

STRATEGI PEMBERDAYAAN GENERASI *MILLENIALS* PERDESAAN DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DESA DI INDONESIA

STRATEGIES FOR EMPOWERING RURAL MILLENNIAL GENERATION IN ENCOURAGING THE GROWTH OF VILLAGE DIGITAL ECONOMY IN INDONESIA

Rosita Novi Andari
Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Pemetaan
Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Puslatbang PKASN)
Lembaga Administrasi Negara
Sumedang, Indonesia
rositanovi@gmail.com

Susy Ella
Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Pemetaan
Kompetensi Aparatur Sipil Negara (Puslatbang PKASN)
Lembaga Administrasi Negara
Sumedang, Indonesia
susyella.lan@gmail.com

Abstract

Indonesia's demographic bonus in 2020-2024 is the momentum to improve the quality of millennial generation in order to become excellent human resources and the main actors in village development. Millennial generation is expected to be excellent human resources and the main actors in development, including village development. The smart village model is an innovative solution that puts forward innovation and technology utilization to transform villages into independent villages and improve the quality of people's lives. Smart villages are expected to reduce the rate of urbanization and reduce the digital divide in Indonesia. The smart village can be developed by encouraging digital economic growth through empowerment of millennial generation in rural areas. This study aims to analyze how the strategy to develop the digital economy of the village and the strategy of empowering village millennial generation. This research using a descriptive qualitative research approach, through data collection techniques documentation and interviews, data analysis through content analysis and interactive analysis, and data validity with triangulation of data sources. The results of this study are the formulation of seven strategies for village digital economic development and ten strategies for empowering rural millennial generation. The strategy of empowering rural millennial generation should be integrated into the implementation of the village community empowerment policy in 2020 both through the use of village funds and village assistance. It aims to accelerate the development of the village digital economy for rural development.

Keywords : *Village Development, Smart Village, Digital Economy, Empowerment Of Millennial Generation*

Abstrak

Bonus demografi Indonesia tahun 2020-2024 adalah momentum untuk meningkatkan kualitas generasi *millenials* menjadi SDM yang unggul dan juga sebagai aktor utama pembangunan, termasuk dalam pembangunan desa. Model desa cerdas merupakan solusi inovatif yang mengedepankan inovasi dan utilisasi teknologi untuk mentransformasi desa menjadi mandiri dengan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik, sehingga diharapkan dapat menekan laju urbanisasi dan mengurangi kesenjangan digital di Indonesia. Penerapan model desa cerdas dapat dilakukan dengan mendorong pengembangan ekonomi digital desa melalui pemberdayaan generasi *millenials* di perdesaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi pengembangan ekonomi digital desa dan strategi pemberdayaan generasi *millenials* dalam mendorong ekonomi digital di desa tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, teknik pengumpulan data melalui wawancara, analisis data melalui analisis isi dan analisis interaktif dan validitas data dengan triangulasi sumber data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh strategi pengembangan ekonomi digital desa dan sepuluh strategi pemberdayaan generasi *millenials* perdesaan. Strategi pemberdayaan generasi *millenials* perdesaan tersebut sebaiknya diintegrasikan ke dalam implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa tahun 2020, baik melalui pemanfaatan dana desa maupun pendampingan sehingga dapat mengakselerasi pengembangan ekonomi digital desa untuk pembangunan desa.

Kata Kunci : *Pembangunan Desa, Desa Cerdas, Ekonomi Digital, Pemberdayaan Generasi Millenials*

PENDAHULUAN

“SDM Unggul Indonesia Maju” adalah tema peringatan hari Ulang Tahun ke-74 Republik Indonesia pada tahun 2019. Tema ini mengandung makna bahwa pembangunan SDM yang unggul akan sangat mendukung kemajuan Indonesia. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh Presiden Joko Widodo pada Pidato Kenegaraan tanggal 16 Agustus 2019 bahwa di era Revolusi Industri 4.0 sekarang ini, Indonesia membutuhkan SDM yang unggul agar mampu menghadapi persaingan global yang semakin tajam dan perang dagang yang semakin memanas. Berbekal inovasi, kualitas SDM dan penguasaan teknologi maka Indonesia bisa keluar dari kutukan sumber daya alam dan menjadi negara yang maju (Kompas, 2019). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa inovasi, kualitas SDM dan penguasaan teknologi adalah tiga dimensi utama yang harus didorong dalam pelaksanaan pembangunan nasional agar Indonesia dapat menjadi negara yang maju.

Pada tahun 2017, piramida penduduk Indonesia termasuk tipe ekspansif dengan sebagian besar penduduk berada pada kelompok usia muda. Selain itu, Indonesia juga telah memasuki era bonus demografi dengan rasio ketergantungan sebesar 48,1 yang berarti setiap 100 orang usia produktif (15-64 tahun) menanggung sekitar 48-49 orang penduduk usia non produktif (0-14 tahun dan 64 tahun keatas). Era bonus demografi akan mencapai puncaknya pada periode 2025 dan 2030 dan adanya kelebihan penduduk usia produktif tersebut bisa dimanfaatkan untuk peningkatan pembangunan (Badan Pusat Statistik/BPS, 2019). Menurut Presiden Joko Widodo, puncak periode bonus demografi pada tahun 2020 hingga 2024 adalah momentum untuk lebih fokus dalam mengembangkan kualitas SDM

dan menggunakan cara-cara baru sehingga bonus demografi dapat menjadi bonus lompatan kemajuan Indonesia (Kompas, 2019).

Bonus demografi pada dasarnya tidak terlepas dari generasi *millenialss*. Generasi *millenialss* (generasi Y) adalah mereka yang lahir antara tahun 1980-2000. Sebelum generasi *millenialss* ada generasi X yaitu yang lahir pada rentang tahun 1960-1980, generasi *baby boomers* yang lahir pada rentang tahun 1946-1960, dan generasi veteran yang lahir kurang dari tahun 1946. Sementara generasi yang lahir setelah generasi *millenials* adalah generasi Z yang lahir rentang tahun 2001-2010 dan generasi Alpha yang lahir pada tahun 2010 hingga sekarang. Generasi X merupakan generasi yang cenderung suka akan resiko dan pengambil keputusan yang matang. Generasi Z merupakan peralihan dari generasi Y yang lahir pada saat teknologi sedang berkembang pesat dan memiliki pola pikir cenderung serba instan. Sementara generasi Alpha adalah lanjutan dari generasi Z yang sudah terlahir pada saat teknologi semakin berkembang pesat dan mereka sudah mengenal dan berpengalaman dengan *gadget*, *smartphone* dan kecanggihan teknologi lainnya ketika usia mereka masih dini. Namun demikian, generasi Z dan Alpha belum akan banyak berperan pada saat bonus demografi berlangsung karena kedua generasi tersebut belum banyak terjun dalam angkatan kerja (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak/Kementerian PP dan PA, 2018).

Persentase generasi *millenialss* tahun 2017 sebesar 33,75% dari jumlah penduduk keseluruhan, yang bila dikaitkan dengan bonus demografi maka sumbangan generasi *millenials* dalam membentuk struktur jumlah penduduk usia produktif tergolong cukup tinggi, karena sekitar 50,36% dari jumlah penduduk usia produktif pada dasarnya merupakan generasi

millenialss (Kementrian PP dan PA, 2018). Rentang usia generasi *millenials* saat ini merupakan usia produktif dan usia puncak reproduksi, sehingga dari segi pasar tenaga kerja, jumlah penduduk generasi yang besar ini idealnya mampu mendorong produktivitas perekonomian (Kementrian PP dan PA, 2018). Oleh karena itu, pada momentum bonus demografi tersebut, generasi *millenials* yang merupakan penduduk terbesar usia produktif memegang peranan penting sehingga harus dioptimalkan potensinya untuk pembangunan nasional, termasuk dalam pembangunan desa.

