

Edisi
04
2024



Jakita

Sarana Informasi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta



LAYANAN JAKARTA

Si Keling Pentas
untuk Korban
Bencana

BAKTI JAKARTA

Mengenalkan STEM
agar Perempuan
Kuasai Teknologi

PLESIRAN JAKARTA

Petualangan
di Allianz Ecopark
Ancol



LAPORAN UTAMA

UMKM Jakarta Merambah Bisnis Berbasis Digital



Lokasi : Waduk Melati, Tanah Abang
Jakarta Pusat
Foto: Safran H.

JakGo.
JAKARTA.GO.ID

b **berita jakarta**
Website Berita Resmi Pemprov DKI Jakarta

JAKARTA
open data
Berbagi Data untuk Transparansi

AMB
ANALISIS MONITORING BERITA

JSC

JaKita
Sarana Informasi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta

Beranda



DIGITALISASI UMKM BUKAN SEKADAR MIMPI

Teknologi digital berkembang cepat. Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk berbenah diri, terutama dalam mengadopsi perkembangan teknologi. Melalui digitalisasi, pelaku UMKM tidak saja akan lebih mudah memasarkan produknya, tapi juga dapat menjangkau pasar lebih luas. Ekosistem digital juga membuka peluang bagi pelaku UMKM mendapat akses pembiayaan.

Karena itulah, Pemprov DKI Jakarta melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM), beberapa tahun terakhir ini gencar mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan teknologi digital.

Banyak program yang telah dikembangkan Dinas PPKUKM Provinsi DKI Jakarta. Mulai dari upaya untuk meningkatkan kemampuan digital bagi pelaku UMKM, seperti memberikan pelatihan teknik digitalisasi pemasaran, hingga menjalin sinergi dengan para *stakeholder* dan *e-commerce*.

Dengan memanfaatkan potensi platform digital dan *e-commerce* serta menerapkan sistem pembayaran yang berbasis digital melalui QRIS Jakpreneur, UMKM dipersiapkan dengan keterampilan yang diperlukan untuk tumbuh dalam lingkungan bisnis digital.

Tak hanya sekadar pelatihan, Pemprov DKI Jakarta juga memberikan dukungan dalam akses permodalan usaha melalui program-program pinjaman UMKM, serta memfasilitasi kerja sama dengan lembaga keuangan untuk pendanaan yang lebih mudah.

Melalui langkah-langkah ini, UMKM Jakarta diarahkan untuk tidak hanya menjadi pemain lokal, tetapi juga berpotensi bersaing di pasar global. Lebih dari itu, melalui program seperti Jumat Beli Lokal (JBL), dan e-Order misalnya, Pemprov DKI Jakarta mendorong sinergi antara UMKM dengan pelaku usaha lainnya, baik lokal maupun internasional.

Promosi dan branding produk UMKM juga terus diupayakan oleh Dinas PPKUKM untuk meningkatkan citra UMKM Jakarta secara global, baik melalui pameran internasional, platform *e-commerce*, maupun media sosial.

Dinas PPKUKM juga memiliki pula fasilitas Klinik Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memberikan konsultasi, dan pendaftaran hak merek. Melalui fasilitas IKM, para pelaku UMKM dibimbing untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produknya. Dengan demikian, UMKM Jakarta dipersiapkan untuk bersaing di panggung global dengan produk-produk yang berkualitas dan inovatif.

Intinya, dengan upaya tersebut, Pemprov DKI Jakarta tidak saja membangun UMKM yang tangguh secara ekonomi, tetapi juga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan pengembangan UMKM yang berdaya saing.

Sepertinya, apa yang dilakukan Pemprov DKI ini membuktikan bahwa transformasi digital bukanlah sekadar impian. Sebaliknya, transformasi digital merupakan sebuah kenyataan yang dapat diraih oleh pelaku UMKM Jakarta.**

PELINDUNG

Gubernur Provinsi DKI Jakarta

PEMBINA

Sekretaris Daerah Provinsi DKI Jakarta.
Asisten Pemerintahan Sekda Provinsi DKI Jakarta

PENGARAH

Kepala Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Provinsi DKI Jakarta

PENANGGUNG JAWAB

Kepala Bidang Komunikasi Publik

PEMIMPIN REDAKSI

Ketua Sub Kelompok Pengelolaan Media Komunikasi Publik

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Evi Yulianti
Nuruli Khotimah

REDAKTUR EKSEKUTIF

Hana Syabila Fazri

REDAKTUR PELAKSANA

Bambang Widodo

REDAKTUR

Nanik Ismawati
Peri Irawan

REPORTER

Muslim Ambari
Fenny Yanti Lukman Budiman
Tegar Rizqon Alfian
Fenty Risya Wardhanny

TRANSLATOR

Kartining Ajeng Puspasari

FOTOGRAFER

Safran Hasibuan
Rizky Adhitya
Buchori Muslim

TIM KREATIF

Tommy Kusuma R
Fandy Adam
Reza kundil

SEKRETARIAT

Andik Fitriansyah

Konten Edisi Ini

6

LAPORAN UTAMA



PENTINGNYA EKOSISTEM DIGITAL BAGI PELAKU UMKM

Pemprov DKI Jakarta gencar mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk masuk dalam ekosistem digital. Dengan berada di ekosistem digital, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi serta kapasitas usahanya.

26

KABAR BAIK DARI JAKARTA



JAKARTA KEMBANGKAN WISATA TEMATIK

Untuk mendongkrak wisatawan datang ke Jakarta, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pemprov DKI Jakarta mengembangkan wisata tematik. Seperti apa keunikannya?

30

LAYANAN JAKARTA



SI KELING PENTAS UNTUK KORBAN BENCANA

Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Provinsi DKI Jakarta BPBD DKI Jakarta kini memiliki layanan Si Keling Pentas yang diperuntukan bagi korban bencana. Seperti apa layanannya?

32 WIRAUSAHA

Bank DKI Penyumbang Dividen Terbesar

34 BAKTI JAKARTA

Mengenalkan STEM agar Perempuan Kuasai Teknologi

36 KHAS BETAWI

Andilan, Tradisi Betawi pada Hari Lebaran

38 CERITA KOTA KITA

Pekojan, Kampung Muslim Pertama di Jakarta

 **EMAIL**
jakita.redaksi@gmail.com
jakita@jakarta.go.id

 **WEB**
jakita.jakarta.go.id

 **INSTAGRAM**
@majalah.jakita

 **FACEBOOK**
@jakita.redaksi

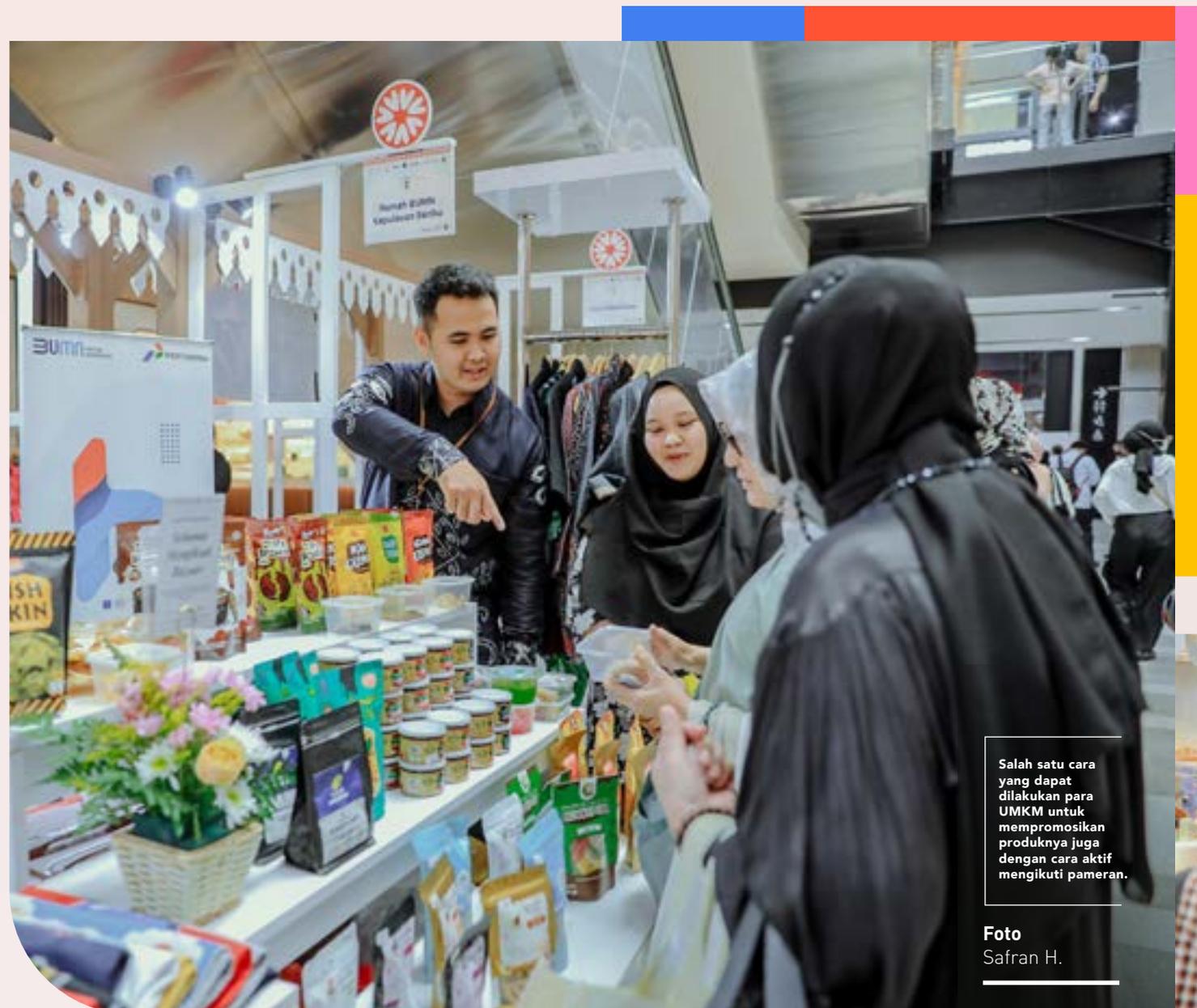
 **TWITTER**
@JakitaMagz

 **ALAMAT**
Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Prov. DKI Jakarta up. Redaksi JaKita
JL. Medan Merdeka Selatan No. 8-9 Blok E Lt.3 Gambir, Jakarta Pusat. Kodepos. 10110

 **TELEPON**
(021)3822156

PENTINGNYA EKOSISTEM DIGITAL BAGI PELAKU UMKM

Dengan berada di dalam ekosistem digital, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi serta kapasitas usahanya.



Salah satu cara yang dapat dilakukan para UMKM untuk mempromosikan produknya juga dengan cara aktif mengikuti pameran.

Foto
Safran H.

Jauh sebelum masyarakat modern mengenal industri besar sebagai salah satu bentuk usaha bisnis, masyarakat Indonesia telah lebih dahulu akrab dengan praktik-praktik ekonomi dalam bentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal tersebut setidaknya dapat dilihat dari keberadaan pasar-pasar di setiap daerah yang menjadi tempat transaksi serta aktivitas ekonomi masyarakat.

Dalam berbagai prasasti digambarkan bagaimana keberadaan pasar sejak dahululah menjadi cerminan aktivitas UMKM untuk menyokong perekonomian masyarakat saat itu. Mereka memanfaatkan pasar sebagai tempat jual beli beraneka produk yang diciptakan sendiri oleh masyarakat, seperti makanan, pertanian, peternakan, kerajinan tangan, dan sebagainya.

Dari aktivitas itulah, kegiatan ekonomi masyarakat bergerak hingga kini. Keberadaan UMKM sebagai penopang ekonomi semakin tak terbantahkan saat krisis ekonomi melanda Indonesia pada 1998 dan akibat pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu.

Aktivitas UMKM

Mengutip Laporan UMKM DKI Jakarta 2022 yang diterbitkan Badan Pusat Statistik (BPS), setidaknya terdapat tiga alasan UMKM menjadi penopang ekonomi yang tahan terhadap gempuran krisis. Pertama, UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. Kedua, UMKM tidak mengandalkan bahan baku impor, karena lebih memanfaatkan sumber daya lokal, baik manusia, modal, bahan baku, maupun peralatannya. Ketiga, bisnis UMKM menggunakan modal relatif rendah yang membuatnya mudah digeluti masyarakat.

Di sisi lain, pasar sebagai salah satu wadah UMKM di Indonesia, kemudian berkembang seiring kemajuan teknologi. Berkat teknologi, aktivitas UMKM tak hanya di pasar-pasar tradisional saja, tetapi juga pasar-pasar modern dan digital melalui *e-commerce* sebagai pasar terbaru.

Peran UMKM

Hingga saat ini, entitas UMKM bisa ditemui dengan mudah. Karena skalanya yang lebih kecil dibandingkan industri, UMKM mudah ditemui di pusat perkotaan hingga pelosok desa di seluruh Indonesia.

Sebagai wujud kemandirian ekonomi masyarakat, para pelaku UMKM mengembangkan beragam usaha, di antaranya jasa, kuliner, fesyen, dan sebagainya. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM. Jumlah tersebut merupakan 99% dari keseluruhan unit usaha yang ada di Indonesia.

BPS Jakarta mencatat, setidaknya terdapat 1.100.000 UMKM di Jakarta, atau sekitar 98,78% dari total jumlah usaha di DKI Jakarta. Sementara, data



Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) Provinsi DKI Jakarta mengungkapkan, 377.625 UMKM yang ada di Jakarta saat ini telah menjadi peserta Jakarta Entrepreneur (Jakpreneur), sebuah ekosistem UMKM yang dibangun Pemprov DKI Jakarta.

