

ONLINE STORE, UMKM YANG “TERLUPAKAN” DARI DUNIA PERKREDITAN INDONESIA

OLEH:

Trisetia Wijijayanti, SE, MBA¹

Yuli Agustina, S.Pd, SE, MM²

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen - Universitas Negeri Malang

Abstrak:

Kewirausahaan yang sedang digandrungi oleh masyarakat Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir ini adalah membuka toko *online* (*online store*) melalui media sosial. Dengan hanya bermodalkan *handphone* dan pulsa, seseorang bisa membuka bisnis lewat dunia maya dan dilihat oleh banyak orang. *Online store* yang ada di Indonesia belum memiliki bentuk badan hukum yang jelas, sehingga dukungan untuk berkembang hanya bergantung hanya pada tangan pemilik dari usaha tersebut. Konsumen dan *Reseller* yang terus bertambah dan *image* toko yang seiring waktu menjadi mapan dan terpercaya, mendorong si pemilik usaha memiliki keinginan lebih baik untuk mengembangkan usaha *online* nya. Omset penjualan yang besar dan terus berkembang, tidaklah kalah dengan perusahaan-perusahaan/UMKM lain yang memiliki surat-surat lengkap. Dalam hal ini bank seharusnya dapat merangkul UMKM *online* sebagai konsumen, dengan membuat produk/ layanan yang sesuai. Fleksibilitas persyaratan sangat diperlukan untuk membuat fasilitas kredit bagi *online store* ini. Mengingat tidak adanya legalitas dan perizinan yang layak untuk mereka.

Kata kunci: *online store*, kewirausahaan, perkreditan, dan bank.

Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. (Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995). Kewirausahaan yang sedang digandrungi oleh masyarakat Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun

terakhir ini adalah membuka toko *online* (*online store*) melalui media sosial. Dengan hanya bermodalkan *handphone* dan pulsa, seseorang bisa membuka bisnis lewat dunia maya dan dilihat oleh banyak orang. Memiliki toko *online* (*online store*) di dunia maya memberikan keuntungan besar bagi seseorang yang tidak memiliki cukup modal untuk membangun toko fisik di dunia nyata. Keterbatasan modal juga mempengaruhi sifat barang yang dijual. Ada yang menjual barang sendiri ataupun menjadi *reseller/dropshipper* karena keterbatasan dana yang dimiliki.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern serta kian mudahnya akses internet di berbagai penjuru daerah, menjadikan pertumbuhan *online* store semakin hari kian melesat pesat. Berbagai

macam produk maupun jasa bahkan mulai dipasarkan para pelaku usaha di ranah maya untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya.



Gambar 1. Persebaran Masyarakat yang Memiliki Akun Bank dan *Handphone* di Indonesia

Bila dulunya masyarakat Indonesia terbiasa dengan transaksi jual beli konvensional (bertatap muka secara langsung), belakangan ini masyarakat kita lebih tertarik dengan segala hal yang serba praktis sehingga tidak heran bila sebagian besar dari mereka lebih tertarik untuk melakukan transaksi pembelian via *online*. Fenomena seperti inilah yang kemudian dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha di Indonesia untuk bisa meraup untung besar dengan cara membuat *online* store.

Banyak keuntungan bila seseorang telah memiliki *online store* yang sudah cukup terkenal dan mapan, mulai dari omset ratusan juta rupiah sampai dengan perputaran persediaan yang sangat cepat. Keuntungan yang sangat banyak ini, menjadi daya tarik bagi para “pengangguran semu” di Indonesia yang melek teknologi.

Cerita sukses tentang *online store* juga sudah sering diberitakan di media telekomunikasi seperti koran, televisi, radio dan lain sebagainya.

Tantangan yang sangat mengganggu saat ini adalah ketiadaan kreditor yang bersedia membiayai pengembangan usaha dari *online store* itu sendiri. Status keberadaan *online store* yang tak “berwujud” menjadi buah simalakama bagi si pemilik dalam hal pengembangan usaha.

KAJIAN TEORI

Online Store

Toko *online* (*online store*) adalah media, sarana, ataupun tempat dimana kita bisa menjual produk maupun jasa dan pembeli dapat memesan produk atau jasa tersebut melalui komputer PC ataupun melalui produk *gadget* lainnya yang

terhubung dan terkoneksi dengan internet sehingga terjadi transaksi jual-beli tanpa harus bertemu langsung dengan calon konsumennya.

