

Implementasi Marketplace dan Digital Payment pemerintah Indonesia untuk memberdayakan UMKM

Novia Putri¹, Erika Rahma², Nadia Annastasya³

Fakultas Hukum

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has wreaked havoc in many sectors in almost every country in the world except Indonesia. The economy is one of the sectors most affected by this pandemic, both in the industrial sector and the unlimited Small and Medium Enterprises (MSME) sector. The government notes that SMEs have unique characteristics to support economic development. During the 2020 and 2021 pandemic, 21 million consumers in Indonesia switched to a new lifestyle, namely. use digital services to carry out transactions. The Ministry of Finance through the Ministry of Foreign Affairs has developed an ecosystem in the form of governance and digital markets to encourage efficiency, effectiveness and transparency as well as national security as well as participation and support for SMEs. Through online banking applications that facilitate payments to the Banking and Insurance Authority (APBN) as well as the procurement process for public goods and services, an ecosystem has been formed that connects workers such as APBN employees, SMEs and suppliers. goods and services and state-owned banks use Digipay as a payment processing platform. Eoen though payments are made after carefully considering the principle of ease of use, in practice users still have doubts about completing transactions. However, this research uses a qualitative methodology which aims to determine the special conditions that prevent insiders from implementing the state market.

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah mendatangkan malapetaka di banyak sektor di hampir setiap negara di dunia kecuali Indonesia. Perekonomian menjadi salah satu sektor yang paling terkena dampak pandemi ini, baik di sektor industri maupun di bidang usaha kecil dan menengah (MPME) yang tidak dibatasi. Pemerintah mencatat, UKM mempunyai karakteristik unik untuk mendukung pembangunan ekonomi. Selama pandemi tahun 2020 dan 2021, 21 juta konsumen di Indonesia beralih ke gaya hidup baru yaitu. menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi. Kementerian Keuangan melalui Kementerian Luar Negeri telah mengembangkan ekosistem berupa tata kelola dan pasar digital untuk mendorong efisiensi, efektivitas dan transparansi serta keamanan nasional dan partisipasi serta dukungan UKM. Melalui aplikasi perbankan online yang memudahkan pembayaran kepada Otoritas Perbankan dan Asuransi (APBN) serta proses pengadaan barang dan jasa publik, telah terbentuk ekosistem yang menghubungkan para pekerja seperti pegawai APBN, UKM, dan pemasok. barang dan jasa dan bank milik negara menggunakan Digipay sebagai platform pemrosesan pembayaran. Meskipun pembayaran dilakukan setelah mempertimbangkan secara matang prinsip kemudahan penggunaan, namun dalam praktiknya pengguna masih memiliki keraguan dalam menyelesaikan transaksi. Namun penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui kondisi khusus yang menghambat insider dalam melaksanakan pasar negara.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, UMKM memiliki peran sebagai jantung perekonomian negara. Melalui pemantapan transfer teknologi menuju UMKM online, pemerintah beserta pegiat UMKM di Indonesia melakukan pembaharuan bentuk baru di bidang komunikasi pemasaran bagi para pelaku UMKM. Pandemi COVID-19 berdampak pada ketidakstabilan perekonomian, termasuk pada usha

mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi COVID-19 (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Mengenai hal tersebut. Menyebabkan terjadinya pembatasan aktivitas sosial yaitu interaksi fisik antara pelaku usaha UMKM dengan pelanggannya. Adapun aspek-aspek yang mempengaruhi UMKKN mengalami kemunduran, yaitu penurunan produksi, distribusi yang terhambat, permodalan, menurunnya penjualan, pengurangan tenaga kerja atau pemutusan hubungan kerja (PHK), dan menyebabkan krisis keuangan para pelaku usaha UMKM. Mengingat hal tersebut, UMKM memerlukan strategi dengan harapan adanya transformasi digital dapat mempertahankan serta mengembangkan usaha UMKM di masa pandemic COVID-19.

Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam bidang teknologi untuk menuju masyarakat ke arah pola kehidupan yang modern. Pada zaman sekarang hampir seluruh masyarakat menggunakan teknologi sebagai sistem untuk berjualan, membeli dan melakukan pembayaran yang dikenal sebagai marketplace dengan tujuan untuk mempermudah transaksi tanpa harus bertemu secara langsung atau disebut online dan sebagai sarana untuk membangkitkan sistem perekonomian UMKM dimasa pandemi COVID-19. Kementerian keuangan berupaya agar dapat terlaksananya transformasi digitalisasi dengan berperan sebagai pengelola APBN yang memiliki marketplace tersendiri, yaitu digital payment atau Digipay.

