

BAB I

PENDAHULUAN

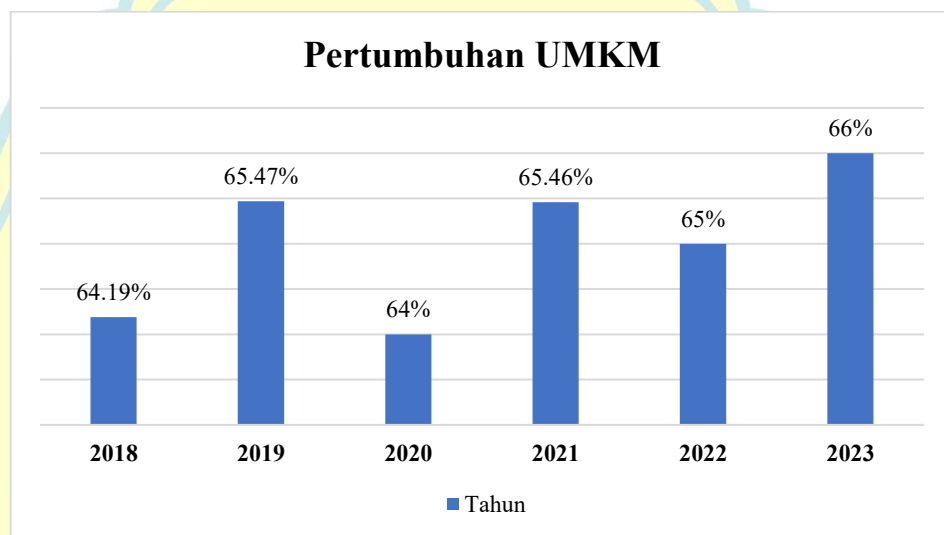
1. 1 Latar Belakang

Saat ini yang menjadi sektor penting dan berperan besar dalam mendorong pertumbuhan perekonomian global maupun nasional yakni Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Keberadaan usaha mempunyai peran strategis dalam meningkatkan pembangunan berkelanjutan, yang mencakup pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian nilai-nilai kearifan lokal, serta keberlanjutan lingkungan. Dalam sistem perekonomian, UMKM berperan dalam mengurangi tingkat ekonomi yang rendah melalui lapangan kerja yang bertambah, kualitas sumber daya manusia yang meningkat, dan memberikan kontribusi kepada negara melalui penerimaan pajak dan aktivitas ekspor maupun impor (Yaseen Zeebaree dan Siron, 2017).

Di Indonesia, UMKM berperan dalam mendorong pemulihan ekonomi pasca krisis moneter, menyediakan alternatif lapangan kerja, serta meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Penelitian yang dilakukan LPEM FEB UI (2022) mengatakan bahwa UMKM mempunyai kontribusi yang besar dalam pengentasan kemiskinan serta pemerataan pendapatan di Indonesia, sekitar 60% UMKM beroperasi di wilayah pedesaan dan melibatkan masyarakat berpenghasilan rendah, baik sebagai pelaku usaha maupun tenaga kerja. Selain itu, program pengembangan UMKM terbukti mampu menurunkan tingkat kemiskinan sekitar 0,5 – 1,5% setiap tahun.

Bersumber dari data Kemenkop UMKM tahun 2023, 61% *Gross Domestic Product* Indonesia bersumber dari UMKM yang dimana berkontribusi hingga Rp. 9.580 T. Jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta yang dimana menyerap sekitar 97% atau sekitar 117 juta dari total

tenaga kerja yang ada. Berdasarkan data perkembangan UMKM selama periode 2018-2023, terlihat bahwa pertumbuhan UMKM cenderung mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019, jumlah UMKM meningkat sebesar 1,98% dibandingkan tahun 2018. Kemudian, terjadi penurunan pada tahun 2020 sebesar -2,24%. Pada tahun 2021, pertumbuhan kembali mengalami peningkatan hingga 2,28% sebagai tanda pemulihan. Meskipun demikian, pada tahun 2022 pertumbuhan kembali melemah sebesar -0,70%, sebelum akhirnya kembali meningkat menjadi 1,52% pada tahun 2023.



