuk alam</p>	Investasi	Kecil/Menengah
4	<p>Industri Pupuk Buatan Campuran Hara Makro Primer</p> <p>Usaha pembuatan pupuk melalui pencampuran minimal 2 unsur hara makro primer melalui pencampuran pupuk secara fisik tanpa mengubah sifat pupuk aslinya</p>	Investasi	Kecil/Menengah
5	<p>Industri Pupuk Hara Makro Sekunder</p> <p>Mencakup usaha pembuatan pupuk yang mengandung unsur hara</p>	Investasi	Kecil/Menengah

	makro sekunder jenis Ca, Mg, dan S		
6	Industri Pupuk Hara Mikro Usaha pembuatan pupuk yang mengandung unsur hara mikro, seperti Seng, Besi, Tembaga, Mangan, Boron, dan Molybdenum	Investasi	Kecil/Menengah
7	Industri Pupuk Pelengkap Usaha pembuatan pupuk yang mengandung mikro organisme atau formula pupuk yang berasal dari hasil samping industri	Investasi	Kecil/Menengah
8	Industri Pupuk Lainnya Usaha pembuatan pupuk yang belum termasuk kelompok manapun	Investasi	Kecil/Menengah
9	Industri Bahan Amelioran (Pembenah Tanah) Usaha pembuatan bahan amelioran seperti kapur pertanian, kapur fosfat, dolomit, zeolit, dan lainnya yang mengandung organik	Investasi	Kecil/Menengah

10	Industri Mesin/Peralatan Untuk Pengolahan/Pengerjaan Material Selain Logam dan Kayu	Investasi	Menengah/Besar
11	Industri furniture dari kayu	Investasi	Semua besaran
12	Industri furniture dari rotan dan/atau bambu	Investasi	Semua besaran

Mutiara Handycraft melakukan kegiatan usahanya secara *sociopreneur* dengan memberdayakan kaum disabilitas yang ada di sekitarnya. Karyawan yang dimiliki oleh Mutiara Handycraft didominasi oleh penyandang disabilitas dengan persentase mencapai 99%. UMK tersebut juga mempekerjakan kaum marginal lainnya yaitu mantan pekerja komersial, TKI, narapidana, dan penyandang HIV. UMK tersebut tidak hanya mempekerjakan penyandang disabilitas sebagai karyawan, melainkan juga sebagai kemitraan. Kemitraan kaum difabel dilaksanakan dengan mereka diperbolehkan untuk mengerjakan kerajinan seperti keset di rumah masing-masing dan dibawa ke Mutiara Handycraft untuk disetor dan didiskusikan pembagian keuntungannya.

Kaum marginal lainnya seperti mantan pekerja komersial, TKI, narapidana, dan ODHA juga mendapatkan stigma negatif dari masyarakat seperti kaum difabel sehingga mereka kesulitan untuk mencari pekerjaan formal. Proses kerjasama yang dilakukan antara Mutiara Handycraft dengan narapidana serupa dengan kemitraan yang dilakukan dengan kaum difabel, namun sifatnya merupakan pembinaan kerja dengan pihak ketiga. Beliau mengajarkan pembuatan kerajinan kepada narapidana, sehingga narapidana mengerjakannya selama mereka di lapas. Hasil kerajinan yang sudah selesai dikerjakan akan diambil oleh beliau.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 1995 tentang Pemasyarakatan Pasal 2-5 menyatakan bahwa narapidana berhak atas pembinaan, yaitu berupa pendidikan, pengayoman, pembimbingan sehingga narapidana tersebut dapat kembali menjalankan perannya sebagai anggota masyarakat yang bertanggung jawab setelah selesai menjalankan masa penahanannya. Sistem hukum di Indonesia diarahkan untuk tidak melihat penahanan hanya sebagai tempat untuk membuat narapidana jera melainkan juga sebagai sarana rehabilitasi bagi narapidana. Mantan pekerja komersial dan TKI mengalami kesulitan dalam mencari penghasilan selama pandemi dan mereka ingin mencari lapangan pekerjaan yang lebih baik dan menerima pekerjaan mereka yang lalu. Mutiara Handycraft memposisikan usahanya sebagai wadah yang tidak memiliki prasangka buruk kepada kedua kaum ini sehingga mereka merasa aman dan nyaman selama proses pembuatan kerajinan. UMK ini juga menjadi tempat bagi ODHA untuk mengalihkan ketakutan mereka dari vonis penyakit yang menyebabkan umur mereka menjadi lebih singkat. Pembuatan kerajinan menyebabkan ODHA dapat melakukan banyak kegiatan positif dalam hidup mereka sekaligus membantu proses penyembuhan mereka.