Dalam beberapa kesempatan, Penjabat (Pj.) Gubernur DKI Jakarta Heru Budi Hartono menegaskan peran penting UMKM bagi Jakarta. “Kita menyadari, sektor UMKM merupakan tulang punggung perekonomian, termasuk menjadi penggerak ekonomi Kota Jakarta,” katanya dalam sebuah wawancara.

Peran UMKM akan semakin sentral untuk mendukung Jakarta sebagai kota global. Sebab ekonomi mapan dan terkoneksi dengan dunia luar menjadi salah satu indikator untuk mewujudkan Jakarta sebagai kota global. “UMKM di Jakarta kita dorong untuk naik kelas, berdaya saing agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya hingga kancan internasional,” ujar Pj. Gubernur Heru.

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian, tambah Heru, tidak hanya dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) semata, melainkan juga dari sisi penyerapan tenaga kerja yang cukup tinggi. UMKM mampu menyerap tenaga kerja yang tidak terserap oleh industri, sehingga mampu mengurangi angka pengangguran.

Berdasarkan Dokumen Jakarta Dalam Angka 2024, jumlah Tenaga Kerja Menurut Klasifikasi Industri

pada Industri Mikro dan Kecil di Provinsi DKI Jakarta pada 2022 mencapai 174.965. “Tentu jumlah tersebut menunjukkan besarnya kontribusi tenaga kerja UMKM terhadap ekonomi Jakarta,” ucap Heru.

Digitalisasi UMKM

Praktisi perbankan dan pemerhati UMKM, Chandra Bagus Sulisty, dalam bukunya, *Strategi Jitu Bank dan UMKM Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional*, menulis, sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, UMKM sejatinya masih mempunyai potensi bisnis yang cukup signifikan untuk dioptimalkan. Salah satunya melalui digitalisasi.

Digitalisasi UMKM merupakan proses penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan manajerial bisnis UMKM. Hal itu meliputi penggunaan internet, perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), serta platform-platform digital lainnya.

“Digitalisasi UMKM berarti mengintegrasikan teknologi dalam semua kegiatan bisnis, mulai dari urusan administrasi, keuangan, kepegawaian, produksi, hingga pemasaran dan penjualan,” tutur Chandra.

Digitalisasi UMKM membuat pelaku usaha UMKM mengubah pengelolaan bisnisnya dari praktik konvensional ke modern. Proses digitalisasi ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi proses bisnis, serta operasionalisasi UMKM.

Bagi UMKM, digitalisasi dapat membawa berbagai manfaat. Misalnya, memperluas pangsa pasar ke seluruh Indonesia serta meningkatkan pendapatan melalui penggunaan layanan keuangan digital.

Berdasarkan studi Singtel Singapore pada 2019, UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital naik pendapatannya sebanyak 26%. Di dalam

negeri, hasil survei OVO dan CORE Indonesia pada 2021 lalu mengungkapkan, 84% dari mitra UMKM merasakan manfaat pembayaran digital (*e-wallet*) selama pandemi Covid-19.

Selain memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan, digitalisasi pun dapat mengurangi biaya pemasaran, logistik, serta pengiriman. Singkatnya, penggunaan teknologi digital mampu mengoptimalkan operasional UMKM, seperti pengolahan dan penyimpanan data, pembukuan keuangan, dan sebagainya. Menurut sebuah studi Association of South East Asian Nations (ASEAN), digitalisasi meningkatkan efisiensi UMKM, dengan mengurangi ongkos produksi sebesar 44%.

Masih Kendala

Kepala Dinas PPKUKM Provinsi DKI Jakarta Elisabeth



“Sektor UMKM merupakan tulang punggung perekonomian, termasuk menjadi penggerak ekonomi Kota Jakarta.”

Heru Budi Hartono
Penjabat (Pj.) Gubernur
DKI Jakarta.



UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat

Foto
Safran H.

Ratu Rante Alle mengatakan, digitalisasi UMKM menjadi langkah positif bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan bersaing di era digital seperti saat ini. “Sudah saatnya UMKM Jakarta untuk go digital karena dengan digitalisasi mereka akan mampu meningkatkan efisiensi dan perluasan pemasaran, serta meningkatkan daya saing pelaku UMKM secara keseluruhan,” kata Elisabeth Ratu.

Langkah digitalisasi, lanjut Elisabeth Ratu juga dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi ekonomi Jakarta secara keseluruhan, yakni dengan membuka peluang baru, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi Jakarta.

Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Jakarta sendiri menurut Elisabeth Ratu terus meningkatkan volume usaha koperasi, Pemprov DKJ serta berupaya meningkatkan digitalisasi UMKM di Jakarta melalui sejumlah program seperti pelatihan digital bagi UMKM Jakarta.

Meski demikian, diakui Ratu adanya keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan atau mengakses teknologi digital oleh masyarakat menjadi tantangan bagi Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Jakarta dalam menerapkan digitalisasi pada pelaku UMKM.

“Lewat Fasilitasi Jakarta Entrepreneur, Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Jakarta turut berupaya dan menyusun strategi

dalam menangani permasalahan tersebut. Dengan menyediakan berbagai program lewat fasilitasi 7 Langkah Pasti Akan Sukses (PAS) Jakarta Entrepreneur, terutama yang berkaitan dengan fasilitasi pelatihan untuk pengembangan literasi digitalisasi dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM,” jelas Ratu.

Dengan upaya tersebut, seluruh UMKM di Jakarta diharapkan dapat *go digital*. Terlebih, pemerintah pusat telah berupaya keras mewujudkan target *onboarding* digitalisasi 30 juta UMKM pada 2024.

• nis

Puncak Transformasi Digital UKM di Thailand

Thailand menjadi salah satu negara di Asia Tenggara dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup maju dan berkembang. Pemerintah Thailand menggarap serius berbagai upaya untuk mengembangkan UMKM di negara tersebut.

Upaya dukungan pemerintah Thailand terhadap UMKM telah menjadi bagian dari agenda nasional negeri Gajah Putih tersebut sejak 2014. Kebijakan dukungan terhadap UMKM semakin diperkuat dari tahun ke tahun.

Salah satunya melalui program *one tambon one product* (Satu Tambon Satu Produk), yakni program stimulus kewirausahaan yang dirancang untuk mendukung produk-produk yang dibuat dan dipasarkan secara lokal di masing-masing tambon (kecamatan) di Thailand.

Program *one tambon one product* (OTOP) mendorong masyarakat desa untuk meningkatkan kualitas dan pemasaran produk lokal, memilih satu produk unggulan dari setiap tambon untuk menerima branding formal sebagai “produk OTOPI berbintang” yang menyediakan panggung lokal dan nasional untuk mempromosikan produk UMKM. Program OTOPI mencakup beragam produk lokal, termasuk kerajinan tangan tradisional, pakaian katun dan sutra, tembikar, aksesoris fesyen, hingga perlengkapan rumah tangga, dan makanan.

Pemerintah Thailand juga terus mendorong kemajuan UMKM mereka dengan memberikan imbal tunai

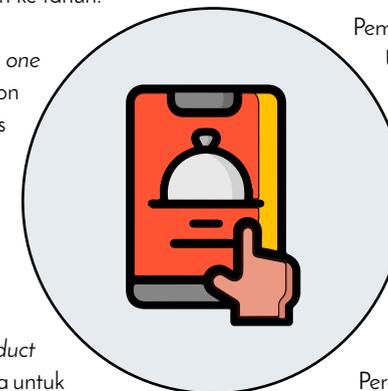
(*cashback*) untuk setiap pembelian produk UMKM. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan efisien, pemerintah Thailand mendorong pula digitalisasi UMKM.

Kebijakan memberikan imbal tunai kepada konsumen diberikan kepada pihak yang membeli produk UMKM. Kebijakan ini menjadi skema yang diterapkan pemerintah Thailand untuk mendorong masyarakatnya mengonsumsi produk dalam negeri.

Pemerintah Thailand pun terus mendorong UMKM untuk naik kelas melalui digitalisasi. Berdasarkan survei yang dilakukan Salesforce, usaha kecil dan menengah di Thailand telah memanfaatkan teknologi lebih cepat dibandingkan banyak negara lain. Adopsi teknologi yang pesat merupakan bukti ketekunan dan kreativitas UMKM serta komunitas di mana mereka berproduksi.

Perdana menteri Thailand terus berupaya agar UMKM menyesuaikan diri dengan sistem ini karena ini menjadi bagian dari agenda nasional dan telah mencapai keberhasilan besar dalam membangkitkan kesadaran akan perlunya teknologi digital dalam bisnis yang secara signifikan mengurangi waktu, proses, dan biaya.

Transformasi digital pada akhirnya telah mencapai puncaknya di Thailand. Penelitian serupa menunjukkan, 100% UMKM Thailand saat ini telah mengalihkan operasi mereka ke *online*. Sebagian besar UMKM di sana percaya, perubahan yang mereka lakukan akan menguntungkan bisnisnya dalam jangka panjang. • nis





Dinas PPKUKM juga memfasilitasi pengembangan akses produk pelaku UMKM lewat promosi dan "branding" untuk meningkatkan citra UMKM Jakarta secara global,

Foto
Dok: Pribadi

SAATNYA PELAKU UMKM JAKARTA GO DIGITAL

Berbagai program dikembangkan untuk mendorong pelaku UMKM Jakarta Entrepreneur merambah bisnis digital. Seperti apa hasilnya?



Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak bisa dianggap enteng. Ketangguhannya telah terbukti saat pandemi Covid-19 pada 2020 lalu. Ketika banyak usaha besar, seperti *mall* dan restoran, tumbang digempur pandemi, UMKM justru mampu bertahan. Bahkan tidak jarang yang tumbuh berkembang.

Hasil survei SEA Insights, perusahaan internet yang berbasis di Singapura, menunjukkan salah satu yang membuat UMKM mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19 adalah karena memanfaatkan teknologi digital.

Dalam survei pada Juni 2020 lalu, SEA Insights melihat peningkatan penggunaan media digital seperti media sosial, dan e-dagang yang dilakukan pelaku UMKM. SEA Insights menemukan sekitar 50 persen pelaku UMKM menggunakan media digital dalam menjalankan usahanya selama pandemi.

SEA Insights juga menemukan, tren peningkatan pemanfaatan media digital terus berlanjut. Hasil survei itu mencatat, sekitar 70 persen pelaku usaha mengaku akan terus memanfaatkan media digital melalui e-dagang dan media sosial. Karena itu, transformasi digital menjadi suatu kebutuhan untuk mengembangkan usaha.

Kehadiran teknologi digital disambut antusias pelaku UMKM Jakarta yang tergabung dalam Jakarta Entrepreneur. Tidak sedikit yang telah merambah bisnis tanpa batas tersebut.

Hasilnya, Penjabat (Pj.) Gubernur DKI Jakarta Heru Budi Hartono menyatakan, persentase UMKM Jakarta Entrepreneur yang terdigitalisasi mencapai 91,2 persen. Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta mengungkapkan, sebanyak 1.151.080 pelaku UMKM di Jakarta pada 2022.

Tentu saja capaian tersebut tak lepas dari program Pemprov DKI Jakarta yang mendorong pelaku UMKM dalam Jakarta Entrepreneur untuk menggunakan media digital dalam mengembangkan usahanya.

Kepala Dinas PPKUKM Provinsi DKI Jakarta Elisabeth Ratu Rante Allo mengungkapkan, digitalisasi UMKM merupakan suatu keharusan untuk pengembangan UMKM Jakarta. "Pelatihan terhadap UMKM di Jakarta merupakan upaya menyusun strategi demi mendukung perwujudan Jakarta sebagai kota global," ujar Ratu.

Sebelumnya, Dinas PPKUKM juga telah menggelar berbagai pelatihan yang diperuntukkan bagi pelaku UMKM. Seperti



Produk UMKM Indonesia sudah semakin diminati pasar global dan mampu bersaing dengan produk-produk lainnya.

Foto
Rizky Adhitya.

“

“Pelatihan terhadap UMKM di Jakarta merupakan upaya menyusun strategi demi mendukung perwujudan Jakarta sebagai kota global.”

Elisabeth Ratu Rante Allo
Kepala Dinas PPKUKM DKI Jakarta

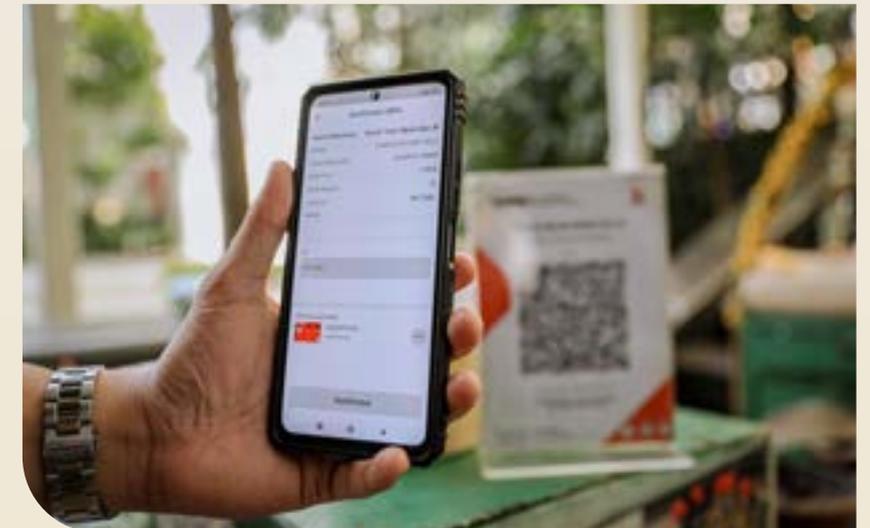
”

pelatihan untuk transaksi secara daring (*online*), pelatihan pemasaran dan kolaborasi perluasan pemasaran serta pembayaran digital (*digital payment*). Ada pula pelatihan pembuatan *website*, pengembangan bisnis digital, dan peningkatan kemampuan manajemen.

