

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan nasional dengan menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan, mendorong inovasi lokal, memanfaatkan sumber daya dalam negeri, dan mensubsitisi impor (Wube & Atwal, 2023). Di Indonesia peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan memiliki jumlah 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2022 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia 2019-2022

Tahun	2019	2020	2021	2022
Jumlah UMKM (Juta)	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan (%)	1.98%	-2.24%	2.28%	1.5%

Sumber: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia>, 2023

Dengan mengetahui jumlah dan tingkat pertumbuhan UMKM di Indonesia dan melihat data UMKM menunjukkan suatu kondisi perekonomian nasional serta menggambarkan kondisi ekonomi di suatu daerah. Maka, apabila jumlah UMKM terus bertambah akan berdampak pada kondisi ekonomi yang berarti sedang membaik. Begitu pun sebaliknya, apabila mengalami penurunan atau *stagnant* akan berdampak pada indikasi ekonomi yang berarti sedang melemah. Farhan et al (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa UMKM di Indonesia menjadi pelaku industri terbanyak dikarenakan dominannya usia produktif daripada ketersediaannya lapangan kerja.

UMKM di Indonesia masih sulit untuk berkembang di pasaran, hal itu disebabkan dengan rendahnya kualitas SDM dalam keterampilan, penguasaan teknologi dan manajemen, kurangnya informasi serta rendahnya inovasi di dalam usaha (Farhan et al., 2022). Selain itu menurut Hafiz Rahman dalam penelitian (Zulfikar, 2023) mengatakan penyebab atau kelemahan UMKM sulit berkembang yaitu “banyaknya UMKM yang tidak memahami kapasitas daya saing bisnis maupun daya saing produk, bahkan sekalipun berkembang tidak signifikan (*stagnan*)” menurutnya hal itu dikarenakan para pelaku UMKM dihadapkan dengan banyaknya pesaing instan atau pelaku usaha yang mudah meniru suatu produk yang sedang tenar (*booming*). Menurut pelaku usaha diharapkan tetap fokus menjalankan usaha yang ditekuni sehingga bisa berdaya saing (kompetitif) dan bisa bertahan dalam jangka panjang dan terus berkembang. Dengan demikian menjalankan usahanya secara stagnan yang artinya itu-itu saja tanpa ada langkah maju.

Dalam persaingan ini para pelaku usaha melakukan inovasi dalam mengikuti permintaan konsumen yang semakin beragam produk yang memiliki kualitas lebih baik, sehingga setiap perusahaan harus memberikan standar keunggulan yang baik pula bagi setiap produknya. Persaingan global dan peningkatan produktivitas menjadi isu penting apabila ingin mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Agus, 2019). Inovasi dan kreativitas penting dimiliki wirausahawan dikarenakan keinginan, kemampuan atau keterampilan, dan pengetahuan. Jika ada kemauan tetapi tidak dengan keterampilan maka akan banyak tantangan dan resiko yang dihadapi dan berakibat kegagalan (Krismonica, 2023).

Selain peran UMKM terhadap Indonesia, UMKM juga menjadi sumber penyediaan kebutuhan masyarakat DKI Jakarta. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta mendorong UMKM di Jakarta agar naik kelas dan berdaya saing hingga ke kancah internasional untuk menyongsong Jakarta sebagai kota global. Maka pemerintah memfasilitasi program Jakarta Entrepreneur agar UMKM di DKI Jakarta dapat berkembang dan berinovasi seiring perkembangan zaman dengan program tersebut. Menurut Gubernur DKI Jakarta yaitu Heru Budi Hartono mengatakan bahwa ekonomi yang mapan dan

terkoneksi dengan dunia dunia luar menjadi salah satu indikator untuk mewujudkan Jakarta sebagai kota global. (Nurhaliza, 2024)

Tabel 1. 2 Jumlah UMKM di DKI Jakarta 2020-2023

Tahun	Jumlah UMKM
2020	109.925 unit usaha
2021	109.293 unit usaha
2022	52.690 unit usaha
2023	194.575 unit usaha