Membangun Indonesia dari desa merupakan salah satu agenda prioritas pembangunan nasional. Hal tersebut diwujudkan melalui penetapan kebijakan pembangunan desa pada Undang-Undang Nomer 6 Tahun 2014 tentang Desa (UU No.6 Tahun 2014). Menurut UU tersebut, pembangunan desa adalah upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa. Adapun tujuan pembangunan desa adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan. Selama kurun waktu empat tahun sejak ditetapkannya kebijakan tersebut, kondisi pembangunan desa di Indonesia berkembang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan data Indeks Pembangunan Desa (IPD) tahun 2014 dan 2018 pada tabel 1.

Pada tabel 1 nampak bahwa dari tahun 2014 hingga tahun 2018 terjadi peningkatan jumlah desa di Indonesia sebesar 2,34% dengan persentase desa mandiri yang meningkat sebesar 3,62% dan desa tertinggal yang

Tabel 1. Perkembangan Pembangunan Desa di Indonesia Tahun 2014-2018

No	Kategori	Tahun	
		2014	2018
1	Jumlah Desa	73.709	75.436
2	Desa Tertinggal	26,81%	17,96%
3	Desa Berkembang	69,26%	74,49%
4	Desa Mandiri	3,93%	7,55%

Sumber: BPS, 2018

sebesar 8,85%. Namun demikian, apabila dilihat dari sebarannya, pembangunan desa di Indonesia masih belum merata dengan sebaran jumlah desa tertinggal pada tahun 2014 dan 2018 masih banyak berada di pulau Papua, Maluku, dan Kalimantan (Barokah, dkk, 2015 & BPS, 2018). Selain itu, apabila dilihat dari dimensi pembangunannya, dimensi pelayanan dasar dan pelayanan umum kepada masyarakat, ketiganya merupakan dimensi yang paling sedikit peningkatannya yaitu masing-masing hanya 0,92% dan 1,88% selama empat tahun terakhir (BPS, 2018), padahal pemenuhan kebutuhan dasar merupakan dimensi utama dalam mencapai tujuan pembangunan desa.

Sekalipun IPD di Indonesia mengalami peningkatan, namun pembangunan di perdesaan dan perkotaan masih mengalami kesenjangan apabila dilihat dari jumlah penduduk miskin, Indeks Kedalaman Kemiskinan dan Indeks Keparahan Kemiskinan sebagaimana dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Kesenjangan Pembangunan di Perdesaan dan Perkotaan di Indonesia Tahun 2018

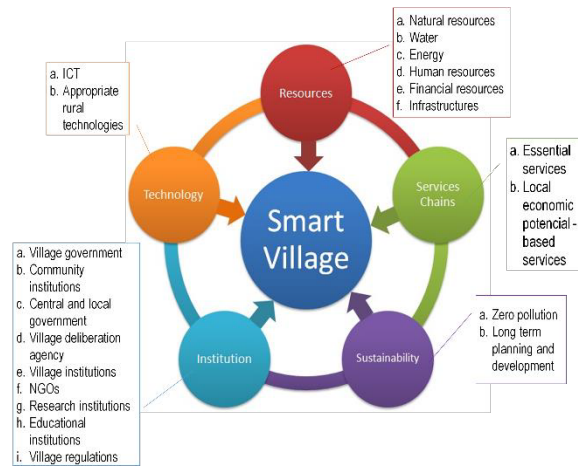
No	Indikator Kesenjangan	Daerah	
		Perdesaan	Perkotaan
1	Jumlah Penduduk Miskin	15,54 juta (60,54%)	10,13 juta (39,46%)
2	Indeks Kedalaman Kemiskinan	2,32	1,08
3	Indeks Keparahan Kemiskinan	0,62	0,25

Sumber: BPS, 2018

Kesenjangan pembangunan di perdesaan dan perkotaan menjadi salah satu faktor urbanisasi di Indonesia masih terus meningkat. Pada tahun 2020, persentase

penduduk Indonesia yang tinggal di perkotaan diprediksikan mencapai 56,7% bahkan pada tahun 2035 diprediksi meningkat menjadi 66,6% (BPS, 2019). Oleh karena itu, pemerintah harus mencari solusi yang inovatif dan cerdas untuk dapat mengatasi masalah pembangunan desa dan menekan laju urbanisasi di Indonesia dengan menjadikan desa sebagai tempat pilihan utama bagi penduduk desa untuk tetap tinggal dan bekerja, terutama bagi generasi *millenials* di perdesaan.

Inovasi dan penguasaan teknologi adalah dua hal yang juga ditekankan oleh Presiden Jokowi pada Pidato Kenegaraan RI tanggal 16 Agustus 2019. Dalam konteks pembangunan desa, inovasi dan teknologi memiliki potensi yang besar untuk mengakselerasi tercapainya tujuan pembangunan desa. Hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa salah satu alternatif model pembangunan desa yang disarankan oleh para akademisi adalah model *smart village* (desa cerdas). Konsep *smart village* adalah konsep yang mengedepankan inovasi dan utilisasi teknologi yang bertujuan untuk mentransformasi desa menjadi mandiri dengan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik. Sehingga ketika konsep ini diterapkan dalam pembangunan desa diharapkan dapat menekan laju urbanisasi dan mengurangi kesenjangan digital di Indonesia. Secara definisi, *smart village* adalah desa yang mampu memberikan semua layanan kepada masyarakatnya melalui pengelolaan sumber daya yang mandiri, efisien, efektif, dan berkelanjutan (Ella & Andari, 2018). Kerangka *smart village* tersebut terdiri dari lima dimensi yaitu: (1) *resources*, (2) *technology*, (3) *service chains*, (4) *institution*, dan (5) *sustainability* yang saling terintegrasi dalam sebuah ekosistem sebagaimana dapat diilustrasikan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Model *Smart Village*
(Sumber: Ella & Andari, 2018)

Konsep desa cerdas sudah banyak diterapkan di negara lain seperti di Eropa, India, dan Afrika. Implementasi *smart village* di Eropa fokus pada transformasi digital untuk merevitalisasi pelayanan publik (European Network for Rural Development, 2018). Penerapan *smart village* di India untuk pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat dan meningkatkan ekonomi lokal seperti pemanfaatan teknologi di sektor pertanian dan peternakan (Ramachandra dkk., 2015). Sedangkan desa cerdas di Afrika untuk mengatasi masalah krisis energi (Anderson dkk., 2017). Dilihat dari penerapan *smart village* di negara lain tersebut maka dapat dikatakan bahwa konsep ini telah menjadi katalis untuk perubahan sosial ekonomi serta teknologi untuk daerah perdesaan.

Sejauh ini, inisiasi desa cerdas sudah mulai dilakukan di beberapa daerah di Indonesia, misalnya di daerah Kulonprogo, Banyuwangi, dan Bantul (Santoso dkk., 2019). Penerapan konsep cerdas tersebut tidak hanya pada sektor layanan administrasi pemerintahan, namun juga merambah ke sektor ekonomi lokal. Salah satu bentuk pengembangan ekonomi lokal pada desa cerdas adalah pengembangan ekonomi desa berbasis digital. Ekonomi digital merupakan berbagai aktivitas

ekonomi yang mencakup penggunaan informasi dan pengetahuan digital sebagai faktor kunci produksi, jaringan informasi modern sebagai ruang aktivitas yang penting, dan efektivitas penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai penggerak penting terhadap pertumbuhan produktivitas dan optimalisasi struktural ekonomi. Digitalisasi, jaringan, serta TIK memungkinkan kegiatan ekonomi modern menjadi lebih fleksibel, gesit, dan cerdas. Sedangkan prinsip-prinsip umum dalam mengembangkan ekonomi digital adalah inovasi, kemitraan, sinergi, fleksibilitas, inklusi, lingkungan bisnis yang ramah dan terbuka, dan aliran informasi untuk pertumbuhan ekonomi, kepercayaan dan keamanan (G20 China, 2016).

Inti dari ekonomi digital sendiri adalah sektor digital atau sektor TIK yang memproduksi barang dan layanan digital dasar (Bukht & Heeks, 2017). Disamping itu, strategi pertumbuhan ekonomi digital perlu dirancang oleh sektor swasta, dipandu oleh pemerintah, dan dianalisis oleh masyarakat dan akademisi. Jadi dapat disimpulkan bahwa TIK merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan dari ekonomi digital.

