

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi dikala ini berkembang sangat pesat serta dimanfaatkan dalam segala aspek kehidupan. Munculnya teknologi baru seperti platform digital, jaringan nirkabel dll, mengubah cara bisnis dalam menciptakan sebuah *value*. Teknologi informasi dan komunikasi kemudian digunakan dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam berwirausaha. Perubahan ini yang sering disebut sebagai digitalisasi. Kemajuan teknologi memungkinkan intensitas pasar global telah membangun usaha yang bergerak maju serta cepat mengubah yang telah mempengaruhi semua usaha termasuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Proses transformasi digitalisasi mengacu pada transformasi strategi dengan tujuan meningkatkan bisnis secara signifikan, digitalisasi mempengaruhi pasar, strategi bisnis dan menghadirkan tantangan baru bagi pemilik usaha. Selain itu digitalisasi juga mempengaruhi aspek-aspek kehidupan sosial sehari-hari.

UMKM menyadari bahwa perlu adanya strategi inovasi agar dapat tetap kompetitif dalam lingkungan yang berubah sangat cepat akibat adanya digitalisasi. Menurut Meutia & Ismail (2015), baik di negara maju maupun di negara berkembang UMKM merupakan bagian penting dalam sistem ekonomi lokal. Oleh sebab itu, para pemilik UMKM terpaksa untuk berpikir di luar kotak atau (*out of the box*) untuk menciptakan inovasi baru yang mengikuti perkembangan zaman. Sehingga pemilik UMKM perlu melakukan sebuah

inovasi agar dapat bersaing pada era digital. Inovasi pasar sangat dibutuhkan dalam menunjang perkembangan UMKM hal ini dikarenakan UMKM harus terus mengikuti perkembangan zaman dan terus melakukan inovasi agar bisa tetap bertahan ke depannya.

Digitalisasi semakin dibutuhkan semenjak pandemi Covid-19 yang mendorong tren kerja dari jarak jauh atau *work from home*. Pemilik usaha dipaksa mampu menggunakan platform digital dan bersaing di masa Covid-19. Jumlah UMKM di masa pandemi mengalami kenaikan yang luar biasa, sebelum pandemi Covid-19 jumlah UMKM yang telah *onboarding* tercatat sebanyak 8 juta pelaku usaha dan pada masa pandemi jumlah UMKM meningkat menjadi 13,5 juta. Kenaikan jumlah UMKM ini dikarenakan mudahnya interaksi antara UMKM dan pasarnya yang dilakukan melalui platform digital. Namun, menurut riset yang dilakukan oleh Katadata dengan judul digitalisasi UMKM di tengah pandemi Covid-19 pada bulan Juni 2020 terhadap 206 pengusaha UMKM di Jabodetabek mengungkapkan bahwa pada masa pandemi 56,8% UMKM berada pada kondisi buruk dan hanya 14% yang berada pada kondisi baik, penurunan omzet UMKM lebih dari 30% dan diungkapkan bahwa penggunaan internet sangat membantu UMKM dalam menjalankan usaha (Dharmasaputra, 2020).

Semenjak penyebaran Covid-19 yang mendunia, banyak negara mengalami penurunan dalam kegiatan ekonomi karena sebagian besar sumber daya telah dialokasikan untuk menyelamatkan warganya dari kematian potensial. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pelaku

