



Indonesia
baik.id



BANGGA BUATAN INDONESIA



BANGGA BUATAN INDONESIA



DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Bangga Buatan Indonesia

Cetakan: Pertama

ISBN: 978-623-6249-00-0 (PDF)

Penyusun

Tim Indonesiabaik.id

Pengarah

Mira Tayyiba

Pemimpin Redaksi

Dr. I. Hendrasmo, M.A.
Sumiati

Wakil Pemimpin Redaksi

Dimas Aditya Nugraha

Redaktur Pelaksana

Andrean W Finaka

Editor

Edy Pang

Tim Redaksi & Kontributor

Rosi Oktari	Rokayah
Yuli Nurhanisah	Lestari
Titania Nurrahim	April Lokita Sulasmi
Ali Ridho	Muhammad Rifqi
Widi Wihartono	Norvantry Bayu Akbar

Desain & Ilustrasi

Ananda Syaifullah	M. Ishaq Dwi Putra
Chyntia Devina	Abdurrahman Naufal

Alamat Redaksi

Direktorat Pengelolaan Media
Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik
Kementerian Komunikasi dan Informatika
Jl. Merdeka Barat No.9 Jakarta Pusat 10110
Telepon (021) 384 4309

Penerbit

Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik
Kementerian Komunikasi dan Informatika
Jl. Merdeka Barat No.9 Jakarta Pusat 10110
Telepon (021) 384 4309

Pengantar

Assalamualaikum Wr.Wb.

Salam sejahtera,

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Tuhan YME, atas berkat dan rahmat-Nya booklet dengan judul "Bangga Buatan Indonesia" dapat diterbitkan.

Pandemi COVID-19 telah berdampak pada banyak hal, tak terkecuali motor penggerak dalam tatanan perekonomian Indonesia yakni UMKM. Peran pentingnya selama ini telah berjasa menyediakan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi. Namun saat pandemi datang, penurunan penjualan produk-produk UMKM tentu cukup drastis, sebutlah saja misalnya produk fesyen dan elektronik.

Untuk itu, perlu sebuah tindakan nyata bagi 270 juta jiwa masyarakat Indonesia yang terkenal berjiwa gotong-royong untuk bahu-membahu menolong UMKM kita yang saat ini terkapar dengan bangga terhadap produk yang dibuat oleh para UMKM kita, yakni asli buatan Indonesia.

Apa yang lebih baik dari mencintai produk dalam negeri? Sedikit dari peran yang kita lakukan membantu besar dalam meningkatkan kesejahteraan saudara kita se-Tanah Air.

Melihat besarnya peran yang didapat dari kecintaan kita terhadap produk buatan negeri, maka dinilai penting mengajak dan terus mengajak masyarakat untuk menjadikan UMKM menjadi raja di negaranya sendiri. Semua itu dirangkum dalam booklet ini. Terakhir, semoga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh para pembaca. Terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Maret 2021

Plt. Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik

Mira Tayyiba

Kata Redaksi

Assalamualaikum Wr.Wb.

Salam sejahtera,

Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan YME atas kehendak-Nya, sehingga Booklet dengan judul "Bangga Buatan Indonesia" dapat diterbitkan oleh indonesiabaik.id.

Penyusunan booklet ini sebagai sarana publikasi sekaligus diseminasi informasi kepada masyarakat sebagai bagian dari pelaksanaan tugas pokok dan fungsi Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik. Booklet ini berisi segala informasi dan data yang berkaitan dengan gerakan nasional Bangga Buatan Indonesia yang digagas langsung oleh Presiden RI Joko Widodo untuk memajukan UMKM naik kelas dan menggerakkan ekonomi rakyat.

Sinergi dalam mencapai tujuan gerakan nasional itu tentunya perlu dipacu oleh semua elemen. Baik dari sisi pelaku UMKM, marketplace, pemerintah, dan seluruh masyarakat Indonesia tentunya harus terlibat untuk bangga terhadap produk UMKM. Termasuk pemerintah yang terus mengutamakan produk UMKM untuk pengadaannya.

Terbayang jika 270 juta jiwa masyarakat Indonesia bergerak bersama untuk lebih memilih barang-barang buatan dalam negeri, terlebih produk UMKM. Apa yang akan terjadi? UMKM akan jadi raja di negaranya sendiri yang menjadikan martabat Indonesia akan lebih tinggi di mata dunia.