Pandemi yang terjadi menyebabkan Mutiara Handycraft menjalankan usahanya secara digital. UMK ini menjual produknya melalui Whatsapp dan Shopee. Penjualan produk dilaksanakan

UMK digital lain yang bergerak dalam bidang *sociopreneur* yaitu UMK yang didirikan untuk peternak Desa Purwobinangun, Yogyakarta. Kelompok peternak ini bergerak dalam produksi susu sapi. UMK ini mengalami permasalahan karena susu sapi yang diproduksi basi dalam waktu 2 hari, sedangkan susu tersebut belum terjual. Pandemi yang terjadi menyebabkan jumlah pembeli menjadi sedikit. Digitalisasi UMK bukanlah pilihan, melainkan sebuah keharusan. UMK dituntut untuk memperluas pasar sehingga bisa menjangkau lebih banyak calon pembeli. Susu sapi ini dijual melalui pesan berantai yang disebarluaskan melalui aplikasi

Whatsapp. Pembeli pun mulai berdatangan. Permasalahan masa simpan susu sapi dapat ditangani dengan inovasi dari pemuda yang bernama Satyaguna Rakhmatullah. Ia menciptakan mesin HPF yang berfungsi untuk memperpanjang masa simpan susu dari 2 hari menjadi 5 minggu. Produk susu ini sekarang mulai dikenal di retail-retail Yogyakarta. *Sociopreneur* yang dilakukan oleh UMK ini juga merambah sampai menjadikan Desa Purwobinangun menjadi desa agrowisata dan edufarm bagi masyarakat.

Nurchaeti merupakan mantan Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang telah berhasil mendirikan CV N&N Internasional. Beliau merupakan salah satu UMK yang berbentuk CV.⁴¹ Beliau mengembangkan usaha di bidang kuliner seperti keripik, kerupuk, dan roti. Usaha Nurchaeti merupakan bentuk usaha *sociopreneur* karena beliau berhasil memberdayakan PMI dan masyarakat yang memiliki jenjang pendidikan yang rendah. Beliau mempekerjakan karyawan PMI sejumlah 70% dan masyarakat dengan jenjang pendidikan rendah sejumlah 15%. UMK ini juga mempunyai rumah belajar bagi PMI sehingga mereka bisa belajar mengenai produksi makanan secara gratis.

Pelaku UMK *sociopreneur* lainnya yaitu Yuli Astuti. Yuli Astuti merupakan pemilik sanggar Muria Batik Kudus. Bentuk *sociopreneur* yang dilaksanakan yaitu menyelamatkan warisan budaya Indonesia berupa batik kudus yang sudah hampir punah. Tahun 2005, hanya satu orang yang mengetahui proses pembuatan batik kudus dan orang tersebut sudah dua. Yuli berusaha untuk mencari tahu mengenai batik kudus dengan mengadakan penelitian mengenai batik dan mempelajari cerita mengenai batik kudus tersebut. Beliau berusaha untuk melestarikan batik kudus tersebut dengan mengadakan pembinaan batik melalui pelatihan di sekolah-sekolah, anak-anak difabel, anak-anak berkebutuhan khusus

⁴¹ Yetty Komalasari Dewi, *Pemikiran Baru Tentang Persekutuan Komanditer: Studi Kasus Perbandingan KUHD dan WvK serta Putusan-putusan Pengadilan Indonesia dan Belanda*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hlm. 5.

sehingga mereka bisa mengenal batik sejak dini dan batik kudu dapat terlestari. Muria Batik Kudus sudah mempunyai toko digital di Shopee, Tokopedia, dan website toko.

Pada bab sebelumnya, telah dibahas mengenai karakteristik yang harus ada dalam setiap kewirausahaan sosial. Praktik UMK digital *sociopreneur* juga telah menerapkan karakteristik khas kewirausahaan sosial, yaitu:

1. *Empowerment* atau Pemberdayaan

Ciri khas ini dapat terlihat dari UMK yang didirikan oleh Irma, Nurchaeti, dan Yuli Astuti. Irma mendedikasikan usahanya untuk menjadi lapangan pekerjaan bagi penyandang disabilitas dengan rasion sampai 99%. Mutiara Handycraft menjadi tempat bekerja dan komunitas untuk ODHA, narapidana, mantan pekerja komersial, dan PMI. Usahanya juga menjadi agen sosialisasi untuk menurunkan stigma negatif yang diderita kaum marginal. Nurchaeti juga melakukan hal yang serupa dengan menjadikan PMI dan masyarakat pendidikan rendah sebagai pegawainya. Yuli mengadakan pelatihan bagi anak-anak difabel dan berkebutuhan khusus. Pemberdayaan yang dilakukan oleh ketiga pihak merupakan pemberdayaan yang dilakukan secara langsung. Artinya, UMK *sociopreneur* memberikan pemberdayaan sesuai dengan agenda kegiatan yang dimiliki oleh usahanya.

