

# Manfaatkan Digitalisasi Tekan Laju Urbanisasi

Pemberdayaan Pemuda Berbasis Teknologi  
oleh Komerce

Syaefullah Syeif | Surya Widiasti



# Manfaatkan Digitalisasi Tekan Laju Urbanisasi: Pemberdayaan Pemuda Berbasis Teknologi oleh Komerce

## Penulis

Syaefullah Syeif  
Surya Widiasti

## Editor

Surya Widiasti

## Desain Grafis

Tri Utami Rosemarwati

Diterbitkan oleh **Forbil Institute**

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak atau mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Forbil Institute.

## Cetakan Pertama

Dicetak di Yogyakarta, Indonesia  
ISBN

## Forbil Institute

Jl. Sunan Giri RT 01 / RW 25  
Tambakan, Sinduharjo, Ngaglik,  
Sleman, DI Yogyakarta 55581

**Telp:** +62 81578011199

**Email:** [forbil.jogja@gmail.com](mailto:forbil.jogja@gmail.com)



# Kata Pengantar

Fenomena urbanisasi bukanlah hal baru di Indonesia. Sejak puluhan tahun lalu banyak masyarakat dari berbagai daerah berbondong-bondong ke pusat kota untuk mendapatkan penghasilan yang lebih layak. Namun, selama puluhan tahun itu juga masalah yang timbul akibat urbanisasi belum menemukan solusi yang optimal.

Era digital saat ini membuka peluang bagi siapapun untuk turut mengambil bagian dalam persaingan pasar tanpa batas (*borderless*). Setiap orang bisa mendapatkan keuntungan dengan terhubung internet. Inovasi yang dihadirkan Komerce patut diapresiasi. Selain memberikan layanan pendukung pengembangan bisnis UMKM secara online, Komerce turut memberi contoh mengatasi masalah urbanisasi.

Dalam e-book ini kita bias mengetahui perjalanan Komerce dan catatan pentingnya dalam memberdayakan para pemuda di desa. Internet terbukti memberi sisi positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat dari berbagai lapisan. Akhir kata, selamat melanjutkan jejak manfaat dari buku ini.

**Dr. Nanang Pamuji Mugasejati**

**Direktur Forbil Institute**

# Executive Summary

Fenomena urbanisasi tidak hanya membawa tantangan bagi kota yang dituju, bagi daerah yang ditinggalkan pun urbanisasi memberikan pekerjaan rumah baru. Pasalnya, perpindahan penduduk usia produktif membuat daerah mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi. Akibatnya, daerah yang ditinggalkan menjadi didominasi kelompok penduduk tidak produktif seperti lansia, anak-anak, dan wanita yang tidak berpenghasilan. Digitalisasi membawa angin segar dalam mengatasi problematika urbanisasi. Melalui digitalisasi sebagian besar aktivitas masyarakat beralih memanfaatkan platform online, termasuk di dalamnya dalam aktivitas ekonomi.

Era digital memungkinkan operasional usaha dapat dilakukan dari daerah asal, tidak lagi harus berpindah mengikuti lokasi pasar yang dituju. Selain itu, pertumbuhan iklim positif usaha di daerah juga membuka peluang lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Peluang ini ditangkap dengan baik oleh Komerce untuk membantu memaksimalkan pengelolaan usaha secara *online* sekaligus memberi ruang bagi talenta-talenta muda untuk memperoleh pekerjaan berpendapatan layak dengan *digital skill* yang dimiliki sehingga tidak perlu lagi harus merantau ke kota-kota besar untuk bekerja. Inspirasi ini patut diperluas, sehingga era digitalisasi saat ini benar-benar dimanfaatkan untuk penyerapan tenaga kerja yang optimal dan pemerataan pertumbuhan ekonomi di seluruh daerah di Indonesia.

# Daftar Isi

- 6** Fenomena urbanisasi di Indonesia
- 10** Tantangan Urbanisasi dan Peluang Era Digital
- 14** Serap Talenta Muda Setempat ala Komerce
  - Tentang Komerce
  - Layanan Komerce
- 18** Mengulik Peluang Baru dari Era Serba Digital
- 21** Manajemen Pekerja dalam Jasa Bisnis *Online*
- 24** Mengulas Tantangan Pemberdayaan
- 26** Catatan Keberhasilan Komerce dalam Menekan Laju Urbanisasi
- 29** Tips dan Trik Berbisnis Online dari Desa
- 31** Profil Penulis
- 32** Daftar Pustaka