“Dinas PPKUKM DKI juga menyelenggarakan pelatihan *e-Smart*, yakni pelatihan literasi digital kepada UKM binaan Provinsi DKI Jakarta untuk memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh platform digital dan *e-commerce*,” tambah Ratu.

Dalam memberikan pelatihan *e-Smart*, Dinas PPKUKM menjalin sinergi dengan berbagai pihak terkait, dari universitas hingga lembaga *e-commerce*. Hingga kini jumlah UMKM Jakarta Entrepreneur yang telah difasilitasi melalui pelatihan *e-Smart* sebanyak 8.279 peserta.

Dinas PPKUKM pun mengembangkan keterampilan peserta dalam pengambilan foto produk untuk pemasaran UKM, sebagai sarana promosi dan penjualan secara *online*. “Kita juga memfasilitasi pemasaran berbasis digital seperti Jumat Beli Lokal (JBL) dan *e-order*,” ucapnya.



Pemprov DKI Jakarta juga membantu pelaku UMKM dalam mendapatkan akses permodalan usaha, melalui program-program pinjaman UMKM dan memfasilitasi kerja sama dengan lembaga keuangan untuk pendanaan yang lebih mudah.

Lalu, Dinas PPKUKM pun memfasilitasi pengembangan akses produk pelaku UMKM, lewat promosi dan *branding* untuk meningkatkan citra UMKM Jakarta secara global, baik melalui pameran internasional, platform *e-commerce*, maupun media sosial.

Sedangkan untuk meningkatkan kualitas produk UMKM agar dapat bersaing di pasar global, Dinas PPKUKM memiliki pula fasilitas Klinik Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang memberikan konsultasi, serta pendaftaran hak merek.

Ratu menjelaskan, sinergi yang dijalin melalui pemberian fasilitasi pelatihan digital pemasaran telah meningkatkan kualitas dan daya saing pelaku UMKM Jakarta. “Daya saing, kualitas, serta pemasaran produk

UMKM DKI Jakarta meningkatkan eksistensi UMKM hingga kancah internasional,” ungkapnya.

Penting Adaptasi Digital

Wakil Direktur UKM Center Universitas Indonesia sekaligus Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI Rambat Lupiyoadi menilai, pertumbuhan UMKM di Jakarta lebih cepat dibandingkan daerah-daerah lain di Indonesia. “Hal itu karena ada dukungan faktor peluang ekosistem kewirausahaan yang bagus,” ucapnya.

la mencontohkan, beberapa peluang itu di antaranya adalah regulasi dan kebijakan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang mendukung penuh produk UMKM untuk masuk ke dalam e-katalog.

Perkembangan UMKM yang sangat cepat sepanjang pandemi Covid-19 berdampak signifikan pula pada penggunaan teknologi dan cara pemasaran digital. Karena itu, Rambat mengimbau, pelaku UMKM

Jakarta harus cepat beradaptasi. Salah satunya dengan menyesuaikan model bisnisnya yang mengarah ke platform digital. Tujuannya, agar usaha tetap berjalan baik, meski tidak membuka gerai.

Adaptasi mencakup pula cara bisnis melalui platform daring, sistem pembayaran daring melalui uang elektronik, QRIS, atau platform lain yang sudah ada. “Semua itu berdampak besar terhadap perkembangan usaha dan memperkuat daya saing di pasaran,” kata Rambat.

Menurutnya, digitalisasi mempengaruhi banyak hal dalam bisnis UMKM. Pelanggan menjadi lebih cepat, produksi lebih efisien dan inovasi lebih cepat sebab riset pasar dapat melalui daring atau media sosial.

Mengingat pentingnya digitalisasi, Rambat menghimbau pelaku UMKM mengikuti perkembangan tersebut. “Bisa dilakukan secara bertahap,” ujarnya.

• **bam/sam**

PROFIL INDUSTRI Mikro Dan Kecil (Imk) DKI Jakarta

Sebaran Jumlah IMK DKI Jakarta

Jakarta Barat	15.297 usaha
Jakarta Timur	14.040 usaha
Jakarta Selatan	10.174 usaha
Jakarta Utara	9.143 usaha
Jakarta Pusat	6.160 usaha
Kepulauan Seribu	349 usaha

Industri IMK yang Memiliki Tenaga Kerja Terbesar

Tenaga Kerja Pakaian	63.786 usaha
Tenaga Kerja Makanan	53.237 usaha
Tenaga Kerja Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	15.078 usaha

Jumlah usaha IMK di DKI Jakarta



- Tahun 2021 berjumlah **62.108** usaha.
- Tahun 2022 sebanyak **55.163** usaha.

Skala usaha IMK DKI Jakarta

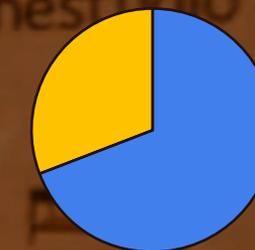


- Industri mikro sebanyak **45.051** usaha.
- Industri skala kecil sebanyak **10.112** usaha.

Tiga Besar Usaha IMK Menurut KBLI

Industri makanan	23.743 usaha
Industri pakaian	14.123 usaha
Industri Percetakan	3.559 usaha

Tenaga Kerja Usaha IMK di DKI Jakarta



- Laki-laki sebanyak **121.258** orang
- Perempuan sebesar **53.707** orang

Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja IMK

Tamatan SMP	68.867 orang
Tamatan SMA	61.186 orang
Tamatan SD dan tidak tamat	28.402 orang
Tingkat pendidikan tinggi	6.847 orang

Sumber : BPS DKI Jakarta Infografis: Tommy Kusuma Rasyid



Kepala Dinas Perindustrian,
Perdagangan, Koperasi dan Usaha
Kecil Menengah (PPKUMK)
Provinsi DKI Jakarta Elisabeth
Ratu Rante Allo:

KAMI KEMBANGKAN PEMASARAN DIGITAL BAGI PELAKU UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terus berkembang di Jakarta. Bahkan, saat pandemi Covid-19 pada 2020-2022 lalu, UMKM terbukti tak hanya menjadi usaha yang bisa bertahan, namun juga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi pada era digital. Sejauh mana upaya Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (PPKUMK) Provinsi DKI Jakarta dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM? Berikut petikan wawancara *JaKita* dengan Kepala Dinas PPKUMK Elisabeth Ratu Rante Allo.

Berapa sebenarnya jumlah UMKM yang ada di Jakarta?

Berdasarkan data Jakpreneur di jakarta.go.id, jumlah pelaku UMKM peserta Jakarta Entrepreneur per tahun 2023 sebanyak 372.663, yang

didominasi pelaku UMKM kuliner hingga mencapai 79,3 persen.

Pj. Gubernur Heru Budi Hartono mengapresiasi digitalisasi UMKM di Jakarta yang mencapai 91,2 persen. Bagaimana tanggapan Anda?

Digitalisasi menjadi langkah positif bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan bersaing pada era digital. Kondisi demikian menandakan bahwa pelaku UMKM Jakarta terus mengalami peningkatan dan pengembangan diri dalam mengadopsi teknologi serta meningkatkan kualitas produk UMKM.

Seberapa penting digitalisasi UMKM bagi pertumbuhan ekonomi Jakarta?

Langkah digitalisasi UMKM dapat

memberikan manfaat yang signifikan bagi ekonomi Jakarta secara keseluruhan. Akan membuka peluang baru, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi.

Apakah digitalisasi ini mampu membuat UMKM berjalan efektif?

Digitalisasi ini melibatkan berbagai *stakeholders* yang menjadi mitra sekaligus kolaborator pelaku UMKM, sehingga dalam mengembangkan usahanya akan tercipta iklim usaha yang berdaya saing, berdaya guna, dan berdaya tahan unggul. Pemprov DKI memfasilitasi UMKM ini lewat Jakarta Entrepreneur.

Apa saja upaya yang dilakukan Pemprov DKI untuk mendorong digitalisasi tersebut?

Dinas PPKUMK lewat fasilitasi Jakarta Entrepreneur terus berupaya dan menyusun strategi dalam mendorong digitalisasi, dengan mengadakan pelatihan teknik digitalisasi pemasaran agar dapat menjangkau konsumen lebih luas.

Seperti apakah pelatihan itu?

Misalnya pelatihan atau *workshop E-Smart* yang merupakan pelatihan literasi digital kepada UMKM agar bisa memanfaatkan potensi yang ditawarkan platform digital dan *e-commerce*. Dengan pelatihan, UMKM tak hanya bisa menerapkan sistem pembayaran berbasis digital melalui QRIS Jakpreneur, namun juga bisa melakukan pemasaran berbasis digital, seperti Jumat Beli Lokal (JBL), *e-Order*, dan platform digital lainnya.



Apakah ada program khusus lain yang diterapkan?

Dinas PPKUMK telah memfasilitasi pemberian pelatihan teknik digitalisasi kepada pelaku UMKM dengan menjalin sinergitas bersama para *stakeholders* maupun *e-commerce*.

Bisa disebutkan *e-commerce* apa saja yang terlibat?

Ada Bukalapak yang memberikan pelatihan (*training*) untuk para pendamping dan melalui komunitas Bukalapak. Shopee dengan pelatihan dan pembinaan berkelanjutan untuk transaksi via *online* sejak 2021. Lalu Tokopedia yang juga melatih pemasaran produk sejak 2021. Ada juga Gojek yang memberikan pelatihan *digital payment* sejak 2019. Kemudian Grab yang memberikan ilmu perluasan pemasaran dan *digital payment* melalui aplikasi Grab.

Apakah ada hambatan dalam menerapkan digitalisasi itu?

Adanya keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan atau mengakses teknologi digital oleh masyarakat menjadi tantangan bagi Pemprov DKI Jakarta.

Bagaimana menghadapi tantangan itu?

Lewat Jakarta Entrepreneur, kami terus berupaya dan menyusun strategi dalam menangani permasalahan tersebut. Yakni dengan menyediakan berbagai program lewat fasilitas 7 Langkah Pasti Akan Sukses (PAS) Jakarta Entrepreneur, utamanya yang berkaitan dengan pelatihan untuk pengembangan literasi digitalisasi dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM.

Apa dampak digitalisasi terhadap perkembangan UMKM di Jakarta?

Digitalisasi memberikan dampak yang signifikan pada perkembangan UMKM di Jakarta. Bisa memperluas akses pasar, membuka peluang baru, dan membantu UMKM mengelola usaha dengan lebih efisien. Pelaku UMKM dapat mengembangkan produk dan layanan berdasarkan kebutuhan konsumen.

Bagaimana pengembangan UMKM di Jakarta ke depan?

UMKM di Jakarta diharapkan mampu menjadi pelaku UMKM Naik Kelas. Atau dalam kaitannya terhadap UMKM yang berdaya saing, berdaya guna, dan berdaya tahan, untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya hingga kancah internasional.

• **sya**



Keberhasilan Sukma Maharani membangun Blooming Seven hanya mengandalkan platform digital mulai dari *e-commerce* sampai media sosial yang dijadikan sarana untuk membangun usahanya.

Foto
Safran H.

SUKSES USAHA BERKAT TEKNOLOGI DIGITAL

Berkat bisnis melalui teknologi digital, Sukma Maharani berhasil mengembangkan usahanya hingga beromzet ratusan juta rupiah.

Digitalisasi membawa berkah tersendiri bagi Sukma Maharani. Sejak ia memasarkan produknya melalui ranah digital, usahanya berkembang pesat. Ia bisa memasarkan produk madu yang diberi merk Blooming Seven itu semakin luas, tidak lagi dibatasi jarak dan waktu.

Sukma bercerita, gagasan menjual madu melalui *online* itu dimulai pada 2000 lalu. Saat itu pandemi sedang melanda Indonesia, termasuk Jakarta. Banyak teman dan kerabatnya yang terpapar virus Covid-19.

“Ketika marak isolasi mandiri, ada kebiasaan dari teman-teman yang mengirim makanan untuk

mereka yang melakukan isolasi,” tutur Sukma saat disambangi *JaKita* di lokasi usahanya, kawasan Duren Sawit, Jakarta Timur.

Sukma pun tak mau ketinggalan. Ia mengirim madu ke teman-temannya. Kebetulan saat itu pamannya di Jawa Tengah mengirim banyak madu. Sudah lama memang Sukma terbiasa mengonsumsi madu produksi pamannya sendiri. Pengiriman semakin intens kala ia dan keluarganya melakukan isolasi mandiri akibat terpapar Covid-19. “Madu kiriman itu saya bagikan dalam botol-botol kecil kepada teman-teman yang terpapar Covid-19,” ujarnya.