Dengan diterbitkannya Booklet "Bangga Buatan Indonesia" kami berharap semua pemangku kepentingan dan masyarakat dapat mendapatkan pemahaman mengenai gerakan nasional Bangga Buatan Indonesia dan menjadikan produk dalam negeri berjaya di negeri sendiri.

Booklet ini pasti jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu kami dalam menyusun konten booklet yang berikutnya.

Jakarta, Maret 2021

Redaksi

Daftar Isi

Pengantar Plt. Dirjen IKP Kominfo	i
Kata Redaksi	ii
Daftar Isi	iii
Pendahuluan	01
Apa Itu UMKM?	02
UMKM Dalam Persepsi	03
Demografi UMKM	06
Go Online!	08
Produk Industri Kreatif Indonesia	10
Beli Produk Indonesia	12
Inilah Produk Indonesia Yang Mendunia	14
Pelatihan Gratis untuk UMKM	16
Onlinekan Produkmu	20
UMKM siap Lelang Pengadaan Barang Jasa Pemerintah	22
QRIS	24
Ayo Beli Produk Buatan Indonesia!	26
Daftar Sumber	28

Pendahuluan

Saat pandemi COVID-19, pelaku UMKM menjadi salah satu korban paling terdampak secara ekonomi. Tidak hanya itu, UMKM juga terus berupaya menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

Data BPS tahun 2018 menunjukkan 64 juta UMKM ada di Indonesia, di mana 60 persen dari perannya menyumbang angka besar bagi PDB. Tak hanya itu, UMKM juga membuka peluang tenaga kerja sebesar 98%.

Pernah terbayang kah kamu peran UMKM ternyata sebesar itu dalam menopang perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Maka sudah jadi barang wajib untuk turut mencintai produk Indonesia, memilih barang-barang buatan dalam negeri, terlebih produk UMKM.

Untuk itulah Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia 2021 (Gernas BBI 2021) hadir di tengah kita. Ini sebagai bentuk nyata dukungan terhadap produk dalam negeri, UMKM dan ekonomi nasional.



Apa itu UMKM?

UMKM adalah motor penggerak dalam tatanan perekonomian Indonesia. UMKM telah memainkan peran pentingnya dalam menyediakan jaringan

pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi khususnya bagi masyarakat berpenghasilan rendah.



UMKM dalam Persepsi

Satu dari banyaknya sektor yang sangat terpuak oleh pandemi COVID-19 yang tengah melanda dunia, adalah UMKM. Dampaknya meloloskan turunnya perekonomian nasional. Hal ini bisa dimengerti karena peran UMKM cukup tinggi dalam kontribusinya menopang perekonomian nasional.

Di kala sulit sekalipun, Indonesia punya potensi basis ekonomi nasional yang kuat dengan adanya UMKM. Benarkah?

Lihat saja, lebih dari 64,2 juta UMKM tersebar di seluruh penjuru Indonesia. UMKM mempunyai kekuatan dalam perputaran transaksi yang cepat dan juga peranannya dalam menggunakan produksi

domestik asli Indonesia dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat.

Tak hanya itu, Data Kemenkop KUKM bahkan menunjukkan, UMKM telah menyumbang 61,1% produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Angka yang cukup besar dan tidak heran jika UMKM digadang menjadi motor penggerak perekonomian.

Lokasinya yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, UMKM punya peranan yang sangat penting dalam menopang hidup masyarakat. Hal ini karena selain ekonomi, dampak sosial yang diberikannya juga mampu memperluas penyerapan dan kesempatan kerja serta menciptakan lowongan

pekerjaan bagi masyarakat.

Dengan potensi sebesar itu, Pemerintah dan pelaku usaha sebaiknya bisa terus bersinergi menaikkan 'kelas' UMKM menjadi lebih baik. Karena basis usaha ini ternyata terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi.

Dari sisi Pemerintah, selain berperan sebagai regulator, perannya juga harus bisa menjadi fasilitator bahkan akselerator. Hal itu mulai berjalan beberapa tahun

terakhir ini, baik Pemerintah maupun pelaku usaha. Dengan demikian maka pelaku usaha pun menjadi sasaran akan bergerak maju menuju kelas yang lebih baik.