# Fenomena Urbanisasi di Indonesia

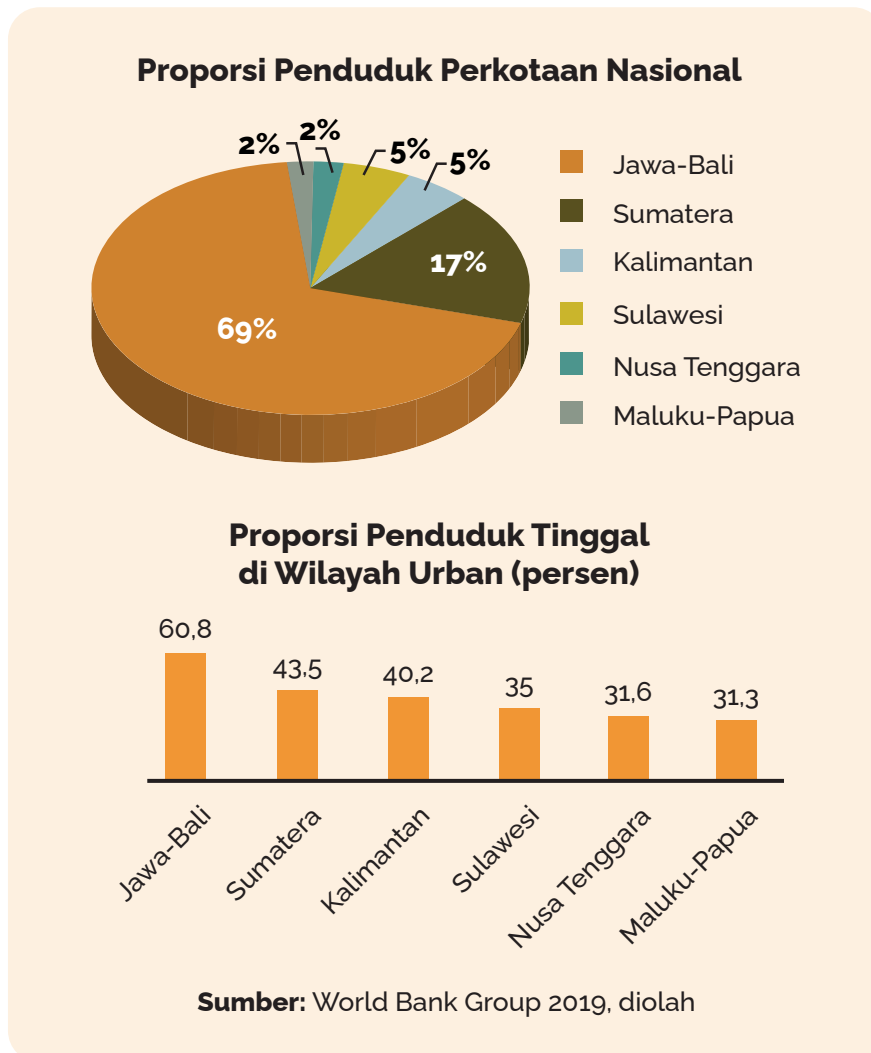
Istilah urbanisasi kerap didengar dalam pembahasan mengenai kependudukan. Sejak jenjang sekolah dasar, para siswa telah diperkenalkan dengan makna urbanisasi sebagai perpindahan penduduk dari desa ke kota. Namun, urbanisasi sesungguhnya memiliki makna yang lebih luas daripada itu.

- **Ensiklopedia Nasional Indonesia** menjelaskan urbanisasi sebagai peningkatan proporsi penduduk yang tinggal di kawasan perkotaan.
- **J. H. de Goede** menjelaskan urbanisasi sebagai proses penambahan penduduk pada suatu wilayah perkotaan (urban) ataupun proses transformasi suatu wilayah berkarakter pedesaan (rural) menjadi wilayah berkarakter urban.
- **Prof.Dr.Herlianto** menjelaskan urbanisasi sebagai pertumbuhan daerah pertanian atau pedesaan menjadi perkotaan yang ditunjukkan dengan perubahan dari sisi keterampilan, gaya (style), dan aktivitas ekonomi penduduk.

Definisi di atas merujuk pada pemaknaan fenomena urbanisasi sebagai proses perubahan menjadi penduduk berkarakter perkotaan, baik melalui proses perpindahan penduduk dari desa ke kota maupun perubahan desa menjadi kota itu sendiri. Namun, perubahan yang membawa tantangan besar bagi kondisi demografi ke dua wilayah (urban dan rural) adalah adanya perpindahan penduduk usia produktif dari daerah pedesaan ke kawasan perkotaan.

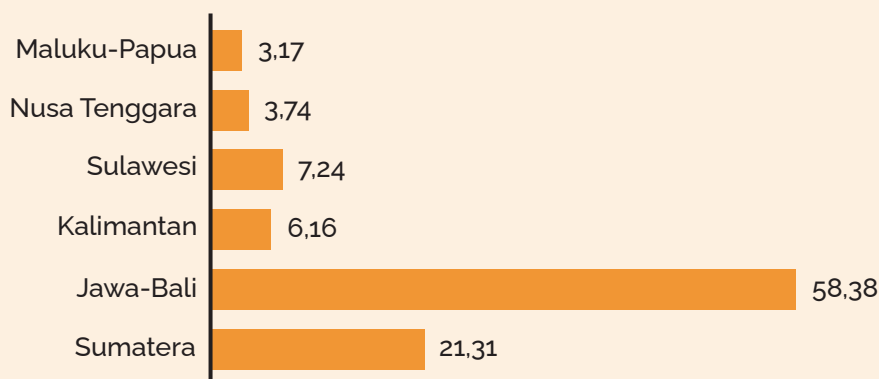
## Update Kondisi Kependudukan di Indonesia

Berikut ini adalah gambaran fenomena urbanisasi yang terjadi di Indonesia:



Data di atas menunjukkan total penduduk Indonesia yang tinggal di wilayah perkotaan terkonsentrasi di wilayah Jawa-Bali dan Sumatera. Kota-kota di wilayah tersebut seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang memang menjadi tujuan urbanisasi dari berbagai daerah lain. Fenomena urbanisasi ini diperkuat dengan data proporsi penduduk yang tinggal di kawasan urban pada masing-masing wilayah, lebih dari setengah penduduk Jawa-Bali tinggal di daerah perkotaan.