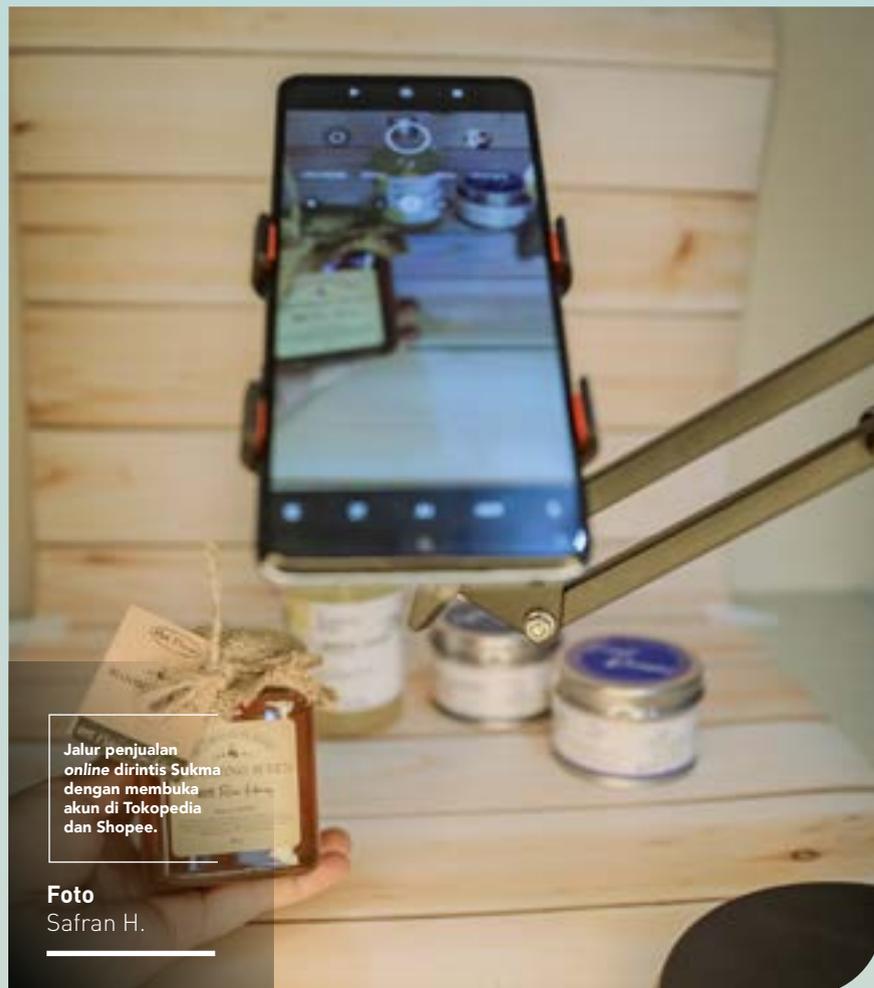
Tak disangka, madu produk paman Sukma itu mendapat respons positif dari teman-temannya. Banyak yang bilang madunya berbeda dengan yang biasa dijual di supermarket. Setelah mengonsumsi madu itu, tenggorokan mereka terasa lebih lega. “Tidak sedikit yang meminta lagi dan ingin membelinya,” katanya.

Sejak itulah, Sukma melihat ada peluang bisnis madu. Ia mulai membuat kemasan dan merancang desainnya. Kebetulan latar belakang pendidikannya desain komunikasi visual.



Dengan bekal keterampilan itulah, ia mendesain sendiri kemasan produk madu yang dijualnya. Sukma memberi nama produknya Blooming Seven. Nama itu diambil dari nama putri semata wayangnya, Tujuh Asarenjana Aji. Ia mengambil kata ‘Tujuh’ yang dalam Bahasa Inggris ‘Seven’.

Selanjutnya, Sukma memasarkan madu kemasan



Jalur penjualan online dirintis Sukma dengan membuka akun di Tokopedia dan Shopee.

Foto
Safran H.

tersebut secara *online*. Ia memulai dengan menjual madu kepada teman-temannya lewat *e-commerce*. Tak disangka, respon mereka amat bagus. Bahkan beberapa di antaranya selalu memesan ulang. Lambat laun, produk madu jualannya pun semakin populer dari mulut ke mulut.

Sukma kian percaya diri merintis usahanya. Ia semakin serius pula menggarap bisnisnya. Jalur penjualan *online* ia rintis dengan membuka akun di Tokopedia dan Shopee pada awal 2021. “Respons positif dari konsumen membuat saya semakin bersemangat,” ucapnya.

Namun, setiap ia menawarkan madunya, banyak *reseller* yang menanyakan Nomor Izin Edar (NIE) dan sertifikat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). “Saya mencari tahu apa itu NIE dan Sertifikat BPOM,” paparnya.

Singkat cerita, Sukma disarankan untuk bergabung dalam UMKM Jakarta Entrepreneur. Mulai dari situ, jalan terbuka lebar. Dengan bergabung di UMKM Jakarta, ia mendapat banyak kemudahan, dari mengurus perizinan usaha, sertifikasi BPOM, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), hingga sertifikasi halal. Sukma juga

kerap mendapat pelatihan dari Dinas PPKUKM Provinsi DKI Jakarta.

Berbekal itulah, kesempatan Sukma untuk melebarkan sayap usahanya semakin terbuka lebar. Berawal dari usaha kecil yang dilakukan sendirian, kini mantan karyawan di perusahaan agensi itu telah mempekerjakan empat karyawan.

Ia pun menyewa dua rumah untuk kebutuhan produksi dan pengemasan. Selain menjadi UMKM binaan Dinas PPKUKM Provinsi DKI Jakarta, Blooming Seven telah lolos pula *bootcamp* Jawa, Pameran UMKM dari Bank Indonesia.

Bukan hanya madu, kini bisnis Sukma sudah merambah ke minuman kesehatan lain, seperti teh beraroma, jus lemon, minyak kelapa murni, kunyit asem, beras kencur, lemon madu, serta yang terbaru: jus bawang putih. Ia mengaku, omzet bisnisnya sekitar Rp 70 juta per bulan, atau berkisar Rp 800 juta per tahun.

Menurut Sukma, keberhasilannya membangun Blooming Seven hanya mengandalkan teknologi digital. Segala macam platform digital mulai dari *e-commerce* sampai media sosial ia jadikan sarana untuk membangun usahanya. Bahkan pemilihan kemasan, promosi, penjualan, hingga pengiriman dilakukan secara digital.

Ia menyadari, digitalisasi harus terus dilakukan pelaku UMKM, karena akan memberi banyak kemudahan yang berkaitan dengan kebutuhan usahanya. “Tanpa digitalisasi, mungkin itu semua akan sulit kami raih,” pungkas Sukma yang berharap usahanya dapat merambah ke pasar nasional maupun internasional.

•gro



Zaman

Seorang sahabat musisi yang sedang menempuh S3 di Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur, Redy Eko Prastyo, baru-baru ini mengirim WhatsApp (WA) komposisi musik beserta videonya yang berjudul “Harapan Pantai”. Pendiri Jaringan Kampung Nusantara dan Festival Kampung Cempluk ini mengekspresikan spirit maritim secara audio visual melalui *Artificial Intelligence* (AI).

Hasilnya sungguh luar biasa. Sampai cengkok Madura vokalis perempuannya pun hasil kecerdasan buatan. Ia meng-*upload* karya *world music* tersebut di Instagram. “Ternyata AI mampu juga menerjemahkan tafsir *prompt* saya. Saya pikir, perkembangan teknologi ini akan terus menggelinding sejalan kepesatan zaman. Walaupun masih ada yang memperlmasalah teknologi dengan perspektif pro dan kontranya, selamat datang di dunia baru,” tulis Redy dalam *caption* kontennya.

Saya tercenung membacanya, teringat sebuah lagu yang digubah mendiang Harry Roesli, “Zaman”. Di tengah lagu, musisi bengal dari Bandung itu berpuisi: “Siapa yang dapat menghentikan zaman?/ Siapa yang dapat menghentikan waktu?/ Siapa yang dapat menghentikan detak jam dinding ini?/ Siapa? Siapa? Siapa?”

Bukan kebetulan, saya kira, Kang Harry sampai mengulang tiga kali pertanyaan “Siapa?”. Cucu sastrawan Marah Roesli yang menulis novel terkenal, *Siti Nurbaya*, tersebut agaknya hendak menegaskan, kita harus beradaptasi terhadap perkembangan zaman, bukan menolaknya.

Teknologi digital, misalnya, telah merambah keseharian hidup kita ke mana-mana, dari budaya, politik, transportasi, lingkungan, hingga ekonomi. Tak terkecuali bisnis Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Digitalisasi UMKM menjadi keniscayaan, sebagai proses penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan manajerial bisnis yang meliputi pemakaian internet, perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), serta platform-platform digital.

Go digital memudahkan UMKM untuk memasarkan produk, meningkatkan transaksi, mencatat keuangan melalui platform pembayaran digital, memperluas akses modal, serta melatih pengembangan usaha dan kreativitas pelakunya. Pemerintah mencatat, sekitar 27 juta UMKM sudah masuk ke dalam ekosistem digital sampai 2023. Sementara, pada 2024, pemerintah menargetkan, sekitar 30 juta UMKM bisa *go digital*.

Kepala Pusat Digital dan UMKM Institute for Development of Economics and Finance (Indef) Eisha Maghfiruha mengungkapkan, perdagangan daring (*e-commerce*) menghela pertumbuhan ekonomi digital terbesar di Indonesia, dengan nilai US\$ 62 miliar pada 2023. Ia menyarankan pemerintah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM, agar dapat beradaptasi dengan teknologi digital. Eisha juga merekomendasikan pemerintah, supaya bisa memberikan insentif kepada platform *e-commerce* yang turut memberdayakan UMKM..

• Ramdan Malik



Ketua Kelompok Penelitian Ekonomi Berbasis Pengetahuan, Pusat Penelitian Ekonomi Makro dan Keuangan Badan Riset dan Inovasi Nasional Bahtiar Rifai.

Kemudahan UMKM Jakarta Lakukan Transformasi Digital

Transformasi digital yang dilakukan UMKM Jakarta perlu ada penguatan pada digital kewirausahaan, *digital financial*, dan *digital innovation* untuk meningkatkan kapasitas bisnis UMKM.

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terjadi setelah pandemi Covid-19. Banyak pelaku usaha UMKM pada fase tersebut memulai usaha dengan kesempatan yang lebih fleksibel. Salah satunya di Jakarta.

Seperti di tingkat nasional, UMKM di Jakarta juga didominasi oleh sektor jasa dan perdagangan, industri, transportasi dan jasa lainnya. Usaha mikro dan kecil mendominasi sampai 94,78 persen. Sedangkan sisanya usaha menengah serta besar.

Semua fakta tersebut diungkap Ketua Kelompok Penelitian Ekonomi Berbasis Pengetahuan, Pusat Penelitian Ekonomi Makro dan Keuangan, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), Bahtiar Rifai. Peneliti ekonomi ini fokus meneliti UMKM serta digitalisasi.

Ia mengungkapkan, UMKM memang sudah berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional maupun daerah. Beberapa kali UMKM juga menjadi penyelamat ekonomi

saat terjadi krisis ekonomi Asia Timur (1997/1998), krisis ekonomi global akibat *subprime mortgage* (2008/2009), dan pandemi global 2020.

“UMKM menjadi salah satu penopang ekonomi daerah, karena sebagian besar berbasis bahan baku lokal yang mencakup pertanian, tenaga kerja lokal, dan disalurkan untuk pasar domestik,” jelasnya kepada *JaKita*.

Merujuk kepada pengaruh kuat UMKM terhadap ekonomi di daerah, Bahtiar menilai Jakarta memiliki kekuatan. Sebab UMKM didukung penuh dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dengan insentif melalui *Jakpreneur*.

Dukungan tersebut telah menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif bagi UMKM, terutama dalam proses inkubasi, pertumbuhan dan pengembangan.

Daya Saing Terbatas

Bahtiar Rifai menambahkan, walau UMKM tumbuh pesat usai

pandemi Covid-19, daya saingnya relatif masih terbatas dibandingkan dengan industri besar. Fakta itu bisa dilihat dari produktivitas UMKM yang lebih rendah dengan 99 persen jumlah unit usaha, kontribusi ke Produk Domestik Bruto (PDB) terbatas 7 persen dan ekspor 15 persen.

“Sementara dengan jumlah unit usaha 0,01 persen, usaha besar mampu mendominasi ekspor (85 persen) dan berkontribusi pada PDB 43 persen,” tuturnya.

Penyebab keterbatasan itu disebabkan skala usaha yang terbatas, sehingga tingkat keekonomian menjadi lebih kecil. Kemudian, mayoritas UMKM merupakan usaha padat karya, dibandingkan usaha besar yang padat modal, sehingga produktivitasnya tidak mampu bersaing dengan usaha besar.

Penyebab lain keterbatasan UMKM, yakni model bisnis yang konvensional, sehingga semua kegiatan usaha dilakukan sendiri yang menyulitkan kesempatan berinovasi.

“Utilisasi digital masih terbatas pada aspek pemasaran dan penjualan, sehingga belum mampu meningkatkan inovasi serta produktivitas,” tegasnya.

Tetapi, di tengah keterbatasannya, UMKM di Jakarta sudah diuntungkan dengan aglomerasi ekonomi. Hal itu didukung perputaran ekonomi nasional yang 70 persen berlangsung di Jakarta. Juga kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) yang tinggi di Jakarta, sehingga membuka kesempatan UMKM untuk berkembang lebih cepat.

Itu artinya, UMKM di Jakarta mendapat kemudahan berupa akses yang lebih baik, sumber daya produktif seperti modal, teknologi, dan informasi, hingga tenaga kerja. Dengan demikian, UMKM di Jakarta menjadi lebih kompetitif dibandingkan daerah lain.

Mengingat pertumbuhan yang semakin besar dan kemajuan zaman yang diiringi kemajuan teknologi, UMKM sudah sepatutnya melakukan digitalisasi usaha. Dampaknya, UMKM akan memiliki data yang lebih akurat,

sehingga akan lebih cepat dan tepat dalam mengambil keputusan.