Pemberdayaan dalam kewirausahaan sosial dapat terjadi secara tidak langsung. Contohnya yaitu Change.org. Change.org merupakan sebuah perusahaan Amerika Serikat yang mempunyai produk berupa suatu website yang digunakan orang-orang untuk membuat petisi atas suatu ketidakadilan hukum atau sosial dan menjadi platform penggalangan dana di media sosial. Pemberdayaan Change.org disebut sebagai pemberdayaan tidak langsung karena pendiri Change.org bukanlah pihak yang secara langsung memberikan pemberdayaan kepada masyarakat seperti

yang dilakukan oleh Irma, Nurchaeti, dan Yuli. Pemberdayaan dilakukan melalui pihak ketiga yang menggunakan produk Change.org sebagai alat untuk melakukan pemberdayaan. Change.org tetap termasuk bisnis sosial yang melakukan pemberdayaan secara tidak langsung karena orientasi usahanya yaitu untuk menjadi perantara bagi pihak ketiga yang ingin mendapatkan suara petisi atau penggalangan dana namun tidak mempunyai keahlian untuk merancang website dan minimnya akses ke masyarakat luas

2. *Ethical Business Principles*

Etika dan prinsip bisnis yang baik harus diterapkan oleh kewirausahaan sosial untuk keberlanjutan operasional usaha dan memperluas dampak sosial yang ditimbulkan. Salah satu etika bisnis yaitu pengolahan limbah hasil produksi UMK secara ramah lingkungan. Wirausaha sosial harus memperhatikan seluruh aspek dalam menjalankan usahanya sehingga tidak bisa dilakukan penelantaran satu aspek. Contohnya, yaitu Mutiara Handycraft yang juga tetap memperhatikan pengolahan limbah garmen hasil produks dengan memastikan tidak ada limbah garmen yang tersisa di samping melakukan pemberdayaan masyarakat

3. *Impact & Sustainability*

Kewirausahaan sosial harus menjaga stabilitas usahanya sehingga usaha yang didirikan dapat memberikan perubahan sosial secara jangka panjang. Artinya, UMK *sociopreneur* tidak bisa semata-mata mengganti haluan bisnis karena usahanya tidak lagi menguntungkan atau hanya melaksanakan pemberdayaan masyarakat di 3 tahun pertama. UMK *sociopreneur* harus memikirkan bagaimana usaha yang sama dapat bertahan dalam jangka panjang di tengah tantangan perkembangan bisnis yang sangat pesat karena banyak masyarakat marginal yang hidupnya bergantung kepada para pelaku UMK *social enterprise*. Aspek

keberlanjutan (*sustainability*), yaitu mengenai keberlanjutan UMK dan finansial dalam UMK. Aspek eksternal dari keberlanjutan, yaitu perubahan positif pada sosial dan lingkungan.

Melalui pemaparan sebelumnya, dapat terlihat bahwa UMK digital *sociopreneur* merupakan bagian yang tidak terpisahkan. Pasalnya, digitalisasi UMK merupakan salah satu upaya yang sangat efektif bagi UMK *sociopreneur* untuk mendapatkan ekspos ke masyarakat luas dan memperluas pangsa pasar mereka.

BAB VII

GAGASAN PEMBAHARUAN HUKUM UMK DIGITAL SOCIOPRENEUR DALAM Mendukung Pembangunan BERKELANJUTAN

Perseroan Terbatas (PT) merupakan badan hukum yang berfungsi untuk melakukan usaha menggunakan modal dasar berupa saham.⁴² Kegiatan yang dilakukan oleh PT harus sesuai dengan ketentuan yang ada di Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT).⁴³ Perbedaan antara PT dengan PT Perorangan, yaitu PT merupakan sebuah badan yang didirikan oleh minimal 2 orang pemilik sedangkan PT Perorangan didirikan oleh satu orang yang berperan sebagai pemegang saham sekaligus direktur. PT Perorangan didirikan untuk memenuhi kebutuhan usaha mikro dan kecil. Persyaratan dalam pendirian PT Perorangan, yaitu memenuhi kriteria UMK yang terdapat dalam UU Cipta Kerja, yaitu:

1. Modal Usaha

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha yang memiliki modal usaha sampai maksimal Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha yang memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan maksimal Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;

2. Hasil Penjualan Tahunan

⁴² Gatot Supramono, *Hukum Perseroan Terbatas*, Jakarta: Djambatan, 2009, hlm. 6.

⁴³ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010, hlm. 104.

- a. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai maksimal Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
 - b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan maksimal Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).
3. Kriteria Lainnya

Kriteria lainnya ini dijelaskan pada Pasal 36 PP Nomor 7 Tahun 2021 tersebut. Kementerian/lembaga dapat menggunakan kriteria lainnya seperti omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, dan/atau penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha. Ini juga berhubungan erat dengan perizinan-perizinan yang diajukan oleh pelaku UMK karena kriteria-kriteria ini menjadi substansi yang diminta dalam pengurusan perizinan sehingga perizinan yang berkaitan dengan itu dapat diterbitkan. Adapun kriteria tersebut adalah:

- a. Hanya ada 1 (satu) pemegang saham;
- b. Pendirinya merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) ;
- c. Pendirinya berusia minimal 17 tahun;
- d. Pendiri merupakan orang yang cakap hukum;
- e. Pendiri hanya dapat mendirikan PT Perorangan sebanyak 1 kali dalam 1 tahun.