### Sebaran Wilayah Tinggal Penduduk Usia Produktif di Indonesia (persen)



**Sumber:** Badan Pusat Statistik 2020, diolah

Lebih lanjut, penduduk usia produktif turut terkonsentrasi di wilayah Jawa-Bali dan sebagian Sumatera. Banyaknya penduduk usia produktif turut mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah ini. Data Badan Pusat Statistik 2021 menyebut aktivitas ekonomi di pulau Jawa berkontribusi hingga 57 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Pada periode yang sama aktivitas ekonomi di pulau Sumatera sebesar 21,95 persen, Kalimantan 8,32 persen, Sulawesi 6,98 persen, dan Maluku-Papua 2,45 persen terhadap PDB nasional. Artinya, ada kecenderungan kontribusi daerah lain sebagai kawasan yang ditinggalkan penduduk untuk urbanisasi mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih lambat.



Tantangan tersebut tidak lepas dari kemunculan dampak urbanisasi bagi kawasan yang dituju yaitu kawasan urban dan kawasan yang ditinggalkan yaitu kawasan rural. Perpindahan penduduk yang masif ke kawasan urban berpotensi membuat kawasan ini mengalami kepadatan penduduk yang tinggi, akibatnya meliputi banyak aspek:



Kenaikan tingkat pengangguran, terutama bagi penduduk yang tidak memiliki keterampilan khusus.



Melambungnya harga rumah tinggal yang layak.



Kemacetan dan polusi akibat melonjaknya kendaraan.



Meningkatkan risiko kejahatan.

Selain itu, bagi wilayah yang ditinggalkan juga turut terdampak. Wilayah tersebut kehilangan kelompok penduduk usia produktif yang akibatnya:



Pertumbuhan ekonomi terhambat akibat suplai tenaga kerja produktif berkurang.



Ketersediaan sumber daya manusia yang terampil semakin terbatas.



Sektor agraris di pedesaan kesulitan berkembang.



Keterbatasan penduduk usia produktif membuat tidak ada inovasi yang mendukung perkembangan hidup penduduk pedesaan.

# Tantangan Urbanisasi dan Peluang Era Digital

Urbanisasi menawarkan peluang penghasilan yang lebih baik dibandingkan tingkat upah di pedesaan. Magnet inilah yang membuat banyak orang menggantungkan hidupnya di kota-kota besar. Namun, melihat dampak urbanisasi baik bagi kawasan urban maupun daerah yang ditinggalkan, laju urbanisasi di Indonesia harus dapat disikapi dengan lebih baik. Pasalnya, kenaikan penduduk di perkotaan sebesar 1 persen hanya memberikan peningkatan PDB per kapita sebesar 1,4 persen. Angka ini relatif kecil dibandingkan China dan negara-negara Asia Timur dan Pasifik lainnya (Nawasis, 2020).

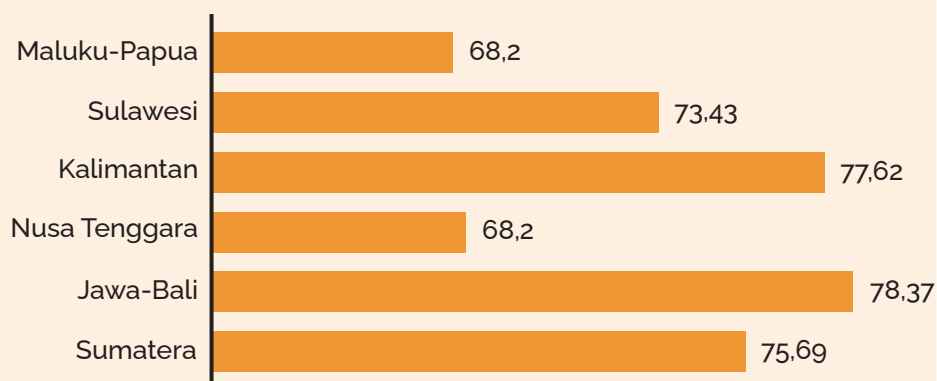
Sebuah tanda tanya besar apakah dampak yang ditimbulkan dari fenomena urbanisasi di Indonesia sebanding dengan manfaat secara ekonomi yang dihasilkan. Untuk itu, perlu melihat alternatif lain untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang merata di seluruh daerah dan menekan laju perpindahan penduduk terkonsentrasi di kota-kota besar.