Tabel 1.1 Pertumbuhan UMKM 2018-2023

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM (2024)

Penyebab naik turunnya jumlah UMKM ini dikarenakan pada praktiknya UMKM dihadapkan pada berbagai kendala faktor yang ada, baik dari internal maupun eksternal. Menurut Santoso dan Budi (2021) dari sisi internal, permasalahan meliputi keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, minimnya akses terhadap permodalan, serta lemahnya jaringan usaha. Sementara itu, dari sisi eksternal, tantangan yang dihadapi yaitu tingginya persaingan, kesulitan dalam memasarkan produk dan jasa, terbatasnya jangkauan pasar, kurang memadainya sarana dan prasarana, serta kondisi lingkungan usaha yang belum sepenuhnya mendukung.

Bedasarkan data dari PPKUKM DKI Jakarta, jumlah UMKM terdaftar pada program Jakpreneur yang merupakan platform pengembangan UMKM Jakarta pada tahun 2018 – Juni 2026 tercatat sebanyak 300.682 jumlah usaha yang dimiliki oleh peserta Jakpreneur tersebut. Sebagian besar UMKM terdaftar pada program Jakpreneur tersebut berfokus pada sektor kuliner. Jumlah kategori kuliner yang terdaftar mencapai 73.38% dari total usaha yang terdaftar atau sekitar 220.605 usaha. Di tengah meningkatnya persaingan bisnis, UMKM diminta untuk mengembangkan strategi dan mekanisme yang tepat supaya dapat beradaptasi terhadap berbagai perubahan serta menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Perkembangan yang semakin cepat ini mendorong para pelaku usaha untuk terus mencari strategi agar mampu bersaing sekaligus bertahan di tengah lingkungan yang berubah kian dinamis (Rianto et al., 2021).

UMKM DKI Jakarta khususnya di wilayah Jakarta Selatan sendiri merupakan kawasan yang menjadi pusat pencarian kuliner, di mana ketersediaan tempat makanan dan minuman sangat memengaruhi keputusan Gen Z dalam memilih tempat untuk dikunjungi, mengingat wilayah ini dikenal dengan tingkat kepadatan serta aktivitas yang tinggi. Berdasarkan data dari Dinas PPKUKM DKI Jakarta, wilayah Jakarta Selatan menjadi wilayah dengan jumlah usaha Jakpreneur terbesar yakni sebanyak 92.121 usaha yang terdaftar. Kemudian untuk sektor kuliner menjadi sektor yang terbesar sebagai jumlah usaha peserta Jakpreneur di Jakarta Selatan, sebanyak 68.983 usaha terdaftar bergerak dibidang kuliner. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di sektor kuliner mempunyai kontribusi yang sangat penting dalam mendukung pemulihan perekonomian Indonesia.

Industri kuliner saat ini mengalami pertumbuhan yang cepat. Tingginya daya tarik sektor ini di Jakarta mendorong munculnya berbagai peluang usaha, sehingga jumlah bisnis di bidang makanan dan minuman terus bertambah secara signifikan. Minat pembelian masyarakat terhadap produk kuliner di DKI Jakarta tergolong tinggi, hal ini disebabkan keunikan

produk kuliner yang ditawarkan memiliki perbedaan dibandingkan dengan daerah lainnya. Dalam situasi persaingan usaha tersebut, UMKM dituntut untuk semakin meningkatkan kemampuan inovasi serta mengembangkan produk dan layanan baru. Keberanian dalam mengambil risiko dan pencapaian pertumbuhan ekonomi sangat bergantung pada kemampuan memanfaatkan peluang yang tersedia (Viana et al., 2018).