Apabila dilihat dari kerangka model *smart village*, layanan berbasis potensi ekonomi lokal desa dan TIK merupakan dua variabel penting untuk mentransformasi desa konvensional menjadi desa cerdas (Ella & Andari, 2018). Layanan berbasis ekonomi lokal merujuk kepada penyediaan layanan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa dengan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh desa. Misalnya, layanan pengolahan dan distribusi hasil pertanian atau pengembangan desa wisata. Dukungan penuh untuk usaha perdesaan adalah elemen penting dari pembangunan desa karena kesuksesan mereka sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat desa (Philip dkk., 2015).

Sementara TIK adalah teknologi yang mampu mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyajikan data menjadi informasi yang bermakna dan bermanfaat, serta mampu menghubungkan masyarakat dengan lingkungan eksternal melalui dunia digital (Ella & Andari, 2019:2). Namun prasyarat dalam menyediakan infrastruktur TIK harus sesuai dengan kebutuhan pengembangan model *e-commerce* yang tepat (Grimes, 2003). Oleh karena itu, ekonomi digital juga dapat tumbuh dari desa melalui penerapan konsep desa cerdas.

Namun demikian, pemanfaatan TIK dalam rangka mengembangkan ekonomi digital di desa tidak akan berjalan jika tanpa adanya aktor yang menjalankannya. Menurut European Network for Rural Development (2018), "*smart village are about people*" yang berarti bahwa desa cerdas memerlukan inisiatif dan partisipasi masyarakat desa. Untuk konteks pembangunan ekonomi digital di desa, aktor yang diharapkan berperan banyak adalah generasi *millennials* desa. Hal ini dikarenakan generasi *millennials* adalah generasi yang berkembang bersama teknologi sehingga lebih kreatif, inovatif, dan mudah dalam memanfaatkan teknologi untuk kebutuhan sehari-hari (Kementrian PP dan PA, 2018). Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Adiningsih (2018) bahwa ekonomi digital desa di Indonesia telah mulai tumbuh, namun perlu dukungan semua pihak terutama partisipasi dari generasi muda.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui bahwa ekonomi digital mulai berkembang pesat, terutama di negara-negara berkembang, termasuk wilayah desa di Indonesia. Namun demikian, hingga sampai saat ini belum ada kebijakan maupun strategi bersama yang mengakomodir pesatnya pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia (Nadzroh, 2018). Selain itu, ekonomi digital menciptakan peluang kerja baru yang semakin

membutuhkan generasi muda untuk mengembangkan keterampilan dan cara belajar yang baru. Sehingga Negara perlu merubah sistem pendidikannya agar dapat menyediakan keterampilan teknis dan *soft skill* yang lebih maju sesuai dengan kebutuhan ekonomi digital (S4YE, 2018). Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa apabila pengembangan ekonomi digital desa di Indonesia terus didorong dan generasi *millenials* perdesaan terus diberdayakan menjadi SDM unggul, maka akan terjadi percepatan pencapaian tujuan pembangunan desa untuk Indonesia maju. Adapun pertanyaan yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan ekonomi digital desa di Indonesia?
2. Bagaimana strategi pemberdayaan generasi *millenials* perdesaan untuk mendorong pengembangan ekonomi digital desa di Indonesia

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskripsi karena mampu menghasilkan deskripsi atas makna dari sesuatu keadaan secara obyektif melalui serangkaian langkah-langkah pengumpulan data, pengolahan dan analisis data (Creswell, 2016 & Silalahi, 2009). Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka untuk menggali data sekunder berupa dokumen publik seperti dokumen kebijakan, laporan instansi, laporan penelitian, dan berita dari media elektronik (Creswell, 2016). Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara yang dilakukan secara tidak terstruktur dan *face to face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan partisipan (Creswell, 2016). Adapun partisipan dari wawancara adalah pejabat Administrator, Pengawas dan Pelaksana di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa (DPMD) Pemerintah Daerah Provinsi Jawa

Barat yang dilakukan pada tanggal 20 dan 26 Agustus 2019.

Selanjutnya, analisis data penelitian dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*) untuk menganalisis isi dokumen kebijakan (UU No. 6 Tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah Nomer 43 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan UU No. 6 Tahun 2014/ PP No. 43 Tahun 2014) berdasarkan standar yang telah ditentukan peneliti (Nugraheni, 2019). Selain itu, analisis data juga dilakukan secara interaktif dengan tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Silalahi, 2009). Adapun validitas data penelitian dilakukan strategi *triangulasi* dengan sumber data yang dilakukan dengan cara membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari dokumentasi, hasil wawancara dan analisis isi kebijakan yang berkaitan (Creswell, 2016 & Bungin, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengembangan Ekonomi Digital Desa di Indonesia

Sebagaimana telah dijelaskan di awal bahwa ekonomi digital telah mulai tumbuh di daerah perdesaan Indonesia. Melalui penerapan desa cerdas, beberapa desa di Indonesia sudah menerapkan ekonomi digital untuk meningkatkan produktivitas dan perekonomian masyarakatnya. Berdasarkan hasil analisis, terdapat beberapa contoh *best practice* daerah yang telah mengembangkan ekonomi digital yaitu:

Pertama, pengembangan *e-commerce* melalui program Bela Beli Kulonprogo (Belabeliku) yang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kulon Progo. Program yang digagas pada tahun 2013 ini

awalnya berbasis *offline* untuk mendorong masyarakat Kulon Progo membeli produk-produk lokal sehingga mampu mendorong berkembangnya usaha-usaha lokal di desa dan diharapkan berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan di desa (Santoso, dkk, 2019). Pada perkembangannya, program ini melakukan terobosan baru pada tahun 2018 dengan mengembangkan *marketplace* melalui *website belabeliku.com*. Website ini menjadi ruang bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal untuk memasarkan produk mereka dan juga menjadi media pendampingan bagi pemerintah Kulon Progo.

Penerapan ekonomi digital melalui *e-commerce* (perdagangan elektronik) ini ternyata mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal. Menurut Pemerintah Daerah Kabupaten Kulon Progo (2018), PDRB per kapita Kulon Progo pada tahun 2016 dan 2017 adalah sebesar Rp 20,15 juta dan Rp 21,70 juta. Kemudian pada tahun 2018 dan 2019 diproyeksikan meningkat menjadi Rp 23,44 juta dan Rp 25,34 juta. Selain itu, pertumbuhan UMKM di Kulon Progo juga cenderung naik cukup signifikan setiap tahunnya dari 29.909 unit pada tahun 2011 menjadi 33.391 unit pada tahun 2013 dan sampai saat ini telah mencapai 35.457 unit (BPS Kulonprogo dalam Santoso, dkk, 2019 & Harmitarti, 2019). Sebagian besar UMKM tersebut berada di kawasan perdesaan. Keberhasilan yang dicapai oleh Kulon Progo tersebut dapat diraih melalui strategi yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Strategi Pengembangan *Marketplace* belabeliku.com

Tahap	Strategi	Aktor
Tahap 1 - Standarisasi Produk	Membuat standarisasi produk yang layak dijual, baik produk pertanian, kelautan, perikanan, peternakan, perdagangan, dan industry kecil	Pemerintah daerah

Tahap	Strategi	Aktor
Tahap 2 – Penilaian dan Seleksi	Menilai dan menyeleksi produk UMKM	Pemerintah daerah
Tahap 3 – Literasi Digital	1. Sosialisasi <i>virtual marketplace</i> dan pelaksanaan bimbingan teknis, pelatihan, promosi, dan pameran UMKM 2. Penyiapan pelaku usaha UMKM agar mampu mengelola <i>website belabeliku.com</i>	Pemerintah daerah dan pihak swasta
Tahap 4 – Pendampingan	Pendampingan pelaku usaha UMKM untuk input data produk ke <i>website belabeliku.com</i>	Pihak swasta
Tahap 5 – Penanganan Pengaduan	Prosedur penanganan complain atau pengaduan dari konsumen terkait produk yang tidak sesuai standar	Pemerintah daerah dan pihak swasta

Sumber: diolah dari Santoso, dkk (2019) dan Pemerintah Daerah Kabupaten Kulon Progo (2018)

