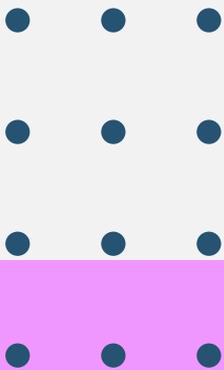


POLICY BRIEF

STRATEGI UNTUK PEMERINTAH SEBAGAI UPAYA MENDORONG IMERS NAIK KELAS





Writers :

**Rayhan Arterio
Intan Elvira**

Editor :

Intan Elvira

Layouter:

Ribka Wulan Simbolon

FEBRUARI 2024

Rangkuman Eksekutif

Internet Marketers atau bisa disebut *Imers* merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan 2 strategi *digital marketing* yaitu *Pay Per Click (PPC) advertising* dan *Social Engine Optimization (SEO)* untuk mendapat keuntungan dengan mengiklankan beragam kategori produk. *Imers* memiliki potensi menjanjikan untuk menjadi salah satu penggerak roda ekonomi sama seperti *UMKM*, dan jika *Imers* dan *UMKM* diintegrasikan dapat membuat *UMKM* naik kelas karena *Imers* mengakselerasi digitalisasi *UMKM*. Sayangnya, potensi *Imers* belum sepenuhnya tergali karena istilah *Imers* masih asing di khalayak umum maupun Pemerintah. Kondisi ini menyebabkan banyak *Imers* terabaikan sehingga potensi *Imers* belum sepenuhnya dimanfaatkan. Akibatnya banyak *Imers* yang terpaksa gulung tikar karena masih berjalan masing - masing dan harus berdiri sendiri ketika menghadapi kendala dalam bisnis mereka. *Imers* seringkali terkendala masalah finansial dan sumber daya yang menyebabkan mereka kesulitan dalam mempertahankan bisnisnya. Pemerintah melalui Kemenkop UKM dapat membantu *Imers* dimulai dengan:

1. Kepala Biro Komunikasi dan Teknologi Informasi Kemenkop UKM bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) membuat pangkalan data *Imers*.
2. Kemenkop UKM memiliki bagian khusus yang bertanggung jawab penuh terkait dengan pemberdayaan *Imers*.
3. Kemenkop UKM melalui Deputi Bidang Kewirausahaan merumuskan kebijakan untuk pelatihan dan sosialisasi untuk membantu *Imers*.
4. Mengintegrasikan *Imers* dengan *UMKM* melalui SMESCO untuk menjamin *supply* barang *Imers*.
5. Merumuskan program asuransi untuk *Imers*.

Latar Belakang

Digital marketing merupakan suatu terobosan dalam pemasaran produk yang mengubah paradigma pemasaran dalam berbagai sektor bisnis. Peran *digital marketing* pada suatu bisnis terbukti berhasil meningkatkan omset secara signifikan¹. Salah satu strategi *digital marketing* yang sering digunakan adalah *Pay-Per-Click (PPC) Advertising* yang merupakan model iklan *online* dimana pengiklan membayar setiap kali pengguna mengklik salah satu iklan *online* mereka². Strategi PPC ini digunakan oleh beberapa individu yang acap kali disebut sebagai Internet marketers atau Imers. Secara sederhana Imers adalah seseorang yang memulai usaha internet marketing dengan mengiklankan berbagai macam produk milik orang lain di internet melalui Google Ads, Facebook Ads dan email³.

Imers seringkali memadukan *PPC advertising* dan *Social Engine Optimization (SEO)* untuk mendapat keuntungan dengan memasarkan berbagai kategori produk. Pada tahap awal memulai bisnis, Imers biasanya menjadi *dropshipper*⁴ lalu membuat konten iklan yang dapat ditemui di berbagai *website* atau *landing page* dengan tujuan untuk membuat calon konsumen tertarik membeli produk tersebut. Iklan yang dibuat oleh para Imers memiliki tautan yang akan menghubungkan konsumen ke *landing page* atau langsung ke aplikasi *whatsapp* yang dimiliki Imers untuk melakukan transaksi jual-beli.