Anggota idEA, Budi Gandasoebrata mengatakan, perkembangan *online shop* di Indonesia bahkan lebih terasa ketimbang

negara maju seperti **Amerika Serikat**. Lantaran akses beli barang lewat toko *offline* di Indonesia relatif sulit. Dia mengatakan, bahwa saat ini pengguna layanan belanja *online* mencapai 13 juta jiwa. Diperkirakan pengguna belanja *online* tumbuh sebanyak 20 persen pada tahun 2016.



Gambar 2. Pertumbuhan bisnis *online* di Asia Pasifik tahun 2013-2016

Biasanya, para pelaku bisnis toko *online* memanfaatkan halaman *website* ataupun *blog* sebagai “kios” toko untuk memajang produk dagangan yang mereka tawarkan. Meskipun pembeli dan calon konsumennya tidak bertatap muka secara langsung, namun calon konsumen bisa memesan barang yang dipasarkan pemilik toko *online* melalui sms, telepon, *BlackBerry Messenger* (BBM), whatsapp, email, atau memanfaatkan *shopping cart* (keranjang belanja) yang ada di situs toko *online* tersebut.

Sedangkan untuk sistem pembayaran, bisa dilakukan calon konsumen melalui transfer ke rekening bank yang dicantumkan para pemilik toko *online*. Apabila transaksi pembayaran sudah

berhasil dilakukan calon konsumen, selanjutnya barang yang dipesan akan dikirim ke alamat konsumen menggunakan jasa ekspedisi yang sudah disepakati kedua belah pihak (konsumen dan pemilik toko *online*).

Memiliki suatu bisnis akan memberikan banyak keuntungan dan menyediakan banyak peluang, tetapi dalam berwirausaha terdapat beberapa kelemahan yang mencakup ketidakpastian pendapatan, risiko kehilangan seluruh investasi, kerja lama dan kerja keras, kualitas hidup yang rendah sampai bisnis mapan, tingkat stress yang tinggi, tanggung jawab penuh hingga keputusan.

Risiko-risiko perbankan

Bank sebagai institusi yang memiliki izin untuk melakukan banyak aktivitas, memiliki peluang yang sangat luas dalam memperoleh pendapatan. Dalam menjalankan aktivitas, untuk memperoleh pendapatan perbankan selalu dihadapkan pada risiko.

- a. Risiko kredit, merupakan risiko kerugian sehubungan dengan pihak peminjam (*counterparty*) tidak dapat dan atau tidak mau memenuhi kewajiban untuk membayar kembali dana yang dipinjamnya secara penuh pada saat jatuh tempo atau sesudahnya.
- b. Risiko pasar, merupakan risiko kerugian pada posisi neraca serta pencatatan tagihan dan kewajiban di luar neraca yang timbul dari pergerakan harga pasar.
- c. Risiko operasional, adalah risiko kerugian atau ketidakcukupan dari proses internal, SDM dan sistem yang gagal atau dari peristiwa eksternal.
- d. Risiko konsentrasi kredit, adalah ketika penempatan aktiva produktif bank terkonsentrasi pada satu sektor atau kelompok tertentu. Apabila terjadi masalah pada sektor atau kelompok tersebut, maka aktiva produktif yang ditempatkan berada dalam bahaya.
- e. Risiko suku bunga pada buku bank, merupakan risiko kerugian yang disebabkan oleh perubahan dari suku bunga pada struktur yang mendasari yaitu pinjaman dan simpanan.
- f. Risiko bisnis, adalah risiko yang terkait dengan posisi persaingan bank dan prospek dari keberhasilan bank dalam perubahan pasar. Risiko bisnis lebih berhubungan dengan keputusan bisnis yang diambil oleh dewan direksi bank dan kaitannya dengan implikasi risiko

yang mungkin timbul atas keputusan bisnis tersebut.

- g. Risiko strategik, merupakan risiko yang terkait dengan keputusan bisnis jangka panjang yang dibuat oleh senior manajemen bank.
- h. Risiko reputasional, adalah risiko kerusakan potensial pada suatu perusahaan yang dihasilkan dari opini publik yang negatif.

Kredit/ Pinjaman bank

Pemerintah melalui Bank Indonesia berusaha menyediakan fasilitas kredit melalui lembaga perbankan untuk membantu golongan ekonomi lemah dengan persyaratan ringan. Perkreditan ikut berperan dalam menentukan keberhasilan garis-garis kebijakan moneter dan perdagangan. Fasilitas kredit yang diberikan oleh bank berperan menambah modal usaha nasabah penerima kredit. Sehingga dengan adanya tambahan modal usaha yang diperoleh dari fasilitas kredit bank dapat membantu meningkatkan usaha perdagangan dan perekonomian nasabah bank tersebut.