Digipay atau digital payment merupakan salah satu marketplace, Secara umum, adalah suatu jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking, dompet elektronik, dan sebagainya. Sistem pembayaran digital semakin populer dan semakin berkembang pesat. Apalagi semenjak pemberlakuan PPKM di masa pandemi Covid-19 ini menjadikan digipay sebagai cara aman dan efektif dalam melakukan transaksi pembelian barang, makanan, jasa dan yang lain sebagainya. Digipay sudah umum digunakan oleh masyarakat luas, maka dari itu pemerintah secara responsif dan adaptif berupaya untuk melakukan percepatan digitalisasi terhadap sistem pembayaran atas belanja APBN. Hal ini dilakukan untuk mendorong efisiensi, efektivitas, transparansi, dan akuntabilitas belanja negara, serta memberdayakan vendor yang sebagian besar merupakan UMKM. Secara umum, Marketplace menjadi platform transaksi jual beli online yang berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam proses transaksi. Banyak juga layanan yang tersedia di pasaran untuk menunjang jual beli, antara lain metode pembayaran, perkiraan pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori yang dipilih dan masih banyak lagi fungsi lainnya.

RUMUSAN MASALAH

1. bagaimana dengan digitalisasi UMKM di masa Pandemi COVID-19?

2. Apakah Implementasi Marketplace dan Digital Payment pemerintah Indonesia untuk memberdayakan UMKM sudah berjalan atau berhasil?
3. Apakah manfaat dari marketplace pemerintah?
4. Apakah ada tantangan dan permasalahan pada Marketplace dan Digital Payment pemerintah Indonesia?

METODE PENELITIAN

Penulisan jurnal ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, metode penelitian ini mengkaji pelaksanaan ketentuan hukum positif dan dokumen tertulis atas peristiwa hukum yang terjadi. Metode penelitian ini bertujuan untuk mengkaji segala sesuatu yang berhubungan dengan implementasi marketplace dan digital payment untuk memberdayakan UMKM sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku. Penelitian ini juga menggunakan metode library research karena pengumpulan data yang berasal dari jurnal, buku, internet, atau literatur tertulis lainnya sebagai landasan penulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak dari pandemi COVID-19 yang menimbulkan berbagai permasalahan di berbagai sektor terutama di bidang perekonomian dan keuangan. Pandemi COVID-19 memberikan dampak ketidaksabilan dan adanya penurunan dari pendapatan yang dapat mengurangi penghasilan/pemasukan salah satunya pada bidang UMKM yang dapat memicu kebangkrutan. Faktor penyebab utama pada saat COVID-19 untuk UMKM yaitu menurunnya tingkat penjualan karena adanya keterbatasan dalam interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli yang sudah diatur oleh pemerintah. Hal ini berdampak pada krisis keuangan UMKM serta para pelakunya sulit untuk mempertahankan usahanya.

Jika dilihat secara nyata Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat mengenai IPTEK terutama pada penggunaan gadget dan internet. Hal ini menjadi solusi untuk para UMKM dapat mengembangkan kembali usaha mereka melalui media secara online, dimana pelaku usaha dapat melakukan pemasaran dan penjualan tidak hanya di Indonesia tetapi bisa sampai ke luar negeri dijangkau melalui gadget. Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008 mengenai UMKM yaitu berkaitan kegiatan usaha, pelayanan ekonomi, serta berkontribusi pada pertumbuhan, pemerataan, dan menjamin stabilitas perekonomian negara. Namun pada kenyataannya sebagian para pelaku UMKM yang tidak memahami penjualan maupun melakukan transaksi melalui media online karena berbagai faktor yang menghambat laju pemasaran yang disebabkan

keterbatasan, seperti pemahaman penggunaan gadget dan internet yang sulit dijangkau.