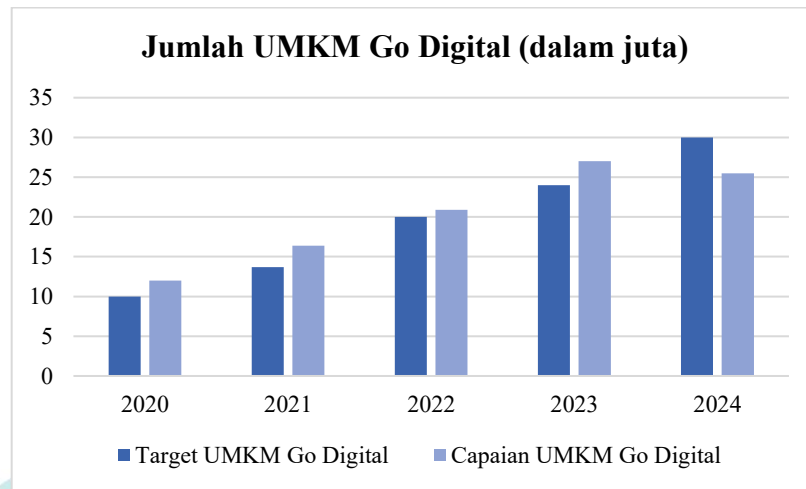
Pertumbuhan Jakarta Selatan sebagai wilayah dengan perkembangan baru tertinggi menunjukkan adanya peningkatan kinerja UMKM pada subsektor tersebut. Kinerja bisnis mencerminkan tingkat efektivitas suatu usaha, di mana kinerja yang optimal menunjukkan bahwa kegiatan operasional berjalan dengan efisien serta memiliki tingkat kemungkinan yang tinggi dalam menggapai tujuan yang ditetapkan (Agit dan Muharram, 2025). Kinerja UMKM dalam Mutegi et al. (2015) menyebutkan menunjukkan tingkat keberhasilan individu atau kelompok yang bekerja dalam struktur perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis yang sudah ditetapkan sebelumnya, sesuai dengan tugas dan kewenangan pengambilan keputusan yang diberikan kepada mereka. Selain itu, kinerja tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, dari dalam maupun dari luar perusahaan. Faktor internal meliputi pengelolaan sumber daya keuangan, tingkat perkembangan teknologi, serta orientasi kewirausahaan. Sementara itu, faktor eksternal mencakup peluang untuk memasuki pasar, dukungan atau kebijakan pemerintah dalam bidang ekonomi, serta kondisi makroekonomi yang berada di lingkungan perusahaan. (Damayanti et al., 2026).

Di samping persaingan yang semakin ketat, dinamika global pada era teknologi saat ini turut mendorong perubahan pada struktur pasar serta perilaku konsumen. Dalam meningkatkan kinerja usaha, pelaku usaha perlu mempunyai orientasi kewirausahaan yang kuat. Orientasi kewirausahaan merupakan dorongan bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan inovasi, bersikap proaktif dalam merespon peluang dan tantangan, serta mengambil risiko yang telah diperhitungkan sebagai upaya dalam menjaga

dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Orientasi kewirausahaan dalam suatu organisasi menunjukkan kecenderungan untuk bertindak inovatif, mampu menangkap peluang yang ada, serta bersikap proaktif guna mencapai keunggulan dalam persaingan (Ma'rifat et al., 2024)

Sikap kewirausahaan dalam melakukan suatu usaha umumnya ditandai pada kesiapan dalam memanfaatkan peluang yang ada, seperti upaya untuk memperoleh sumber daya tambahan guna mengoptimalkan peluang tersebut (Soelaiman dan Korespondensi, 2022). Oleh sebab itu, tindakan yang diambil oleh seorang wirausahawan menjadi faktor penentu keberhasilan perusahaan, hal ini menandakan orientasi kewirausahaan berpengaruh pada kinerja perusahaan. Hal ini dibuktikan pada penelitian oleh Sugiantoputro dan Widjaja (2025) dimana menunjukkan orientasi kewirausahaan pengaruh positif pada kinerja UMKM. Pelaku usaha perlu memiliki orientasi kewirausahaan guna menumbuhkan inovasi serta keberanian dalam mengambil risiko yang dapat menunjang keberhasilan usaha.

Sebagai salah satu komponen dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan akibat perkembangan ekonomi digital yang kini berfungsi efektif sebagai sarana pemasaran barang dan jasa (Del Rosa et al., 2022). Menurut data Kemenkop UMKM, jumlah UMKM di Indonesia yang ditargetkan masuk ke dalam ekosistem digital mencapai 30 juta unit pada tahun 2024. Namun, realisasi untuk capaian UMKM Go Digital ini baru mencapai 25,5 juta UMKM. Belum tercapainya target tersebut memperlihatkan bahwa masih terdapat pelaku yang tidak optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menumbuhkan kinerja serta daya saing usahanya. Adopsi teknologi digital yang lambat pada UMKM dapat dipengaruhi sejumlah faktor, diantaranya adanya keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital, dan minimnya dorongan dari pemerintah (Hardi dan Zainul Arifin, 2022).