Kedua, pengembangan desa wisata yang berbasis digital. Kegiatan ekonomi digital desa tidak terbatas hanya pada *e-commerce*, namun juga dapat melalui pemanfaatan TIK dan media sosial untuk mempromosikan dan mengelola daerah wisata lokal. Hal ini dilakukan oleh masyarakat Dusun Suropati, Desa Hargotirto Pemerintah Daerah Kabupaten Kulonprogo dengan mengembangkan destinasi wisata Pulepayung sebagai kegiatan ekonomi digital desa melalui strategi berikut seperti dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Strategi Pengembangan Ekonomi Digital Wisata Pulepayung

Aspek	Strategi
Destinasi digital	1. Membangun <i>spot</i> foto yang <i>instagramable</i> dan diperbaharui setiap enam bulan sekali untuk menarik minat pengunjung 2. Menyediakan fasilitas wifi gratis (<i>up to 4 MB</i>) 3. Perbaikan infrastruktur jaringan internet
Tiket	<ul style="list-style-type: none"> Mengembangkan sistem pembayaran non tunai Mengembangkan <i>e-ticket</i> dengan sistem QR Code sehingga tiket dapat dibeli secara <i>online</i>
Keuangan dan Perbankan	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan fasilitas gerai transaksi <i>online</i> yang mampu memfasilitasi setor, tarik, transfer, registrasi, pembayaran listrik dan telepon, dan pembelian pulsa
Pemasaran digital	<ul style="list-style-type: none"> Website (https://pesonapulepayung.com/) Media sosial (Facebook dan Instagram) <i>Electronic word of mouth</i> atau <i>e-wom</i> (#Pulepayung: 16228)

Aspek	Strategi
	<ul style="list-style-type: none"> • Travelblog (Tripadvisor) • Travel vlogger dan blogger
Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> • Pemuda sebagai penggerak pembangunan desa yang memikirkan, merencanakan, dan memutuskan apa yang akan dibangun di Pulepayung • Pemuda mendapatkan berbagai pelatihan seperti pelatihan fotografi, <i>safety</i>, dan pelayanan pariwisata • Peningkatan aktivitas organisasi sosial kemasyarakatan seperti Kelompok Tani dan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK)

Sumber: diolah dari Santoso, dkk (2019)

Berbagai strategi tersebut mampu menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung sebanyak 23.496 (lokal) dan 12.906 (mancanegara)¹. Selain itu, pengembangan wisata ini juga menyediakan lapangan pekerjaan dan tambahan penghasilan untuk masyarakatnya. Sejauh ini 50 pemuda menjadi karyawan di sana dan para pemilik lahan mendapatkan penghasilan tambahan antara Rp 6-15 juta per bulan lewat bagi hasil (Zebua, 2018). Selain itu, masyarakat juga berupaya untuk menjadi desa cerdas melalui pemasaran semua potensi dusun secara *online*. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa *website* pulepayung tidak hanya memasarkan potensi wisata lokal, namun juga memasarkan hasil tani, ternak, maupun turunannya.

Ketiga, pengembangan ekonomi digital desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan hasil wawancara di DPMD, pemerintah daerah provinsi memiliki ekosistem program desa yang disebut dengan program Desa Juara. Hal ini dilatarbelakangi oleh ketimpangan pembangunan di wilayah Jawa Barat dan masih tingginya angka kemiskinan di daerah perdesaan. Ekosistem ini memiliki tiga pilar utama, yaitu Desa Digital, *One Village One Company*/OVOC, dan

Gerbang Desa, yang didalamnya mencakup program-program pengembangan BUMDes. Data tahun 2019 menunjukkan bahwa dari 5.312 desa di Jawa Barat, terdapat 3.695 desa telah memiliki BUMDes, 868 desa sedang dalam proses pembentukan BUMDes, dan 749 desa belum memiliki BUMDes. Walaupun sebagian besar desa telah memiliki BUMDes, belum semua BUMDes beroperasi dengan baik. Selain itu, jenis usaha yang dijalankan BUMDes masih didominasi (65,32%) oleh perdagangan jasa dan masih sedikit sekali BUMDes yang mengembangkan usaha berbasis potensi lokal seperti pertanian, kerajinan, wisata, dan kuliner. Oleh karena itu, Pemprov Jabar meluncurkan beberapa strategi pengembangan BUMDes yang bertujuan memandirikan desa dengan optimalisasi sumber daya manusia dan alamnya. Strategi pengembangan tersebut diarahkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Jawa Barat yang dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Strategi Pengembangan BUMDes untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital di Jawa Barat

Program	Deskripsi
Patriot Desa	<ul style="list-style-type: none"> • Sasaran program adalah desa yang belum memiliki BUMDes • Merupakan pemuda-pemudi Jabar (generasi <i>millenials</i>) yang memiliki cita-cita membangun desa yang diseleksi dan dibekali agar siap ditugaskan untuk tinggal dan hidup bersama masyarakat desa • Tugasnya adalah menggali potensi desa yang sesuai dengan <i>passion</i> masyarakat desa dan mendampingi inisiasi/revitalisasi BUMDes secara partisipatif • Progresnya saat ini sedang tahap seleksi dengan target rekrutmen 100 patriot desa untuk tahun 2019
CEO BUMDes	<ul style="list-style-type: none"> • Sasaran program adalah desa yang sudah memiliki BUMDes namun tidak aktif atau tidak berkembang • Merupakan Pendamping Desa dari Program Pembangunan Pemberdayaan Masyarakat (P3MD) Kementerian Desa, Pembangunan

¹ <https://pesonapulepayung.com/>

Program	Deskripsi
	<p>daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDT dan Trans) yang diberi tugas dan insentif tambahan untuk pengembangan BUMDes di Jabar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tugasnya adalah menjadi konseptor perubahan manajemen BUMDes dengan melakukan pendampingan, mentoring, fasilitasi, stimulasi modal, dan bimbingan teknis. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan BUMDes berbasis karakteristik dan kebutuhan • Progresnya telah dilantik 2.512 CEO BUMDes pada Mei 2019
Bantuan Permodalan BUMDes	<ul style="list-style-type: none"> • Sasaran program adalah desa dan BUMDes yang berkinerja baik atau berprestasi • Merupakan bantuan permodalan bagi BUMDes sebesar 100 juta rupiah • Tugasnya adalah menjadi konseptor perubahan manajemen BUMDes dengan melakukan pendampingan, mentoring, fasilitasi, stimulasi modal, dan bimbingan teknis. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan BUMDes berbasis karakteristik dan kebutuhan • Progres sejauh ini masih dalam persiapan dengan target 500 BUMDes untuk tahun 2019

Sumber: diolah dari hasil wawancara DPMD Jabar

Selain strategi tersebut, Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat juga menyiapkan aspek-aspek lain yang merupakan bagian dari program Desa Digital dan OVOC yaitu: (1) infrastruktur jaringan internet untuk mendukung ekonomi digital melalui BUMDes; (2) literasi digital; (3) kerjasama dengan *e-commerce* (Tokopedia dan Bukalapak) untuk penyediaan *marketplace* bagi produk BUMDes; dan (4) pemanfaatan teknologi *Internet of Things* untuk meningkatkan produksi potensi lokal.

Berbagai program atau strategi yang diluncurkan oleh Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat sejauh ini masih tahap awal. Sehingga belum terlihat dampaknya secara *riil* terhadap pertumbuhan ekonomi desa. Namun segala upaya yang dilakukan tersebut untuk meningkatkan jumlah dan skala usaha BUMDes diharapkan mampu memberikan dampak pada ekonomi desa secara berkelanjutan.