## Peluang Baru Era Digital

Pada era serba digital ini, internet telah menjelma menjadi kebutuhan sekunder bahkan kebutuhan primer bagi sebagian kalangan. Berbagai pekerjaan telah menuntut rekam kinerja harian secara online. Didukung tingkat penetrasi internet di seluruh wilayah Indonesia pun menunjukkan angka yang cukup baik, era digital harus dimanfaatkan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

**Rata-rata Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2022**



**Sumber:** Profil Internet Indonesia 2022 oleh APJII, diolah

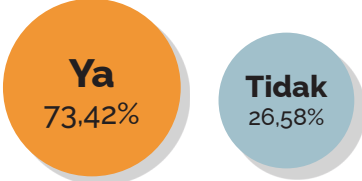


Kebutuhan layanan serba digital juga telah mendorong perubahan model bisnis pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut laporan Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini mendominasi perekonomian Indonesia hingga 61 persen terhadap PDB dan menyerap hingga 97 persen dari total tenaga kerja. Pemerintah pun telah mendorong UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan dunia digital melalui program UMKM Go Digital. Adaptasi sektor ini dikonfirmasi dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2022 sebagai berikut:

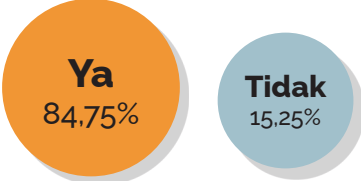
### Penggunaan Internet oleh UMKM



### UMKM yang Memiliki Akun Penjualan pada *Market Place*



### Penggunaan Media Sosial untuk Menjual Produk Barang/Jasa



Era digital telah mengubah model bisnis pada berbagai skala usaha. Saat ini, pemasaran melalui media sosial dan marketplace lebih diandalkan daripada metode pemasaran konvensional. Tingginya penggunaan internet sekaligus mendorong banyaknya orang yang memiliki akun media sosial dan marketplace sehingga promosi melalui ke dua platform tersebut jauh lebih tepat sasaran. Iklan dapat diatur sedemikian rupa hingga menyasar karakter pasar yang sesuai dengan produk yang dijual, tentu dengan biaya yang lebih murah. Hal ini yang membuat banyak UMKM memilih menekankan pasar online untuk mendukung perkembangan bisnisnya.

Perubahan ini membuka peluang bagi generasi muda yang lebih familiar dengan penggunaan internet dan perkembangan teknologi untuk ikut mengambil peluang. Masalah yang ditimbulkan arus urbanisasi seperti kehilangan penduduk usia produktif di daerah hingga kepadatan penduduk di kawasan urban dapat diatasi sekaligus. Melalui internet, setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses pasar yang lebih luas. Sebuah startup asal Purbalingga, Jawa Tengah mampu memanfaatkan peluang ini dengan baik untuk memberdayakan masyarakat sekitar. Simak kisahnya pada bab selanjutnya.



# Serap Talenta Muda Setempat ala Komerce



**Satriyo**  
CTO & Co-founder

**Novi Bayu Darmawan**  
CEO & Founder

**Syaefullah**  
CGO & Co-founder

---

Komerce adalah perusahaan rintisan (startup) penyedia jasa pendukung UMKM dan pebisnis online dengan mengusung konsep *end-to-end e-commerce enabler*.

# Tentang Komerce



Komerce memulai perjalanannya sejak 2017 dengan nama Kampung Marketer. Novi Bayu Darmawan atau yang lebih akrab disapa Bayu menggagas gerakan pengentasan kemiskinan melalui pelatihan digital marketing untuk pemuda desa hingga siap dan layak diberdayakan untuk membantu para UMKM di Indonesia. Bayu sudah berkecimpung selama 9 tahun di dunia bisnis online. Berbekal ilmu dan semangat memajukan masyarakat sekitarnya, Bayu memutuskan resign dari profesinya sebagai ASN di Kementerian Keuangan untuk kembali ke kampung halaman dan memberdayakan pemuda setempat di Purbalingga, Jawa Tengah.

Tiga tahun kemudian, pada akhir 2020 Kampung Marketer berkembang menjadi sebuah startup bernama Komerce di bawah badan hukum PT Kampung Marketer Indo Berdaya. Pada proses transformasi ini lah Syaefullah Syeif yang sebelumnya telah berkarir di startup Grab Indonesia turut bergabung bersama Bayu untuk membangun dan membesarkan Komerce. Syeif kini menjabat sebagai Chief Growth Officer.

Saat awal berdiri, Komerce hanya memiliki satu layanan yaitu Komtim, penyedia jasa talent professional dengan jumlah tim kurang lebih 20 orang. Seiring berjalannya waktu jumlah tim Komerce sebanyak 60 orang dengan komposisi 30% diantaranya adalah tim bidang teknologi.



Perkembangan Komerce menjadi sebuah startup membawa misi yang lebih besar lagi yaitu menjadi sebuah platform yang dapat diandalkan oleh UMKM dalam pengembangan bisnis berbasis online dengan menyediakan banyak pilihan layanan yang dibutuhkan. Misi pemberdayaan tetap tidak berubah. Komerce berharap dapat memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi generasi muda di desa-desa seluruh Indonesia untuk mendapatkan akses pekerjaan di bidang digital marketing.

## Layanan Komerce

Komerce ingin menjadi end-to-end e-commerce enabler, artinya komerce ingin menjadi jasa pilihan UMKM dan pebisnis online dalam mengembangkan dan menyelesaikan permasalahan bisnis mereka dari hulu ke hilir dengan solusi yang lebih praktis dan tentunya berbiaya rendah.



Ada 3 (tiga) layanan yang dihadirkan oleh Komerce saat ini, yaitu Komtim, Komship, dan Kompack. Setiap layanan bergerak pada bidang yang berbeda namun tetap dalam rangkaian proses bisnis online. Berikut ini adalah penjelasan untuk masing-masing layanan tersebut:



## Komtim

Komtim adalah penyedia jasa talent Customer Service, Advertiser, dan Admin Marketplace. Kualitas talent didukung oleh tenaga pengajar berpengalaman dan kurikulum yang *up-to-date*. Oleh sebab itu, kemampuan talent Komtim siap disalurkan untuk membantu meningkatkan bisnis online dan UMKM.