Selanjutnya terdapat berkas-berkas yang dibutuhkan dalam pengurusan PT Perorangan, yaitu:

1. Foto copy E-KTP pendiri UMK;
2. NPWP pendiri UMK;
3. Surat domisili PT Perorangan yang dikeluarkan oleh RT atau RW di lokasi yang sama;
4. Pendiri mengisi form pernyataan pendirian yang berisi:
 - a. Nama dan tempat kedudukan PT Perorangan;

- b. Jangka waktu berdirinya PT;
- c. Tujuan, maksud, dan kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT ;
- d. Jumlah dari modal dasar, modal ditempatkan, dan modal disetor yang dimiliki PT;
- e. Nilai nominal dan jumlah saham yang dimiliki PT;
- f. Alamat lengkap PT;
- g. Data-data pendiri UMK yang merupakan pemegang saham dan direktur PT seperti nama lengkap, tempat dan tanggal lahir, tempat tinggal, pekerjaan, NPWP, dan NIK.

Pendirian PT Perorangan dapat dilakukan dengan cara sebagaimana berikut:

1. Legalitas PT Perorangan

Langkah ini dilakukan untuk mendapatkan keterangan pendirian dari PT Perorangan. Berbeda dengan PT yang membutuhkan akta pendirian yang dibuat oleh notaris, PT Perorangan hanya membutuhkan Pernyataan Pendirian. PT Perorangan didaftarkan pada website Kemenkumham.

2. Pendaftaran NPWP PT Perorangan

NPWP dibagi menjadi NPWP perorangan dan NPWP badan usaha. Pendaftaran NPWP PT Perorangan merupakan pendaftaran NPWP untuk badan usaha yang dilakukan melalui website dirjen pajak.

3. Pendaftaran NIB dan izin usaha PT Perorangan

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, PT Perorangan dalam menjalankan usahanya harus mempunyai NIB sebagai identitas UMK dan izin usaha yang sesuai dengan orientasi bisnis PT Perorangan. Izin usaha yang dibutuhkan oleh masing-

masing PT Perorangan berbeda jumlahnya. Pendiri PT Perorangan harus memahami orientasi bisnis dan resiko yang muncul dari bisnis yang dijalankan. NIB dan izin usaha dapat diurus melalui website oss yang merupakan kewenangan BKPM atau *stakeholder* di wilayah PT Perorangan itu berada.

Pendirian orang perseorangan untuk UMK yang baru saja berdiri dan belum ingin dijadikan sebagai badan hukum mempunyai prosedur yang lebih mudah. Pendiri UMK hanya perlu untuk mendaftarkan NIB dan izin-izin yang dibutuhkan pada website oss.⁴⁴ Alur pendaftaran NIB bagi orang perseorangan yaitu:

1. Pemilihan jenis pelaku usaha orang perseorangan;
2. Memasukkan data-data pelaku usaha seperti nomor handphone aktif dan alamat email aktif yang dapat menerima informasi selanjutnya dari OSS;
3. Memasukkan kode verifikasi yang sudah dikirim ke email pelaku usaha;
4. Memasukkan data pelaku usaha berupa nama lengkap sesuai KTP dan password yang terdiri dari minimal 8 karakter dengan huruf besar, huruf kecil, angka, dan karakter spesial lainnya;
5. Memasukkan data seperti NIK, jenis kelamin, tanggal lahir, alamat pelaku usaha sesuai KTP pelaku usaha;
6. Mengklik tanda centang persetujuan bahwa data yang diisi sudah benar;
7. Menambahkan data pelaku usaha berupa tempat lahir, gelar depan, gelar belakang, nomor telepon, nomor kartu keluarga, status perkawinan, jumlah tanggungan, kisaran penghasilan;

⁴⁴ Pusat Analisis dan Evaluasi Hukum Nasional, *Analisis & Evaluasi Hukum Terkait Perizinan*, Jakarta: Kemenkumham, 2018, hlm. 227.

8. Mengisi data alamat KTP, alamat domisili, dan alamat usaha apabila ketiganya berada di lokasi berbeda. Pilih centang apabila semua lokasinya sama;
9. Mengisi NPWP pribadi pelaku usaha. Pelaku usaha perempuan yang sudah menikah mengisi dengan NPWP yang dimiliki oleh suami pelaku usaha apabila pajaknya tidak terpisah. Pelaku usaha perempuan yang melakukan pemisahan harta dengan suami dapat mengisi NPWP pribadi (cari);
10. Mencantumkan nomor BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan pelaku usaha apabila mempunyainya;
11. Data Klasifikasi Lapangan Usaha
 - a. Mengisi kode KLU dengan KBLI yang sesuai orientasi bisnis pelaku usaha;
 - b. Memilih apakah pelaku usaha mempunyai NPWP berbeda atau cabang di lokasi yang sama;
 - c. Mengisi nama usaha sesuai dengan nama UMK pelaku usaha;
 - d. Memilih lokasi kegiatan usaha antara di daratan atau laut;
 - e. Memilih opsi di antara pembukuan dan pencatatan;
 - f. Memilih apakah pelaku usaha mempunyai karyawan yang dipekerjakan di UMK tersebut atau tidak. Pelaku usaha juga memilih apakah semua karyawan di UMK tersebut merupakan WNI;
 - g. Memilih apakah pelaku usaha berencana untuk membangun lokasi baru untuk UMK. Lokasi baru yang dibangun harus didaftarkan Persetujuan Bangunan Gedung melalui SIMBG;
 - h. Mengisi modal usaha sebagai validasi resiko. Modal usaha akan menentukan skala UMK dalam segi mikro, kecil, atau menengah. KBLI akan menentukan resiko usaha dalam segi rendah, menengah, atau tinggi;

- i. Pelaku UMK dapat menambah data usaha apabila mempunyai produk lain yang dijual. Penambahan data usaha akan menyebabkan penambahan KBLI;
- j. Menunggu pemeriksaan dari Menteri Investasi/Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal. NIB akan terbit apabila data-data yang telah didaftarkan oleh pelaku usaha sudah terverifikasi.