Berdasarkan teori dan ketiga contoh *best practice* tersebut maka dapat diketahui bahwa ekonomi digital desa dapat dikembangkan melalui beberapa strategi antara lain:

- 1) **Revitalisasi usaha perdesaan** yang mencakup UMKM dan BUMDes karena UMKM dan BUMDes merupakan usaha dari dan untuk masyarakat desa.
- 2) **Pemanfaatan TIK yang mendukung kegiatan perekonomian perdesaan**, misalnya untuk meningkatkan *value* produk lokal; transaksi jual beli dan pemasaran produk lokal; dan komunikasi dengan konsumen serta stakeholder.
- 3) **Penyediaan infrastruktur TIK yang memadai dan tepat** melalui pembangunan jaringan internet, penyediaan *bandwith* dan prioritas penggunaan dana desa untuk pengembangan TIK desa.
- 4) **Peningkatan literasi digital** baik untuk masyarakat desa, pelaku bisnis desa, dan pemerintah desa. Literasi digital tidak hanya mencakup pengenalan terhadap TIK namun juga bagaimana memanfaatkan TIK tersebut dalam kegiatan perekonomian. Pelaku usaha desa utamanya ditingkatkan keterampilannya dalam mengelola aplikasi *e-commerce*.
- 5) **Peningkatan peran pemuda sebagai penggerak perekonomian desa**. Pemuda sebagai generasi yang produktif dan yang lebih dekat dengan dunia digital dapat berperan sebagai konseptor, pendamping, fasilitator dan aktor untuk mengembangkan ekonomi digital berbasis potensi lokal.
- 6) **Kolaborasi yang solid dan aktif antar multi-aktor** yang mencakup pelaku

usaha desa (UMKM dan BUMDes), komunitas masyarakat, pemerintah (desa, daerah, pusat), pihak swasta, maupun akademisi.

- 7) **Standarisasi produk lokal** untuk menjamin mutu. Hal ini dilakukan mulai dari proses produksi, pengolahan, dan pengemasan supaya kualitas produk yang dijual terjamin dan meraih kepercayaan konsumen.

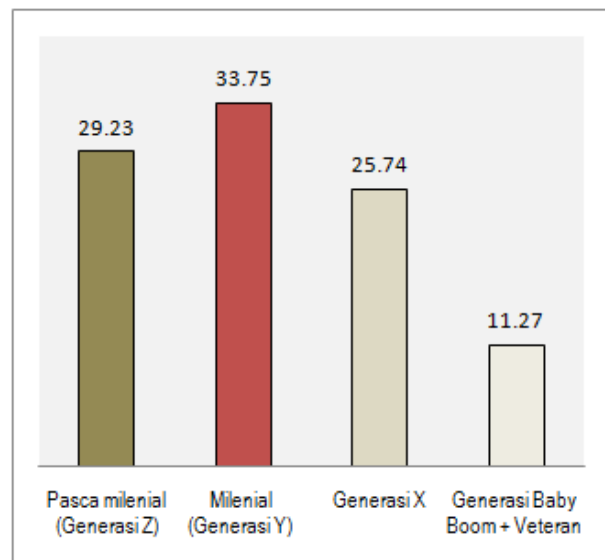
2. Perumusan Strategi Pemberdayaan Generasi *Millennials* Perdesaan di Indonesia

- a. Analisis Kondisi Eksisting Generasi *Millennials* Perdesaan di Indonesia

Sebagaimana dikemukakan di awal bahwa pada saat bonus demografi, potensi generasi *millennials* di Indonesia, terutama di perdesaan harus dioptimalkan dalam pembangunan desa. Optimalisasi potensi generasi *millennials* dapat dilakukan dengan memahami karakteristiknya. Salah satu ciri utama generasi *millennials* ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan seperti penggunaan *smart phone*, internet dan media sosial. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi *millennials* memiliki ciri-ciri yaitu kreatif, informatif, mempunyai passion dan produktif, ingin serba cepat, *open minded*, dinamis, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani. Dalam hal pekerjaan, generasi *millennials* bekerja: (1) bukan hanya sekedar untuk menerima gaji, tetapi juga mengejar tujuan, (2) tidak terlalu mengejar kepuasan kerja, namun lebih menginginkan adanya kemungkinan pengembangan diri, (3) tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol, (4) tidak menginginkan review tahunan, tetapi

on going conversation, (5) tidak terpikir untuk memperbaiki kekurangannya, tetapi lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihanannya, dan (6) pekerjaan bukan hanya sekedar bekerja namun bekerja adalah bagian dari hidup mereka (Kementrian PP dan PA, 2018).

Selanjutnya, kondisi eksisting generasi *millennials* perdesaan dapat dianalisis dari gambaran profil generasi *millennials* di Indonesia. Pada tahun 2020, tahun dimulainya bonus demografi, generasi *millennials* Indonesia berada pada rentang usia 20-40 tahun. Tiga tahun menjelang era tersebut terjadi yaitu tahun 2017, generasi *millennials* berada di umur 16-37 tahun dengan jumlah mencapai sekitar 88 juta jiwa atau 33,75% dari total penduduk Indonesia. Proporsi tersebut lebih besar dari proporsi generasi sebelumnya (generasi X, *baby boom* dan veteran) dan generasi setelahnya (generasi Z) sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Komposisi Penduduk Menurut Generasi tahun 2017 Sumber: Susenas BPS (dalam Kementrian PP dan PA, 2018)

Namun demikian, apabila dilihat berdasarkan daerah tempat tinggal, persentase generasi *millennials* di perkotaan cenderung lebih tinggi (55,01%) dibandingkan di daerah

perdesaan (44,99%). Jumlah ini mengikuti pola penduduk Indonesia yang pada umumnya mulai bergeser dari masyarakat perdesaan (rural) ke masyarakat perkotaan (urban).

Generasi *millennials* yang mendominasi penduduk Indonesia dapat dikatakan sebagai aktor utama dari bonus demografi sehingga diharapkan memiliki kualitas yang baik dari sisi pendidikan, kesehatan, dan pekerjaan. Namun demikian, secara kualitas kondisi generasi *millennials* perdesaan dan perkotaan masih mengalami kesenjangan apabila dilihat dari aspek sosial demografi (perkawinan, pendidikan, kesehatan dan ketenagakerjaan) dan penguasaan teknologi sebagaimana dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Analisis Kesenjangan Kondisi Generasi *Millennials* Perdesaan dan Perkotaan di Indonesia Tahun 2018

No	Indikator Kesenjangan	Daerah	
		Perdesaan	Perkotaan
1	Perkawinan		
	a. Status perkawinan (sudah kawin)	59,40%	50,40%
	b. Rata-rata usia perkawinan	21 tahun	22 atau 23 tahun
2	Pendidikan		
	a. Angka Melek Huruf	98,83	99,84
	b. Rata-rata lama sekolah (tahun)	9,08	10,83
	c. Persentase yang menamatkan pendidikan SMA/Sederajat (%)	25,68	41,30
	d. Persentase yang menamatkan Perguruan Tinggi (PT) (%)	5,63	13,19
3	Kesehatan		
	a. Angka kesakitan	9,07	8,28
	b. Rata-rata lama sakit (hari)	5,09	4,92
	c. Persentase yang merokok (%)	26,91	27,81
4	Penggunaan TIK		
	a. Persentase yang menggunakan telepon seluler (HP)/Nirkabel (%)	87,65	94,87
	b. Persentase yang menggunakan komputer	18,29	38,80

No	Indikator Kesenjangan	Daerah	
		Perdesaan	Perkotaan
	(PC/Desktop, Laptop/ Notebook, Tablet (%)		
	c. Persentase yang mengakses internet (%)	39,66	70,13
5	Ketenagakerjaan		
	a. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) (%)	67,75	66,84
	b. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) (%)	7,75	11,48
	c. Persentase yang bekerja di sektor formal (%)	36,59	69,67
	d. Rata-rata jam kerja (jam)	39,44	44,50

