

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat strategis dalam pengembangan ekonomi nasional. Peran UMKM sangat besar bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia, dengan persentase jumlah mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM pada (Kemenco Perekonomian, 2022), kontribusi UMKM terhadap PDB per Maret 2021 juga mencapai 60,5 %, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Perkembangan UMKM mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap perubahan sosial-ekonomi di masyarakat, salah satunya mampu meningkatkan perekonomian daerah (Keuangan, 2023). Potensi-potensi daerah yang dikelola dalam skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diharapkan mampu menciptakan kesejahteraan masyarakat secara adil dan merata. UMKM sebagai motor penggerak perekonomian daerah dalam kegiatan usaha produktif serta penyedia lapangan kerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat dan daerahnya. Hal tersebut dibuktikan dengan bertambahnya jumlah pelaku UMKM. Menurut data Kementerian Koperasi UKM, banyaknya UMKM di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 64.194.057 unit serta mengalami kenaikan sebesar 1.271.440

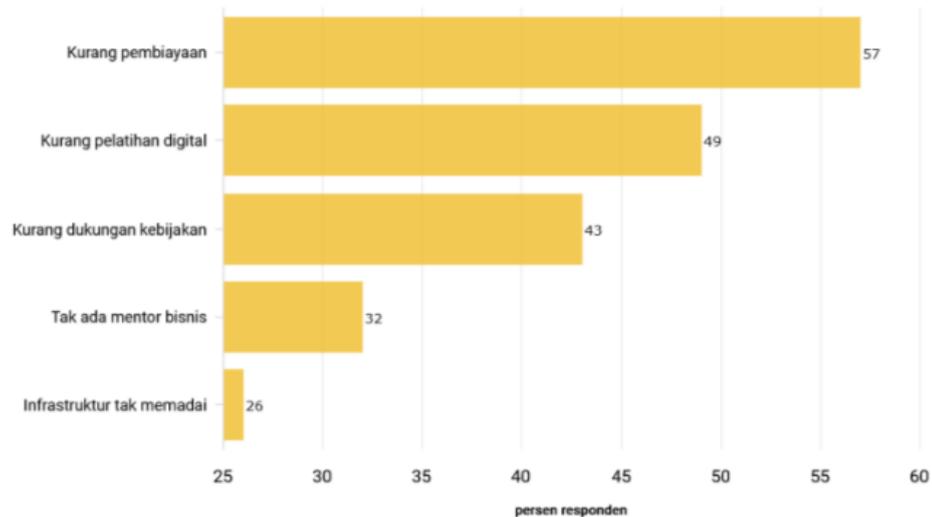
unit di tahun 2019 (Kementerian KUKM Republik Indonesia, 2019). Dengan bertambahnya unit UMKM, maka meningkatkan kegiatan perekonomian sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kesempatan kerja yang tercipta.

Di balik kontribusi UMKM pada kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian nasional, bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus dikarenakan masih terdapat hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Menurut mantan Menteri Perdagangan, Muhammad Lutfi, pada (Amani, 2021) menjelaskan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia diantaranya:

1. Kurang pembinaan yang intensif untuk UMKM
2. Kurang akses promosi produk UMKM
3. Kurang akses permodalan UMKM yang mudah dan cepat

Hal ini mengakibatkan masih belum maksimalnya UMKM dalam meningkatkan pengembangan kualitas maupun kuantitas pada produknya. Begitupun, berdasarkan data dari databoks.co.id, kurangnya pembiayaan dan kurangnya pelatihan digital berada di urutan 2 teratas terkait kendala yang dialami oleh UMKM di Indonesia. Sebesar 57% pelaku UMKM mengalami kendala kurangnya pembiayaan dan 49% mengalami kurangnya pelatihan digital.

**Gambar 1. 1 Persentase kendala UMKM**



Sumber: databoks.katadata.co.id

Para pelaku UMKM memiliki beberapa masalah yaitu minimnya permodalan, kesulitan dalam pemasaran, struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, kualitas manajemen masih rendah, kualitas SDM rendah dan terbatas, belum melakukan laporan keuangan, aspek legalitas yang lemah, serta kualitas teknologi rendah (Perdagangan dalam Negeri, 2022). Berdasarkan data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pada 2020 terdapat sekitar 46,6 juta atau 77,6% dari total 64 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank. Hambatan pembiayaan yang dialami UMKM menjadi landasan bagi Pemerintah untuk memberikan dukungan fasilitas pembiayaan lainnya, antara lain melalui Mekaar PNM, Bank Wakaf Mikro, Kredit Usaha Rakyat (KUR), program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL), dan Pembiayaan Ultra Mikro (UMi).