Pemerintah melakukan upaya agar para UMKM dapat meningkatkan penjualannya secara online, oleh karena itu pemerintah membuat aplikasi marketplace yaitu Digipay atau digital payment untuk membantu UMKM agar dapat berjalan kembali untuk meningkatkan Perekonomian. Marketplace merupakan media yang menjadi platform antara penjual dan pembeli secara online melalui media elektronik. Sedangkan Digipay merupakan sistem yang dijadikan solusi pemabayaran secara digital melalui media elektronik agar lebih efisien dan terjamin keamanannya dalam proses pembayaran serta pengelolaan keuangan. Sistem ini dikembangkan oleh KEMENKEU yang bekerja sama dengan bank Himbara (BNI, BRI, MANDIRI), serta membantu Satuan Kerja (Satker) Pengelola Uang Persediaan (UP) APBN.

Implementasi Marketplace dan digipay di Indonesia berkembang secara baik, dimana pada awalnya sistem pemabayaran dilakukan secara langsung dengan menggunakan tunai cash dan seiring dengan kemajuan teknologi alat pembayaran mengalami perubahan yaitu nontunai. Digipay bagi para pelaku UKMM di Indonesia sudah dapat berjalan dengan baik ditandai dengan mulainya peralihan metode pembayaran secara digital yang dapat membawa manfaat untuk kemajuan perekonomian serta pengembangan usaha. Berdasarkan data siaran pers bahwa sektor UMKM telah berkontribusi secara besar serta membuka lapangan pekerjaan untuk pengurangan pengangguran di Indonesia. Berdasarkan kontribusi UMKM. Pemerintah terus brupaya untuk pengembangan sektor UMKM.

Manfaat dari *Marketplace* Pemerintah

Marketplace dan sistem digital payment tersebut mulai digunakan pada bulan November 2019 berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor PER-20/PB/2019 tentang Uji Coba Penggunaan Uang Saham Melalui Pasar dan Sistem Digital payment di Satuan Kerja. Transaksi pengadaan barang/jasa publik yang dilakukan melalui pasar dan sistem digital payment merupakan transaksi pengadaan publik yang pembayarannya dilakukan dengan dana yang dikelola oleh masing-masing satuan kerja. Pilihan pembayaran yang dapat digunakan antara lain virtual account, CMS atau CCP (Direktorat Keuangan, 2019). Sistem marketplace dengan menggunakan digital payment yang dikembangkan pemerintah kemudian disebut digipay. Menurut Kementerian Keuangan, Marketplace populer yang digunakan masyarakat umum. Ke depannya direncanakan 3 (tiga) market place yang sudah ada yaitu. bagi satuan kerja yang mempunyai kartu kredit pemerintah atau rekening pengelola belanja virtual di Bank BRI, bagi satuan kerja yang mempunyai kartu kredit pemerintah atau rekening pengelola belanja virtual di Bank Mandiri. . dan bagi satuan kerja yang

menggunakan kartu kredit, rekening pemerintah atau pengelola belanja virtual dana Bank BNI digabungkan menjadi satu sistem bernama DigiPay.

Dibandingkan berbelanja secara langsung, melakukan pembelian APBN melalui market place online membawa banyak keuntungan. Keuntungan ini berlaku tidak hanya pada UP Unit Tata Usaha saja namun juga pada unit terkait lainnya yaitu UKM, Bank, Auditor, Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Instansi Kepolisian (APH) dan Kementerian Keuangan (DJPb). Belanja APBN hingga Rp3,061 miliar berpotensi besar menarik pelaku usaha kecil dan menengah untuk mendaftarkan akun dan bertransaksi melalui digipay. Dalam jangka pendek, bertransaksi dengan DigiPay akan membuat proses transaksi menjadi lebih lama, namun dalam jangka panjang akan sangat berguna bagi UMKM, pemerintah, dan bank. Kelebihannya adalah sebagai berikut;

SATKER :

1. Otomatisasi dan efisiensi (seluruh proses dilakukan secara otomatis)
2. Integrasi pembelian, pembayaran, perpajakan, dan pelaporan
3. Penyederhanaan SPJ (platform menghasilkan dokumen SPJ)
4. Menghilangkan bahaya moral (terbuka dan akuntabel).

UMKM :

1. Keamanan pembayaran (platform menawarkan pembayaran terjadwal)
2. Kemungkinan menjadi partner di beberapa unit kerja (pemasaran terbuka dan gratis)
3. Ambil pinjaman dari bank mitra (pengaturan pinjaman bank).