Pemerintah telah memberikan kemudahan bagi UMK untuk mengurus perizinan. Salah satunya dengan adanya perizinan untuk UMK orang perseorangan. UMK orang perseorangan bukan merupakan badan hukum. Apabila UMK ingin berbentuk badan hukum, UMK bisa memilih bentuk usaha PT Perorangan. Pendiri dari PT Perorangan bisa hanya satu orang. Kemudahan yang sudah dihadirkan untuk UMK akan lebih baik apabila ditambah dengan UMK yang dikhususkan untuk kewirausahaan sosial. Pengklasifikasian UMK *social enterprise* akan memudahkan integrasi antar satu UMK *enterprise* dengan UMK *social enterprise* lainnya dan kolaborasi antar UMK *social enterprise* dapat terlaksana. Contoh dari model ini dapat dilihat dari pengelompokan BUMN, BUMD, dan BUMDes. BUMN dan BUMD mempunyai dua bentuk badan usaha, yaitu Persero dan Perum yang dapat dipilih sesuai orientasi bisnis perusahaan. Adanya pengelompokan perusahaan mempermudah *stakeholders* yaitu Kementerian BUMN untuk melakukan kontrol terhadap jalannya usaha BUMN dan BUMD. Apabila negara sanggup untuk mengendalikan perusahaan dengan skala Non-UMK, proses pengelompokan usaha skala mikro dan kecil seharusnya tidak menjadi masalah.

Pengelompokan UMK *sociopreneur* dapat bermuara dengan dibentuknya *stakeholder* khusus untuk mengendalikan UMK *sociopreneur*. Pemerintah tidak perlu untuk mendirikan sebuah lembaga baru khusus untuk *stakeholder* UMK *social enterprise* karena akan

memakan biaya yang besar, waktu yang lama, dan sumber daya manusia yang belum tentu memadai. Pemerintah cukup untuk membuat departemen baru di Kementerian Koperasi dan UMKM khusus untuk pembinaan dan kontrol terhadap UMK *social enterprise*. Kementerian Koperasi dan UMKM sudah dikhususkan untuk mengurus Koperasi dan UMKM yang menyebabkan SDM dalam kementerian sudah familiar dengan UMK. Tugas bagi Kementerian Koperasi dan UMKM hanya untuk mengalokasikan perhatian bagi UMK *social enterprise* dengan didirikan departemen khusus untuk UMK *social enterprise*. Perubahan yang tergolong kecil dalam struktur organisasi atas perusahaan yang sudah berjalan lama akan lebih efisien dibandingkan harus membentuk suatu lembaga baru. Koordinasi dengan departemen lain akan lebih mudah karena masih merupakan satu lingkup internal yang menangani UMK. Mutasi pegawai internal dari departemen lain untuk mengisi kekosongan posisi dapat dilakukan sebagai langkah awal untuk memastikan berjalannya departemen UMK *social enterprise*.

Adanya departemen khusus UMK *social enterprise* diharapkan menjadi fokus bagi Kementerian Koperasi dan UMKM untuk membina UMK *social enterprise* sehingga dapat semakin berkembang di Indonesia. Pemantauan akan kinerja departemen UMK *social enterprise* akan terlihat dengan adanya KPI yang wajib dicapai oleh setiap departemen sehingga akan terlihat jelas komitmen departemen UMK *social enterprise* dalam memberdayakan UMK *social enterprise*. Apabila belum menjadi departemen tersendiri, akan lebih sulit untuk melihat pencapaian secara detail. Pilihan bentuk usaha UMK *social enterprise* dapat mengikuti yang sudah ada karena orang perseorangan dan PT Perorangan sudah merupakan bentuk yang ideal bagi UMK terutama yang baru merintis. Langkah ini juga dapat diterapkan bagi Dinas Koperasi dan UMKM yang ada di seluruh Indonesia.

Ditambahnya fungsi khusus untuk UMK *social enterprise* akan mempermudah kontrol bagi UMK yang ada terlebih Dinas Koperasi dan

UMKM merupakan pihak yang sering berinteraksi dengan UMK secara langsung di lapangan. UMK *social enterprise* akan lebih mudah untuk berkoordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM ketika ada fungsi khusus yang dialokasikan untuk UMK *social enterprise*. Hal yang diperlukan yaitu pemilihan sumber daya manusia berkualitas yang menduduki posisi kepala departemen sehingga target dari departemen dapat tercapai. Kepemimpinan merupakan hal yang penting untuk mengejar keteringgalan dalam perluasan dan pembinaan UMK *social enterprise*. Kepemimpinan yang memadai dapat memicu akselerasi UMK *social enterprise* yang lebih baik.