Berdasarkan riset Cosmos, Imers memiliki beberapa tahapan yang dibagi berdasarkan omset per bulan. Secara berurutan tahapan tersebut adalah tahap *Hit*

and runner dengan omset 0 - 100 juta; *Survivor* dengan omset 100 juta - 1 milyar; *Pioneer* dengan omset 1 - 5 miliar; *Rising* dengan 5 - 20 miliar dan *Challenger* dengan omset lebih dari 20 miliar⁵. Mayoritas Imers memanfaatkan Facebook ads dan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk beriklan, sehingga mereka mampu menjangkau konsumen di seluruh Indonesia dengan modal yang relatif rendah dan menghasilkan pendapatan yang tinggi. Hal ini menjadi suatu tanda bahwa Imers memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak ekonomi Indonesia sama seperti UMKM. Jika Imers dan UMKM dapat diintegrasikan, maka hal ini akan menjadi suatu kekuatan baru yang berdampak positif bagi ekonomi nasional, dan saling menguntungkan Imers serta UMKM.

Melihat besarnya potensi ekonomi yang dapat dihasilkan oleh Imers maka sudah seharusnya pemerintah mengarahkan Imers agar dapat memberikan efek domino positif kepada pihak lain. Salah satu caranya adalah dengan mengawinkan Imers dengan UMKM untuk mengakselerasi transformasi digital UMKM. Sayangnya, Imers masih menjadi sesuatu yang asing di telinga Pemerintah dan masyarakat pada umumnya. Padahal sampai hari ini jumlah Imers sudah mencapai angka kurang lebih 25.000 orang⁶ yang tersebar di komunitas Imers di berbagai daerah dan sudah ada lembaga swasta yang menaungi para Imers. Bukti dari masih asingnya Imers adalah belum banyak bantuan baik materil atau non materil yang diberikan kepada Imers, sehingga tak jarang Imers menghadapi masalah bisnis nya sendiri⁷.

¹ Melia Wida Rahmayani, Nita Hernita, Ayu Gumilang, Wulan Riyadi. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumah Desa Cibodas*. Vol, 14 No,1. Jurnal Ilmiah Manajemen. Hal 131 - 140

² Asosiasi Digital Marketing Indonesia. 2023. *Pay-Per-Click(PPC) Advertising: Apa yang dimaksud dengan PPC & Bagaimana Cara Kerjanya ?*. Diakses melalui <https://digimind.id/pay-per-clickppc-advertising-apa-yang-dimaksud-dengan-ppc-bagaimana-cara-kerjanya> pada 10-01-2024

³ Center for SME (COSMOS).2023. *From Zero to Hero: Imers Berdikari, Mendorong Roda Ekonomi*. Diakses melalui <https://centerforsme.org/from-zero-to-hero-independent-Imers-and-keeping-the-economy-moving-forward/> pada 10-01-2024

⁴ CNN Indonesia. 2023. *Apa itu Dropshipper? Pengertian, Cara Kerja, Kelebihan, dan Kekurangan*. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230703092928-104-968701/apa-itu-dropshipper-pengertian-cara-kerja-kelebihan-dan-kekurangan>

⁵ Center for SME (COSMOS).2023. *From Zero to Hero: Imers Berdikari, Mendorong Roda Ekonomi*. Diakses melalui <https://centerforsme.org/from-zero-to-hero-independent-Imers-and-keeping-the-economy-moving-forward/> pada 10-01-2024

⁶ Center for SME (COSMOS).2023. *From Zero to Hero: Imers Berdikari, Mendorong Roda Ekonomi*.Diakses melalui <https://centerforsme.org/from-zero-to-hero-independent-Imers-and-keeping-the-economy-moving-forward/> pada 10-01-2024

⁷ Center for SME (COSMOS). 2023. *From Zero to Hero: Imers Berdikari, Mendorong Roda Ekonomi*. Diakses melalui <https://centerforsme.org/from-zero-to-hero-independent-Imers-and-keeping-the-economy-moving-forward/> pada 10-01-2024

Pada akhirnya, kondisi lah yang memaksa Imers berdiri sendiri ketika mengalami kendala menyebabkan banyak Imers yang tumbang terutama pada tahap *Hit and runner* dan *Survivor*. Walaupun memiliki potensi besar dan menjanjikan, Imers memiliki banyak permasalahan esensial pada setiap tahapan terutama pada tahap *Hit and runner* dan *Survivor*. Permasalahan esensial Imers diantaranya adalah:

- A. Kesulitan menemukan produk unggulan di tahap *Hit and runner* dan *survivor* karena belum memiliki pengetahuan dan strategi khusus. Akibatnya Imers pada 2 tahap ini hanya melakukan praktik “bakar uang” buntut dari produk unggulan yang sulit ditemukan dan memiliki periode jual yang relatif pendek yaitu berkisar 1 - 3 bulan.
- B. Kesulitan mencari sumber permodalan, karena tidak memiliki informasi dan jaringan pada akses permodalan.
- C. Tidak memiliki strategi pemasaran di tahap awal dan cenderung hanya mengandalkan insting.
- D. Imers tahap *Pioneer* sampai *Challenger* mengalami pemalsuan produk terhadap *brand* mereka terutama di *e-commerce*.
- E. Cenderung berjuang sendiri dengan minim dukungan dan supervisi dari pihak luar.
- F. Kesulitan menaikkan omset dan membuat *brand* karena mengalami banyak menemui stagnasi penjualan produk.
- G. Kurangnya pemahaman tentang pengelolaan Manajemen sumber daya manusia (SDM).
- H. Lebih fokus pada peningkatan kuantitas penjualan produk dibandingkan dengan kualitas produk yang dijual.

Rekomendasi

1. Kepala Biro Komunikasi dan Teknologi Informasi Kemenkop UKM bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) membuat pangkalan data Imers

Sampai saat ini Kemenkop UKM belum memiliki referensi data resmi atau suatu pangkalan data Imers. Akibatnya, publik cukup sulit untuk mengakses data resmi terkait dengan Imers di Indonesia. Situasi ini berujung pada minimnya perumusan dan pencapaian program yang berkaitan dengan pemberdayaan Imers. Dibutuhkan suatu basis data komprehensif sebagai landasan

pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang tepat sasaran.

Pangkalan data Imers berfungsi sebagai rujukan utama data terkait Imers bagi seluruh elemen masyarakat. Pangkalan data diharapkan mampu menjadi wadah untuk mengorganisir, menyimpan, juga mengakses berbagai jenis informasi, seperti profil Imers secara komprehensif, distribusi persebaran Imers dan hingga data yang berkaitan dengan kepatuhan Imers terhadap regulasi dan hukum yang berlaku. Maka dari itu kehadiran pangkalan data menjadi salah satu hal penting bagi Kemenkop UKM dalam upaya pemberdayaan Imers.

Pembuatan pangkalan data untuk Imers bisa dilakukan oleh Kemenkop UKM melalui Kepala Biro Komunikasi dan Teknologi Informasi Kemenkop UKM dengan menggandeng BPS sebagai perangkat pengumpulan data. Kegiatan ini dapat dilakukan persis seperti saat Kemenkop UKM menciptakan satu data KUMKM⁸. Kepala Biro Komunikasi dan Teknologi Informasi Kemenkop UKM dan BPS juga bisa meminta bantuan kepada lembaga swasta yang sudah berpengalaman mengelola Imers dan komunitas Imers di setiap daerah untuk proses pengumpulan data yang diperlukan.

Proses pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai cara. Cara pertama dengan metode *door-to-door* dengan moda pendataan CAPI (*Computer-Assisted Personal Interviewing*) oleh petugas BPS⁹. Cara kedua, Biro Komunikasi dan Teknologi Informasi Kemenkop UKM dan BPS dapat membuat suatu formulir *online* dan mensosialisasikan melalui *website* Kemenkop UKM dan komunitas Imers, sehingga para Imers bisa melapor dan memasukan data mereka secara mandiri.

Dari 2 cara tersebut diharapkan mampu menghasilkan output basis data tunggal Imers berdasarkan nama, demografi dan karakteristik usaha¹⁰. Harapannya, pangkalan data tersebut juga dapat diakses oleh publik.

⁸ KemenkopUKM. 2022. Satu Data UMKM Terintegrasi. Diakses melalui <https://satudata.kemenkopukm.go.id/>, pada 10-01-2024

⁹ Badan Pusat Statistik. 2023. KEMENKOPUKM Gandeng BPS Lakukan Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM 2023. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/news/2023/09/15/533/kemenkopukm-gandeng-bps-lakukan-pendataan-lengkap-koperasi-dan-umkm-2023.html> pada 10-01-2024

¹⁰ Ibid

2. Kemenkop UKM memiliki bagian khusus yang bertanggung jawab penuh terkait dengan pemberdayaan Imers

Kata Imers masih terdengar asing bagi beberapa kalangan tak terkecuali di lingkungan pemerintah. Padahal komunitas Imers telah eksis hampir 2 dekade di Indonesia. Seiring dengan bertambahnya jumlah dan permasalahan yang dihadapi Imers, sudah saatnya Kemenkop UKM mulai mempertimbangkan untuk memiliki bagian khusus yang bertanggung jawab penuh terkait dengan pemberdayaan Imers.