Hal itu mulai berjalan beberapa tahun terakhir ini, baik Pemerintah maupun pelaku usaha mulai mengambil kebijakan dan perannya dalam meningkatkan kapasitas UMKM.



Pemerintah dan pelaku usaha sebaiknya bisa terus bersinergi menaikkan 'kelas' UMKM menjadi lebih baik, karena basis usaha ini ternyata terbukti kuat dalam menghadapi krisis sulit sekalipun.

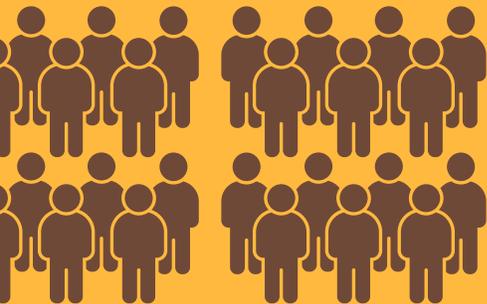
**PDB
UMKM**
menyumbang

61,1%



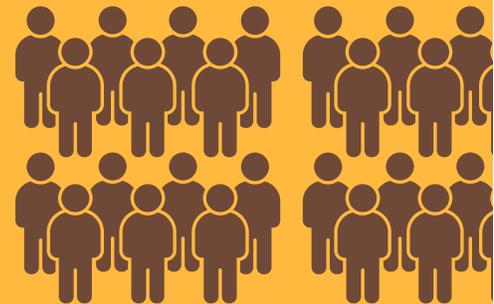
PDB
Usaha Besar
menyumbang

38,9%



Daya serap tenaga kerja

**97% atau
117 juta pekerja**



UMKM

Cukup tinggi dalam kontribusinya menopang perekonomian nasional



Merupakan potensi basis ekonomi nasional yang kuat



Menyerap luas tenaga kerja



Demografi UMKM



Jumlah UMKM

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM di Indonesia sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia.

Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha

Jenis UMKM

Usaha Mikro, usaha yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp50 juta, tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha dengan omzet tahunan paling banyak Rp300 juta per tahun. Usaha Kecil, usaha yang

memiliki kekayaan bersih Rp50 juta dengan maksimal Rp500 juta. Adapun hasil penjualan bisnis antara Rp300 juta sampai Rp2,5 miliar per tahun.

Usaha Menengah, usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar

UMKM online

Presiden RI Joko Widodo (Jokowi) menekankan bahwa transformasi digital harus mampu menyasar UMKM sehingga dapat memperluas pangsa pasar dari sektor tersebut.

Pada 2020, Gernas Bangsa Buatan Indonesia berhasil mengajak lebih dari 3,8 juta

pelaku kreatif dan UMKM yang onboard ke platform e-Commerce untuk bisa meluaskan potensi pasar hingga nasional bahkan mancanegara.

Sebelumnya, di Indonesia sudah terdapat 8 juta dari 60 juta unit UMKM yang sudah terhubung dengan wadah digital.

UMKM

Mikro

kekayaan maks
50 - 500 juta

Kecil

kekayaan maks
300 juta - 2,5miliar

Menengah

kekayaan maks
2,5 - 50 miliar



Dari total UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia, masih banyak unit UMKM yang belum melek online terutama di luar kota besar.