Ini diyakini Bahtiar akan meningkatkan keuntungan, khususnya memanfaatkan momentum-momentum penting, tren pasar yang sedang berkembang, keputusan untuk produksi, investasi, atau bahkan menarik diri dari pasar untuk mengganti dengan produk yang lebih baik, baru, serta inovatif.

“Kecepatan dan ketepatan mengambil keputusan juga akan mengurangi risiko kerugian,” terangnya.

Menurut Bahtiar, digitalisasi sangat bagus untuk menumbuhkan inovasi usaha dan memperluas pasar. Pun akan menjadi kendaraan untuk berkolaborasi, karena digitalisasi akan mempertemukan antara investor maupun *buyer*.

Namun, mengingat adopsi digital harus melalui empat tahapan, yaitu *basic*, *learner*, *intermediate*, serta *advanced*, transformasi digital UMKM dilakukan sesuai kapasitas dan kebutuhan masing-masing.

Dengan segala keunggulannya, UMKM akan lebih dimudahkan jika melakukan transformasi dalam kegiatan usahanya. Digitalisasi akan menghasilkan efisiensi serta meningkatkan produksi.

“Namun, digitalisasi membutuhkan investasi yang besar, pemahaman teknologi digital yang memadai, dan *digital skills* SDM-nya, agar manusia dapat bekerja bersama teknologi digital, khususnya membantu pekerjaan, bukan menggantikan manusia,” ungkapnya.

Proses transformasi yang dijalani UMKM di Jakarta juga perlu ada penguatan pada digital kewirausahaan, *digital financial*, dan *digital innovation* untuk meningkatkan kapasitas bisnis UMKM. “Pemerintah juga perlu mendorong untuk kolaborasi multipihak, khususnya di tingkat lokal, seperti perguruan tinggi,” pungkas Bahtiar.



JAKARTA KEMBANGKAN WISATA TEMATIK

Untuk mendongkrak wisatawan datang ke Jakarta, sehingga memiliki daya saing dengan kota-kota dunia, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta mengembangkan wisata tematik. Seperti apa keunikannya?



Jakarta juga memiliki wisata sejarah, alam, dan kuliner yang bisa ditawarkan kepada wisatawan yang datang ke Jakarta.

Foto
Buchori M.



Wisata tematik menjadi pilihan Jakarta dalam mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, setelah Ibu Kota Negara (IKN) pindah ke Nusantara, Kalimantan Timur. Pengembangan tersebut melalui kerja sama dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) terkait.

Kerja sama dengan para pihak terkait dijalin, karena Pemerintah Provinsi DKI Jakarta ingin mengemas paket-paket wisata dengan tema menarik yang potensial dikembangkan di Jakarta. Sebut saja wisata *leisure*, bisnis, MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), pelajar, serta wisata minat khusus.

Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta Anhdika Permata menyatakan, Jakarta potensial untuk mengembangkan wisata tematik, karena banyak destinasi wisata menarik yang bisa dikembangkan.

Selain wisata belanja yang sudah melekat dengan Jakarta, masih ada pula wisata sejarah, alam, dan kuliner. Semua daya tarik itu bisa ditawarkan kepada wisatawan yang datang ke Jakarta, baik dari dalam maupun luar negeri.

Menurut Anhdika, pengembangan paket dan destinasi wisata sangat

tersebut mungkin dilakukan, karena secara infrastruktur Jakarta sudah sangat siap. Salah satunya ketersediaan sarana dan prasarana transportasi yang bisa diakses dengan mudah oleh wisatawan.

Bahkan, saat ini Jakarta telah didukung dengan layanan sistem transportasi terintegrasi antarmoda yang dapat menjangkau hingga permukiman penduduk. Jakarta pun didukung berbagai jenis akomodasi yang sangat layak, seperti hotel berbintang dan penginapan lainnya.

la menambahkan, pengembangan wisata tematik juga menjadi wujud

keseriusan Pemprov DKI Jakarta dalam mengembangkan kota global. Dengan demikian, Jakarta bisa menjadi titik temu budaya dari segala penjuru Indonesia dan negara-negara lain.

Di antara destinasi wisata menarik di Jakarta adalah Monumen Nasional (Monas), Kawasan Kota Tua, Taman Mini Indonesia Indah (TMII), wisata belanja sepanjang Jalan Sudirman-Thamrin, hingga wisata Kepulauan Seribu yang siap memanjakan wisatawan.

Karena itu, Pemprov DKI Jakarta berupaya menyiapkan infrastruktur

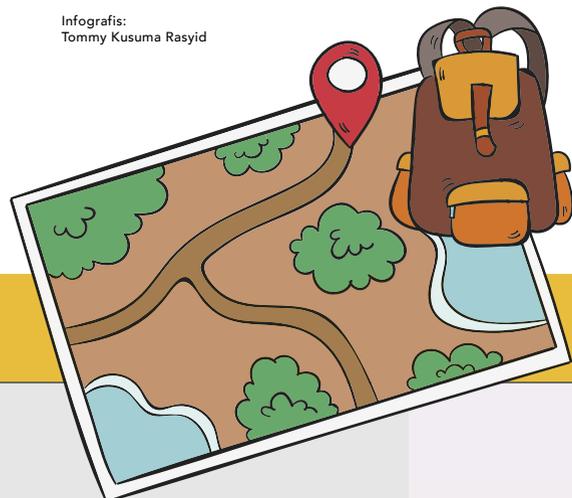
Wisata Tematik Jakarta:

- Wisata Leisure
- Wisata Bisnis
- MICE, Meeting Incentives, Conferences and Exhibitions Tourism atau Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran
- Wisata Edukasi
- Wisata Minat Khusus

Destinasi Wisata:

- Monumen Nasional (Monas)
- Kawasan Kota Tua
- Taman Mini Indonesia Indah (TMII)
- Wisata belanja sepanjang Jalan Sudirman-Thamrin
- Wisata Kepulauan Seribu

Infografis:
Tommy Kusuma Rasyid



terbaik untuk memenuhi semua kebutuhan wisatawan, agar Jakarta bisa menjadi kota yang nyaman bagi semua orang.

Wisata Tematik

Pada 22 Maret 2020, salah satu jurnal ilmiah populer di dunia, *Journal of Sustainable Rural Development*, menerbitkan hasil penelitian tiga akademisi dari perguruan tinggi di Iran. Penelitian tersebut menjelaskan tentang wisata tematik sebagai sebuah pengembangan baru pariwisata.

Mereka bertiga mengutip hasil riset dua peneliti dari Republik Ceko, Michal Červinka dan Lenka Švajdová. Keduanya mengungkapkan, wisata tematik adalah kegiatan wisata yang terjadi di seputar tema tertentu.

Menurut mereka, wisata tematik adalah sejenis perjalanan yang awalnya dilakukan demi tujuan tertentu, seperti hiburan, aktivitas fisik, minat terhadap subjek tertentu, atau jenis tujuan tertentu.

Sedangkan dosen Manajemen Bisnis Pariwisata di Sekolah Vokasi Universitas Indonesia Diaz Pranita menilai, dari sisi infrastruktur, Jakarta sudah sangat siap, sehingga dapat bersaing dengan pariwisata di kota-kota dunia lainnya.

Tetapi, Jakarta masih menghadapi banyak tantangan. Misalnya, cara mengemas pariwisata dengan mengembangkan keunikannya secara khusus yang bisa diingat oleh semua wisatawan.

“Semua potensi ada di Jakarta. Kuncinya, bagaimana menggarap setiap potensi dengan sangat serius dan dilakukan satu per satu, tidak sekaligus. Itu tantangan utama,” terang Diaz kepada *JaKita*.

Ia pun mencontohkan bagaimana ibu kota Thailand, Bangkok, bisa mengembangkan



Jakarta dapat menjadi tempat berkumpul berbagai unsur modern dan tradisional secara bersamaan.

Foto
Buchori M.

pariwisatanya dengan sangat baik. Salah satunya karena keunikan khusus yang dikembangkan secara sangat serius dan dilakukan satu per satu.

Contohnya, kuliner *tom yum* yang dikenal sangat baik di kalangan wisatawan mancanegara. Demikian pula Kuala Lumpur di Malaysia yang mengembangkan pariwisatanya dengan berpijak kepada keunikan khusus, semisal kuliner nasi lemak.

Padahal, kata Diaz, Jakarta jauh mengungguli kedua kota di Asia Tenggara tersebut dari segala sisi. Tak hanya penggerak pariwisata unggulan, namun juga Jakarta memiliki kelengkapan lain karena bisa memadukan wisata modern dan tradisional sekaligus.

Pengembangan wisata dengan keunikan khusus perlu dilakukan, sesudah Jakarta tidak lagi menyandang status ibukota. Artinya, jika tidak ada keunikan khusus, bukan tidak mungkin Jakarta akan ditinggalkan para penikmat wisata dari dalam maupun luar negeri. “Jakarta harus bisa membuat *top of mind* yang bisa melekat kuat di ingatan wisatawan maupun masyarakat dunia,” jelas Diaz.

Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat (DPP) Asosiasi Travel Agent Indonesia (Astindo) sekaligus Sekretaris Jenderal Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) dan President Federation of ASEAN Travel Association (FATA) Pauline Suharno juga menyarankan, kalau Jakarta ingin mengembangkan pariwisata dengan baik, maka harus fokus. “Tidak perlu serakah atau meniru-niru apa yang dilakukan di kota-kota lain,” ucapnya saat dihubungi *JaKita*.

Pauline Suharno mengingatkan pula, saat mengembangkan wisata tematik, Pemprov DKI harus konsisten dan tidak setengah-setengah. Khusus untuk kontrak pengembangan wisata tematik yang sudah dikembangkan, sebaiknya dilakukan jangka panjang dengan durasi waktu minimal 3-5 tahun.

Jika bisa menerapkan cara seperti itu, Pauline yakin, Jakarta akan menyamai kota-kota besar di dunia, seperti New York di Amerika Serikat. “Jakarta ini bukan hanya kota bisnis, namun juga pariwisata,” pungkas Pauline.



Layanan yang disediakan Si Keling Pentas mulai dari bantuan Psikologis, kelompok bermain, dukungan teman sebaya hingga konseling dengan tenaga kesehatan jiwa.

Foto
Safran H.

SI KELING PENTAS UNTUK KORBAN BENCANA

Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Provinsi DKI Jakarta kini memiliki layanan Si Keling Pentas yang diperuntukan bagi korban bencana. Seperti apa layanannya?

Setiap bencana kerap berdampak bagi korbannya. Tidak hanya dampak fisik, tapi juga trauma yang mendalam. Ada banyak trauma yang diderita korban, dari trauma fisik hingga emosional seperti kecemasan. Jika dibiarkan, gejala-gejala yang timbul dapat mengganggu kehidupan sehari-hari.

Karena itu, pada setiap kejadian bencana diperlukan sebuah layanan yang mengakomodasi dukungan psikososial. Setidaknya agar para penyintas sejenak melupakan trauma akibat musibah yang dialami.

Kepala Bidang Rehabilitasi dan Rekonstruksi Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Provinsi DKI Jakarta M. Ridwan Ibrahim menyatakan, pemberian dukungan psikososial penting dilakukan sebagai upaya negara hadir di setiap kondisi.

“Dalam konteks kebencanaan, ada namanya mitigasi bencana, bencana, dan pascabencana. Kami, BPBD DKI Jakarta, harus hadir di sana, Psikososial dihadirkan agar masyarakat mampu kembali pulih setelah bencana itu usai,” ujar Ridwan kepada *JaKita* beberapa waktu lalu.



Saat ini, BPBD Provinsi DKI Jakarta telah memiliki layanan psikososial yang lebih komprehensif, yakni layanan psikososial yang disebut Psikososial Keliling Penghibur Penyintas (Si Keling Pentas).

Si Keling Pentas saat ini menggunakan kendaraan khusus yang dilengkapi berbagai fitur penunjang layanan. Fitur tersebut antara lain ruang konseling, ruang hiburan yang dilengkapi *smart TV* dan *sound system* untuk menghibur penyintas, khususnya anak-anak. Selain fitur utama, layanan *mobile* Si Keling Pentas memiliki layanan tambahan, berupa buku-buku dan mainan edukasi.

Jenis layanan yang disediakan Si Keling Pentas antara lain Psikoedukasi, Bantuan Psikologis Awal, Kelompok Bermain, Dukungan Teman Sebaya, dan Konseling dengan Tenaga Kesehatan Jiwa.

“Psikoedukasi itu satu cara untuk memberikan literasi soal kebencanaan, baik itu ketika diberikan kepada anak-anak-remaja maupun lansia,” kata Ridwan.

Kegiatan yang biasa dilakukan untuk memberikan penyembuhan psikologis bagi para penyintas, antara lain bermain,

bernyanyi, mendongeng kepada anak-anak. Untuk orang dewasa dan lansia, biasanya diberikan waktu konseling dan terapi lainnya.

Namun, bagi yang memiliki masalah mental yang agak serius, BPBD Provinsi DKI Jakarta menyediakan layanan khusus yang diberikan langsung oleh tenaga kesehatan jiwa.

Masyarakat juga diberi kesempatan dalam memberikan dukungan, seperti bantuan atau berkolaborasi untuk mengedukasi dan menghibur. Caranya, dengan mengunjungi *website* <https://bpbddjakarta.go.id/>. Setelah itu, mengklik ikon kolaborasi Si Keling Pentas.