Tabel 1.2 Jumlah UMKM Go Digital

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM (2024)

Literasi digital mengarah pada kapasitas individu dalam memahami, mendapatkan akses, dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Dalam lanskap kewirausahaan, keterampilan ini berfungsi sebagai kompetensi inti yang memungkinkan pemilik bisnis untuk mendorong inovasi, memperbaiki strategi pemasaran mereka, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi bagaimana bisnis mereka dikelola. Kemampuan ini tidak hanya mencerminkan pemahaman terhadap teknologi, tetapi juga mencakup pemanfaatan perangkat digital secara strategis dalam mengembangkan usaha.

Penelitian oleh Kurnia dan Indriani (2025) menunjukkan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Literasi digital memberdayakan UMKM untuk memperluas kehadiran pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan menyederhanakan proses pemasaran dan penjualan. Hal ini menggambarkan bahwa kecakapan dalam teknologi digital merupakan faktor yang menentukan dalam membentuk daya saing UMKM saat ini. Literasi digital mencakup berbagai aspek yang berperan dalam mendukung pengelolaan usaha, terutama pada bisnis di era digital. Aspek tersebut meliputi keterampilan teknis, kreativitas, komunikasi, kolaborasi, kemampuan dalam mencari serta mengevaluasi informasi, dan

juga keamanan digital (*e-safety*). Kompetensi teknis sendiri mengacu pada kapasitas untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif (Cahyo M et al., 2026). Ketika dilengkapi dengan tingkat literasi digital yang kuat, UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasionalnya dan memperluas jangkauan pasarnya, sekaligus memperkuat daya saing di tengah pesatnya ekspansi ekonomi digital.

Tabel 1.3 Data Pendapatan UMKM Kuliner di Jakarta Selatan

No.	Nama UMKM	Pendapatan (jutaan)				
		Des	Jan	Feb	Maret	April
1.	Warung Ceu Yati	5,5	4,5	5	6	6
2.	Bahzana Cake	10	8	8,5	9	8
3.	Dapur Cihuyy	98	102	96	110	97
4.	Kampung Kembang Goyang	30	50	75	30	20
5.	Sambal Petir (Cabang Kebayoran Lama)	70	60	75	85	65

Sumber : Pemilik UMKM (2026)

Bedasarkan data yang diperoleh dari pemilik UMKM, terlihat bahwa pendapatan masing-masing usaha menunjukkan pola yang fluktuatif selama periode Desember – April. Sebagian besar UMKM mengalami peningkatan omzet pada bulan Maret, namun kembali mengalami penurunan pada bulan April. Kemudian, berdasarkan data di atas, diketahui bahwa Warung Ceu Yati dan Bahzana Cake yang merupakan usaha terdaftar dalam program Jakpreneur justru menunjukkan pendapatan yang lebih kecil dibandingkan UMKM lain yang belum terdaftar dalam program tersebut. Hal ini terlihat bahwa keikutsertaan dalam program Jakpreneur belum tentu menjamin kinerja usaha yang meningkat signifikan, disebabkan oleh

berbagai faktor yang turut berdampak keberhasilan UMKM, baik dari sisi sumber daya internal, kemampuan wirausaha, maupun kemampuan beradaptasi dengan teknologi. Seperti masih rendahnya pemanfaatan digitalisasi dalam kegiatan usaha, pemasaran produk yang belum optimal melalui media sosial, kurangnya pelaku usaha dalam berinovasi dan mengambil peluang bisnis, serta minimnya keikutsertaan pelaku usaha dalam mengikuti pelatihan-pelatihan yang disediakan melalui program Jakpreneur, sehingga pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan usaha belum berkembang dengan maksimal. Kondisi ini memungkinkan belum optimalnya kinerja UMKM meskipun telah tergabung dalam program Jakpreneur.

Setiap individu mempunyai tingkat kepercayaan diri yang berbeda. Ketika seseorang yakin terhadap kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan yang baik, maka ia akan berupaya secara maksimal untuk mewujudkannya. Dalam konteks kewirausahaan, keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi faktor penring dalam mendukung keberhasilan usaha, mengingat aktivitas kewirausahaan dipenuhi dengan berbagai tantangan dan ketidakpastian. Efikasi diri menjadi faktor yang menentukan besaran optimal seseorang dalam mencapai tujuan yang ada (Ie dan Visantia, 2013). Diperlukannya *entrepreneurial self-efficacy* dalam jiwa seorang pelaku usaha karena ini merupakan bentuk dari keyakinan seorang wirausahawan terhadap kemampuannya dalam menjalankan, mengelola, serta menghadapi berbagai hambatan dalam usaha yang dijalankan (Yuliati dan Anwar, 2020). Hasil penelitian oleh Ie dan Visantia (2013) menyebutkan adanya pengaruh efikasi diri dan signifikan pada keberhasilan usaha.