64 juta
total UMKM
di Indonesia



8 juta
unit UMKM sudah
go-digital

30 juta
target Go-Digital
pada 2023



3,8 juta
unit UMKM gabung
Go-Digital pada
2020

11,8 juta
sudah Go-Digital



18,2 juta
terus dikejar



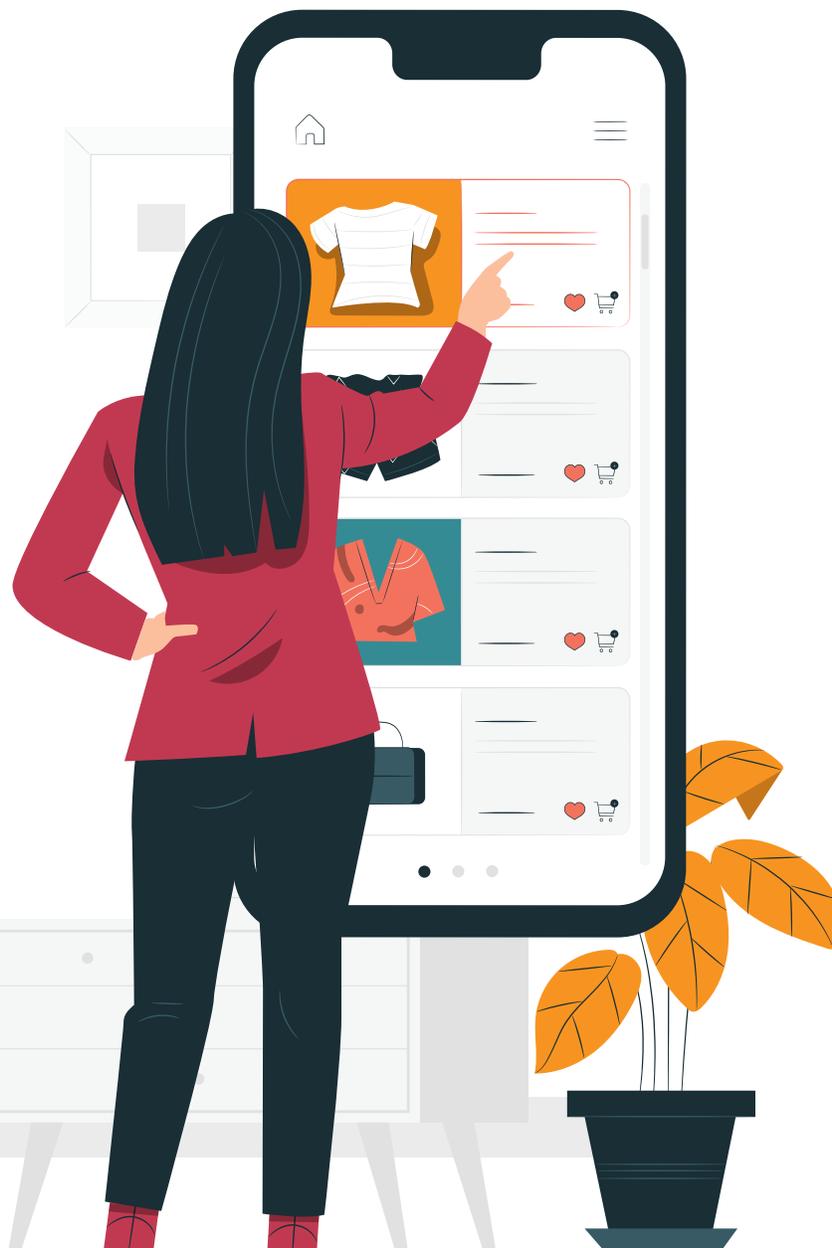
Go Online!

Dengan kondisi di tengah pandemi Covid-19, penjualan produk-produk UMKM turun cukup drastis seperti misalnya produk fesyen dan elektronik. Untuk itu, penjualan online kini menjadi solusi untuk bertahan di tengah situasi pandemi.

Pandemi COVID-19 telah membawa kita menjadi serba digital. Keunggulan digital antara lain dapat membantu pekerjaan menjadi lebih cepat, efisien, dan tetap produktif di tengah keterbatasan interaksi. Perubahan ke arah serba digital ini bisa menjadi pintu agar UMKM bisa masuk dalam marketplace digital dan bisa menjadi bagian dari supply chain nasional maupun global.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, ada peningkatan setidaknya 31 persen dari

pola belanja online atau daring selama pandemi. Pola baru ini tentu menjadi peluang manis bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan bisnis dengan sistem penjualan online.



Kenapa Harus Jualan *Online*?

Menjalankan bisnis online jauh lebih efektif dibanding menjalankan perusahaan fisik.



Jangkauan pasar lebih luas



Bisa diakses di mana dan kapan saja



Lebih hemat biaya dan waktu



Peningkatan pendapatan



Dapat menampung pelanggan lebih banyak



Pemasaran produk yang lebih mudah



Peningkatan transaksi penjualan berbasis daring di kisaran

10-15 persen



Produk Industri Kreatif Indonesia

Industri kreatif pada UMKM perlu untuk ditingkatkan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Karena terbukti bahwa industri kreatif dapat memberikan kontribusi dalam menyelesaikan permasalahan pembangunan ekonomi.