## Komship

Komship adalah platform agregator penyedia jasa pengiriman paket orderan dengan konsentrasi peningkatan layanan COD. Layanan ini didukung fitur unggulan berupa input order pengiriman masal, tarik data secara otomatis dan mudah, serta pemantauan kendala pengiriman secara berkala.



## Kompack

Kompack adalah agregator layanan jasa pergudangan. Layanan ini menjawab masalah keterbatasan tempat dan biaya untuk menyediakan fasilitas gudang sendiri dan ketiadaan waktu dalam mengurus penyimpanan hingga pengemasan barang yang sering dialami pelaku bisnis online.



# Mengulik Peluang Baru dari Era Serba Digital

Komerce membawa misi untuk memberdayakan para pemuda desa melalui kemampuan digital marketing. Bayu melihat masalah urbanisasi yang terjadi di kampung halamannya, Purbalingga. Banyak pemuda yang harus meninggalkan rumah mereka untuk merantau ke kota-kota besar demi mendapatkan pekerjaan. Sebab sektor pertanian yang menjadi andalan perekonomian daerah umumnya memiliki gap antara kebutuhan tenaga kerja pertanian dengan kemampuan yang dimiliki para pemuda. Akibatnya, para pemuda lebih tertarik untuk bekerja di kota-kota besar demi mendapat standar upah yang lebih tinggi.

Bayu yang telah lebih dulu terjun dalam dunia bisnis online selama merantau di Ibu Kota, tergerak untuk membantu menciptakan lapangan pekerjaan berbasis teknologi bagi para pemuda di desanya. Baginya, internet adalah buah dari perkembangan teknologi yang membuat setiap orang punya kesempatan untuk turut mendulang keuntungan bisnis online. Keyakinan inilah yang coba ditularkan Bayu kepada masyarakat sekitar tempat tinggalnya. Cikal bakal Komerce, Kampung Marketer, mengusung konsep social enterprise. Ada tiga dampak sosial yang ingin dicapai oleh Bayu dan tim, yaitu:



Mengurangi pengangguran usia muda di desa



Mengurangi urbanisasi pada kelompok usia muda



Menciptakan pengusaha muda desa di bidang teknologi

Misi tersebut adalah representasi nyata pemanfaatan teknologi untuk menurunkan permasalahan sosial yang ada di masyarakat. Untuk mewujudkan misi ini, Komerce memiliki strategi pemberdayaan sendiri dengan fokus pada pengembangan skill digital marketing bagi kalangan muda. Namun, sebagai sebuah entitas bisnis, Komerce tetap harus mengutamakan kualitas layanan yang diberikan. Sumber daya manusia (SDM) menjadi kunci penting dalam perjalanan bisnisnya. Komitmen untuk menjadi end-to-end e-commerce enabler membutuhkan tim yang solid dan berkualitas.

- **Ubah Tantangan Jadi Peluang**



Internet seperti pisau bermata dua, di satu sisi membuka peluang pekerjaan baru, di sisi lain menghapus kebutuhan beberapa jenis pekerjaan. Untuk menyiasati hal ini, Komerce mengambil konsep menciptakan peluang berdasarkan kebutuhan. Proses *development* produk selalu melibatkan data-data kebutuhan user sehingga produk atau layanan yang ditawarkan nantinya sudah sesuai dengan kebutuhan sebenarnya.

Pergeseran beberapa peluang pekerjaan menjadi kearah pemanfaatan teknologi sebuah hal yang tidak dapat dihindari, namun Komerce selalu berusaha melihat celah solusi dengan mengembangkan layanan yang lebih dapat dijangkau dengan mudah oleh banyak lapisan.

- **Utamakan Kualitas Layanan Bukan Hanya Cerita**



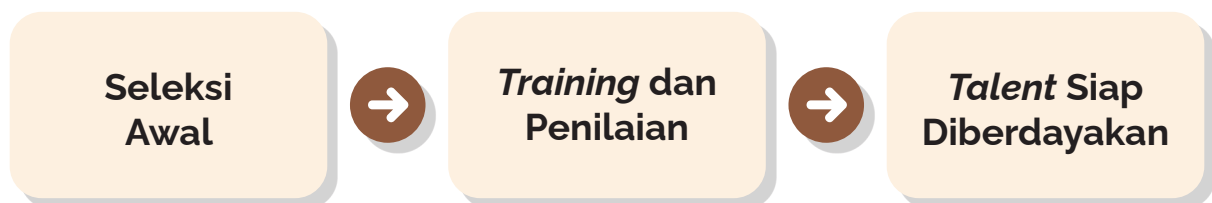
Perkembangan teknologi memungkinkan siapapun untuk ikut bersaing dan mendapatkan *benefit*. Catatan penting dalam era digital saat ini adalah terus utamakan kualitas layanan dan fitur yang dihadirkan. Inovasi yang ditawarkan harus mampu bersaing dengan kualitas yang dibawa. Latar belakang cerita inovasi dari desa bukan menjadi satu-satunya andalan untuk memenangkan persaingan. Hal terpenting adalah memastikan kualitas sesuai kebutuhan user. Komerce terbukti mampu bersaing dengan platform lain berbekal inovasi layanan yang dihadirkan.