Pemberian kredit merupakan kegiatan utama bank yang mengandung risiko yang dapat berpengaruh pada kesehatan dan kelangsungan usaha bank. UU Perbankan telah mengamanatkan agar bank senantiasa berpegang pada prinsip kehati-hatian dalam melaksanakan kegiatan usahanya, termasuk dalam memberikan kredit. Selain itu, Bank Indonesia sebagai otoritas perbankan juga menetapkan peraturan-peraturan dalam pemberian kredit oleh perbankan. Beberapa regulasi dimaksud antara lain adalah regulasi mengenai Kewajiban Penyusunan dan Pelaksanaan Kebijakan Perkreditan Bank bagi Bank Umum, Batas Maksimal Pemberian Kredit,

Penilaian Kualitas Aktiva, Sistem Informasi Debitur, dan pembatasan lainnya dalam pemberian kredit.

Ketika seorang wirausaha ingin mengembangkan bisnis yang dimilikinya, mereka selalu memikirkan bank sebagai salah satu cara efektif legal untuk memperoleh tambahan dana. Bank sendiri memiliki persyaratan dalam memilih debitur yang dipilihnya, beberapa syarat umum untuk pengajuan kredit adalah:

- a. Dokumen legalitas pemohon (KTP, KK dan Buku Nikah)
- b. Dokumen legalitas pendirian usaha (NPWP, SIUP, SKDU dan sejenisnya)
- c. Agunan atau jaminan (BPKB, SPPT Tanah, Sertifikat dan sejenisnya)
- d. Rekapitan rekening tabungan selama minimal 3 bulan.
- e. Slip gaji

PERMASALAHAN DAN PEMBAHASAN

Online store yang ada di Indonesia belum memiliki bentuk badan hukum yang jelas, sehingga dukungan untuk berkembang hanya bergantung hanya pada tangan pemilik dari usaha tersebut. Konsumen dan *Reseller* yang terus bertambah dan *image* toko yang seiring waktu menjadi mapan dan terpercaya, mendorong si pemilik usaha memiliki keinginan lebih baik untuk mengembangkan usaha *online* nya. Sebuah usaha *online* kecil-kecilan yang dijalankan oleh seorang IRT/ pemuda/i yang masih dalam usia sekolah ataupun orang yang memiliki segala syarat untuk membuat sebuah *online store* menjalankan usahanya tanpa adanya perencanaan, pengendalian

dan evaluasi usaha yang memadai. Minimnya kemampuan manajemen tersebut, membuat usaha toko ini menjadi sangat rentan dalam hal keberlangsungan hidup.

Pasal 1 Undang Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa: Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Selanjutnya, dalam penjelasan Pasal 1 dijelaskan bahwa “usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan/atau berkaitan dengan seni dan budaya. Pemerintah kemudian mensahkan UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adanya UU ini memberikan kepastian hukum bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Undang-undang ini diciptakan untuk meningkatkan kesempatan dan perlindungan kepada UMKM agar mampu memperluas lapangan kerja dan pelayanan ekonomi luas kepada masyarakat. Karena itu, UMKM harus memperoleh kesempatan, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha. Inti dari UU ini adalah memberikan kepastian hukum, mengatur kemitraan usaha antara pengusaha besar dan kecil, ketentuan tentang UMKM, lembaga perizinan usaha, sarana informasi usaha, aspek promosi dagang dan fasilitasi pengembangan usaha dari pemerintah, pembiayaan, kriteria UMKM, dan penciptaan iklim usaha yang berskala kecil yang dimiliki dan menghidupi sebagian besar masyarakat di Indonesia.

Tabel 1. Data perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah tahun 2006 - 2010

(unit)

Unit Usaha	TAHUN				
	2006	2007	2008	2009	2010
Usaha Mikro (UMi)	48.512.438	49.608.953	50.847.771	52.176.795	53.207.500
Usaha Kecil (UK)	472.602	498.565	522.124	546.675	573.601
Usaha Menengah (UM)	36.763	38.282	39.717	41.133	42.623

Sumber: www.depkop.go.id

Pada tabel 1 diperlihatkan data perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah tahun 2006-2010 yang cenderung meningkat secara signifikan. Kesulitan mencari lapangan pada saat ini, memberikan ide kepada banyak orang untuk mendirikan usaha sendiri yang akan menjamin keberlangsungan hidup keluarga.