Sumber: diolah dari Kementerian PP dan PA, 2018

Pada tabel 6 dapat diketahui kondisi generasi *millennials* di daerah perdesaan di Indonesia secara kualitatif masih rendah apabila dibandingkan dengan di perkotaan: **Pertama**, secara umum, lebih dari setengah generasi *millennials* telah berstatus kawin dan generasi *millennials* di perdesaan lebih banyak yang telah menikah daripada generasi *millennials* di perkotaan dengan rata-rata umur perkawinan pertamanya di usia 21 tahun (lebih dini). **Kedua**, secara umum, generasi *millennials* yang dapat membaca dan menulis (angka melek huruf) sudah mendekati 100% (93,39 %) dan rata-rata lama sekolah sudah mencapai 10 tahun atau setara dengan kelas 1 SMA/ sederajat, namun kualitas pendidikan generasi *millennials* di perdesaan masih lebih rendah daripada di perkotaan. **Ketiga**, secara umum, generasi *millennials* cenderung mengalami angka kesakitan yang lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya, namun tingkat kesehatan generasi *millennials* perdesaan lebih rendah daripada di perkotaan, kecuali dalam hal merokok. **Keempat**, generasi *millennials* lebih unggul dalam pemanfaatan telepon seluler (HP)/ nirkabel dengan persentase mencapai 91,62%, penggunaan komputer dengan

persentase sebesar 29,57% dan mengakses internet dengan persentase sebesar 56,42 %, namun, penggunaan TIK generasi *millennials* di perdesaan masih lebih rendah daripada di perkotaan. Dan **kelima**, secara umum TPAK generasi *millennials* sebesar 67,24 % atau sekitar dua pertiga dari populasi generasi *millennials* masuk ke dalam angkatan kerja. Dengan kata lain, masih ada sekitar 30 persen dari generasi *millennials* yang tergolong bukan angkatan kerja karena masih berada dalam cakupan fase sekolah (usia 16-24 tahun). Namun, TPAK generasi *millennials* di perdesaan cenderung lebih tinggi daripada di perkotaan dikarenakan bekerja dianggap lebih penting daripada bersekolah. Selanjutnya, TPT pada generasi *millennials* pada tahun 2017 mencapai 9,84 % atau dengan kata lain satu dari sepuluh generasi *millennials* adalah pengangguran.

Dibandingkan generasi lainnya, generasi *millennials* adalah generasi yang menganggur paling tinggi. Namun, TPT di perdesaan cenderung lebih rendah daripada di perkotaan karena banyak generasi *millennials* berpindah dari perdesaan menuju perkotaan untuk bekerja. Selain itu, secara umum generasi *millennials* di Indonesia cenderung bekerja di sektor formal terutama menjadi buruh/karyawan/pegawai (52,70%), sementara minat untuk bekerja menjadi wirausaha masih rendah (24,33%) karena rendahnya pengalaman dan adanya perasaan takut gagal. Generasi *millennials* lebih memilih menjadi pengangguran dibandingkan bekerja di sektor informal dan walaupun terjun ke dunia usaha, mereka lebih tertarik ke usaha yang berbasis digital seperti perdagangan elektronik/ *e-commerce* atau usaha rintisan (*startup*) di bidang teknologi. Generasi *millennials* perkotaan cenderung bekerja di sektor formal

sementara di perdesaan cenderung bekerja di sektor informal. Kondisi tersebut disebabkan sektor formal di Indonesia terutama di daerah perdesaan belum berkembang dengan baik, sebaliknya sektor informal lebih cepat tumbuh dan lebih mudah berkembang di perdesaan. Banyaknya usaha kecil seperti di bidang pertanian, peternakan, perdagangan menjadi salah satu ciri pesatnya sektor informal di perdesaan. Selanjutnya, apabila dilihat dari data rata-rata jam kerja dalam seminggu, generasi *millennials* memiliki rata-rata jam kerja dalam seminggu sebesar 42,60 jam dan rata-rata jam kerja di perkotaan lebih tinggi daripada di perdesaan karena padatnya aktivitas perekonomian di perkotaan yang menuntut jam kerja lebih lama dibandingkan di perdesaan (Kementrian PP dan PA, 2018).

Dari uraian tersebut, maka generasi *millennials* perdesaan perlu dikembangkan kualitasnya agar dapat menjadi aktor utama dalam pengembangan ekonomi digital desa dengan memperhatikan karakteristik generasi *millennials* sebagai pengguna TIK, karakter secara individual dan orientasi dalam bekerja. Sejalan dengan pernyataan Presiden Joko Widodo bahwa momentum bonus demografi agar lebih difokuskan untuk mengembangkan kualitas SDM demi kemajuan Indonesia, maka pengembangan kualitas generasi *millennials* perdesaan harus menjadi prioritas dalam pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa.

b. Analisis Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Desa

Kebijakan pemberdayaan masyarakat desa diatur melalui UU No. 6 Tahun 2014 dan PP No.43 Tahun 2014 dengan hasil analisis isi kebijakan dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Analisis Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Desa

No	Aspek Pengaturan	Hasil Analisis
1.	Definisi	Upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, ketrampilan, perilaku, kemampuan. Kesadaran serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa
2.	Tujuan	Memampukan desa dalam melakukan aksi bersama sebagai suatu kesatuan tata kelola pemerintahan desa, kesatuan tata kelola lembaga kemasyarakatan desa dan lembaga adat serta kesatuan tata ekonomi dan lingkungan.
3.	Aktor	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemerintah, pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten/kota b. Pemerintah desa, Badan Permusyawaratan Desa, forum musyawarah desa, lembaga kemasyarakatan desa, lembaga adat desa, BUM Des, badan kerjasama antar desa, forum kerja sama desa, dan kelompok kegiatan masyarakat lain c. Tenaga pendamping profesional (pendamping desa dan tenaga ahli pemberdayaan masyarakat) dengan pengadaaan dari pemerintah, pemerintah provinsi dan kabupaten/kota d. Kader pemberdayaan masyarakat desa berasal dari unsur masyarakat yang dipilih oleh desa
4.	Pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Mendorong partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pembangunan desa yang dilaksanakan swakelola oleh desa b. mengembangkan program dan kegiatan pembangunan Desa secara berkelanjutan dengan mendayagunakan SDM dan SDA yang ada di Desa; c. menyusun perencanaan pembangunan Desa sesuai dengan prioritas, potensi, dan nilai kearifan lokal; d. menyusun perencanaan dan penganggaran yang berpihak kepada kepentingan warga miskin, warga disabilitas, perempuan, anak, dan kelompok marginal; e. mengembangkan sistem transparansi dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan Pemerintahan Desa dan pembangunan Desa;

No	Aspek Pengaturan	Hasil Analisis
	f.	mendayagunakan lembaga kemasyarakatan Desa dan lembaga adat;
	g.	mendorong partisipasi masyarakat dalam penyusunan kebijakan Desa yang dilakukan melalui musyawarah Desa;
	h.	menyelenggarakan peningkatan kualitas dan kapasitas SDM Desa;
	i.	melakukan pendampingan masyarakat Desa yang berkelanjutan; dan
	j.	melakukan pengawasan dan pemantauan penyelenggaraan Pemerintahan Desa dan pembangunan Desa yang dilakukan secara partisipatif oleh masyarakat Desa.

Sumber: Dianalisis dari UU No. 6 Tahun 2014 dan PP No. 43 Tahun 2014

Implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa selama empat tahun sejak ditetapkannya UU No. 6 Tahun 2014 antara lain dapat dilihat dari:

Pertama, pemanfaatan dana desa untuk pemberdayaan masyarakat desa. Dana Desa merupakan dana yang bersumber dari APBN yang diperuntukkan bagi desa untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, pembinaan kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat desa. Sejak mulai dialokasikan pada tahun 2015, alokasi, penyerapan dan pemanfaatan Dana Desa terus meningkat setiap tahunnya, namun demikian pemanfaatan Dana Desa baru mencapai 11-16% sebagaimana dapat dilihat pada tabel 8. Hal ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan masyarakat desa belum menjadi bidang yang diprioritaskan dari pemanfaatan dana desa. Adapun prioritas penggunaan dana desa untuk pemberdayaan masyarakat desa baru ditetapkan pada tahun 2020 sebagaimana pernyataan Presiden Joko Widodo pada Pidato Kenegaraan tanggal 17 Agustus 2019 bahwa dana desa pada tahun 2020 dialokasikan sebesar Rp 72 triliun dan penggunaannya akan lebih ditingkatkan untuk pemberdayaan masyarakat desa dan pengembangan potensi ekonomi desa, sehingga

dapat mempercepat peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat desa. Selain itu, dana desa juga diharapkan dapat mendorong inovasi dan *entrepreneur* baru, sehingga produk-produk lokal yang dimiliki oleh setiap desa dapat dipasarkan secara nasional, bahkan global, melalui *market place* (Kompas, 2019).