BANK :

1. Pembukaan pasar baru (dengan memperhatikan UMKM mitra digipay)
2. Layanan untuk segmen yang ditargetkan
3. Merek Mitra Negara.

Auditor/APH/DJP:

1. tatap muka antara unit kerja dan UKM)
2. E-audit (Mengurangi penipuan (transaksi dilakukan melalui sistem, tidak ada pertemuan data digipay dapat digunakan sebagai e-audit)
3. Pastikan kepatuhan wajib pajak.

DJPB

1. Pengelolaan likuiditas yang lebih efisien (saldo kas terkendali)
2. Perencanaan keuangan yang lebih efektif
3. Analisis data.

Tantangan dan permasalahan

Tantangan yang selama ini menjadi penghambat UMKM. Yang pertama adalah akses terhadap sumber daya manusia yang baik, yang kedua adalah akses terhadap pemasaran, dan yang ketiga adalah akses terhadap pembiayaan. Jika ketiga kendala tersebut diatasi maka UMKM akan tumbuh dari pasar kecil ke menengah, menengah ke besar, regional ke regional, dan regional ke pasar

internasional. Secara umum, banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa di Indonesia mengenai marketplace pemerintah tidak sama seperti marketplace swasta. Mengingat marketplace didirikan sebagai bagian dari upaya reformasi pengelolaan keuangan negara sesuai dengan pelaksanaan APBN. Tentu saja berlaku peraturan-peraturan khusus untuk hal ini. Pertama, Undang Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara, bahwa dimana hal tersebut diatur dalam pasal 21 bahwa Pembayaran atas beban APBN/APBD tidak boleh dilakukan sebelum barang dan/atau jasa diterima. Disinilah letak bedanya dengan marketplace swasta. Dalam hal ini dapat terlihat bahwa Di sisi lain, marketplace swasta yang ada tidak dapat memenuhi syarat tersebut karena setiap transaksi di marketplace sebenarnya memerlukan pembayaran sebelum barang/jasa diserahkan. Inilah alasan utama mengapa pemerintah tidak bisa bekerja sama dengan marketplace swasta untuk bergabung dengan marketplace pemerintah. Contohnya, para E-commerce dimana pembeli harus membayar terlebih dahulu kemudian uangnya ditahan oleh pengelola sampai barang/jasa diserahkan. Jika pembeli melaporkan bahwa kondisi barang telah diterima, maka pengelola melepaskan jaminan kepada penjual sesuai dengan harga yang berlaku pada saat transaksi. Sedangkan uang di marketplace pemerintah masih dalam APBN, belum dikelola pemerintah hanya melakukan pembayaran pada saat barang/jasa sudah diterima.

Kedua, kaitannya dengan pemenuhan kewajiban perpajakan. Saat ini, terdapat perasaan bahwa marketplace swasta belum optimal dalam memenuhi kewajiban perpajakan atas transaksi penjual yang terdapat di dalamnya. Dalam praktiknya, masih banyak fund manager yang mengelola uang saham dengan melakukan transaksi UP melalui pembelian pada marketplace swasta, masih harus menghitung ulang nilai pengeluaran/pembayaran dengan jumlah pemotongan dan penyetoran pajak ke kas, yang kemudian menjadi nilai penuh yang harus dipertimbangkan dalam pembukuannya. Tidak jarang setiap kali Anda membelanjakan uang untuk perbekalan, potongan pajak harus dihitung ulang dan disetorkan ke kas pada waktu dan jumlah yang tepat.

Ketiga, terkait dengan proses pengadaan. Di marketplace swasta, seluruh proses pembelian dapat dikendalikan oleh satu orang, dalam hal ini pembeli sebagai pengguna transaksi. Alur transaksi dimulai dari pemesanan barang/jasa, konfirmasi pembelian, penyelesaian pembayaran dan penerimaan barang/jasa yang hanya dilakukan oleh satu pengguna saja. Adanya proses transaksi yang tidak terkontrol menunjukkan bahwa marketplace swasta tidak mampu melakukan sebagian proses check and balance. selain kegiatan lembaga pengadaan, setidaknya petugas komitmen dan pemberi pinjaman biaya harus ikut serta dalam proses pengadaan barang/jasa, hal ini untuk memastikan adanya mekanisme saling menguji. Keberadaan mekanisme kontrol tidak mempunyai tujuan lain kecuali untuk memastikan bahwa proses pengadaan tidak akan

terlaksana tanpa adanya mekanisme tersebut. Sedangkan marketplace pemerintahan melalui digipay dapat memberlakukan chek and balance kepada masing-masing petugas yang memiliki peran pemesanan, persetujuan, negoisasi harga, pembayaran, dan penerimaan barang yang dapat dilakukan oleh beberapa orang.