bisnis entitas yang hampir tidak terkena krisis. Pada masa pandemi Covid-19 program pemerintah dan norma sosial budaya juga sangat berperan penting dalam menjalankan UMKM dan mempengaruhi Kinerja UMKM. Program pemerintah yang mendukung UMKM serta berperan dalam mempercepat kemajuan dan perkembangan UMKM itu sendiri. Saat ini semua orang harus tinggal di rumah dan membatasi pergerakan, dan dengan demikian kegiatan ekonomi pun mengalami penurunan. Kondisi demikian merugikan UMKM, bahkan membahayakan kelangsungan UMKM. Dalam hal ini, dukungan dan kebijakan pemerintah diperlukan untuk memperkuat UMKM dalam menghadapi krisis. Beberapa penelitian membuktikan bahwa pemerintah memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM. Terlepas dari dukungan dan program pemerintah UMKM juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan internalnya dalam merespons perubahan lingkungan terlebih pada masa Covid-19 UMKM dipaksa untuk melakukan inovasi pemasaran. Perusahaan tingkat UMKM mampu menunjukkan hasil investasi inovasi yang lebih tinggi ketika dibandingkan dengan perusahaan yang lebih besar karena UMKM cenderung dapat mencari lebih banyak variasi dan lebih fleksibel dalam mengakses dan mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan. Pemerintah juga memberikan pajak kebijakan pengurangan dan mendorong industri perbankan dan lembaga pembiayaan lainnya menawarkan relaksasi bagi kredit UMKM. Di tingkat nasional, pemerintah meningkatkan permintaan produk UMKM saat pandemi dengan mendorong masyarakat dan perusahaan besar untuk membeli produk UMKM (KATADATA, 2020).

Hampir semua pemilik dan manajer bisnis ingin perusahaan mereka berkinerja dengan baik. Kemajuan dalam bidang teknologi atau transformasi digital yang telah dijelaskan sebelumnya menciptakan tantangan serius bagi perusahaan dan pelaku bisnis untuk mempertahankan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka. Pelaku bisnis yang baru merintis usahanya dalam hal ini UMKM perlu berinovasi pada produk, proses, dan strategi pemasaran mereka. Kinerja UMKM dapat dinilai dari berbagai aspek yaitu *financial* dan *nonfinancial*. Kinerja perusahaan merupakan prestasi perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Menurut Kemenkeu (2020), kurang lebih 69,02% UMKM menghadapi kesulitan permodalan selama pandemi Covid-19. Meskipun begitu, berdasarkan Laporan Pengaduan ke KemenkopUKM per Oktober 2020, hingga 39,22% UMKM mengalami kesulitan permodalan selama pandemi. Pemerintah memberikan dukungan permodalan kepada UMKM melalui program restrukturisasi kredit. Per 31 Juli 2021, tercatat ada lebih dari 3,59 juta UMKM yang menggunakan program ini dengan nilai sebesar Rp285,17 triliun (Kemenkeu, 2020). Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebanyak 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM dapat menarik 97% dari total tenaga kerja yang ada dan dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (KemenkopUKM, 2021).

Pertumbuhan UMKM sangat pesat pula terjadi di DKI Jakarta, hal ini ditunjukkan oleh data kementerian koperasi dan usaha kecil menengah republik Indonesia bahwa jumlah UMKM di daerah DKI Jakarta berjumlah 1.061.988 yang terdiri dari 3210 UMKM di Kab. Administrasi Kepulauan Seribu, 210022 UMKM di kota Jakarta Selatan, 240512 UMKM di kota Jakarta Timur, 138304 UMKM di kota Jakarta Pusat, 272761 UMKM di kota Jakarta Barat, dan 197179 UMKM di Jakarta Utara (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2021).

Penulis menggunakan dasar teori pada penelitian jurnal acuan yang berjudul *The Impact of Social and Cultural Norms, Government Programs and Digitalization as Entrepreneurial Environment Factors on Job and Career Satisfaction of Freelancers* yang berfokus pada perbandingan kinerja UMKM yang berefek terhadap *labor market* dan sosial secara keseluruhan, akan tetapi dasar teori tersebut memiliki kelemahan pada teori digitalisasi. Oleh karena itu penulis memilih jurnal yang berjudul *Reviewing Literature on Digitalization, Business Model Innovation, and Sustainable Industry: Past Achievements and Future Promises* sebagai pendukung penelitian yang lebih berfokus pada aspek digitalisasi dan inovasi pasar yang berdampak terhadap peningkatan UMKM di kota Jakarta pada masa pandemi COVID-19 untuk digunakan sebagai penelitian lebih lanjut.