Pembaharuan hukum dalam bidang UMK digital *social enterprise* untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dapat dilakukan melalui regulasi dan non regulasi. Secara regulasi, dikeluarkannya peraturan mengenai RUU Kewirausahaan Sosial dapat membantu berkembangnya UMK digital *social enterprise*. RUU Kewirausahaan Sosial seharusnya tidak dikeluarkan dari prolegnas, melainkan masuk sebagai prioritas. Target pencapaian sdgs sampai pada tahun 2030 dan proses disahkannya UU membutuhkan waktu yang cukup lama. Walaupun implementasi di lapangan sudah berjalan, RUU Kewirausahaan Sosial dapat menjadi arah bagi UMK digital *social enterprise* berikut peraturan turunannya.

RUU Kewirausahaan Sosial yang ada saat ini sudah membahas karakter khusus dari wirausaha sosial seperti yang tercantum dalam Pasal 6 huruf a-e, yaitu:

1. Dasar pembentukan usaha guna mengatasi masalah sosial yang ada di masyarakat;
2. Mengembangkan, mendanai, dan mengimplementasikan solusi masalah sosial dan/atau lingkungan;
3. Memberdayakan masyarakat atau komunitas yang menjadi fokus kegiatan usaha;
4. Menciptakan inovasi yang punya nilai sosial sehingga mampu mengatasi masalah sosial yang dihadapi masyarakat, dan

5. Melibatkan partisipasi dan inisiasi masyarakat dengan optimalisasi modal sosial yang ada di masyarakat.

RUU Kewirausahaan juga telah menyertakan mengenai bentuk usaha yang dapat didirikan oleh wirausaha sosial seperti yang terdapat pada Pasal 7 ayat 1 dan 2, yaitu:

1. Wirausaha dan wirausaha sosial dapat menyelenggarakan usahanya secara perseorangan atau badan usaha baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
2. Wirausaha sebagaimana ketentuan ayat 1 menyelenggarakan usaha dalam skala mikro, kecil, menengah, dan besar sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Salah satu fungsi peraturan perundang-undangan, yaitu memberikan pedoman bagi masyarakat dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Pengaturan mengenai kebebasan wirausaha sosial untuk memilih bentuk usaha yang didirikan seperti dalam bentuk perseorangan, badan usaha badan hukum maupun non badan hukum memberikan kejelasan kepada pelaku UMK sehingga tidak perlu kebingungan mengenai bentuk usaha yang didirikan. Ahli hukum di Indonesia selama ini mencoba untuk menentukan bentuk badan usaha yang cocok untuk usaha yang bergerak di bidang sosial. Bentuk badan usaha sosial yang berorientasi profit menurut hukumonline.com dapat berupa PT, koperasi, CV, firma, dan perusahaan perseorangan yang tidak berbadan hukum.⁴⁵ Bentuk usaha untuk non profit yaitu yayasan. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, wirausaha sosial yang bergerak di UMK tidak perlu mengalami kebingungan bentuk badan usaha karena sudah adanya pilihan orang perseorangan atau PT Perorangan dengan prosedur pengurusan perizinan yang lebih mudah.

⁴⁵ Dewi Meisari Haryanti, et.al, *Op.Cit*, hlm. 101.

Pembaharuan hukum untuk UMK digital *social enterprise* secara non regulasi juga dapat dilakukan melalui keterlibatan mahasiswa dalam pengembangan UMK. Kemendikbudristek melalui program Kampus Merdeka telah membuat berbagai program yang bersinggungan dengan kewirausahaan. Program-program tersebut, yaitu:

1. Pejuang Muda Kampus Merdeka

Program ini merupakan kolaborasi antara Kemendikbudristek dengan Kemensos. Program ini serupa dengan KKN yang mana mahasiswa dituntut untuk menjalankan proyek pemberdayaan masyarakat. Pejuang Muda merupakan laboratorium sosial yang mendorong mahasiswa untuk memberikan dampak sosial nyata dengan pembelajaran dari warga dan kolaborasi dengan Pemerintah Daerah dan toko daerah setempat

2. Wirausaha

Program ini mendorong mahasiswa untuk mengembangkan usaha dengan bimbingan profesional. Mahasiswa terlibat dalam berbagai kegiatan seperti Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia (KBMI), Workshop Kewirausahaan, Pendampingan Wirausaha Mahasiswa Indonesia, dan Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI)

Program kewirausahaan yang melibatkan mahasiswa dapat diarahkan untuk merintis atau mengembangkan UMK *social enterprise*. Program ini setara dengan 20 sks yang memberikan penekanan akan dedikasi pelaksanaan program. Mahasiswa akan fokus untuk merintis UMK *social enterprise* berdasarkan isu sosial, ekonomi, atau lingkungan yang ada di sekitar mereka. Mahasiswa juga perlu dibekali lebih awal dengan adanya kurikulum atau kegiatan kemahasiswaan yang berhubungan dengan kewirausahaan sosial.