Industri kreatif atau yang dikenal dengan istilah ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

Dengan memperkuat struktur industri berbasis tradisi dan budaya, kekayaan intelektual dan warisan budaya bangsa dapat dilestarikan sebagai sumber inspirasi untuk menghasilkan produk-produk inovatif baru bernilai tambah dan berdaya saing tinggi dan umumnya

berskala kecil menengah seperti industri rumah tangga.

Mengingat peran ekonomi kreatif yang semakin meningkat bagi perekonomian suatu wilayah, maka tidaklah heran jika semakin banyak kota yang menjadikan ekonomi kreatif sebagai ujung tombak dan katalisator pengembangan ekonomi daerahnya.



Subsektor industri kreatif



Beli Produk Indonesia

Sepatumu dari Italy...
Kau bilang demi
gengsi, semua serba
luar negeri..."

Lirik lagu diatas bisa kita ubah agar bisa membandingkan dengan apa yang kita pakai dari negeri sendiri. Dengan alasan gengsi, kebiasaan itu lama-lama membuat masyarakat kita menjadi pemuja produk luar negeri. Sebagai pemilik kekayaan luar biasa, akan lebih baik jika kita mencintai produk kita sendiri, berasal dari hasil tangan orang asli Indonesia.

Kecintaan terhadap Indonesia perlu diwujudkan dalam sebuah tindakan nyata.paling sederhananya adalah tanamkan rasa bangga sata membeli dan menggunakan produk dalam negeri.

Apa yang lebih baik dari mencintai produk dalam negeri?

Sedikit peran kita membantu meningkatkan kesejahteraan, dampaknya sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan saudara kita se-Tanah Air.

UMKM seperti lantau yang terhubungng satu sama lainnya. Dengan kita membeli produk maka permintaan meningkat, lalu produksi meningkat. Selanjutnya, Dengan produksi meningkat, maka kebutuhan tenaga kerja pastinya semakin besar, munculah potensi lapangan kerja.

Tanamkan rasa bangga terhadap produk dalam negeri menjadi kewajiban, dan bukan sekadar ucapan semata.

10 Alasan Mengapa Beli Produk Dalam Negeri

Ada begitu banyak keuntungan dan manfaat dari kita menggunakan produk asli karya anak bangsa.



- 1 Produk Indonesia** menjadi tuan rumah sekaligus raja di negeri sendiri
- 2 Negara kita** semakin bermartabat di mata negara lain
- 3 Produksi** meningkat
- 4 Lapangan kerja** terbuka lebar
- 5 Mengurangi** pengangguran
- 6 Menambah** jumlah investasi di Indonesia
- 7 Mengurangi** angka kemiskinan dan kriminalitas
- 8 Menambah** jumlah pendapatan nasional
- 9 Meningkatkan** pertumbuhan ekonomi negara
- 10 Meningkatkan** kesejahteraan masyarakat

Inilah Produk Indonesia yang Mendunia

Tidak hanya dipacu untuk Go-Online di dalam negeri, tetapi produk-produk berkualitas UMKM Indonesia juga perlu didorong untuk bisa memasarkan produknya ke seluruh dunia. Ingat, ekspor Indonesia melalui produk UMKM masih sangat rendah yakni 14% dari 64 juta pelaku yang ada, jauh tertinggal dengan negara lain.

Produk UMKM yang didorong untuk maju ke taraf internasional jenisnya beragam. Mulai dari kerajinan, fashion, kuliner hingga hasil pertanian. Namun yang lebih disukai oleh orang luar negeri adalah kerajinan dan fashion. Meskipun kerajinan dan fashion yang menjadi favorit

mereka namun ada juga UMKM yang bergerak di sektor lain yang memiliki daya tarik di pasar global.

UMKM yang telah ayak a tidak hanya berhasil meningkatkan perekonomian negeri namun juga mengharumkan nama Indonesia di kancah internasional.

Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam menembus atau memasarkan produknya ke pasar internasional. Salah satunya adalah standarisasi produk. Artinya produk UMKM masih harus terus didampingi untuk dapat mencapai konsistensi dari segi mutu dan pasokan atau kuantitas yang dihasilkan.