# Manajemen Pekerja dalam Jasa Bisnis *Online*

Bergerak dalam bisnis yang mengandalkan layanan online memiliki tantangan tersendiri. Kebijakan platform e-commerce, algoritma, dan kondisi pasar yang begitu dinamis membuat layanan-layanan yang dihadirkan penyedia jasa seperti Komerce untuk dapat beradaptasi dengan cepat. Oleh sebab itu, manajemen pekerja yang tepat menjadi syarat mutlak untuk menghadapi dinamika tersebut. Beberapa tips berdasarkan pengalaman Komerce berikut ini:

- **Temukan Talenta Sesuai Kebutuhan**

Berikut ini adalah cara Komerce menemukan talenta yang berkualitas untuk mendukung proses bisnisnya:



Kunci untuk menemukan talenta yang tepat adalah adanya proses seleksi. Komerce menerapkan proses seleksi yang berlapis untuk mendapatkan talent yang sesuai kriteria. Proses seleksi ini diikuti juga dengan proses training yang berjalan secara komprehensif dari kebutuhan dan skill dasar hingga skill yang dikatakan layak dan komersial. Setiap proses training diikuti dengan penilaian yang cukup ketat hingga keputusan talent untuk layak diberdayakan sangatlah kompetitif. Hasilnya, semua talent yang siap diberdayakan telah benar-benar teruji dapat diandalkan.

- **Sesuaikan Kemampuan Talent dengan Kebutuhan User**

Kommerce menawarkan jasa talent Customer Service, Advertiser, dan Admin Marketplace yang akan ditempatkan sesuai kebutuhan user. Ketepatan pemilihan talent memiliki peran penting dalam mendukung proses bisnis user yang lebih optimal. Proses *matching talent* ini menitikberatkan pada 2 (dua) proses berikut:



Proses analisa user dilakukan dengan diskusi intensif terkait kondisi bisnis, kesanggupan dan keadaan finansial hingga mengerucut pada karakteristik talent yang dibutuhkan. Identifikasi kebutuhan user dengan tepat akan memudahkan Kommerce untuk memilihkan talent terbaik sesuai kriteria yang dibutuhkan.

Di sisi lain, para talent ini selalu diberikan pelatihan skill sesuai standar yang saat ini dibutuhkan user. Kommerce selalu melakukan *update and upgrade skill* bagi para talent termasuk yang sudah diberdayakan untuk selalu mengikuti perkembangan kebutuhan user terkini.

Selain terus menjaga standar *skill* para talent agar memenuhi kebutuhan user terkini, Komerce juga menerapkan prinsip rekam jejak talent saat proses *matching* ini. Komerce mempertimbangkan pengalaman talent pada sebelumnya untuk memaksimalkan pengalaman yang sudah dimiliki sehingga kinerjanya dapat lebih optimal. Sebagai contoh, *talent* yang berpengalaman sebagai *customer services* produk wanita akan lebih baik untuk dipasangkan dengan user yang juga berbisnis produk-produk wanita.

### ● **Solusi Ketiadaan Talent yang Sesuai Kebutuhan**

Masalah ketiadaan sumber daya manusia yang memiliki kapabilitas pada skill tertentu yang dibutuhkan bukanlah perkara baru dalam dunia bisnis. Demikian pula bagi Komerce, saat menghadapi permasalahan tersebut Komerce memperluas jaringan talent dengan ekspansi bisnis ke Yogyakarta. Ekspansi ini dilakukan untuk mendapatkan talent yang sesuai standar kebutuhan untuk beberapa skill yang lebih tinggi. Sejak 2021 lalu, akhirnya Komerce memutuskan untuk talent Admin Marketplace khusus dibuka untuk pemuda di Yogyakarta dengan pertimbangan kualitas SDM yang lebih mumpuni.

### ● **Menjaga Profesionalitas dan Loyalitas Pekerja**

Berdasarkan pengalaman bergerak dalam bisnis jasa secara online, Komerce memiliki trik khusus untuk menjaga profesionalitas dan loyalitas para karyawannya melalui beberapa cara berikut:



Pemenuhan hak-hak karyawan sesuai peraturan



Adanya apresiasi (insentif) untuk karyawan yang berdedikasi tinggi



Peluang pengembangan karir



Fasilitas penunjang pekerjaan yang memadai

# Mengulas Tantangan Pemberdayaan

Bergerak di bisnis jasa pendukung UMKM secara online dengan lingkup wilayah pedesaan memiliki tantangan tersendiri. Pada fase awal perjalanan Komerce sebagai komunitas Kampung Marketer, ada beberapa tantangan baik internal maupun eksternal yang harus dihadapi sebagai berikut:

## Tantangan Internal

Tantangan internal adalah tantangan yang timbul dari lingkungan masyarakat setempat.

- a** Tingkat pendidikan masyarakat yang masih rendah
- b** Jenis pekerjaan cenderung homogen di sektor pertanian
- c** Belum ada pemahaman yang baik mengenai potensi pemanfaatan internet
- d** Kesulitan mendapatkan dukungan orang tua untuk pekerjaan anaknya di bidang digital
- e** Adanya informasi tidak benar tentang komunitas Kampung Marketer di kalangan masyarakat

Masalah internal ini berdampak pada kesulitan mendapatkan talent untuk diberdayakan. Seringkali kuota pelatihan talent tidak terpenuhi sehingga sumber daya untuk pelatihan menjadi kurang efisien. Untuk menghadapi kondisi ini, tidak bisa mengandalkan penjelasan kepada masyarakat. Namun harus diberikan bukti nyata manfaat yang diperoleh dari para pemuda yang bergabung.