Keempat, terdapat dua tantangan utama dalam penerapan transaksi pembayaran masyarakat digital, yaitu sumber daya manusia (SDM) dan infrastruktur jaringan internet. Dari sisi SDM, tantangannya adalah pola pikir. Kebanyakan pengelola keuangan seperti fund manager dan UKM sebagai penjual biasanya menggunakan uang tunai atau membayar langsung ke toko untuk transaksi jual beli. Menurut mereka, menggunakan aplikasi ini agak sulit karena Anda harus mendaftar terlebih dahulu dan membuat pengguna, kata sandi, dan persyaratan teknis lainnya. Mereka juga belum terbiasa berbisnis dengan aplikasi Digipay. Masyarakat masih khawatir dengan munculnya permasalahan baru terutama pada perhitungan bukti transaksi. Tantangan berikutnya terkait infrastruktur jaringan yaitu ketersediaan jaringan Internet. Banyak penyedia layanan berlokasi di wilayah di mana internet tidak terpengaruh atau di mana internet tampak sangat lambat. Begitu pula dengan infrastruktur jaringan, dalam hal pengembangan aplikasi, proses bisnis Digipay harus disederhanakan agar lebih user-friendly dan tidak terlalu banyak memuat pengguna.

Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka diperlukan solusi berupa terobosan untuk menghadapi tantangan mengenai marketplace bahwa diperlukannya sebuah pengembangan dalam platform Digipay. Keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi yang mudah digunakan dan dipahami, e-wallet berpengaruh positif terhadap niat beli. Sikap dan keyakinan konsumen tentang kemudahan transaksi yang dibawa oleh dompet digital pasti akan mempengaruhi niat beli, e-wallet berdampak positif pada niat beli. Digipay One membawa kabar yaitu perubahan peraturan perundang-undangan seperti perubahan biaya layanan payment gateway, batasan transaksi CCP, dan perubahan peraturan perpajakan. Setelah itu, bank harus mengembangkan integrasi dengan gateway pembayaran (DOKU) dan fungsi CMS untuk transaksi dan pembayaran pajak. Selain itu, penyederhanaan pengguna dan unit kerja serta penyedia serta fleksibilitas jumlah pengguna. Akun pengguna dapat didaftarkan di luar Bank Himbara. Pembayaran belanja sektor pemerintah melalui Digipay Satu dapat dilakukan melalui mekanisme over-reserve, Sistem Bank National Settlement (SKN-BI) dan Bank Indonesia Real Time Gross Settlement (BI-RTGS). Bank Umum Syariah dan Bank Umum Non Himbar dapat bergabung sehingga satuan kerja dapat membeli dari seluruh penjual terdaftar tanpa dibatasi wilayah dan rekening bank teller pembelanjaan. Akses menuju acara menjadi lebih mudah dan didukung dengan adanya link antara SAKTI dan LKPP. Selain itu, proses bisnis disederhanakan, proses registrasi pengguna dan registrasi pemasok fleksibel

karena dapat dilakukan secara mandiri sehingga menciptakan lingkungan pasar terbuka.