**BANGGA BUATAN
INDONESIA**

Produk Indonesia Mendunia

Indonesia memiliki produk yang berkualitas,
tak heran banyak **produk asli Indonesia**
yang berhasil merambah pasar dunia



Indomie

TOLAK ANGIN

Tolak Angin



Lea Jeans



Polygon



GT Radial



Batik



Nutrisari



Kopi Kapal Api



Extra Joss



Kopiko



Terry Palmer



Kacang Dua Kelinci



Bagteria



JCO Donut



Buccheri

SILVERQUEEN

Silver Queen



MARtha TILaAR GROUP

Martha Tilaar



Pelatihan Gratis untuk UMKM

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) menyediakan beragam program pelatihan online atau e-learning secara gratis. Pelatihan ini bisa dilakukan secara online dengan bimbingan para tutor dan motivator yang kompeten di bidangnya.

Tahukah kamu **edukukm.id**?

Edukukm.id merupakan sebuah program e-learning atau pelatihan daring yang diinisiasi oleh Kemenkop dan

UKM. Tujuannya mengaktivasi program pelatihan secara online di masa pandemi covid-19 untuk para pelaku koperasi dan UKM (KUKM) di Indonesia.

Di dalamnya terdapat berbagai modul pelatihan dari beragam bidang usaha, dengan para mentor dan tutor yang profesional dalam bidangnya.



Tak hanya itu, bentuk pelatihan gratis untuk UMKM juga disediakan oleh Kementerian/Lembaga melalui program Kartu Prakerja. Diantaranya, 85 jenis pelatihan gratis oleh KKP, Kemenparekraf, KemenESDM, dan Kemenhub. Pelatihan ini bakal menysasar tenaga kerja/SDM di berbagai kawasan baik di kota maupun pesisir.

Dengan mengikuti beragam pelatihan online, diharapkan mampu memberi solusi sekaligus menjadi pelatihan yang praktis, aplikatif dan menyenangkan bagi pelaku UMKM. Serta menuntun para pelaku UMKM untuk mengambil keputusan yang jitu, memberikan kemudahan akses terhadap berbagai sumber materi peningkatan keterampilan dan wawasan.



Program Pelatihan untuk UMKM



50 pelatihan KKP

Melalui BPPP KKP di Tegal, Banyuwangi, Ambon, Medan, dan Bitung



18 Kemenparekraf

Terkait story telling, coding, strategi pemasaran, ekspor-impor, hingga keuangan



7 pelatihan Kemen ESDM

Terkait konservasi energi, pengenalan instalasi listrik, pengenalan limbah industri, hingga geowisata



10 pelatihan Kemenhub

Terkait manajemen keselamatan, manajemen keamanan, hingga keselamatan penerbangan.



Contoh Pelatihan Online oleh Kemenkop UKM

Metode

- Kelas *Online*
- Webinar
- Video Pembelajaran

Stakeholder (K/L)

- Penyiapan Konten Materi
- Melakukan *trial and error* untuk akses konten



Kapasitas

- Peningkatan kecepatan akses *up to 10 gb/second*
- Penambahan *cloud hosting* setara VPS
- Penyiapan Sumber daya untuk memastikan performa



Dinas

- Sosialisasi *e-learning*
- Membantu membuat konten sesuai kebutuhan
- Mengirimkan Data Koperasi dan UMKM



Penyedia Jasa Layanan

Subsidi *Bandwidth* Internet dari Pemerintah



Materi Dasar

- 1 Digital Marketing
- 2 *Tips and Trick* Pengembangan Usaha
- 3 Ketersediaan Bahan Baku oleh *Offtaker*
- 4 Fasilitasi Ekspor
- 5 Vokasi/Keterampilan Teknis



Materi Lanjutan

- 1 Akses Permodalan
- 2 Legalitas Badan Usaha
- 3 Digitalisasi Bisnis KUMKM
- 4 Strategi Pengalihan usaha Baru
- 5 Akses Pembiayaan LPDB/KUR



ONLINEKAN PRODUKMU!

Kini, aktivitas masyarakat hampir semuanya telah beralih ke dunia digital, termasuk di sektor usaha atau bisnis. Banyak para pelaku usaha terutama usaha kecil menengah (UKM) yang beralih menjadi jualan online di banyak platform atau e-commerce.

Online telah mengubah lingkungan bisnis yang tidak lagi mementingkan waktu dan jarak. Tiap orang memiliki akses untuk mendapat lebih banyak informasi yang bisa membantu mereka membuat keputusan, dan konsumen memiliki akses untuk mengetahui produk dan layanan yang lebih luas jangkauannya.