Manfaat layanan BPBD tersebut dirasakan Warsini. Warga RW 05, Kecamatan Tambora, Jakarta Barat, ini menganggapnya sebagai layanan yang baik pascabencana.

Sebagai penyintas kebakaran di Tambora beberapa waktu lalu, ia ikut merasakan manfaat layanan itu. “Kami berterima kasih dengan adanya layanan ini. Kami senang dan sedikit menghilangkan masalah yang menimpa kami,” tutur Warsini.

“

Layanan psikososial dihadirkan agar masyarakat mampu kembali pulih setelah bencana itu usai.

M Ridwan Ibrahim
Kepala Bidang Rehabilitasi dan Rekonstruksi BPBD DKI Jakarta.

”

BANK DKI PENYUMBANG DIVIDEN TERBESAR

Bank DKI penyumbang dividen terbesar bagi Pemprov DKI Jakarta sebesar Rp326,44 miliar dari laba bersih Bank DKI tahun 2023 sebesar Rp1,02 triliun.

Prestasi gemilang terus diraih Bank DKI. Kali ini, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta itu menjadi penyumbang dividen terbesar bagi Provinsi DKI Jakarta. Bank plat merah tersebut memberikan dividen hingga 32 persen, atau senilai Rp 326,44 miliar pada 2023.

Berdasarkan laporan keuangan yang telah diaudit, Bank DKI meraih laba bersih sebesar Rp1,02 triliun pada 2023. Angka ini meningkat 8,63 persen, dari laba sebanyak Rp 939 miliar pada 2022. Laba bersih merupakan cerminan kinerja bank yang didukung oleh pertumbuhan fungsi intermediasi yang positif.

Kabar baik tersebut terungkap dari hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Bank DKI Tahun Buku 2023 pada 22 Maret 2024 lalu. Pemprov DKI Jakarta mengapresiasi Bank DKI sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang menyumbang dividen terbesar bagi Jakarta.

Penjabat (Pj.) Gubernur DKI Jakarta Heru Budi Hartono berharap, Bank DKI dapat terus menjadi mitra dalam mendukung Program Kerja Pemprov DKI Jakarta. Saat perayaan ulang tahun Bank DKI ke-63 yang bertema “Bertumbuh, Berkelanjutan Bersama Jakarta” pada 11 April 2024, ia menyatakan keyakinannya atas peran penting Bank DKI terhadap kemajuan Kota Jakarta.

Pj. Gubernur Heru juga optimis terhadap pelayanan prima Bank DKI kepada seluruh



Peningkatan laba dan dividen Bank DKI semakin meningkat selaras dengan kinerja Bank DKI untuk mendukung terwujudnya Jakarta sebagai kota global.

Foto
Safran H.

pemangku kepentingan. “Saya berharap, Bank DKI dapat terus berinovasi membangun ekosistem bisnis digital yang memberdayakan nasabah dan dunia usaha, termasuk pengembangan UMKM di Jakarta,” ujarnya.

Apresiasi senada disampaikan Kepala Badan Pembinaan BUMD DKI Jakarta Nasruddin Djoko Surjono. Menurutnya, peningkatan laba dan dividen Bank DKI selaras dengan kinerjanya untuk

“

Bank DKI terus menjalankan peran sebagai mitra strategis dalam mensinergikan potensi bisnis baik yang melibatkan program-program Pemprov DKI, proyek BUMD Jakarta, dan dengan instansi lainnya.

Amirul Wicaksono
Pelaksana Tugas (Plt) Direktur Utama (Dirut) Bank DKI

”

Perusahaannya, lanjut Amirul, berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam pembangunan Jakarta yang berkelanjutan. Dengan sinergi yang erat dengan seluruh BUMD Jakarta, visi Jakarta Kota Global diharapkan dapat terwujud.

Program CSR

Selama ini, Bank DKI telah melakukan banyak hal, terutama untuk mendukung berbagai program kerja Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Mulai dari penyaluran bantuan sosial hingga elektronifikasi pengelolaan anggaran Perangkat Daerah melalui layanan *Cash Management System/CMS* (Sistem Manajemen Tunai) Bank DKI.

Sekretaris Perusahaan Bank DKI Arie Rinaldi mengungkapkan, perusahaan telah menginisiasi serangkaian program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Program tersebut di antaranya bantuan dana usaha kepada para purnabakti Bank DKI, Program Purna Bakti Sejahtera (Probahtera) bagi keluarga pensiunan karyawan, serta pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jakarta.

Selain itu, lanjut Arie, Bank DKI juga memberikan Bantuan Biaya Pendidikan bagi anak-anak dari para purna bakti Bank DKI yang berprestasi untuk jenjang pendidikan SMP, SMA, D4, serta S1.

Bantuan ini bukan hanya sekadar bentuk kepedulian, tetapi merupakan investasi masa depan yang lebih baik bagi seluruh masyarakat di Jakarta,” paparnya.

Di usianya yang ke-63 tahun pada 11 April 2024 lalu, Bank DKI telah berkomitmen untuk Tumbuh, Berkelanjutan Bersama Jakarta.

•sya



Gen G membekali perempuan muda dengan keterampilan teknis serta keterampilan interpersonal yang diperlukan untuk menjadi pemimpin masa depan di bidang STEM.

Foto
Dok: Pribadi

MENGENALKAN STEM AGAR PEREMPUAN KUASAI TEKNOLOGI

Anbita Nadine Siregar mengenalkan Science, Technology, Engineering, dan Mathematics (STEM) kepada perempuan agar menguasai teknologi.

Teknologi berkembang pesat. Perusahaan rintisan (*startup*) bermunculan. Mereka hadir dengan berbagai inovasi, mulai dari *e-commerce*, *traveling*, pendidikan, *ticketing*, finansial, akomodasi, hingga *telemedicine*.

Dalam membangun berbagai *startup* tersebut, peran *engineer* yang piawai di bidang *Information and Technology* (IT) penting. Namun, sejauh ini, profesi tersebut masih didominasi laki-laki.

Itu sebabnya, banyak yang bertanya-tanya dan heran melihat Anbita Nadine Siregar yang bekerja sebagai *Product Engineer* Gojek Indonesia. Pekerjaannya ini dianggap nyeleneh dari gendernya yang seorang perempuan.

Nadine demikian sapaan akrabnya ini gerah dengan stereotip perempuan yang berkarier di bidang industri teknologi. Namun alumni Boston University ini mengakui partisipasi perempuan Indonesia yang bekerja di ranah tersebut memang masih rendah.

Berangkat dari itu, Nadine bersama teman-temannya mendirikan *Generation Girl* (Gen G).

Sebuah organisasi nonprofit yang mengenalkan perempuan kepada *Science, Technology, Engineering, dan Mathematics* (STEM) sejak dini, melalui berbagai program yang seru dan inovatif.

Gen G pertama kali meluncurkan program pembelajaran atau pelatihan dengan gabungan kurikulum teknologi yang singkat dan intensif alias *bootcamp* pada 2018 lalu.

“Seiring perjalanan waktu, kami merumuskan visi dan misi, yaitu membekali perempuan muda dengan keterampilan teknis serta keterampilan interpersonal yang diperlukan untuk menjadi pemimpin masa depan di bidang STEM,” ujar Nadine kepada *Jakita*.

Lewat berbagai programnya, komunitas Gen G memiliki target yang jelas agar berdampak positif bagi perempuan Jakarta dan meluas ke seluruh Indonesia. Sejak didirikan, Gen G total menjangkau 59.600 perempuan di 34 provinsi dengan 1.980 jam program.

“Pada 2028, kami memproyeksikan lebih dari 100.000 perempuan akan

mengenyam pendidikan STEM,” papar Nadine.

Adapun program utama Gen G yakni *Holiday Club* yang diselenggarakan dua kali setahun. Tepatnya, program *Summer Club* yang digelar pada Juni-Juli dan *Winter Club* yang diadakan pada Desember-Januari. Program gratis ini menyasar gadis kelas 9 SMP dan kelas 12 SMA (14-18 tahun). *Bootcamp* selama seminggu tersebut mencakup berbagai topik untuk pemula, seperti ilmu komputer.

Selain itu, ada juga *Electives X*, program yang ditujukan bagi mahasiswi dan profesional muda berusia 18 tahun ke atas yang ingin meningkatkan karier serta keterampilan teknisnya. Pesertanya diajak berpikir terampil dan kritis. Kurikulumnya dirancang Gen G bersama mitra industri.

Sedangkan *Electives Lite* merupakan program buat perempuan yang ingin mengasah keterampilan teknisnya untuk menjadi pemimpin masa depan. *Workshop* ini cocok bagi mereka dengan berbagai latar belakang dan usia. Melalui program ini, pesertanya belajar mengenal berbagai topik yang

bisa diselesaikan secara cepat dan tepat, seperti cara membuat produk unggulan.

Berbagai program Gen G itu disambut antusias oleh perempuan Indonesia. Nadine mencatat, pada 2024 saja rerata 500-800 orang per bulan tergerak untuk mendapat pengetahuan dan keterampilan STEM.

Meski peminatnya membludak, Nadine mengungkapkan, ada materi yang kurang diminati, salah satunya *Backend*. Topik ini dianggap belum familier dan kompleks oleh beberapa peserta, karena membutuhkan pemahaman yang dalam tentang konsep-konsep teknis.

Di samping itu, ada kendala dalam menerapkan programnya. Di antaranya, stigma masyarakat yang masih menganggap perempuan kurang pantas menggeluti STEM. Hal itu menghalangi partisipasinya untuk mengikuti program Gen G.

Kendala lainnya yakni keterbatasan akses, sumber daya yang kurang, kesadaran yang minim terhadap STEM yang penting pada era digital. Ada pula kesenjangan dalam pemahaman dasar-dasar yang diperlukan untuk mempelajari STEM.

Ia berharap, perempuan Indonesia bisa berperan aktif dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam STEM. Karena, menurutnya, kaum Hawa pun punya potensi sangat besar di bidang yang dianggap maskulin ini.

“Perempuan yang terlibat dalam STEM juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi negara,” kata Nadine yang masuk jajaran Forbes Under 30, berkat komunitas Gen G yang didirikannya ini. • **yen**



- Generation Girl didirikan pada 2018
- Chief Executive Officer of Generation Girl, Anbita Nadine Siregar
- Chief Product Officer of Generation Girl, Tania Soerianto
- Chief Operating Officer of Generation Girl, Tsabita Vera Cyavrilla
- Generation Girl menjangkau total 59.600 perempuan di 34 provinsi dengan 1.980 jam program

Infografis: Tommy Kusuma Rasyid

Andilan, Tradisi Betawi pada Hari Lebaran

Menjelang Lebaran, masyarakat Betawi punya tradisi potong kerbau yang dibeli dari hasil patungan warga satu kampung. Seperti apa tradisi itu kini?



Menjelang Lebaran, masyarakat Betawi memiliki tradisi andilan, yakni memotong kerbau dan membagikannya kepada warga yang merayakan Lebaran, juga warga yang beragama lain.

Foto
Dok: Pribadi



P erayaan Idulfitri 1445 Hijriah baru saja berlalu. Hari istimewa bagi umat muslim itu disambut masyarakat Betawi dengan sukacita. Bagi mereka, lebaran tidak hanya menjadi momentum untuk bersilaturahmi dan saling memaafkan, tapi juga menyantap hidangan khas Betawi, yakni semur kerbau.

Bagi orang Betawi, semur kerbau menjadi hidangan yang wajib disajikan di meja makan saat Lebaran. Kehadiran semur kerbau yang menemani ketupat atau lontong dan sayur babanci, merupakan bagian dari tradisi Andilan masyarakat Betawi.

Andilan merupakan tradisi potong kerbau yang dibeli sebelum Ramadan. Kerbau dibeli dari hasil patungan warga satu kampung. Kerbau yang sudah dibeli ini dirawat warga secara gotong royong di lapangan, dengan bergantian memberikannya makan.

Dua hari sebelum Lebaran, kerbau tersebut dipotong. Saat pemotongan kerbau, semua warga terlibat. Keikutsertaan warga ini sebagai bentuk silaturahmi saat Ramadan.

Selanjutnya, potongan daging kerbau dibagi secara merata kepada warga satu kampung yang ikut patungan tersebut. Biasanya, daging kerbau dimasak semur saat Idulfitri. Daging kerbau juga ikut dibagikan pada warga yang kurang mampu. Meski sudah jarang ditemui, tradisi andilan ini masih dilestarikan warga Betawi di beberapa wilayah Jakarta.

Sejarawan Betawi JJ Rizal mengatakan, tradisi Andilan merupakan kebiasaan turun temurun orang Betawi yang dilakukan sebelum Idulfitri tiba. "Andilan dilakukan warga Betawi dalam menjalin silaturahmi dimulai sebelum Ramadan," ucapnya.

Rizal menjelaskan, orang tua Betawi tempo dulu, mengadakan rembukan sebelum memasuki bulan Ramadan. Kala itu masyarakat Betawi yang sebagian besar petani memilih kerbau yang mudah dirawat.

"Kemudian warga di satu kampung akan mengumpulkan uang untuk

membeli kerbau dan setiap warga punya andil dalam mengurus kerbau itu. Mereka giliran menjaga, kasih makan, dan menggembalkannya. Itulah kenapa disebut Andilan," urai Rizal.

Mendekati Lebaran, warga memotong kerbau dan memasaknya bersama. Lalu membagikannya sama rata, tak hanya kepada warga yang merayakan Lebaran, namun juga warga beragama lain.