Pada dasarnya keterlibatan seluruh pihak yaitu badan legislatif, eksekutif, kementerian, BUMN, pelaku UMK, dan mahasiswa dapat mempercepat tercapainya pembangunan berkelanjutan. Pembaharuan hukum untuk UMK digital *social enterprise* dapat dilakukan melalui regulasi dan non regulasi. Keduanya selayaknya dilakukan untuk melengkapi satu dan lainnya sehingga pembangunan berkelanjutan melalui UMK digital *social enterprise* dapat tercapai.

BAB VIII

PENUTUP

Pengaturan UMK digital *social enterprise* dalam bentuk peraturan perundang-undangan belum ada. Namun, pengaturannya mengenai pengembangan UMK sudah ada di TKO perusahaan sebagai bentuk CSR dan PKBL. Perusahaan BUMN dan swasta menyelenggarakan berbagai program pendanaan, eksposur, pelatihan, dan digitalisasi UMK. Pihak lain seperti yayasan internasional dan perguruan tinggi juga turut serta dalam perintisan dan pengembangan UMK. Sebagian besar metode dalam perintisan UMK digital *social enterprise* dilaksanakan melalui perlombaan dengan berbagai *benefit* yang menarik sehingga pelaku UMK tertarik dan berlomba-lomba untuk mengikutinya. Perlombaan ini membawa dampak yang banyak bagi UMK *social enterprise* khususnya yang masih berskala mikro. Pelaku UMK yang memenangi lomba dapat mendapatkan pendanaan tambahan dengan jumlah yang banyak untuk UMK yang dirintis dan UMK bisa mendapat banyak eskposur yang berujung pada peningkatan pelanggan. Sebagian besar program pemberdayaan UMK dilakukan melalui CSR dan PKBL perusahaan, sehingga UMK butuh pemantauan lainnya apabila UMK sudah selesai dari program CSR dan PKBL perusahaan.

Pembaharuan hukum untuk mendorong UMK digital *social enterprise* mencapai target pembangunan berkelanjutan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Adanya departemen khusus di Kementerian Koperasi dan UMKM dan Dinas UMKM di seluruh daerah di Indonesia mendorong fokusnya pengembangan dan pemantauan UMK digital *social enterprise*. UMK sudah mempunyai kemudahan dengan diperbolehnya bentuk usaha orang perseorangan dan PT Perorangan. UMK digital *social enterprise* tidak perlu kesulitan dalam memilih bentuk usaha yang sesuai.

Adanya program mahasiswa seperti magang merdeka yang berupa pejuang muda dan wirausaha turut menjadi solusi bagi desa yang kekurangan sumber daya manusia untuk mengembangkan wirausaha sosial. Mahasiswa menjadi SDM yang fresh membawa ide dan skill yang baru yang memelopori pembangunan UMK digital *social enterprise* di desa. Pembaharuan hukum bagi UMK digital *social enterprise* dapat dilakukan melalui regulasi dan non regulasi. Pada praktiknya, memang secara non regulasi UMK digital *social enterprise* sudah menerima berbagai bantuan dari banyak pihak.

Hukum pada esensinya tidak hanya sekadar peraturan, melainkan juga pelaksanaan. Namun, fungsi hukum tidak bisa tertinggal di belakang. Dalam hal ini, hukum harus tetap berperan sebagai pemberi arah dengan dikeluarkannya regulasi mengenai UMK digital *social enterprise*. Contohnya yaitu disahkannya RUU Kewirausahaan yang dapat menyebabkan timbulnya peraturan-peraturan turunan. Dengan demikian, antara regulasi dan non regulasi saling melengkapi untuk pembaharuan hukum UMK digital *social enterprise*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010.
- Arif Hoetoro, *Ekonomika Industri Kecil*, Malang: UBMedia, 2017.
- Business Intelligence Report, *Tantangan Pengembangan Koperasi & UMKM di Indonesia*, Depok: PT Biro Data Indonesia, 2015.
- Carunia Mulya Firdausy, *Industri Kreatif Fintech dan UMKM dalam Era Digital*, Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR, 2018.
- Dewi Meisari Haryanti, et.al, *Profit Untuk Wirausaha Sosial*, Jakarta: DBS Foundation, 2020.
- Eriyatno, *Platform AGFIN 4.0: Sistem Pembiayaan Untuk Usaha Mikro Pertanian*, Bogor: IPB Press, 2019.
- Gatot Supramono, *Hukum Perseroan Terbatas*, Jakarta: Djambatan, 2009.
- Abdul Hamid, *Teori-Teori Negara Hukum Modern*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.
- Kusnandi, *Pemberdayaan Perempuan Pesisir: Pengembangan Sosial Ekonomi Masyarakat Pesisir Melalui Budidaya Rumput Laut*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Moh. Soerjani, et.al, *Lingkungan: Sumberdaya alam dan Kependudukan dalam Pengembangan*, Depok: Universitas Indonesia, 2010.
- Philip Kotler, *Marketing 4.0, Moving From Traditional to Digital*, New Jersey: John Wiley & Sons, 2017.
- Pusat Analisis dan Evaluasi Hukum Nasional, *Analisis & Evaluasi Hukum Terkait Perizinan*, Jakarta: Kemenkumham, 2018.
- Pustaka Widyatama, *Bunga Rampai Perundangan Lingkungan Hidup*, Jakarta: Kementerian Negara Perumahan Rakyat RI, 2005.
- Rachma Fitriati, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*, Jakarta: FISIP UI, 2015.