Unsur-unsur yang terdapat di dalam kredit adalah:

- a. Kepercayaan, adanya keyakinan dari pemberi kredit atas prestasi yang diberikannya kepada nasabah peminjam dana yang akan dilunasi sesuai dengan diperjanjikan pada waktu tertentu.
- b. Waktu, adanya jangka waktu tertentu antara pemberian kredit dan pelunasannya, jangka waktu tersebut

sebelumnya terlebih dahulu disetujui atau disepakati bersama antara pihak Bank dan nasabah peminjam dana.

- c. Prestasi, adanya objek tertentu berupa prestasi dan kontra prestasi pada saat tercapainya persetujuan atau kesepakatan perjanjian pemberian kredit antara Bank dan nasabah peminjam dan berupa uang dan bunga atau imbalan.
- d. Adanya risiko yang mungkin akan terjadi selama jangka waktu antara pemberian dan pelunasan kredit tersebut, sehingga untuk mengamankan pemberian kredit dan menutup terjadinya wanprestasi dari nasabah peminjam dana, maka diadakanlah pengikatan jaminan dan agunan.



Gambar 3. Hubungan antara Bank dan *Online Store* dalam Penelitian

Dalam pemberian kredit bank wajib memperhatikan asas-asas pemberian perkreditan yang sehat, diantaranya:

1. Bank tidak diperkenankan memberikan kredit tanpa surat perjanjian tertulis,
2. Bank tidak diperkenankan memberikan kredit pada usaha yang sejak semula telah diperhitungkan kurang sehat dan akan membawa kerugian,
3. Bank tidak diperkenankan memberikan kredit untuk pembelian saham dan modal kerja dalam rangka kegiatan jual beli saham,
4. Bank tidak diperkenankan memberikan kredit melampaui batas maksimum pemberian kredit (*legal lending limit*).

Online store terpercaya di Indonesia yang menjadi contoh pada penelitian ini adalah:

- a. Grosir Tas dan Dompot Batam Cantik Murah
 - Berdiri tahun 2010
 - Tidak ada toko fisik,
 - Pemilik adalah seorang IRT,
 - Omset setahun ratusan juta rupiah,
 - Karyawan 2 orang,
 - Jumlah paket sehari > 30 paket,
 - Media jualan melalui Fanpage Facebook (5.000 liked).
 - Pelayanan konsumen melalui SMS dan Whatsapp
- b. Rumah Katun Babana
 - Berdiri tahun 2013,
 - Tidak ada toko fisik,
 - Pemilik adalah seorang IRT,
 - Omset setahun ratusan juta
 - Karyawan 8 orang,
 - Jumlah paket sehari > 50 paket,
 - Media jualan melalui Profil Facebook.

- Pelayanan konsumen melalui messenger facebook.

- c. Rok Jeans
 - Berdiri tahun 2013,
 - Tidak ada toko fisik
 - Pemilik adalah seorang IRT
 - Omset setahun ratusan juta
 - Karyawan 6 orang
 - Jumlah paket sehari > 50 paket,
 - Media jualan melalui Website dan Fanpage Facebook (200.500 liked).
 - Pelayanan konsumen melalui SMS, Whatsapp, messenger facebook dan order via web.

Bila melihat dari ketiga contoh *online store* diatas, prospek yang dimiliki oleh ketiganya sangatlah potensial. Omset penjualan yang besar dan terus berkembang, tidak kalah dengan perusahaan-perusahaan/UMKM lain yang memiliki surat-surat lengkap.

Dalam hal ini bank seharusnya dapat merangkul UMKM *online* sebagai konsumen, dengan membuat produk/ layanan yang sesuai. Fleksibilitas persyaratan sangat diperlukan untuk membuat fasilitas kredit bagi *online store* ini. Mengingat tidak adanya legalitas dan perizinan yang layak untuk mereka.

Bila melihat syarat-syarat umum dalam pengajuan KUR (Kredit Usaha Rakyat) dari bank adalah:

1. Usaha yang dijalankan termasuk dalam usaha produktif.
2. Dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan KUR ini antara lain identitas (KTP, kartu keluarga, keterangan domisili), legalitas usaha (akte pendirian usaha), ijin usaha (SIUP, TDP), laporan keuangan,

proposal usaha, dan persyaratan tambahan lain yang mungkin diminta oleh bank.