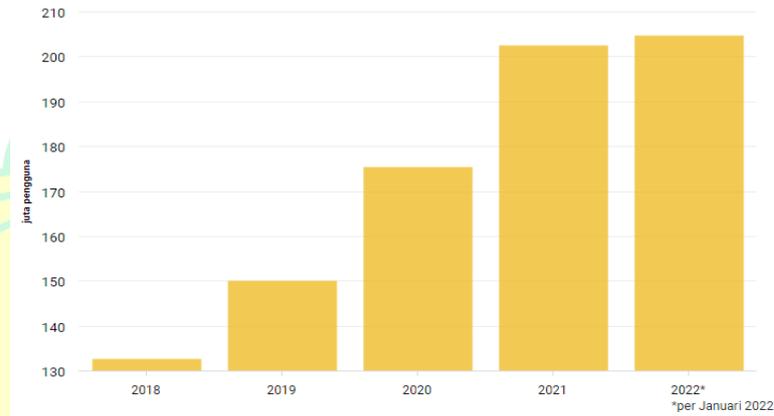
Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024 dari Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Menengah Provinsi DKI Jakarta

Data diatas merupakan perkembangan dari jumlah UMKM di DKI Jakarta selama empat tahun terakhir. Dari jumlah UMKM tersebut terdapat berbagai sektor usaha, dalam penelitian ini peneliti memfokuskan untuk meneliti sektor usaha kuliner di DKI Jakarta. DKI Jakarta menjadi kota yang memiliki penduduk beragam serta kekayaan kuliner yang beraneka. Dari harga ramah dikantong hingga harganya kelas hotel berbintang lima, yang berada di Ibu Kota. Usaha kuliner di DKI Jakarta menjadi usaha terpopuler atau terbanyak seperti data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta yaitu 56,39% atau sekitar 140.349 ribu unit usaha kuliner di DKI Jakarta. Dengan berinovasi untuk bersaing dengan para pelaku usaha kuliner lainnya, menjadikan kuliner Indonesia sebagai hasil persilangan budaya. Maka perlunya keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha kuliner serta pengetahuan yang dapat menumbuhkan ide-ide yang bagus.

Pada saat ini sudah ada mesin pencari untuk membantu seseorang mendapatkan referensi yang dibutuhkan secara cepat. Hal ini merupakan kemajuan teknologi yang telah mendigitalisasi informasi dan aktivitas interaksi media (Naufal, 2021). Indonesia merupakan salah satu pengguna internet terbesar di dunia, menurut laporan dari *We Are Social* terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Jumlah ini merupakan kenaikan daripada tahun

sebelumnya yang naik sebesar 1,03%, dimana jumlah pengguna internet pada tahun 2021 di Indonesia mencapai angka 202,6 juta (Annur, 2022).

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)



Sumber : www.databoks.katadata.co.id, 2023

Berdasarkan catatan dari Kemenkop UKM, 70,2% UMKM memiliki kendala pada saat bertransformasi dalam memanfaatkan teknologi digital (Moerdijat, 2023). Di era ekonomi digital saat ini pelaku usaha UMKM harus bisa beradaptasi agar mampu bertahan dan bersaing, selain itu mampu melihat peluang dengan pemanfaatan teknologi digital untuk proses pengembangan usahanya. Husniyah et al (2022) dalam artiklenya menyebutkan bahwa seorang pengusaha harus memiliki kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi informasi yang diterima, termasuk yang berbentuk digital. Pada proses penerimaan informasi, pengusaha harus mampu mengidentifikasi informasi yang diterima yang dikenal sebagai kemampuan literasi digital.