Modal usaha merupakan salah satu hal yang penting, bagi suatu bisnis yang baru dirintis maupun yang sudah lama berjalan. Modal merupakan faktor pendukung utama yang penting bagi pedagang untuk keberlangsungan usahanya. Pemerintah melalui kebijakannya telah berupaya menyediakan berbagai skema kredit dan bantuan permodalan yang dibutuhkan UMKM, namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa fasilitas kredit permodalan yang disediakan pemerintah tersebut menjadi kendala karena masih sulit diperoleh para pelaku UMKM.

Perusahaan memanfaatkan teknologi untuk membangun layanan dan proses yang lebih efisien, bisnis baru, dan keunggulan kompetitif. Indonesia memiliki potensi ekonomi digital yang besar. Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 membahas tiga masalah utama, termasuk transformasi digital. Dedy Permadi, Staf Khusus Menteri Komunikasi dan Informatika Bidang Digital dan Sumber Daya Manusia, menyatakan Pemerintah Republik Indonesia mendukung hasil konkret dari KTT G20 yang bermanfaat bagi masyarakat Indonesia dan dunia secara keseluruhan, seperti pengembangan teknologi digital untuk UMKM. Terdapat 21 juta atau sekitar 32% dari total 64 juta UMKM di Indonesia yang memanfaatkan teknologi digital. Saat ini masih ada 68% UMKM yang belum memanfaatkan ruang digital untuk pengembangan usahanya.

Pemanfaatan teknologi berupa literasi digital di Indonesia, masih dinilai rendah. Menurut Ekonom Senior, Indef Aviliani, mengatakan bahwa tingkat literasi digital di Indonesia sebesar 62%. Persentase tersebut

terbilang masih rendah, jika dibandingkan negara di ASEAN lainnya yang rata-rata mencapai 70%. Kehidupan kita saat ini tidak terlepas dari peran kemajuan teknologi digital, yang mana perkembangannya semakin pesat ketika pandemi covid-19. Indeks literasi digital masyarakat Indonesia saat ini yaitu 3,49 dari skala 5, memiliki kategori sedang (belum mencapai baik). Dari total UMKM yang tercatat di Indonesia sekitar 64 juta, hingga Juni 2022 sebesar 30,4% atau 19,5 juta pelaku usaha telah memasuki ekosistem digital. Pemerintah memiliki target pencapaian yaitu 30 juta usaha kecil dan menengah (UMKM) bergabung dengan ekosistem digital di tahun 2024. Masih sedikitnya UMKM yang terhubung ke digital kemungkinan disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital yang dimiliki. Aktivitas literasi digital yang rendah terhadap UMKM menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dalam mendorong akselerasi transformasi digital.

Dalam melakukan suatu upaya pengembangan usaha di Kota Depok. Kota Depok menjadi salah satu kota yang berupaya dalam mengoptimalkan penyediaan fasilitas modal bagi pelaku UMKM. Dilihat dari Pemerintah Kota Depok yang masih berupaya dalam melakukan realisasi permodalan bagi pelaku UMKM. Bunga dari permodalan melalui Kredit Usaha Rakyat atau KUR yang diupayakan oleh pemerintah kota Depok, masih menjadi kendala untuk saat ini. Karena itu, pemerintah kota Depok sedang mengkaji bantuan permodalan bagi pelaku UMKM dalam mendapatkan KUR tanpa bunga.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pemerintah dalam meningkatkan akses bantuan modal kepada UMKM yang disalurkan melalui lembaga keuangan dengan pola pinjaman. Dalam rangka pelaksanaan kebijakan yang mendorong pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM, program KUR bertujuan untuk meningkatkan kemampuan permodalan usaha (Saparingga et al., 2015). Adapun upaya lain dalam penyediaan fasilitas modal yang dilakukan Pemerintah Kota Depok yaitu Pemerintah Kota bekerja sama dengan Baznas melalui pos zakat produktif untuk kita berikan permodalan zakat produktif kepada UMKM.

Jumlah UMKM di Kota Depok berdasarkan data, dari tahun 2016 – 2021 mengalami peningkatan.

**Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Depok tahun 2016 - 2021**

No	Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
1.	2016	162388
2.	2017	172435
3.	2018	183104
4.	2019	194433
5.	2020	206462
6.	2021	219238

Sumber data: [opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id)

Dengan bertambahnya jumlah UMKM tentu saja mengakibatkan persaingan pasar yang semakin ketat. Pada saat ini, persaingan antara UMKM satu sama lain bahkan sudah meningkat. Sehingga setiap UMKM perlu memiliki keunggulan terhadap produk yang dimilikinya seperti dalam bentuk inovasi dan kreativitas. Dalam sisi lain, menurut Rogers dalam (Maharani, 2017) inovasi produk yaitu ide, praktek, atau obyek

yang diterima sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau kelompok untuk diadopsi. Suatu ide mungkin telah muncul sebelumnya, kemudian dimunculkan kembali dapat dianggap inovatif oleh pelanggan baru. Schiemann, W.A (2011:65) menjelaskan inovasi sebagai kemampuan mengembangkan dan melaksanakan ide-ide baru, kreatifitas yang mendorong ke arah jasa dan produk yang lebih baik, serta ketangkasan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah atau lanskap yang kompetitif. Hal ini merupakan kewajiban bagi pelaku usaha maupun organisasi untuk memantau perubahan teknologi, melatih dan memotivasi karyawan untuk berinovasi produk karena teknologi meliputi semua aspek dari semua organisasi.