Bedasarkan pra-riset yang telah dilakukan, menurut peneliti UMKM sektor Kuliner di Jakarta Selatan masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya aspek orientasi kewirausahaan. Hal ini disebabkan oleh perbedaan karakteristik dan tingkat daya saing yang dimiliki masing-masing pelaku usaha. Kemudian dalam aspek pemanfaatan digitalisasi, UMKM cenderung

belum memaksimalkan penggunaan teknologi. Sebagian besar pelaku usaha masih memanfaatkan teknologi secara terbatas, seperti penggunaan media sosial hanya untuk promosi sederhana, dan pemanfaatan *marketplace* belum dilakukan secara optimal. Kondisi ini berdampak pada tingkat penjualan yang cenderung tidak mengalami peningkatan atau stagnan.

Persaingan yang kuat dari usaha sejenis maupun perusahaan yang lebih besar dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan UMKM. Maka dari itu, UMKM perlu memiliki keunggulan kompetitif agar mampu bertahan sekaligus berkembang. Dan hasil dari penelitian Sugiantoputro dan Widjaja (2025) meskipun orientasi kewirausahaan menunjukkan hubungan positif dengan kinerja UMKM, efek ini tidak mencapai signifikansi statistik menunjukkan bahwa meskipun relevansinya, variabel lain kemungkinan membawa beban yang lebih besar dalam mempengaruhi hasil bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor tambahan yang membentuk kinerja UMKM, terutama berfokus pada peran yang dimainkan oleh literasi digital dan efikasi diri sebagai variabel mediasi. Pemahaman ini memotivasi peneliti untuk melakukan penyelidikan lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Literasi Digital terhadap Kinerja UMKM Kuliner dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Mediasi di Jakarta Selatan.”**

1. 2 Pertanyaan Penelitian

Bedasarkan latar belakang tersebut, sehingga ditarik pertanyaan masalah yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung literasi digital terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung efikasi diri terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan?

4. Apakah terdapat pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap efikasi diri?
5. Apakah terdapat pengaruh langsung literasi digital terhadap efikasi diri?
6. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner yang dimediasi efikasi diri di Jakarta Selatan?
7. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung literasi digital terhadap kinerja UMKM kuliner yang dimediasi efikasi diri di Jakarta Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan seperti di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan
2. Mengetahui pengaruh langsung literasi digital terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan
3. Mengetahui pengaruh langsung efikasi diri terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan
4. Mengetahui pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap efikasi diri
5. Mengetahui pengaruh langsung literasi digital terhadap efikasi diri
6. Mengetahui pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner yang dimediasi efikasi diri di Jakarta Selatan
7. Mengetahui pengaruh tidak langsung literasi digital terhadap kinerja UMKM kuliner yang dimediasi efikasi diri di Jakarta Selatan

1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan literasi digital terhadap kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi, penelitian ini

diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagaimana dijabarkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademis dalam kajian kewirausahaan, khususnya mengenai orientasi kewirausahaan, literasi digital, efikasi diri, dan kinerja UMKM kuliner di Jakarta Selatan. Dan dapat berfungsi sebagai sumber daya untuk penelitian berikutnya yang mengeksplorasi tema terkait.

2. Manfaat Praktis

1) Peneliti

Memberikan kesempatan dalam memperdalam pemahaman peneliti tentang hal yang terkait dengan kewirausahaan, mendapatkan pengalaman praktis dalam penulisan karya ilmiah.

2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

Diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Universitas Negeri Jakarta, sekaligus memberikan wawasan dan informasi kepada para akademisi yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa.

3) UMKM Kuliner di Jakarta Selatan

Penelitian ini dapat melengkapi wirausaha mikro kuliner dengan pemahaman betapa pentingnya orientasi kewirausahaan, literasi digital, dan self-efficacy dalam mendorong kesuksesan usaha mereka.

4) Pihak lain

Dapat memberikan manfaat untuk pihak lain khususnya usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kinerjanya dan peneliti lain yang membutuhkan informasi berkaitan dengan topik ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.