Diperlukan bagian khusus yang bertanggung jawab pada seluruh hal yang berkaitan dengan Imers mulai dari mengelola data hingga implementasi program pemberdayaan Imers. Bagian khusus dibutuhkan untuk menghindari tumpah tindih kepentingan atau saling melempar tanggung jawab. Disamping itu, kegiatan perencanaan hingga evaluasi dapat dipantau secara efektif apabila bagian khusus tersebut dijalankan berdasarkan SK resmi yang berlaku.

Berkaca pada kompleksnya birokrasi, Kemenkop UKM dapat mengambil langkah untuk menunjuk bagian khusus yang mengurus Imers tanpa perlu membuat deputi khusus. Kemenkop UKM dapat menambah entitas Imers untuk berdampingan dengan UKM ke fungsi dari Deputi bidang UKM. Penambahan Imers ke fungsi dari Deputi bidang UKM, Deputi bidang UKM dapat menunjuk Asdep yang khusus mengurus Imers. Asdep Imers nantinya akan bertanggung jawab atas segala hal yang berhubungan dengan kebijakan, regulasi dan pelatihan Imers.

3. Kemenkop UKM melalui Deputi Bidang Kewirausahaan merumuskan kebijakan untuk pelatihan dan sosialisasi untuk membantu Imers

Permasalahan yang dihadapi Imers berbeda pada setiap tingkatan. Masalah yang dialami pada tahap *Hit and runner* dan *Survivor*¹¹ berasal dari internal seperti pembukuan yang masih berantakan; kesulitan mencari produk unggulan dan supplier produk; serta kekurangan sumber daya manusia. Permasalahan tersebut terjadi karena Imers pada

tahap ini masih dalam proses pembelajaran sehingga membutuhkan arahan dan pelatihan.

Kemenkop UKM melalui Bidang Kewirausahaan dapat memberikan pelatihan materi pelatihan yang relevan dengan permasalahan yang sering mereka hadapi. Bidang Kewirausahaan Kemenkop UKM dapat meminta bantuan kepada akademisi atau Imers tahap *Pioneer* sampai *Challenger*¹², untuk menjadi pemateri dalam pelatihan tersebut. Tak hanya itu Bidang Kewirausahaan Kemenkop UKM juga dapat memberikan pelatihan terkait perlindungan dan hak konsumen sehingga meminimalisir oknum Imers yang berniat buruk dan bisa merusak citra Imers.

4. Mengintegrasikan Imers dengan UMKM melalui SMESCO untuk menjamin *supply* barang Imers

Salah satu permasalahan yang dialami Imers *Hit and runner*¹³ adalah kesulitan mencari supplier produk. Permasalahan ini menjadi salah satu penyebab Imers tidak bisa bertahan karena tidak memiliki produk untuk dijual.

Kemenkop UKM dapat membantu Imers menjangkau UMKM *supplier* produk melalui Bidang Usaha Mikro dan lembaga LLP KUKM yaitu SMESCO. SMESCO bisa menjadi jembatan untuk *matchmaking* antara Imers dan UMKM. Dengan pengintegrasian ini diharapkan masalah Imers *Hit and runner*¹⁴ mengenai *supplier* produk bisa teratasi, sedangkan UMKM memiliki konsumen tetap dan efisiensi biaya pemasaran.

Pemerintah bisa menyediakan suatu hub daring dan atau luring yang menghubungkan antara pelaku UMKM dengan Imers. Adapun hub tersebut juga memfasilitasi informasi terkait kelas pelaku UMKM dan Imers sehingga tiap individu dapat menentukan kebutuhan mereka untuk terhubung antara satu sama lain.