- Wulan Ayodya, *UMKM 4.0: Strategi UMKM Memasuki Era Digital*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018.
- Yetty Komalasari Dewi, *Pemikiran Baru Tentang Persekutuan Komanditer: Studi Kasus Perbandingan KUHD dan WvK serta Putusan-putusan Pengadilan Indonesia dan Belanda*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2021.

Sumber Lainnya

- Akademi Kewirausahaan Masyarakat FISIPOL UGM, "Potret Kewirausahaan Sosial di Indonesia", <https://akmindonesia.org/article/14/potret-kewirausahaan->
- Amiruddin Saleh, et.al, "Model Inkubator Wirausaha Sosial Sebagai Upaya Pengembangan Usaha dan Bisnis Masyarakat", *Prosiding Seminar Hasil-Hasil PPM IPB 2015*, Vol. 1, 2017.
- Arya Hadi Dharmawan, et.al, "Pengembangan Bioenergi di Indonesia: Peluang dan Tantangan Kebijakan Industri Biodiesel", *Pusat Penelitian Kehutanan Internasional (CIFOR)*, 2018.

- Bappeda Jogja, “Sustainable Development Goals: Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi”, <http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/sdgs/detail/8-pekerjaan-yang-layak-dan-pertumbuhan-ekonomi>, diakses pada (28 Januari 2022)
- Bappenas, “SDGs Pilar ke-4: Pendidikan Berkualitas”, <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-4/>
- Dewa Wiguna, “BNI Bidik UMKM Milenial Sktor Pertanian Melalui “Smart Farming””, <https://www.antaranews.com/berita/1590450/>
- DBS SME Banking, “Mengenal Kewirausahaan Sosial Lebih Dalam”, <https://www.dbs.id/id/sme-id/businessclass/articles/money/mengenal-kewirausahaan-sosial-lebih-dalam>
- Fajriyah Usman, “Lewat Bantuan UMK dan Dukung SDGs, Pertamina Dorong Ketahanan Pangan dan Energi Terbarukan dari Sektor Pangan”, <https://pertamina.com>
- Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, “Seminar Online Wirausaha Sosial: Challenge Yourself Over Limit”, <http://fe.unp.ac.id/news/seminar-online-wirausaha-sosial-challenge-yourself-over-limit>
- Harian Jogja, “Kompetisi Wirausaha Sosial SOPREMA UGM Dibuka”, <https://m.harianjogja.com/jogjapolitan/read>
- Kementerian Investasi/BPKM, “Upaya Pemerintah Memajukan UMKM di Indonesia”, <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “UU Cipta Kerja Dorong Pengembangan dan Digitalisasi UMKM di Indonesia” <https://ekon.go.id/publikasi/detail/719/uu-cipta-kerja-dorong-pengembangan-dan-digitalisasi-umkm-di>

- Lak lak Nazhat El Hasanah, "Pengembangan Kewirausahaan Sosial Pada Perguruan Tinggi Melalui Social Project Competition", *Jurnal Studi Pemuda* Vol. 7 No. 2, 2018.
- Mayisca Orli, "Faktor Determinasi Niat Kewirausahaan Sosial di Kalangan Masyarakat Milenial", Banten: UPH, 2021.
- MM Hakim, "Transformasi Bisnis UMKM Menjadi E-UMKM", <http://eprints.umk.ac.id>.
- Muhammad Isnan Nurfaqih, et.al, "*Social Enterprenurship* (Kewirausahaan Sosial) dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Working Paper Keuangan Publik Islam*, No. 8 Seri 1 Tahun 2018.
- Mutofin, "Mengenal SDGs Desa, Tujuan, dan Pilar-pilarnya", <https://dungmiri.ngawikab.id/2021/04/mengenal-sdgs-desa-tujuan-dan-pilar-pilarnya/>
- PONTAS.ID, "Social Enterprenur Ini Berdayakan Kaum Ibu di 20 Desa di Flores" <https://pontas.id/2018/06/02/social-entrepreneur-ini-berdayakan-kaum-ibu-di-20-desa-di-flores23424/>
- Rais Agil Bahtiar, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya", *Info Singkat Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR*, Vol. XIII, No. 10, Mei 2021.
- Suparjiman, "Tranformasi Bisnis UMK dari Konvensional Ke Digital Pasca Pandemi Covid-19 dan Era Industri 4.0", <http://apwi-pwu.com>, diakses pada (6 Januari 2022).
- UKM Indonesia, "Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup" <https://ukmindonesia.id/baca-izin/506>
- Yani Hendrayani, et.al, "Model Kemitraan CSR untuk Pengembangan UMKM yang Berkelanjutan: Studi Kasus Program Kemitraan pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk", *Journal Society*, Vol. 8, No. 1, 2020.