3. Setelah siap dengan usaha produktif dan dokumen-dokumen, datanglah ke kantor Bank yang menyalurkan KUR tersebut. Beberapa Bank yang ditunjuk pemerintah untuk menyalurkan KUR ini antara lain Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Tabungan Negara (BTN), Bank Mandiri, Bank Bukopin, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri (BSM).

Fleksibilitas yang dimaksud adalah dihilangkannya atau dikurangnya persyaratan pada poin dua yaitu pada Dokumen legalitas usaha (akte pendirian usaha) dan dokumen ijin usaha (SIUP, TDP). Pemilik *online store* juga adalah penduduk yang melek bank (*bankable*), mereka memiliki beberapa rekening bank aktif dengan frekuensi transfer yang sangat banyak sebagai alat pembayaran. Para pemilik *online store* juga sudah menggunakan layanan *mobile banking* dan *internet banking*. Sehingga tidak ada alasan bank untuk menolak mereka sebagai konsumen dalam hal perkreditan.

Bila dilihat lebih jauh kemampuan likuiditas dari *online store* sendiri juga sangatlah tinggi, bila merujuk pada tiga contoh *online store* yang telah dijabarkan di atas. Grosir Tas dan Dompot Batam Cantik Murah menerapkan laba bersih sebesar 10% dari produk yang dijualnya, *online store* ini menyetok sebagian besar barang yang dijual dan sebagian lagi menjadi distributor. Kain Katun Babana menerapkan laba bersih sekitar 15-20% dari per meter kain yang dijualnya, *online store* ini menyetok sendiri barang yang dijual dengan membeli barang langsung dari pabrik dengan satuan per bal/per gulung. Rokjeans mengambil laba bersih

4. Menyerahkan surat permohonan kredit usaha rakyat serta dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk mengajukan KUR tersebut pada pihak Bank.
5. Terakhir, Bank akan melakukan survei terhadap usaha Anda. Lalu Bank akan menilai apakah pengajuan KUR Anda layak atau tidak. Jika usaha Anda dinilai memenuhi syarat, maka pengajuan kredit Usaha ini akan disetujui dan segera cair.

50% dari produk yang dijual, *online store* ini membuat sendiri barang yang dijualnya. Dari keseluruhan contoh *online store* tidak memiliki hutang yang berarti.

Alasan para pemilik *online store* juga memerlukan layanan peminjaman kredit usaha sama saja dengan para pebisnis UMKM nyata, yaitu untuk meningkatkan dan memperkuat modal untuk mengembangkan usaha menjadi lebih besar dan luas melalui lembaga pendanaan yang legal. Pengembangan usaha yang lebih besar dan luas yang dimaksud adalah penambahan kuantitas dan variasi barang dagangan, penambahan jumlah karyawan, membuat *website* atau laman *online store* yang lebih canggih, bagus sekaligus menarik, mengiklankan *online store* diberbagai media agar dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak dan lain sebagainya.

Bank sebagai pihak penyedia dana juga bisa membuat persyaratan-persyaratan yang sesuai dengan *online store* sebagai konsumen yang potensial. Baik bank maupun *online store* bisa menerapkan simbiosis mutualisme yang sama-sama menguntungkan kedua belah pihak. Kekurangan *online store* sebagai UMKM yang tidak memiliki bentuk badan hukum yang jelas seharusnya tidak menjadi

penghalang bagi bank untuk membentuk atau menciptakan sebuah produk baru yang

unik dan akan menciptakan laba.

DAFTAR PUSTAKA

Anggriana, Agung. 2009. *Pelaksanaan Prinsip Literatur*. Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Ginting, Ramlan. 2005. *Pengaturan Pemberian Kredit Bank Umum*. Bandung: Diskusi Hukum “Aspek Hukum Perbankan, Perdata, dan Pidana Terhadap Pemberian Fasilitas Kredit Dalam Praktek Perbankan di Indonesia

Husnan, Suad & Muhammad, Suwarso. 2008. *Studi Kelayakan Proyek*. Yogyakarta: UPP SYIM YKPN.

Idroes, Ferry N. 2008. *Manajemen Risiko Perbankan “Pemahaman Pendekatan 3 Pilar Kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi dan Pelaksanaannya di Indonesia”*. Jakarta: Rajawali Pers.

Prasetyanto, Didik. 2011. *Perjanjian Kredit Perbankan Mikro Dalam Perspektif Pelindungan Hukum Terhadap Nasabah*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Zimmerer, Thomas W & Scarborough, Norman M. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Buku 1 dan 2*. Salemba Empat

Bisnisukm.com

www.bisnis.liputan6.com

www.startupbisnis.com