Literasi digital dipercaya mampu meningkatkan kinerja usaha UMKM, juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menjangkau konsumen serta membuat inovasi untuk usahanya di era digital saat ini. Sama halnya dalam penelitian yang dilakukan oleh (Farhan et al., 2022) bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Berkembangnya penyebaran informasi secara luas melalui internet telah mengubah cara seorang wirausaha melakukan inovasi. Taylor, J., & McAdam (2004) menyatakan bahwa kegiatan inovatif dan inovasi dianggap sebagai prasyarat strategis bagi keberhasilan

pasar perusahaan modern, termasuk UMKM. Ollerenshaw et al (2021) menemukan bahwa pemilik UMKM harus dibekali literasi digital agar dapat berinovasi dan memajukan perusahaannya. Menurut Scuotto et al (2017) situs jejaring sosial yang memiliki peran positif dalam mempengaruhi kapasitas absorptif dan kinerja inovatif UMKM. Maka dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM harus menyadari tentang perlunya menerapkan strategi untuk berbisnis online dan mencapai tujuan strategi global.

Kinerja Inovatif UMKM ialah kunci bagi keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Inovasi UMKM harus memiliki kemampuan untuk bersaing dan berwawasan global sehingga mereka dapat beradaptasi dengan perubahan tren, terutama dalam hal teknologi. Usaha dalam meningkatkan proses kreatif dan mengikuti tren tanpa harus mengikuti produk tersebut, wirausaha harus memiliki pengetahuan yang intensif dan pengguna internet terus meningkat, maka dari itu wirausaha harus mulai menciptakan inovasi dalam operasional usahanya. Wirausaha menyadari bahwa pemanfaatan alat dan media digital sangat diperlukan untuk menghasilkan ide-ide yang inovatif.

Chalmers et al (2021) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa para wirausaha kini memiliki akses terhadap prospek inovasi yang menarik berkat teknologi digital kontemporer, termasuk media sosial, teknologi seluler, analisis bisnis, pengumpulan data besar dan AI. Menurut Neely & Hii (1998) inovasi dapat menghasilkan manfaat positif bagi dunia usaha, inovasi dapat disamakan dengan kinerja bisnis. Dalam penelitian Wu & Gong (2019) kinerja inovatif terdiri dari kegemaran perusahaan terhadap teknologi, pengembangan tujuan ekonomi dan inovasi dan pencapaiannya melalui evolusi teknologi, kebijakan bisnis yang mahir, serta kemampuan penelitian dan pengembangan tingkat lanjut. Oleh karena itu pelaku usaha UMKM diharuskan menguasai pemahaman penggunaan teknologi digital untuk perkembangan usahanya dengan ide-ide baru yang dapat membuat produk baru, keunikan, menyempurnakan produk yang sudah ada.

Inovasi yang dilakukan secara efektif akan menjadikan pertahanan yang sempurna bagi wirausaha untuk mempertahankan posisi pasar suatu produk. Konsumen akan memperluas pengawasannya ketika sudah terlibat dengan suatu

produk. Konsumen akan mempertimbangkan apakah produk yang dipilih mempunyai nilai tambah atau keunggulan yang akan dibandingkan dengan produk yang sebanding. Sikap konsumen ini dapat dijadikan sebagai konsep dasar untuk memandu produsen selama proses inovasi.

Keterampilan dalam berwirausaha sangat penting untuk pelaku UMKM di era digital saat ini. Dengan mempunyai keterampilan dalam kemampuan literasi digital akan menghasilkan sebuah inovasi yang baru, yang dapat mengembangkan bisnis seorang wirausaha. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Rizan & Utama (2020) menyatakan bahwa seorang wirausaha diharuskan untuk selalu berinovasi dan mempunyai pemikiran yang inovatif dalam memanfaatkan peluang, salah satu peluang yang dapat diterapkan ialah memiliki keterampilan berwirausaha. Sedangkan Muhyi (2012) berpendapat bahwa pengaruh besar dari berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha kecil yang berkelanjutan ialah dari keterampilan berwirausaha.