5. Merumuskan program asuransi untuk Imers

Menemukan produk unggulan merupakan salah satu kunci keberhasilan Imers. Akan tetapi proses menemukan produk unggulan tersebut menjadi kendala tersendiri bagi Imers tahap *Hit and runner*, dan *Survivor*. Kesulitan menemukan produk

¹¹ Center for SME (COSMOS). 2023. From Zero to Hero: Imers Berdikari, Mendorong Roda Ekonomi. Diakses melalui <https://centerforsme.org/from-zero-to-hero-independent-Imers-and-keeping-the-economy-moving-forward/> pada 10-01-2024

¹² Ibid

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

unggulan dalam rentang waktu tertentu berpotensi menimbulkan penurunan omset yang cukup drastis dan tak jarang menyebabkan kerugian hingga ancaman gulung tikar. Oleh karena adanya resiko tinggi akan kegagalan mencari produk unggulan maka dibutuhkan suatu skema khusus yang berperan sebagai jaring pengaman Imers menghadapi resiko kerugian.

Salah satu solusi alternatif menghadapi tantangan tersebut dapat ditempuh melalui suatu skema pendanaan khusus layaknya asuransi. Asuransi ini diharapkan dapat memberikan sejumlah kompensasi kepada Imers apabila mereka mengalami kerugian atau kebangkrutan.

Kemenkop UKM dapat membantu meminimalisir risiko ini melalui perumusan skema asuransi bagi Imers. Asuransi Imers merupakan suatu bentuk perlindungan kepada para Imers, melalui perjanjian antara Imers dan pihak perusahaan asuransi untuk mengikatkan diri dalam pertanggungansan risiko ketika terjadi hal semacam kesulitan mencari produk unggulan terjadi.

Kemenkop UKM dapat mencontoh program asuransi petani yang digagas oleh Kementerian Pertanian (Kementan) dengan tujuan memberikan perlindungan kepada petani dari ancaman risiko gagal panen sebagai akibat risiko banjir, kekeringan, penyakit dan serangan organisme pengganggu tanaman¹⁵. Skema dari program asuransi ini petani membayar premi sebesar Rp180.000,- dengan bantuan pemerintah 80% premi menjadi Rp36.000,- per hektar/ per musim tanam. Jika mengalami musibah baik itu banjir atau kekeringan dan terkena hama penyakit, petani mendapat penggantian berupa uang sebesar Rp 6 juta per hektar.¹⁶ Kementan juga membuat suatu aplikasi untuk mempermudah pendaftaran dan pendataan petani. Syarat petani untuk mengikuti dapat bergabung dengan program ini yaitu petani harus bergabung terlebih dulu dengan salah satu kelompok resmi. Kelompok ini umumnya baru bisa dinyatakan resmi dibentuk jika telah mendapatkan surat keputusan dari Kementan¹⁷.

Kemenkop UKM dapat mengadopsi skema yang mirip dengan asuransi di atas dengan beberapa penyesuaian. Harapannya, skema asuransi Imers ini bisa diterapkan di semua tahap dengan biaya premi dari yang disesuaikan dengan omset per bulan Imers.

Lebih lanjut, prosedur pembayaran premi dapat dilakukan setiap bulan sesuai dengan kesepakatan dengan nominal yang disesuaikan berdasarkan tahapan omset Imers. Skema pendaftaran dan pendataan program asuransi Imers dapat diintegrasikan dengan program pembuatan basis pangkalan data Imers.

Referensi

Asosiasi Digital Marketing Indonesia. 2023. Pay-Per-Click(PPC) Advertising: Apa yang dimaksud dengan PPC & Bagaimana Cara Kerjanya ?. Diakses melalui <https://digimind.id/pay-per-clickppc-advertising-apa-yang-dimaksud-dengan-ppc-bagaimana-cara-kerjanya> pada 10-01-2024

Badan Pusat Statistik. 2023. KemenKopUKM Gandeng BPS Lakukan Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM 2023. Diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/news/2023/09/15/533/kemenkopukm-gandeng-bps-lakukan-pendataan-lengkap-koperasi-dan-umkm-2023.html> pada 10-01-2024

Center for SME (COSMOS). 2023. From Zero to Hero: Imers Berdikari, Mendorong Roda Ekonomi. Diakses melalui <https://centerforsme.org/from-zero-to-hero-independent-Imers-and-keeping-the-economy-moving-forward/> pada 10-01-2024

KemenkopUKM. 2022. Satu Data UMKM Terintegrasi. Diakses melalui <https://satudata.kemenkopukm.go.id/> pada 10-01-2024

OJK. Program Asuransi Petani oleh Kementan. Diakses melalui <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/1052> pada 10-01-2024

¹⁵ OJK. Program Asuransi Petani oleh Kementan. Diakses melalui <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/1052> pada 10-01-2024

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ibid