Pada saat yang sama, saat ini dianggap mustahil bahwa marketplace swasta akan berpartisipasi dalam pasar pemerintah. Pilihan bekerjasama dengan tiga bank BUMN yang tergabung dalam HIMBARA tidak hanya bertujuan untuk memenuhi unsur heterogenitas korporasi, namun juga diharapkan dapat memicu persaingan tiga korporasi. Persaingan bisnis disini adalah bagaimana menarik pelanggan, dalam hal ini pembeli (satker) dan penjual (vendor). Harapannya, sebagai penyedia platform, perbankan HIMBARA dapat belajar dari keberhasilan pasar populer Indonesia yang mampu berkembang sangat pesat dalam waktu singkat. Setiap keberhasilan baru bukannya tanpa tantangan dalam implementasinya. Begitu juga dengan marketplace negara. Salah satu tantangan utama adalah eksklusivitas platform DigiPay, karena dalam situasi saat ini unit kerja hanya dapat bertransaksi dengan pemasok menggunakan rekening dari bank yang sama.. Saat ini standar proses bisnis dan penggunaan teknis terkait sudah konsisten, misalnya memasukkan detail jenis barang/jasa di setiap DigiPay, namun eksklusivitas dapat menjadi masalah bagi mitra karena mitra biasanya relatif baru. Untuk DigiPay dan penggunaannya. Perhatikan keberhasilan beberapa penyedia jasa di marketplace Indonesia dengan dukungan sistem yang memadai sehingga memudahkan dan menguntungkan penjual dan pembeli. Marketplace swasta ini biasanya fokus pada penggunaan platform seluler dan didukung oleh sejumlah panduan yang tersedia untuk membantu Anda menjawab semua pertanyaan Anda tentang jual beli di platform. Selain itu, fokus pengembangan platform mobile memudahkan masyarakat untuk melakukan pencarian, pembelian dan penjualan langsung di smartphone mereka. Sebenarnya DigiPay dirancang untuk memudahkan pengguna dalam menjual dan membeli produk dengan mengunggah gambar dan deskripsi produk, namun yang pasti panduan dan aksesibilitasnya masih kurang. untuk memperoleh informasi yang diperlukan dari unit kerja maupun dari pemasok atau vendor..

Belanja digital dapat memperluas akses marketplace, menciptakan lapangan kerja dan memberikan dampak positif pada banyak sektor pendukung e-commerce lainnya, yang pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. jaminan keamanan, kemudahan dan kepraktisan serta kemudahan penggunaan berbagai layanan sistem DigiPay, namun belum sepenuhnya diketahui masyarakat. Berdasarkan berbagai informasi yang diterima, diketahui baik unit kerja maupun penyedia layanan belum sepenuhnya memahami marketplace nasional dan DigiPay. Meskipun informasi tersebar luas, mempelajari cara menggunakannya masih sulit. Berbeda tentunya dengan pasar-pasar baru di Indonesia yang berhasil berkembang menjadi favorit masyarakat. Pasalnya, marketplace ini didukung oleh top seller yang bisa diakses langsung dari situs resminya dan akan menjawab semua pertanyaan Anda

seputar harga dan fitur jual beli. Marketplace ini lebih fokus pada platform seluler untuk memudahkan masyarakat mencari, membeli, dan menjual langsung dari gadgetnya.

PENUTUP

Pandemi COVID-19 telah mengganggu stabilitas perekonomian, khususnya bagi usaha kecil, menengah, dan kecil (UMKM). Kementerian Keuangan berupaya menerapkan perubahan digital sebagai pemimpin APBN yang memiliki marketplace sendiri, yakni digital payment, atau Digipay. Penggunaan marketplace dan digital payment Indonesia dalam proyek APBN menawarkan beberapa manfaat bagi UMKM, pemerintah, dan bank. UMKM terhindar dari keterbelakangan UMKM dengan berkolaborasi dan mensinergikan tiga akses yang selama ini menjadi penghambat UMKM. Pertama akses sumber daya manusia yang baik, kedua akses pemasaran, dan ketiga akses pembiayaan. Jika ketiga kendala tersebut diatasi maka UKM akan tumbuh dari pasar kecil ke menengah, menengah ke besar, regional ke regional, dan regional ke pasar internasional.

Saat ini masih banyak terdapat kekurangan informasi terkait penggunaan sistem dengan jumlah satker yang menggunakannya. Umumnya, hanya mengetahui peran perbankan HIMBARA sebagai pemilik Digipay yang kurang memperdalam pemahaman penyedia jasa atau vendor karena kurangnya edukasi pada saat transaksi metode belanja online. Kemajuan teknologi internet mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan membawa perubahan masyarakat ke arah kehidupan yang lebih modern dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk beraktivitas. Selain itu, mempermudah dalam proses transaksi keuangan yang hanya melalui gadget.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida Virgia & Choriyati Wahyuni “ Digitalisasi UMKM Sebagai Hasil Inovasi dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi Covid 19” dalam *Jurnal Riset Komunikasi* (2020): 151.
- Alyus Dzakiah & Heru Muhammad. “Implementasi Sistem Aplikasi Pembayaran Digital Payments Dalam Pelaksanaan Pembayaran Berbasis Cashless di Masa Pandemi Covid-19” dalam *jurnal Manajemen Keuangan Publik*, Volume 6, Nomor 2, (2022): 116-128.
- Clarissa Mia “ Pemanfaatan Teknologi Bagi UMKM Selama Pandemi Covid-19” dalam *jurnal Mozaik*, Volume 12, Nomor 2, (2020): 11-14.
- Dewi ria & Andriana Nina. “ Penedukasian Peran UMKM dalam Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah” dalam *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, Volume 5, Nomor 2, (2024): 124.