Keterampilan berwirausaha akan membantu wirausaha dalam memanfaatkan media digital sebagai komunikasi, pemasaran, informasi, dan analisis permintaan pada barang atau jasa yang dibutuhkan untuk jangka panjang. Pelaku usaha dapat membuat atau menciptakan produk yang sudah ada maupun belum ada untuk dikembangkan dengan menggunakan keterampilannya. Dengan begitu wirausaha akan mampu menciptakan suatu inovasi atau ide-ide baru yang akan diterapkan pada bisnisnya untuk dapat tetap bertahan serta mampu berkembang dengan kompetitif di zaman sekarang. Maka dari itu, untuk mengaplikasikan literasi digital yang telah dipelajari dibutuhkan keterampilan untuk menciptakan pemikiran inovatif untuk mengembangkan usaha yang dibuat.

Teten Masduki sebagai Menteri Koperasi dan UKM (Puspaningtyas, 2023) mengatakan mayoritas pelaku UMKM di Indonesia bergerak di sektor kuliner kurang berinovasi. Menurutnya Indonesia memiliki sumber daya alam yang cukup besar dan bisa dimanfaatkan untuk membuat inovasi suatu produk di bidang kuliner. Usaha sektor kuliner sangat banyak, yang menjadikan pesaing sesama produk. Menurut Jumsar Juni (Ahmad, 2023) banyaknya pelaku usaha UMKM

mendirikan usahanya hanya karena ikut-ikutan tren atau latah, hal ini menyebabkan banyaknya pelaku usaha UMKM jalan di tempat dalam mengembangkan usahanya karena minimnya inovasi yang pada akhirnya hanya bertahan selama 1-2 tahun saja sehingga mengalami kebangkrutan karena produk yang ditawarkan tidak kuat atau kalah bersaing. Maka, seorang wirausaha dituntut untuk lebih berinovatif lagi di tengah perkembangan tren yang ada.

Konsumen akan mengikuti tren yang ada sesuai dengan zamannya, begitu pun wirausaha, mereka dipaksa untuk dapat mengikuti tren yang sedang terjadi. Namun, apabila tren tersebut telah hilang dan pelaku usaha tidak dapat mengubahnya menjadi tren yang ia ciptakan sendiri, maka wirausaha akan kehilangan konsumen. Maka, wirausaha harus mampu mempertahankan serta mengembangkan produk yang mereka hasilkan untuk menjadi tren yang mereka buat. Dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pelaku usaha UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta.

Dapat dilihat dari latar belakang yang sudah dijelaskan, dapat dikatakan bahwa literasi digital dengan kinerja inovatif serta keterampilan berwirausaha saling berhubungan untuk berkembangnya usaha UMKM. Maka penelitian ini akan memberikan informasi tentang literasi digital terhadap keterampilan berwirausaha dan kemudian secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja inovatif UMKM. Dengan melihat keadaan UMKM di DKI Jakarta, maka penulis dapat mengangkat sebuah penelitian berjudul : **“Pengaruh Literasi Digital terhadap Kinerja Inovatif UMKM dengan Keterampilan Berwirausaha sebagai Variabel Mediasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang dapat menjadi pokok dalam penulisan ini, yaitu :

1. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap kinerja inovatif UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta?
2. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap keterampilan berwirausaha UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta?
3. Apakah keterampilan berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja inovatif UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta?
4. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap kinerja inovatif UMKM sektor kuliner melalui keterampilan berwirausaha sebagai variabel mediasi di DKI Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh literasi digital terhadap keterampilan dan pengaruhnya terhadap kinerja inovatif UMKM. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap kinerja inovatif UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap keterampilan berwirausaha UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan terhadap kinerja inovatif UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap kinerja inovatif UMKM sektor kuliner melalui keterampilan sebagai variabel mediasi di DKI Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, maka peneliti berharap dapat memberikan ide, menambah referensi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya tentang literasi digital, kinerja inovatif dan keterampilan berwirausaha bagi UMKM

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk mengedukasi pentingnya literasi digital untuk perkembangan usaha dengan persaingan yang kompetitif pada saat ini. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait pemerintah, pelaku UMKM, dan masyarakat yang ingin memulai usaha upaya meningkatkan inovasi untuk usaha yang dijalankan.