Kelebihan menjual produk secara online adalah

kemudahan bertransaksi. Orang kini tidak perlu lagi pergi ke toko, dan semakin memudahkan dalam transaksi pembelian. Berjualan online memang seperti terlihat mudah, namun sebenarnya punya tantangannya sendiri.



Internet telah menciptakan perusahaan dengan model baru, yakni mengubah persepsi tradisional dalam melakukan sebuah bisnis.



80%

penjualan meningkat ketika masuk online



TIPS BERJUALAN *ONLINE!*



Buat keunggulan produk

Selalu cantumkan informasi produk yang rinci untuk semakin meningkatkan kepercayaan pembeli



Perluas jangkauan konsumen

Membangun relasi dan komunikasi yang baik dengan konsumen menjadi kunci dalam pelayanan produk



Pasarkan produk semenarik mungkin

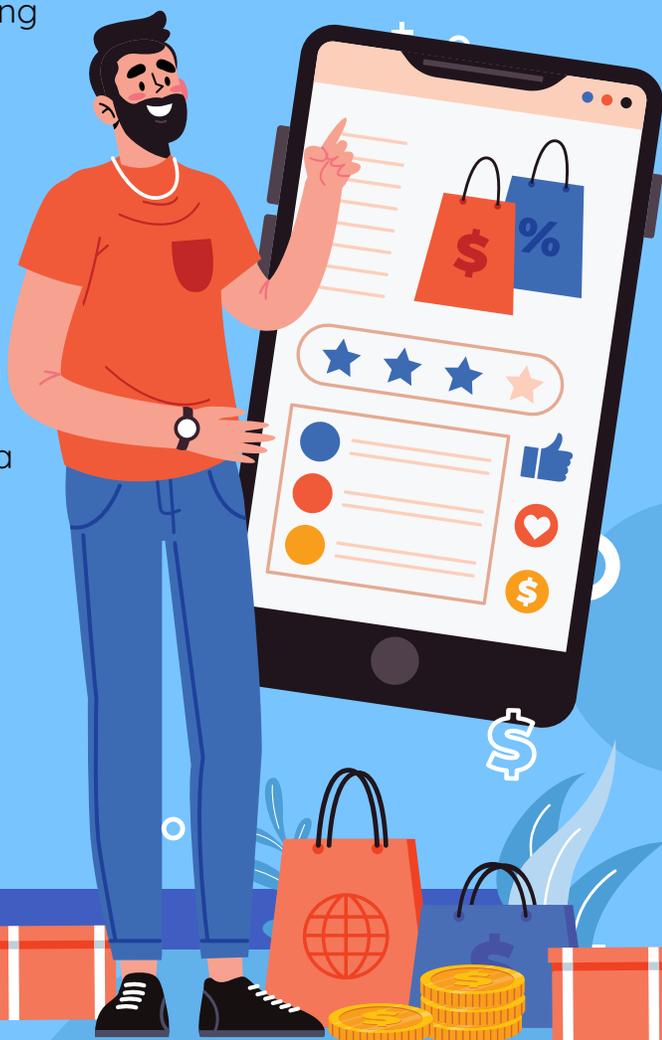
Gunakan foto-foto produk beresolusi tinggi agar konsumen semakin percaya



Riset harga pasaran



Manfaatkan media sosial, website, e-commerce dll.



UMKM siap Lelang Pengadaan Barang Jasa Pemerintah

Perpres 12 tahun 2021 membuka peluang peluang bagi UMKM dan koperasi untuk mengikuti lelang pengadaan barang/jasa pemerintah.

Baik PaDi UMKM, Bela Pengadaan, maupun Laman UKM diharapkan mendorong transaksi belanja Pemerintah maupun BUMN khususnya kepada UMKM.

Hal ini juga didorong oleh Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang diluncurkan sejak 14 Mei 2020. Hingga akhir Desember 2020, telah dimulai berbagai

program dua mingguan secara kontinyu yang melibatkan beberapa Kementerian, Lembaga, OJK, BI, swasta, dan pelaku e-commerce.





Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kini dapat mengikuti lelang pengadaan barang dan jasa pemerintah.



Pengadaan pemerintah dengan nilai hingga **Rp15 miliar**

6 x lipat dari nilai sebelumnya yang hanya Rp 2,5 miliar



QRIS

Bank Indonesia (BI) terus mendorong para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menggunakan QR Code Indonesian Standard (QRIS).