- Dewi Ria & Andriana Nina. "Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Bagi UMKM di Palembang Sumatera Selatan", (2023) : 1-2.
- Farhan Ahmad & Wardhani Aishwari. " Penggunaan Metode Pembayaran Qris Pada Setiap UMKM di Era Digital" dalam *jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, Volume 4, Nomor 2, (2023): 1.202-1.204
- Iqbal Mokhammad, Kristianti Devina dkk. " Optimalisasi Digital Payment Sebagai Solusi Pembayaran UMKM Roti Kasur" dalam *Jurnal Riset Interpreneurship*, Volume 4, Nomor 1, (2021): 46-47.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2023. Diakses di <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16046/Digipay-Salah-Satu-Upaya-Kemenkeu-Melakukan-Digitalisasi-Transaksi-Belanja-APBN-Sekaligus-Digitalisasi-UMKM.html> / tanggal 20 Maret 2024 Pukul 00.00 WIB
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2024. Diakses di <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/solok/id/data-publikasi/artikel/3263-modernisasi-pembayaran-transaksi-pemerintah-secara-digital.html> / tanggal 20 Maret 2024 Pukul 22.00 WIB
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2022. Diakses di <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4662/berperan-dalam-peningkatan-pertumbuhan-ekonomi-digital-pemerintah-dorong-akselerasi-adopsi-teknologi-digital-oleh-umkm> tanggal 28 April 2024 Pukul 12.39 WIB
- Nathania Audrey. " Analisis Adanya Paylater Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat", dalam *Jurnal Akuntansi*, Volume 3, Nomor 2, (2023): 595.
- Naufalla Viani. " Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta" dalam *jurnal pariwisata, Bisnis dan Digital Marketing*, Volume 1, Nomor 1, (2022): 1-2.
- Nuranindita Mahatmyastuti. " Peran dan Manfaat Marketplace dan Digital Payment Dalam Meningkatkan Pemberdayaan UMKM di Provinsi Bangka Belitung", dalam *Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, Volume ,8 Nomor 1, (2023): 21-27.
- Oktavianty & Agit Alamsyah. " Penerapan Penggunaan E-Payment Sebagai Upaya Peningkatan Adaptabilitas UMKM Terhadap Transformasi Digital" dalam *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 4, Nomor 2, (2023): 223-236.
- Putri, A., & Zakaria, R. "Analisis Pemetaan E-Commers terbesar di Indonesia berdasarkan model kekuatan ekonomi digital", (2020): 7-13.
- Raharjo. " Analisis Implementasi Marketplace dan Digital Payment pada Belanja APBN untuk Memberdayakan UMKM", Volume 2, Nomor 3, (2022): 34-42.
- Raharja Sam'un Jaja & Natari Sari Usih."Pengembangan Usaha UMKM Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media

- Digital" dalam jurnal *Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 4, Nomor 1, (2021): 109.
- Salsabila Aurelia & Zakari Roni. "Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital", (2020): 1-3.
- Soekanto Soerjono. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, cet. 9. Jakarta: Rajawali Press, 2006.
- Steven Jacob & Haeba Abdul. " E-Service Quality, E wallet dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee" dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume 11, Nomor 2, (2023): 269.
- Sujatmoko, Andrey. "Pengadilan Campuran ("Hybrid Tribunal") sebagai Forum Penyelesaian atas Kejahatan Internasional", dalam *Jurnal Hukum Humaniter*, Volume 3, Nomor 5, (2007): 977-978.
- Suryanto, Abdul Herwan, dkk. " Penggunaan Digital Payment Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.", dalam *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi bisnis dan Kewirausahaan*, Volume 7, Nomor 1, (2022): 56.