Tabel 8. Hasil Analisis Pemanfaatan Dana Desa untuk Pemberdayaan Masyarakat 2015-2018

No	Aspek	Tahun			
		2015	2016	2017	2018
1.	Alokasi				
	a. APBN (Rp Triliun)	20,67	46,98	60	60
	b. Alokasi per desa (Rp juta/desa)	±280,3	±643,6	±800,4	±800,4
2.	Penyerapan				
	a. Persentase (%)	82,72	97,65	98,54	-
	b. Jumlah desa	74.093	74.754	74.910	74.957
3.	Penyaluran				
	a. Transfer dari rekening kas umum negara ke daerah (%)	93,87	99,83	99,69	-
	b. Transfer dari rekening kas umum daerah ke desa (%)	82,72	97,65	98,54	-
4.	Pemanfaatan (Bidang) (%)				
	a. Sarpras pelayanan sosial dasar	13	14	18	18
	b. Sarpras desa	62	66	62	60
	c. Sarpras ekonomi	1	1	1	2
	d. Sarpras lingkungan	-	-	-	-
	e. Sarpras lainnya	-	-	-	1
	f. Pemberdayaan masyarakat	11	12	14	16
	g. Penyelenggaraan pemerintahan desa	9	4	2	1
	h. Pembinaan kemasyarakatan	4	3	2	2

Sumber: Diolah dari Infografis Paparan 4 Tahun Kementerian Desa, PDT dan Transmigrasi/ Kemendes PDT dan Trans dan Direktorat Jenderal Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa/ Dirjen PPMD (2018)

Kedua, peran pendamping desa dalam pemberdayaan masyarakat desa. Tujuan dari pendampingan desa salah satunya adalah untuk meningkatkan prakarsa, kesadaran dan partisipasi masyarakat desa dalam pembangunan yang partisipatif sehingga

memunculkan potensi dan inovasi di desa untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi desa. Untuk itu direkrut tenaga pendamping profesional desa yang terdiri atas: (1) Tenaga Pendamping Lokal Desa (PLD) yang bertugas di desa, (2) Tenaga Pendamping Desa (PD) yang bertugas di kecamatan dan (3) Tenaga Ahli Pemberdayaan Masyarakat (TPAM) yang bertugas di Kabupaten. Sejak tahun 2015 jumlah pendamping desa yang direkrut mengalami peningkatan dari 17.744 menjadi 27.441 pada tahun 2016, kemudian menjadi 37.838 pada tahun 2017 dan 37.640 pada tahun 2018.

Hasil evaluasi dari pelaksanaan pendampingan desa menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan desa telah membantu pemerintah desa dan masyarakat desa dalam pengelolaan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat desa khususnya terkait perencanaan pembangunan dan pengelolaan Dana Desa, namun belum seluruh desa bisa terdampangi dan kapasitas pendamping desa yang masih memerlukan peningkatan terutama berkenaan dengan keahlian dan ketrampilan fasilitasi dan pengorganisasian masyarakat desa yang cenderung beragam karena karakter lokasi dan tingkat perkembangan masyarakat yang dinamis (Dirjen PPMD, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui bahwa implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa masih belum menjadi prioritas dan masih mengalami berbagai kendala terutama kapasitas SDM pendamping desa. Oleh karena itu, implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa perlu didesain sedemikian rupa sehingga mampu mengembangkan kemandirian dari SDM di desa untuk membangun desanya termasuk generasi *millenials* di dalamnya.

c. Strategi Pemberdayaan Generasi *Millennials* Desa untuk Mendorong Pengembangan Ekonomi Digital Desa

Salah satu strategi pemberdayaan masyarakat desa yang perlu didesain untuk mengakselerasi pencapaian tujuan pembangunan desa adalah strategi pemberdayaan generasi *millennials* desa untuk mendorong pengembangan ekonomi digital desa. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya bahwa pengembangan ekonomi digital desa menjadi program prioritas dalam penerapan desa cerdas karena dapat mengakselerasi pertumbuhan ekonomi dengan meraih pasar yang lebih luas. Untuk mendorong pengembangan ekonomi digital desa dibutuhkan SDM yang melek digital, inovatif dan kreatif dalam memanfaatkan potensi desa. Generasi *millennials* adalah SDM desa yang paling produktif dan potensial sebagai aktor utama dari bonus demografi untuk mengembangkan ekonomi digital desa sehingga harus lebih diprioritaskan dalam implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa daripada generasi sebelum atau setelahnya.

Dari hasil analisis kondisi eksisting generasi *millennials* perdesaan di Indonesia dan analisis implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa dapat diketahui bahwa generasi *millennials* perdesaan memiliki kualitas yang cenderung lebih rendah daripada di perkotaan, tetapi secara karakteristik sangat potensial untuk diberdayakan dalam pengembangan ekonomi digital desa. Selain itu, implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa melalui pendampingan dinilai masih belum memadai dan belum spesifik menasar kepada generasi *millennials* desa, tetapi adanya prioritas pemanfaatan dana desa untuk pemberdayaan masyarakat desa dan pengembangan ekonomi lokal tahun 2020 menjadi peluang untuk dimanfaatkan dalam

pengembangan kualitas generasi *millennials* perdesaan sehingga dapat menjadi wirausahawan baru di desa. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan generasi *millennials* untuk mendorong pengembangan ekonomi digital desa dapat dirumuskan dengan mempertimbangkan strategi pengembangan ekonomi digital desa dan karakteristik generasi *millennials* sebagaimana telah diuraikan sebelumnya.

Berdasarkan uraian penelitian, maka strategi pemberdayaan generasi *millennials* perdesaan harus didesain mampu meningkatkan pengetahuan, sikap, ketrampilan (teknis dan *soft skill*), perilaku, dan kesadaran dari generasi *millennials* untuk mengembangkan ekonomi digital desa secara mandiri dan inovatif. Adapun strategi pemberdayaan generasi *millennials* perdesaan yang mendasar dan efektif untuk mendorong pengembangan ekonomi digital desa tersebut meliputi:

- 1) **Mengembangkan sistem pendidikan** (formal dan informal) dengan kurikulum sesuai dengan kebutuhan ekonomi digital
- 2) **Meningkatkan literasi digital** generasi *millennials* perdesaan yang mendukung pengembangan ekonomi digital seperti pemahaman dan pemanfaatan TIK untuk kegiatan perekonomian (jual beli dan promosi) melalui kegiatan sosialisasi/ penyuluhan, seminar, workshop/ lokakarya, kursus, penataran, bimbingan teknis, *e-learning*, dan lain sebagainya
- 3) **Menumbuhkan jiwa kewirausahaan** generasi *millennials* perdesaan melalui kelas wirausaha baik melalui seminar, workshop/ lokakarya, kursus, penataran, bimbingan teknis, *e-learning*, dan lain sebagainya.
- 4) **Menyediakan wadah pengembangan usaha** bagi generasi *millennials* perdesaan, terutama melalui BUMDes.

- 5) **Menyediakan lingkungan bisnis yang ramah dan mendukung kemudahan berusaha** bagi generasi *millenials* perdesaan, terutama kebijakan dan prosedur perijinan usaha dari pemerintah.
- 6) **Menyediakan skema pendanaan secara khusus** dari pemerintah (misalkan persentase tertentu dari dana desa) untuk membantu generasi *millenials* perdesaan mengembangkan ekonomi digital desa.
- 7) **Melibatkan perbankan untuk mendukung permodalan usaha** (kemudahan akses dan kredit tanpa bunga) bagi generasi *millenials* perdesaan.
- 8) **Melibatkan secara langsung generasi *millenials* perdesaan sebagai wirausahawan muda dalam kegiatan bisnis yang sudah sukses** misalnya magang pada perusahaan yang bergerak di ekonomi digital seperti tokopedia, bukalapak, dan sebagainya.
- 9) **Pendampingan dari para wirausahawan sukses dan pemimpin perusahaan ekonomi digital yang berpengalaman** terhadap kegiatan ekonomi digital desa yang sedang dikembangkan oleh generasi *millenials* perdesaan.
- 10) **Membentuk komunitas** generasi *millenials* perdesaan sebagai wadah komunikasi, dialog dan belajar bersama dalam pengembangan ekonomi digital desa

Kesepuluh strategi pemberdayaan generasi *millenials* tersebut harus menjadi perhatian dan fokus yang diprioritaskan oleh pelaksana kebijakan pemberdayaan masyarakat desa sebagaimana ditetapkan pada kebijakan agar wirausahawan baru desa dan kegiatan ekonomi digital desa dapat berkembang dan maju.