Dari data BI,, sebanyak 85% pengguna QRIS adalah pelaku UMKM. Dari total 6 juta merchant di 34 provinsi, 480 kabupaten/kota memanfaatkan sistem pembayaran berbasis digital.

BI bersama industri menargetkan 12 juta pelaku usaha/pedagang atau merchant menggunakan "Quick Response Code Indonesian Standard" (QRIS) pada 2021. Target ini untuk mendukung program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI).

Tahun ini, Gernas BBI

diluncurkan untuk mendorong produk UMKM Indonesia jadi tuan rumah di negeri sendiri.

QRIS merupakan pemersatu QR code yang akan dipindai oleh perangkat elektronik untuk alat pembayaran digital. QRIS dijalankan melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet digital, atau mobile banking seperti GoPay, OVO, LinkAja dan DANA.

Sebagai sistem pembayaran digital, QRIS punya banyak keuntungan bagi UMKM. Lebih efisien dibanding pakai uang tunai, pengeluaran tercatat rapi, transaksi aman karena diawasi oleh BI, lebih bersih karena tak ada kontak fisik.



BI terus mendorong para pelaku UMKM menggunakan QRIS guna mendukung program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI).

2 model QRIS



Customer presented model (CPM)

di mana transaksi pembayaran dilakukan oleh pembeli dengan menunjukkan QRIS nya kepada pedagang (merchant).



Merchant presented mode (MPM)

di mana merchant menunjukkan QRIS kepada pembeli saat bertransaksi.

Tata cara

- 1 Buka aplikasi pembayaran
- 2 Pilih menu unggah dari galeri pada HP
- 3 Pilih gambar QRIS merchant
- 4 Masukkan nominal dan pastikan nama pedagang telah sesuai
- 5 masukkan PIN
- 6 Terbayar



Ayo Beli Produk Buatan Indonesia!

Korona memang ahli membuat hal berjalan tak semestinya, pun juga UMKM Indonesia. Terpuruknya UMKM berdampak pada banyak hal seperti perekonomian nasional, lapangan pekerjaan, produktifita dan segala macam hal. Ingat, 99% pelaku dunia usaha adalah UMKM. Bayangkan, yang terpuruk bakal makin menumpuk.

Lalu apa yang bisa kita lakukan?

Salah satu cara bangkit dari keterpurukan adalah merangkul apa yang ada di hadapan kita dan jadi penopang saat mereka membutuhkan.

Kunci terjitu mendukung

adalah cintai produk UMKM buatan Indonesia. Dengan 270 juta populasi, tentunya UMKM mampu jadi tuan rumah di negerinya sendiri.

Beli produk Indonesia, pelan-pelan pulih akan datang. Kalau bukan kita yang cinta negeri sendiri, siapa lagi?



**Yuk, cintai
produk negeri!
Yuk, beli produk
buatan negeri!
Yuk, beli produk
buatan UMKM
Indonesia!**



Daftar Sumber

02 Apa itu UMKM?

Kementerian Koordinator
Bidang Kemaritiman dan
Investasi

03 UMKM dalam Persepsi

06 Demografi UMKM

Kementerian Koordinator
Bidang Kemaritiman dan
Investasi, Kementerian
Koperasi dan UKM

08 Go Online!

Sekretariat Kabinet, Badan
Pusat Statistik

10 Produk Industri Kreatif Indonesia

Kementerian Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif / Badan
Pariwisata dan Ekonomi
Kreatif Republik Indonesia

12 Beli Produk Indonesia

Kementerian Koperasi dan
UKM, GoUKM.ID

14 Inilah Produk Indonesia yang Mendunia

GoUKM.ID

16 Pelatihan Gratis untuk UMKM

Kementerian Koperasi dan
UKM

20 Onlinekan Produkmu!

Kementerian Koordinator
Bidang Kemaritiman dan
Investasi

22 UMKM siap Lelang Pengadaan Barang Jasa Pemerintah

Kementerian Keuangan

24 QRIS

Bank Indonesia

26 Ayo Beli Produk Buatan Indonesia!

Kementerian Koordinator
Bidang Kemaritiman dan
Investasi



DIREKTORAT JENDERAL INFORMASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

ISBN 978-623-6249-00-0 (PDF)



9 786236 249000