

ABSTRAK

Penerapan ICT sangat penting untuk UMKM agar bisa bertahan dan berkembang di era industry 4.0 saat ini. Serbuan teknologi digital merubah *landscape* bisnis di era *disruptif* ini di mana yang cepat akan membunuh yang lambat. Tentu perhatian pemerintah sangat besar dalam hal ini karena UMKM merupakan penggerak ekonomi penting bagi negara baik dari sisi kontribusi PDB maupun dari penyerapan tenaga kerja. Menteri Keuangan Sri Mulyani menyebutkan UMKM mampu menyerap 96% tenaga kerja, serta berkontribusi 60% terhadap PDB. Penguasaan market ICT segmen UMKM sangat penting bagi Telkom DBS. Setidaknya ada 2 alasan yaitu dari sisi potensi bisnis yang sangat besar dan dari sisi strategis yaitu kontribusi Telkom sebagai BUMN untuk memajukan UMKM sebagai motor utama ekonomi Indonesia. UMKM akan memiliki pondasi bisnis yang kuat jika didukung teknologi digital dan Telkom memiliki sumber daya yang cukup lengkap untuk mendukung digitalisasi tersebut. Keberhasilan Telkom DBS memenangkan market ICT UMKM akan berdampak *significant* bagi bisnis. Tapi kenyataannya revenue Telkom DBS tahun 2017-2018 tumbuh negatif -16% dengan *wallet share* hanya 10,5%. Sementara pada periode yang sama belanja ICT UMKM tumbuh 4%. Tujuan penelitian Tesis ini untuk meningkatkan pendapatan Telkom DBS sampai dengan 6 kali lipat dengan *wallet share* belanja ICT UMKM di atas 50% pada tahun 2022. Metode penelitian dilakukan dengan cara kualitatif dan kuantitatif melalui studi dokumen dan studi analisis terhadap perkembangan bisnis UMKM di Indonesia dengan didukung data survey terhadap UMKM. Hasil penelitian Tesis ini menghasilkan strategi terpilih yaitu pengembangan produk dan penetrasi pasar. Dan berdasarkan strategi tersebut disusun *strategic plan* Telkom DBS yaitu *Visi, Misi, Strategic Objectives, Business Objectives, Strategic Initiatives* dan *Core Values Perusahaan* serta *Program Kerja* 3 tahun ke depan dengan tema *Connectivity* (2020), *Expanding* (2021) dan *Winning* (2022).

Kata kunci: Telkom DBS dan UMKM, Produk ICT UMKM, Belanja ICT UMKM, UMKM Go Digital.

ABSTRACT

The application of ICT is very important for MSMEs to be able to survive and develop in the current industry 4.0 era. The invasion of digital technology is changing the business landscape in this disruptive era where the fast will kill the slow. Of course the government's attention is very large in this matter because MSME is an important economic driver for the country both in terms of GDP contribution and employment absorption. Finance Minister Sri Mulyani said MSMEs were able to absorb 96% of the workforce, as well as contribute 60% of GDP. Mastery of the ICT market for the MSME segment is very important for Telkom DBS. There are at least two reasons, namely from the side of a very large business potential and from the strategic side, namely the contribution of Telkom as a BUMN to advance MSMEs as the main motor of the Indonesian economy. MSMEs will have a strong business foundation if supported by digital technology and Telkom has sufficient resources to support the digitalization. The success of Telkom DBS in winning the MSME ICT market will have a significant impact on business. But in fact Telkom DBS revenue in 2017-2018 grew negative -16% with a wallet share of only 10.5%. While in the same period MSME ICT spending grew 4%. The purpose of this thesis research is to increase Telkom DBS revenue up to 6 times and the MSMEs ICT shopping wallet share above 50% in 2022. The research method is carried out in a qualitative and quantitative way through document studies and analytical studies of MSME business development in Indonesia, supported survey data on MSMEs. The results of this thesis research produce selected strategies, namely product development and market penetration. And referring to the strategy, Telkom DBS strategic plan is prepared namely Vision, Mission, Strategic Objectives, Business Objectives, Strategic Initiatives and Core Values of the Company and Work Programs for the next 3 years with the themes Connectivity (2020), Expanding (2021) and Winning (2022) .

Keywords: Telkom DBS and UMKM, ICT Product UMKM, ICT Spending UMKM, UMKM Go Digital.