PENUTUP

Simpulan

Untuk mempercepat pencapaian tujuan pembangunan desa untuk Indonesia maju, maka pada penerapan model desa cerdas, ekonomi digital desa dapat didorong dan dikembangkan melalui tujuh strategi dengan pemuda sebagai kunci utama penggerak perekonomian desa. Adapun strategi pemberdayaan generasi *millenials* perdesaan untuk mendorong pengembangan ekonomi digital desa tersebut secara mendasar dan efektif dapat dilakukan melalui sepuluh strategi dengan kapasitas kewirausahawan sebagai kunci utama yang dikembangkan. Strategi-strategi tersebut secara praktis dapat diintegrasikan ke dalam implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat desa tahun 2020 baik melalui pemanfaatan dana desa maupun kegiatan pendampingan sehingga dapat mengakselerasi pengembangan ekonomi digital desa untuk pembangunan desa.

Saran

Penelitian ini masih bersifat konseptual sehingga perlu penelitian lebih lanjut untuk menguji/ mengukur/ memotret secara praktis/ kontekstual penerapan strategi pemberdayaan generasi *millenials* perdesaan yang telah dirumuskan dalam pengembangan ekonomi digital desa.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada JPT dan Administrator di Puslatbang PKASN LAN yang telah memberikan dukungan pada proses pelaksanaan penelitian dan pejabat Administrator, Pengawas dan Pelaksana di DPMD Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. (2018). *Digital Economy Has Role in Rural Development*. Diperoleh tanggal 23 Agustus 2019 dari <https://ugm.ac.id/en/news/16149-digital-economy-has-role-in-rural-development>
- Anderson, A dkk. (2017). Empowering Smart Communities: Electrification, Education, and Sustainable Entrepreneurship in IEEE Smart Village Initiatives. *IEEE Electrification Magazine*, 5(2), 6-16. Barokah, Hindun, dkk. (2015). *Indeks Pembangunan Desa 2014 (Tantangan Pemenuhan Standar Pelayanan Minimum Desa)*. Jakarta: Bappenas dan BPS.
- BPS. (2019). *Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi Februari 2019*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2018). *Hasil Pendataan Potensi Desa 2018*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2018). *Statistik Indonesia 2018*. Jakarta: BPS.
- Bungin, Burhan. (2014). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*. Paper No. 68 pada Development Informatics Working Paper Series. Manchester: Center for Development Informatic, Global Development Institute. Diperoleh tanggal 23 Agustus 2019 dari <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwdkppr68-diode.pdf>
- Creswell, John W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran Edisi Keempat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dirjen PPMD. (2018). *Laporan Kinerja Tahun 2018*. Jakarta: Dirjen PPMD.
- Ella, S & Andari, R. N. (2018). Developing a Smart Village Model for Village Development in Indonesia". *International Conference on ICT for Smart Society (ICISS), Semarang*
- Ella, S, & Andari, R. N. (2019). Utilization of ICT in Building a Smart Village Model for Village Development in Indonesia. *Unpublished article*. Lembaga Administrasi Negara
- European Network for Rural Development. (2018). *Smart Village: Revitalising Rural Services*. , EU Rural Review No 26, Luxembourg: European Union. Diperoleh pada tanggal 14 Mei 2019 dari https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/enrd_publications/publi-enrd-rr-26-2018-en.pdf
- European Network for Rural Development. (2018). *Smart Village: Revitalising Rural Services*. EU Rural Review No 26, Luxembourg: European Union. Diperoleh tanggal 14 Mei 2019 dari https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/enrd_publications/publi-enrd-rr-26-2018-en.pdf
- G20. (2016). *G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative*. Diperoleh tanggal 21 Agustus 2019 dari <https://www.mofa.go.jp/files/000185874.pdf>
- Grimes, S. (2003). *The digital economy challenge facing peripheral rural areas*. *Progress in Human Geography*, 27(2), 174–193. Diperoleh pada tanggal 23 Agustus 2019 dari <https://doi.org/10.1191/0309132503ph421oa>
- Harmitarti, S. (2019). *UMKM Kulon Progo didorong bermitra dengan usaha besar*. Diperoleh tanggal 25 Agustus 2019 dari <https://www.antaranews.com/berita/815440/umkm-kulon-progo-didorong-bermitra-dengan-usaha-besar>
- Kementerian PP dan PA. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi *Millennials* Indonesia*. Jakarta: Kementerian PP dan PA.
- Kementerian Desa, Transmigrasi dan Pembangunan Daerah Tertinggal. (2018). *Infografis: Paparan 4 Tahun Kemendes PDTT-02*. Diperoleh tanggal 23 Agustus 2018 dari https://www.kemendes.go.id/content/detail_infografis/Paparan%204%20Tahun%20Kemendes%20PDTT-02
- Kompas. (2019). *Pidato Kenegaraan Presiden Jokowi*. Diperoleh tanggal 19 Agustus 2019, dari <https://nasional.kompas.com/jeo/naskah-lengkap-pidato-kenegaraan-2019-presiden-jokowi>
- Kompas. (2019). *Pidato Kenegaraan Presiden Jokowi*. Diperoleh tanggal 19 Agustus 2019, dari <https://money.kompas.com/jeo/naskah-lengkap-pidato-jokowi-tentang-rapbn-dan-nota-keuangan-2020>
- Nadzroh, L. (2018). *Tumbuh Pesat, Perlu Strategi Hadapi Ekonomi Digital*. Diperoleh tanggal 23 Agustus 2019 dari <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/tumbuh-pesat-perlu-strategi-hadapi-ekonomi-digital/>
- Nugraheni, Ismi Dwi A. (2019). *Kebijakan Publik Pro Gender*. Surakarta: UNS Press.
- Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. (2018). *Master Plan Smart City Kabupaten Kulon Progo Tahun 2018-2028*. Diperoleh tanggal 26 Agustus 2019 dari <https://kominformo.kulonprogokab.go.id/files/file/uploads/a9120babc35ce69916273b79d79644db.pdf>

- Pemerintah Kabupaten Kulon Progo. (2018). *Penyusunan Analisa Makro Ekonomi Kabupaten Kulon Progo*. Diperoleh tanggal 5 Agustus 2019 dari http://data.kulonprogokab.go.id/lihat/ebook_de/til/4
- Philip, L. J., Townsend, L., Roberts, E., & Beel, D. (2015). The Rural Digital Economy. *Scottish Geographical Journal*, 131:3-4, 143-147.
- Ramachandra, TV, dkk. (2015). *Smart Village Framework*. Diperoleh pada tanggal 17 April 2018 dari <https://www.researchgate.net/publication/318034841>.
- Santoso, A. D. dkk. (2019). *Desa Cerdas: Transformasi Kebijakan dan Pembangunan Desa Merespon Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Center for Digital Society, Universitas Gadjah Mada.
- Silalahi, Uber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT.Refika Aditama
- S4YE. (2018). *Digital Jobs for Youth: Young Women in the Digital Economy*. Washington:International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank. Diperoleh tanggal 14 Agustus 2019 dari https://www.s4ye.org/sites/default/files/2018-09/S4YE%20Digital%20Jobs%20for%20Youth_0.pdf
- Zebua, D. J. (2018). *Kegigihan Masyarakat di Balik Destinasi Wisata Populer Pulepayung*. Diperoleh tanggal 26 Agustus 2019 dari <https://travel.kompas.com/read/2018/12/16/151400127/kegigihan-masyarakat-di-balik-destinasi-wisata-populer-pulepayung?page=all>