"Nah, keikutsertaan masyarakat dalam menjaga kerbau dan memasaknya ini merupakan wujud rasa gotong royong, guyub, saling berbagi, dan silaturahmi yang terkandung dalam tradisi Andilan," ujar Rizal.

la menambahkan, daging kerbau yang telah dipotong, diolah menjadi berbagai masakan, seperti semur maupun rendang, yang kelak menjadi hidangan pada saat Lebaran. "Paling populer ya, semur kerbau," kata Rizal.



Sudah Jarang

Beberapa puluh tahun lalu, tradisi ini masih marak dijalankan warga Betawi, karena harga kerbau masih terjangkau dan lahan atau tempat untuk menggembalkannya masih luas.

Rizal mengakui, Andilan memang sudah jarang dilakukan lagi sekarang, kendati masih ada warga Betawi yang melaksanakan tradisi ini. "Tradisi Andilan sudah susah ditemukan saat ini. Kondisi sosial masyarakat yang berubah diharapkan tidak menghilangkan tradisi unik ini," paparnya.

Kenapa unik? Karena memang makna dari Andilan ini sangat besar dan menjadi langka pada zaman ini.

"Tidak ada batas antara kaya, miskin, Jawa, Betawi, Sunda, Islam, Hindu, Kristen. Semua guyub. Tradisi andilan kala itu mempersatukan semua, yakni semangat kebersamaan. Sudah seharusnya budaya ini dipelihara," beber Rizal.

Kekhawatiran Rizal diamini Taufik, warga Kampung Kramat, Jakarta Timur. Ia menyayangkan tradisi Andilan jarang dilakukan warga Betawi di kampungnya.

Padahal, beberapa tahun lalu, tradisi ini masih dilakukan, saat ia masih bersekolah dasar. Ia mengingat bagaimana kakeknya dengan semangat mengkoordinir warga membeli kerbau sebelum Ramadan.

Dulu, tambahnya, warga berpatungan Rp100.000 untuk membeli kerbau. "Iuran juga untuk merawat kerbau sampai dipotong beberapa hari sebelum Lebaran," kata pria yang biasa disapa Opik ini. • **nya**

PEKOJAN, KAMPUNG MUSLIM PERTAMA DI JAKARTA

Kawasan Pekojan di Tambora dipercaya menjadi salah satu titik pertama Kampung Arab di Jakarta. Nama 'Pekojan' berasal dari kata 'Khoja', yang pada masa lampau digunakan untuk menyebut penduduk keturunan India yang beragama Islam.

Kampung Pekojan di Kecamatan Tambora, Jakarta Barat, memiliki banyak peninggalan orang Koja, kaum muslim asal Pantai Coromandel, India. Salah satunya, Masjid Al Anshor di Jalan Pengukiran II yang dibangun pada 1648. Peninggalan lainnya adalah nama Pekojan atau *Pecodjan* dalam peta VOC (*Verenigde Oost-Indische Compagnie*) dan Hindia Belanda.

Lantas siapakah orang Koja? Situs *indischeliterairewandelingen.nl* mengungkapkan, semula orang Belanda menyebut mereka *Bataviasche Mooren*. *Mooren* mengacu pada *Mouro*, kata dalam Bahasa Portugis untuk menyebut orang beragama Islam. Mereka dibawa ke Batavia oleh VOC beberapa tahun setelah penaklukan Malaka pada 1641.

Orang-orang Koja yang dibawa VOC ke Batavia berasal dari Pulicat, India. Mereka adalah pedagang yang memiliki jaringan luas di Samudera Hindia. Kehadirannya diharapkan meramaikan Pelabuhan Batavia. Mereka dimukimkan di luar tembok kota, yang administratur menamakan permukimannya *Pekodjan* atau Pekojan.

Di Batavia, pedagang-pedagang Koja piawai berniaga. Mereka menguasai jalur perdagangan dari Batavia ke kota-kota di sekitar India dan sebaliknya. Pada masa keemasannya, sebelum memasuki abad ke-18, jalur perdagangan India-Batavia sangat ramai. Bersamaan dengan itu, jumlah penduduk Pekojan semakin bertambah.

Kejayaan orang Koja di Pekojan berakhir pada 1757, ketika Inggris mengerahkan kekuatan besar untuk menaklukkan banyak kerajaan di India. Jalur perdagangan India-Batavia yang dikuasai orang Koja terputus.

Pekojan redup. Orang-orang Koja keluar dari Pekojan, lalu melanjutkan petualangan mereka ke tempat lain. Misalnya, mendirikan perkampungan baru di Semarang, Jawa Tengah, yang Belanda pun menamakannya *Pekodjan*.

Sebagai gantinya, rumah-rumah orang Koja beralih kepemilikan kepada orang Arab Hadramaut. Semula, Belanda mengidentifikasi orang Koja sama dengan Arab, karena beragama Islam. Namun, peraturan polisi Hindia Belanda pada 1828 secara eksplisit



Di Pekojan, pemukim Arab Hadramaut membangun identitasnya sendiri, yaitu Langgar Tinggi.

Foto Rizky Adhitya.

menyebut *Moor* atau orang Koja tidak termasuk orang Arab. Peraturan itu dibuat sebagai bagian politik segregasi etnis.

Kehadiran orang Arab dan etnis lain membuat Kampung Pekodjan mengalami perluasan. *Straatnamen in Batavia Vroeger en Jakarta Nu* menjelaskan, ada dua jalan yang menggunakan nama Pekodjan. Pertama, Pekodjan yang diubah menjadi Jalan Pekojan. Kedua, Gang Kampung Pekodjan II yang kini menjadi Jalan Pejagalan III. Penggunaan kata dua mengindikasikan ada perluasan permukiman.

Di Pekojan, pemukim Arab Hadramaut membangun identitasnya sendiri, yaitu Langgar Tinggi. Langgar adalah kata dalam Bahasa Indonesia yang berarti

musala, tempat ibadah umat Islam yang tidak bisa digunakan untuk Salat Jumat. Semula, Langgar Tinggi hanya untuk salat lima waktu berjamaah dan tempat rapat warga Arab Pekojan.

Setelah diperbesar dan menjadi tempat Salat Jumat, Langgar Tinggi menjadi masjid. Menariknya, karena tidak ingin menghilangkan sejarahnya, tempat ibadah itu diberi nama Masjid Langgar Tinggi.

Ketika dihuni warga Arab, Pekojan sekadar nama tanpa pemukim asli. Selain Masjid Al Anshor di Jalan Pengukiran, tidak ada pula penanda lain orang Koja yang tertinggal di Jalan Pekodjan. Sedangkan dua jalan lainnya, Pedjagalan dan Gang Pedjagalan – kini Jalan Pejagalan Raya dan Jalan Pejagalan I – muncul belakangan, yaitu

saat pemukim Arab membangun sendiri tempat pemotongan hewan untuk menjamin kehalalan daging yang dikonsumsi. Pekojan bukan sekadar permukiman orang Koja dan Arab. Bondan Kanumoyoso, dalam *Beyond The City Wall: Society and Economic Development in the Ommelanden of Batavia, 1684-1740*, menjelaskan, masyarakat Bali pernah mendirikan kampung di Pekojan, dipimpin Kapten Mochamat Sale.

Sayangnya, bersama Kampung Buton di Ancolsevaart dan Kampung Bandan di sisi utara, Kampung Bali di Pekojan tidak tertera lagi dalam daftar kampung di Ommelanden setelah 1740, berdasarkan Toponimi Jakarta Barat, Dinas Kebudayaan DKI Jakarta.

• bam

WUJUDKAN KOTA GLOBAL DENGAN KANTONG SPUNBOND

Untuk mewujudkan kota global, Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta mengajak warga menerapkan gaya hidup yang ramah lingkungan dengan Gerakan Gunakan Ulang Kantong Spunbond di Pasar Rakyat.



Gerakan Gunakan Ulang Kantong Spunbond di Pasar Rakyat untuk mengajak warga Jakarta menerapkan gaya hidup yang ramah lingkungan

Foto
Dok: Pribadi

Penggunaan kantong plastik sekali pakai terus didorong untuk bisa ditinggalkan warga Jakarta. Kampanye ini diyakini akan dapat mengurangi produksi sampah plastik yang semakin sulit dikendalikan. Upaya tersebut sekaligus juga menjadi penanda bahwa Jakarta adalah kota global yang memperhatikan persoalan lingkungan.

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta mendorong penghentian plastik sekali pakai, dengan penggunaan ulang kantong ramah lingkungan. Kampanye itu salah satunya dilakukan dengan membuat Gerakan Gunakan Ulang Kantong *Spunbond* di Pasar Rakyat.

Kampanye tersebut diluncurkan bersamaan dengan peringatan Hari Peduli Sampah Nasional (HPSN) 2024 di Pasar Koja Baru, Jakarta Utara. Gerakan ini diluncurkan di pasar tersebut, karena sudah bisa mengolah sampah secara mandiri dengan baik.

Bagi yang belum tahu, kantong *spunbond* adalah pengganti kantong plastik sekali pakai yang terbuat dari bahan berupa serat polipropilena atau *polypropylene* (PP). Biasanya, untuk menjadi kantong, bahan akan disusun dalam pola acak dan kemudian ditenun untuk membentuk selembar kain.

Tidak hanya kuat dan tahan lama, *spunbond* pun ringan dan mudah untuk diolah. Saat sudah menjadi kain, *spunbond* bertekstur sedikit kaku, halus, serta berserat rapat,

dengan ketebalan bervariasi antara 25 hingga 100 gram.

Semakin tebal kain, maka semakin kuat daya tahan *spunbond*. Karena itu, kain tersebut dipilih sebagai pengganti plastik. Popularitasnya semakin naik, setelah kota-kota di seluruh dunia banyak yang memberlakukan larangan penggunaan plastik sekali pakai.

Kepala Dinas Lingkungan Hidup Provinsi DKI Jakarta Asep Kuswanto menyatakan, Gerakan Gunakan Ulang Kantong *Spunbond* di Pasar Rakyat untuk mengajak warga Jakarta menerapkan gaya hidup yang ramah lingkungan. “Dimulai dari penggunaan kantong belanja,” ucapnya.

Menurut Asep, penggunaan plastik sekali pakai sudah dilarang di semua pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan pasar rakyat di Jakarta. Oleh sebab itu, warga didorong untuk bisa menggunakan kantong belanja ramah lingkungan.

Gerakan tersebut diharapkan dapat mendorong warga untuk mengikuti anjuran membawa kantong belanja ramah lingkungan. lalu

menggunakannya lagi buat keperluan yang sama pada waktu berikutnya.

Gerakan ini dipastikan akan diikuti oleh seluruh kota dan kabupaten administrasi di Jakarta. Tujuannya, agar penguatan Pergub 142/2019 terwujud di pusat perbelanjaan, toko swalayan, dan pasar rakyat.

Larangan Kantong Sekali Pakai

Bukan hanya Jakarta saja, kota-kota besar lain dunia juga semakin aktif untuk mendorong warganya memakai kantong belanja guna ulang. Penggunaan kantong belanja sekali pakai yang terbuat dari plastik pun dilarang melalui peraturan lokal setiap kota dunia.

Salah satu contohnya Paris, ibu kota Prancis. Kota global tersebut kini tengah menyiapkan rencana pelarangan penggunaan plastik sekali pakai yang akan dimulai pada Olimpiade Paris 2024 yang akan berlangsung pada Juli mendatang.

Penerapan larangan plastik sekali pakai perlu dilakukan karena konsumsi di seluruh dunia sudah meningkat 20 kali lipat dalam 50 tahun terakhir. Jika tidak ada aksi ini, diperkirakan

“
Gerakan Gunakan Ulang Kantong Spunbond diharapkan dapat mendorong warga untuk mengikuti anjuran membawa kantong belanja ramah lingkungan.”

Asep Kuswanto
Kepala Dinas Lingkungan Hidup
Provinsi DKI Jakarta

”

konsumsi akan meningkat dua kali lipat pada 2034, atau sepuluh tahun dari sekarang.

Direktur Eksekutif Program Lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNEP) Inger Andersen belum lama ini mengatakan, sebuah kota akan memerlukan sistem secara keseluruhan untuk bisa mendukung program pelarangan plastik sekali pakai. Itu berarti, sebuah kota harus bisa melibatkan semua pemangku kepentingan, dari hulu hingga ke hilir. Dengan demikian, diharapkan kota akan semakin efektif dan tegas untuk mendorong semua pihak mengikuti aturan yang berlaku tentang pelarangan plastik sekali pakai.

Saat Jakarta sudah berhasil menerapkan aturan larangan plastik sekali pakai, kota-kota besar lain di dunia masih terus berjuang untuk bisa segera mengikuti jejak Jakarta. Kesulitan yang dihadapi kota-kota dunia adalah karena perpindahan penduduk yang tinggi dan pertumbuhan ekonomi.

Mengutip laman resmi *International Council for Local Environmental Initiatives/ICLEI Circulars*, setiap tahun dunia menghasilkan sampah plastik hingga 400 juta ton, 288 juta ton di antaranya berasal dari perkotaan. Jumlah itu mencakup 70 persen dari total sampah plastik seluruh dunia.

Direktur Eksekutif Diet Plastik Indonesia Tiza Mafira mengapresiasi upaya Pemprov DKI Jakarta melalui Gerakan Guna Ulang Kantong *Spunbond* di Pasar Rakyat. Menurutnya, gerakan seperti itu harus disebarluaskan, karena kantong dari jenis apapun akan menjadi masalah lingkungan jika masih bersifat sekali pakai.

•sam

Siang menjelang sore itu hujan deras mengguyur tempat wisata Ancol di Pademangan, Jakarta Utara. Namun, pengunjungnya tetap ramai. Mereka tampak bahagia menikmati *healingnya* tanpa terpengaruh cuaca.