Titik perubahan saat gaji pertama telah diterima. Masyarakat melihat sendiri para pemuda yang lebih dahulu bergabung di komunitas Kampung Marketer mendapatkan penghasilan yang layak tanpa harus merantau jauh ke kota, perlahan dukungan dari masyarakat akan berdatangan. Para pemuda lah yang kini mendatangi Komerce untuk mendapatkan pekerjaan.



## Tantangan Eksternal

Tantangan eksternal adalah tantangan yang timbul dari keadaan infrastruktur di daerah.

- a** Belum ada jaringan internet (wifi) yang sesuai standar nasional
- b** Banyak kendala teknis saat beroperasi dengan internet lokal

Kendala eksternal ini berhasil teratasi setelah masifnya perkembangan jaringan internet di Indonesia beberapa tahun terakhir. Komerce dapat fokus pada pengembangan layanan bisnis bukan lagi berkutat pada kendala teknis.



# Catatan Keberhasilan Komerce dalam Menekan Laju Urbanisasi

Secara kuantitas, jumlah pemuda yang berhasil diberdayakan oleh Komerce tidak mengalami peningkatan signifikan dari masa-masa saat beroperasi di bawah komunitas Kampung Marketer. Namun, dari sisi kualitas pemuda yang terlibat mengalami peningkatan yang menggembirakan dari beberapa aspek:



## ● **Tingkat Pendidikan Semakin Meningkat**

Saat awal berdiri sebagai komunitas, Kampung Marketer membuka peluang sebanyak-banyaknya bagi pemuda untuk bergabung. Tanpa melihat latar belakang pendidikan, usia, maupun jenis kelamin. Semakin lama, pemuda yang bergabung memiliki latar belakang pendidikan yang lebih baik, minimal SMA/ sederajat.

Komerce turut memberikan kesempatan mendapatkan penghasilan yang cukup untuk membantu membiayai pendidikan para talent sendiri maupun keluarganya. Bahkan untuk kantor cabang Yogyakarta justru didominasi oleh lulusan sarjana. Para pemuda telah melihat peluang kerja yang menjanjikan di daerahnya sendiri tanpa harus merantau ke kota besar.

- **Memberi Kesempatan Bagi Penyandang Disabilitas untuk Berkarya**

Konsep *remote working* dapat dengan mudah diterapkan bagi pelaku usaha berbasis online. Manfaat ini turut dirasakan bagi para penyandang disabilitas yang bergabung menjadi talent Kommerce. Pekerjaan dapat diselesaikan tanpa harus banyak mobilitas memberi kesempatan bagi mereka untuk hidup mandiri.

- **Laki-laki dan Perempuan di Desa Kini Miliki Kesempatan Berpendapatan Layak**

Sebelumnya, mata pencaharian para pemuda memiliki pola yang khas. Bagi perempuan, mayoritas bekerja sebagai karyawan toko, berdagang, Bertani, maupun menjadi buruh pabrik. Bagi laki-laki, pilihan antara bertani atau merantau ke kota besar. Namun, karena latar belakang pendidikan, saat merantau ke kota pun jenis pekerjaan yang diperoleh juga berjenis pekerjaan kerah biru. Artinya, upah yang diperoleh pun juga standar upah minimum setempat. Oleh sebab itu, adanya Kommerce memberikan peluang bagi laki-laki maupun perempuan untuk mendapatkan penghasilan yang layak tanpa harus merantau ke kota besar.

- **Fenomena Kembali ke Desa Semakin Marak**

Adanya kesempatan untuk bekerja pada bidang digital marketing di kampung halaman sendiri rupanya menjadi daya tarik banyak talent Kommerce memilih pulang dari perantauan. Umumnya disebabkan keinginan untuk dapat berkumpul bersama keluarga yang turut didukung dengan peluang pendapatan layak yang menjanjikan membuat fenomena ini sering ditemui pada para talent Kommerce.

Selain itu, Kommerce juga membuka jenjang karir bagi siapapun yang mampu berkembang. Tentu bukan hal mudah untuk menemukan tempat kerja di desa yang membuka peluang besar untuk tumbuh dan berkembang.

## ● Fenomena Kembali ke Desa Semakin Marak

Adanya kesempatan untuk bekerja pada bidang digital marketing di kampung halaman sendiri rupanya menjadi daya tarik banyak talent Komerce memilih pulang dari perantauan. Umumnya disebabkan keinginan untuk dapat berkumpul bersama keluarga yang turut didukung dengan peluang pendapatan layak yang menjanjikan membuat fenomena ini sering ditemui pada para talent Komerce.

Selain itu, Komerce juga membuka jenjang karir bagi siapapun yang mampu berkembang. Tentu bukan hal mudah untuk menemukan tempat kerja di desa yang membuka peluang besar untuk tumbuh dan berkembang.