Berdasarkan (Widyastuti & Parianom, 2022) pada penelitiannya terdapat sejumlah masalah yang dialami oleh pelaku UMKM di Kota Depok yang berkaitan dengan pengetahuan serta skill mengenai pemanfaatan media digital dalam kegiatan usahanya. Permasalahan tersebut diantaranya: 1. Pemasaran yang dilakukan, tidak tersistem dengan baik. Pelaku UMKM masih mengandalkan strategi pemasaran *mouth of mouth*, 2. Pelaku UMKM tidak membukukan keuangannya, sehingga perencanaan bisnis lebih banyak didasarkan intuisi bukan data keuangan aktivitas riil bisnis, 3. Pelaku UMKM over investasi, tidak menggaji diri sendiri, tidak mempertimbangkan adanya kemungkinan yang terburuk, serta masih menggabungkan aset pribadi dan bisnis. Dalam melakukan upaya pengembangan usaha aktivitas literasi digital pelaku UMKM dapat

mendorong penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dan transaksi. Pentingnya literasi digital bagi para pelaku UMKM juga dapat meningkatkan kesadaran mengenai efektivitas, efisiensi, dan keunggulan lainnya yang didapatkan dari penggunaan teknologi yang telah dipelajari. Literasi digital bagi pelaku UMKM dan masyarakat perlu ditingkatkan dengan menyediakan literasi yang baik bagi masyarakat.

UMKM di Kota Depok menurut peneliti berdasarkan pra riset yang telah dilakukan, masih terdapat kendala yang dihadapi pelaku UMKM. Kendala yang dialami di antaranya yaitu terkait permodalan, pemanfaatan media sosial maupun aplikasi *online* dalam pemasaran, produk yang masih monoton, kurangnya SDM baik secara kuantitas maupun kualitas, dan kendala dalam pemilihan lokasi strategis. Dari permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM tersebut, menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui peran fasilitas modal, inovasi produk, dan literasi digital terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok. Hal ini kemudian menjadi satu alasan mengapa UMKM sangatlah menarik untuk menjadi suatu objek di dalam penelitian. Dalam era ini Digitalisasi berperan penting dalam menjalani usaha, namun juga menjadi kendala utama bagi para pelaku UMKM. Begitupun dengan permodalan yang menjadi hal utama yang dibutuhkan dalam pengadaan bahan baku maupun sumber daya untuk menjalani kegiatan usaha

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini dirumuskan suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh fasilitas modal terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi digital terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok?
4. Apakah terdapat pengaruh fasilitas modal terhadap inovasi produk pada UMKM di Wilayah Kota Depok?
5. Apakah terdapat pengaruh literasi digital terhadap inovasi produk pada UMKM di Wilayah Kota Depok?
6. Apakah fasilitas modal berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok dengan mediasi inovasi produk?
7. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok dengan mediasi inovasi produk?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas modal terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok.

2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas modal terhadap inovasi produk pada UMKM di Wilayah Kota Depok
5. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap inovasi produk pada UMKM di Wilayah Kota Depok
6. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas modal terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok dengan mediasi inovasi produk
7. Untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap pengembangan UMKM di Wilayah Kota Depok dengan mediasi inovasi produk

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan hasil dari penelitian dapat bermanfaat untuk berbagai pihak baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai literatur untuk sumber informasi, menambah dan mengembangkan wawasan yang berkaitan dengan pengembangan UMKM maupun ilmu ekonomi bagi para pembacanya.

##### **2. Manfaat Praktis**

a. Bagi peneliti.

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan wawasan ilmu pengetahuan dalam pengembangan usaha pada skala Mikro, Kecil, dan Menengah.

b. Bagi pelaku UMKM.

Hasil dari penelitian, diharapkan agar pelaku usaha memiliki acuan dalam melakukan pengembangan usaha yang bermanfaat untuk kelangsungan usahanya pada saat ini maupun jangka yang lebih panjang.

c. Bagi pemerintah.

Diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu dasar dalam membuat kebijakan yang mendukung pengembangan usaha di Kota Depok.