Ancol memang menawarkan berbagai wahana yang menarik. Ada Sea World, Gelanggang Samudera, Atlantis Water Adventure, Dunia Fantasi, Alive Museum, dan yang terbaru Allianz Ecopark.

Memasuki Allianz Ecopark, suara siamang menguar. Suaranya yang nyaring seolah menyambut para pengunjung. Kawasan yang semula Padang Golf Ancol ini memang bersebelahan dengan Faunaland Ancol.

Ratusan pengunjung merapat ke Allianz Ecopark. Di antaranya pasangan Chandra dan Maharani dengan anaknya, Gabriella. Mereka datang menggunakan payung. Gabriella dibantu ibunya memakai jas hujan kombinasi kuning cerah dan bunga merah. Matanya berbinar, tak peduli dengan hujan yang sejak pagi membasahi Ancol.

Menurut Chandra, anaknya yang biasa disapa Gaby ini memang antusias berlibur di kawasan Ancol. Bahkan, malam harinya ia susah tidur, karena ingin segera ke Ancol besok pagi.

“Kami dari Tasikmalaya. Gaby sendiri yang memilih liburan ke Ancol, setelah kami ceritakan tentang Ancol yang memiliki beberapa wahana yang menarik untuk dikunjungi, termasuk Allianz Ecopark,” ujar Chandra sambil melirik putri kesayangannya ini.

Istri Chandra, Maharani, menambahkan, Gaby baru pertama

kali berwisata ke Ancol. Keluarga kecil ini menginap di hotel dalam kawasan Ancol. “Jadi praktis, tidak perlu keluar Ancol, karena kami ingin menjelajah wahana lainnya juga,” ucapnya ramah.

Menurut Maharani, keluarganya tertarik berkunjung ke Allianz Ecopark, setelah menyimak ulasannya di berbagai media sosial. “Kami ingin mengenalkan Gaby rekreasi yang bernilai edukasi dan petualangan, selain menikmati udara segar tentunya,” katanya.

Rekreasi Edukasi

Allianz Ecopark seluas 33,6 hektare ini memang menawarkan rekreasi dengan nilai-nilai edukasi (*edutainment*) dan petualangan (*adventure*) dengan pendekatan *green lifestyle*. Pengunjung bisa menikmati ruang terbuka sambil mengeksplorasi botani yang ada di sana.

Allianz Ecopark dibagi menjadi beberapa kawasan dengan fungsi dan fasilitas berbeda. Zona Eco Care untuk permainan edukasi. Zona Eco Art untuk pertunjukan seni dan pameran. Zona Eco Nature untuk edukasi beragam jenis flora dan fauna. Zona Eco Energy untuk mengenalkan konservasi energi dan sumber energi terbarukan.

Adapun berbagai aktivitas yang bisa dilakukan di Allianz Ecopark cukup beragam. Di antaranya bermain di rumah lebah. Wisatawan akan berinteraksi dengan lebah dan didampingi tutor.

Kemudian pengunjung bisa gowes di trek sepanjang dua kilometer yang disediakan pengelola. Dengan harga sewa sepeda Rp35.000 per jam atau sepeda tandem Rp65.000 per jam, Anda bisa gowes di lingkungan yang bebas polusi. Wisatawan juga bisa



Petualangan di Allianz Ecopark Ancol

Allianz Ecopark Ancol menawarkan rekreasi edukasi dan petualangan dengan pendekatan *green lifestyle*. Pengunjung bisa menikmati ruang terbuka sambil mengeksplorasi botani yang ada di sana.

Allianz Ecopark menawarkan rekreasi dengan nilai-nilai edukasi (*edutainment*) dan petualangan (*adventure*) dengan pendekatan *green lifestyle*.

Foto Rizky Adhitya



menguji adrenalin dengan bermain *flying fox* di sebuah gedung berlantai tujuh, dengan tali sepanjang 480 meter. Jelas amat sayang untuk dilewatkan.

Bagi pengunjung yang hobi mancing, pengelola menyediakan area khusus. Di sana tersedia kolam ikan dan fasilitas alat pancing yang dapat disewanya Rp25.000, sudah termasuk umpannya.

Yang tidak kalah seru yakni memanah. Pengelola memfasilitasi kegiatan ini lengkap dengan tutorialnya. Syaratnya, tinggi badan Anda minimal 145 sentimeter.

Selanjutnya, menjajal kano berkapasitas empat orang. Pelancong bisa menikmati danau buatan yang asri dan bebas polusi. Peminatnya akan dibekali dengan pelampung.

Selain menggunakan kendaraan pribadi, Anda bisa menumpang transportasi umum, yakni Kereta Rel Listrik (KRL) atau bus Transjakarta (Tj), jika ingin ke Allianz Ecopark Ancol. Jika naik KRL dari Stasiun Bogor, turun di stasiun akhir, Jakarta Kota. Dilanjutkan ke Stasiun Tanjung Priok, melewati Stasiun Kampung Bandan, lalu turun di Stasiun Ancol. Dari sini, jarak ke Pintu Masuk Timur Ancol sekitar 800 meter. Anda dapat berjalan kaki.

Jika dari Stasiun Bekasi, Anda bisa langsung naik KRL dengan tujuan Stasiun Kampung Bandan. Lalu sambung naik kereta lagi ke Stasiun Tanjung Priok dan turun di Stasiun Ancol. Kemudian berjalan kaki sekitar 800 meter ke Pintu Masuk Timur Ancol. Sebaiknya cek jadwal

ALLIANZ ECOPARK

Jl. Lodan Timur No. 7 Ancol, Pademangan Jakarta Utara 14430

HTM: Rp 30.000/orang

Buka: setiap hari Jam 06.00-17.00 WIB

Kawasan Ancol dilewati bus Transjakarta:

Koridor 5: Kampung Melayu-Ancol
Koridor 5D: PGC-Ancol
Koridor 5E: Kampung Rambutan-Ancol
Koridor 5 H: Harmoni-Ancol

Infografis: Tommy Kusuma Rasyid
keberangkatan ke Ancol, karena keretanya tidak banyak.

Anda yang memilih naik bus Transjakarta (Tj), dari Jakarta Pusat naik T Koridor 5 H (Harmoni-Ancol). Dari Jakarta Timur, naik Tj Koridor 5 (Kampung Melayu-Ancol), Koridor 5D (PGC-Ancol), atau Koridor 5E (Kampung Rambutan-Ancol).

Sedangkan dari arah Jakarta Barat, Anda bisa naik bus Tj Koridor 3 (Kalideres-Pasar Baru), lantas turun di Halte Harmoni. Lalu naik bus Tj Koridor 5 H (Harmoni-Ancol).

Kalau dari Jakarta Selatan, Anda bisa naik bus Tj Koridor 1 (Blok M-Kota), kemudian transit di Halte Monas. Terus naik bus Tj Koridor 2 (Pulogadung-Harmoni). Lalu turun di Halte Harmoni, dilanjutkan naik bus Tj Koridor 5 H (Harmoni-Ancol).

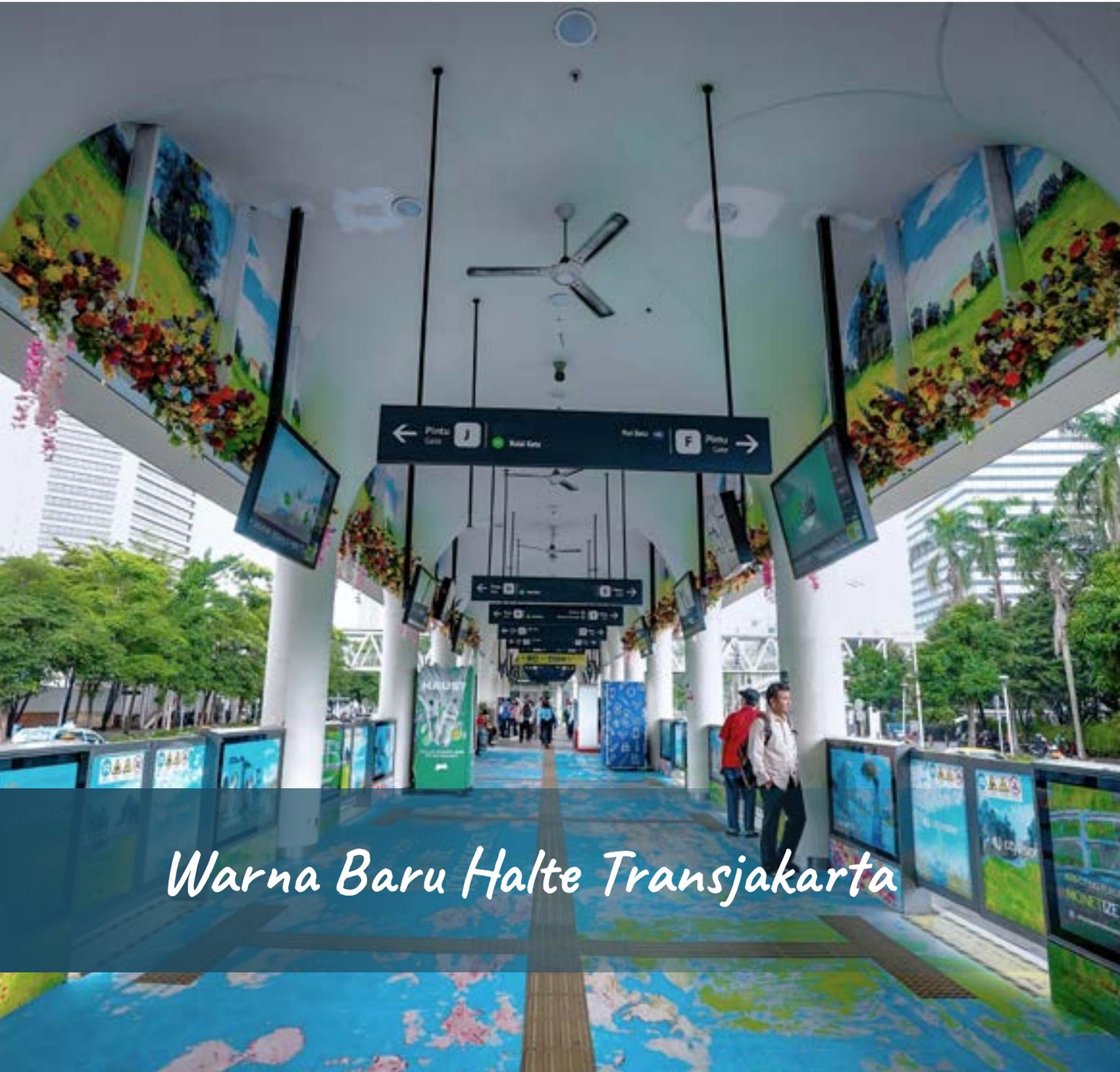
Bagi pengunjung yang sudah masuk ke kawasan Ancol, bisa menumpang Bus Wara-Wiri yang disediakan gratis oleh pihak Ancol menuju ke Allianz Ecopark dan wahana-wahana lainnya. •yen

Lindungi Bumi Kita, mulai dari rumah!

Sumber: Jurnal Nature Climate Change



- Mengurangi penggunaan plastik.**
Plastik menyumbang 3,6% dari emisi gas rumah kaca secara global. Yuk, kurangi penggunaan plastik!
- Matikan lampu dan alat listrik lainnya saat tidak digunakan.**
Menyalakan lampu selama 24 jam menghasilkan 214 gram CO2 & menggunakan AC satu jam menghasilkan 666 gram CO2.
- Mulai tanam pohon di rumah.**
Rata-rata pohon menyerap 22 kg CO2/tahun.
- Menghemat air.**
Faktanya 72% permukaan bumi ditutup air. Namun, 97% airnya merupakan asin dan 3% persennya berupa air tawar yang dapat digunakan. Mulai hemat air dari sekarang ya!
- Mengurangi limbah makanan.**
Sampah makanan yang masuk ke Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) yang membusuk, menghasilkan gas metana yang menyebabkan efek rumah kaca yang memicu perubahan iklim.



Warna Baru Halte Transjakarta

Pengguna bus Transjakarta kini dimanjakan dengan wajah baru sejumlah halte moda transportasi publik tersebut. Halte yang dimaksud seperti Halte Tosari, Dukuh Atas, dan halte GBK. Di sana ada karya seni dua pelukis terkenal, Van Gogh dan Monet, yang dipresentasikan secara imersif. Penunjukkan karya di sejumlah halte Transjakarta itu merupakan kolaborasi antara PT Transjakarta bersama CityVision. Penumpang Transjakarta, mengaku senang dengan tampilan halte itu yang menghadirkan warna baru di halte-halte Transjakarta.*

Foto / Buchori Muslim.



Lakukan



Pemberantasan Sarang Nyamuk dengan Gerakan **3M Plus**

3M PLUS



Menguras Tempat
Penampungan Air.



Menutup Tempat
Penampungan Air.



Mendaur Ulang
Barang Bekas.

- ☒ Memelihara ikan pemakan jentik nyamuk.
- ☒ Menggunakan lotion anti nyamuk.
- ☒ Memasang kawat kasa pada jendela dan ventilasi.
- ☒ Gotong royong membersihkan lingkungan.

- ☒ Memantau tempat-tempat penampungan air.
- ☒ Meletakkan pakaian bekas pakai dalam wadah tertutup dan tidak menggantung pakaian.

- ☒ Memberikan larvasida pada penampungan air yang susah dikuras.
- ☒ Menanam tanaman pengusir nyamuk.
- ☒ Memperbaiki saluran dan talang air yang tidak lancar.