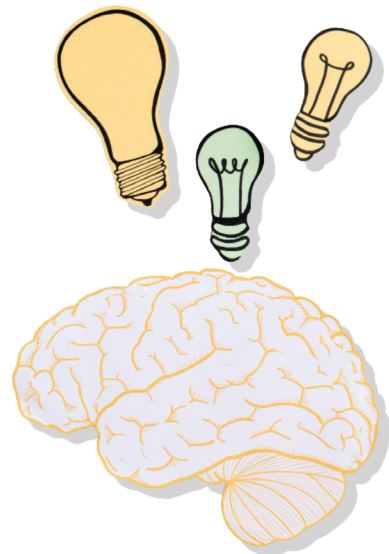


# Tips dan Trik Berbisnis Online dari Desa

Perkembangan infrastruktur saat ini telah semakin baik. Jaringan internet telah tersebar merata ke berbagai penjuru desa. Artinya infrastruktur kini bukan lagi hambatan untuk memulai bisnis online, namun Kommerce memiliki beberapa catatan tips dan trik bagi pembaca yang tertarik berbisnis online dari desa berikut ini:

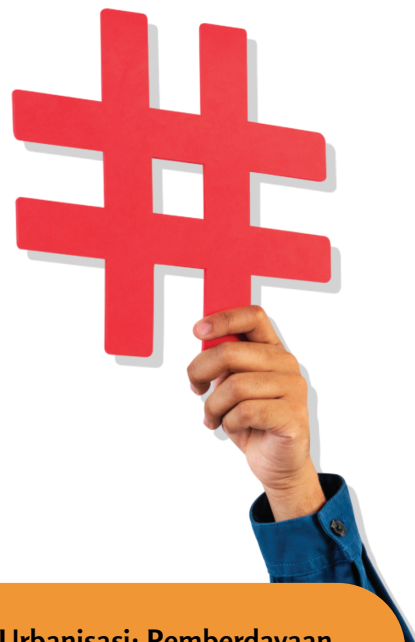
- **Perbanyak Wawasan Tentang Bisnis Online**

Manfaatkan teknologi yang ada bukan hanya untuk menyelesaikan masalah teknis saja, melainkan harus dimaksimalkan untuk menggali ide-ide baru yang bermanfaat untuk proses bisnisnya. Perbanyak wawasan dengan belajar dari orang-orang yang lebih berpengalaman dalam bisnis *online* melalui internet.



- **Ikuti Tren Saja Dulu**

Ikuti tren yang ada berguna untuk mendapatkan data perilaku konsumen. Data inilah yang selanjutnya dapat dianalisa untuk menentukan langkah bisnis selanjutnya.



- **Selalu Ikuti Perkembangan dan Kebutuhan Pasar**

Dunia digital berkembang sangat cepat dan pesat. Termasuk pola pemanfaatan platform digital yang sangat cepat berubah. Untuk itu, sangat penting untuk terus beradaptasi dengan perkembangan kebutuhan pasar yang disasar. Sebagai contoh, kini konsumen e-commerce sudah mulai beralih ke platform lain dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Kecepatan perubahan ini harus diikuti oleh para pelaku bisnis online dengan baik baik dalam aspek layanannya maupun cara mengenalkan produk pada konsumen.



# Profil Penulis

## Syaefullah Syeif

Syaefullah, atau yang lebih akrab disapa Syeif, saat ini menjabat sebagai Co-Founder dan juga Chief Growth Officer sebelumnya memiliki karir diberbagai start up besar seperti salah satunya Grab Indonesia. Bergabung pada tahun 2021 di momen perubahan Kampung Marketer menjadi start up bernama Komerce. Syeif memiliki ketertarikan dalam bidang technopreneur dan berharap manfaat perkembangan teknologi dapat dirasakan oleh setiap generasi muda di Indonesia.



## Surya Widiasti

Surya Widiasti lulus dari program studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada pada tahun 2020 dengan gelar Sarjana Ilmu Ekonomi. Saat ini Asti bekerja sebagai Peneliti di Forbil Institute sejak tahun 2021. Asti memiliki ketertarikan besar pada pengembangan perekonomian masyarakat khususnya berbasis komunitas.



# Daftar Pustaka

- Aninsi, Niken. (2021). Faktor Pendorong dan Dampak Urbanisasi bagi Desa dan Kota. Diakses 26 Oktober, 2022, dari <https://katadata.co.id/intan/berita/61cc182d8cb46/faktor-pendorong-dan-dampak-urbanisasi-bagi-desa-dan-kota>.
- APJII dan SRA Consulting. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Faqir, Aninsyah. (2021). Kontribusi PDB Pulau Jawa, Bali dan Nusa Tenggara Turun di Kuartal III 2021 Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4703295/kontribusi-pdb-pulau-jawa-bali-dan-nusa-tenggara-turun-di-kuartal-iii-2021>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (5 Mei 2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia (Siaran Pers). <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- NAWASIS. (2020). Urbanisasi di Indonesia. National Water & Sanitation Information Services. <https://www.nawasis.org/portal/galeri/read/urbanisasi-di-indonesia/51863>
- Ritchie, Hannah., Roser, Max. (2018). Urbanization. Our World in Data. <https://ourworldindata.org/urbanization>.
- Sari, Nike A. (2 Januari 2022). Nofi Bayu Darmawan: Cegah Urbanisasi lewat Kampung Marketer Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/weekend/461732/nofi-bayu-darmawan-cegah-urbanisasi-lewat-kampung-marketer>



FORBIL  
INSTITUTE

BILLING FOR THE FUTURE, NOW