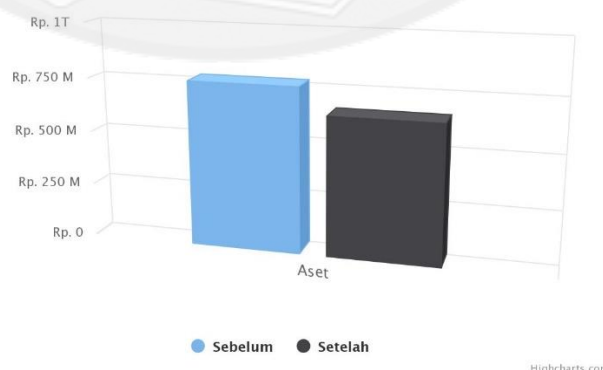
Penelitian ini, dilaksanakan pada pandemi covid-19 yang menyebabkan banyaknya memberikan perubahan yang cukup besar pada seluruh aktivitas termasuk aktivitas ekonomi masyarakat. Sebelum masa pandemi Covid-19

mayoritas masyarakat melakukan kegiatan diluar rumah seperti sekolah, kerja dan aktivitas lainnya sehingga intensitas perbelanjaan dengan langsung mendatangi *outlet* UMKM lebih besar. Pada masa pandemi Covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 perlahan mengubah pola perilaku masyarakat diakibatkan oleh pembatasan aktivitas diluar rumah akibat penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah Indonesia (Peraturan Pemerintah, 2020).

Pandemi Covid-19 memberikan dampak perubahan pola konsumsi barang maupun jasa masyarakat dari offline ke online serta penerapan *work from home* menyebabkan UMKM kesulitan memasarkan produk, terhambatnya distribusi produk serta penurunan jumlah tenaga kerja. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah mengenai statistik ekonomi UMKM tahun 2019 hingga tahun 2022 yang menunjukkan bahwa terjadi penurunan aset UMKM dari total 764 M menjadi 642 M (Dinas Koperasi UKM, 2022).

Gambar 1.1 Perbandingan Aset UMKM

Perbandingan Aset UMKM Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19

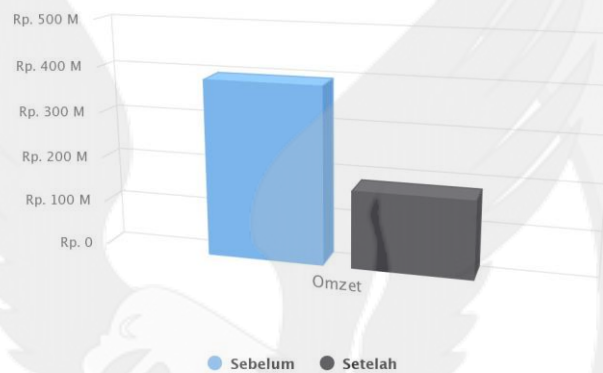


Sumber: Dinas Koperasi UKM (2022)

Penurunan aset UMKM setelah masa pandemi Covid-19 disebabkan oleh penurunan pendapatan dan daya beli masyarakat pada masa pandemi Covid-19. Data Statistik juga menunjukkan penurunan yang sangat signifikan sebagaimana ditunjukkan oleh grafik berikut ini (Dinas Koperasi UKM, 2022)..

Gambar 1.2 Perbandingan Omzet UMKM

Perbandingan Omzet UMKM Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19



Sumber: Dinas Koperasi UKM (2022)

Omzet UMKM sebelum masa pandemi Covid-19 sebesar 387 M namun setelah masa pandemi covid-19 pendapatan UMKM secara keseluruhan sebesar 169 M. Hal ini tentunya mempengaruhi perekonomian Indonesia oleh karena itu, pemerintah terus berupaya memperkuat dan memajukan UMKM melalui kebijakan-kebijakan yang diambil seperti program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) hal ini tertuang Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional dalam Rangka Mendukung Kebijakan Keuangan Negara untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) dan/atau Menghadapi Ancaman yang

Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan serta Penyelamatan Ekonomi Nasional. Pada program ini dalam rangka memajukan UMKM pemerintah Indonesia memberikan subsidi bunga, Pembiayaan investasi kepada koperasi melalui Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) koperasi UMKM, program bantuan presiden (Banpres) Produktif dan penempatan dana pemerintah di perbankan (Peraturan Pemerintah, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Soleha (2020) menyatakan bahwa sektor UMKM menjadi prioritas utama pemerintah dengan menyelenggarakan segala kebijakan dalam upaya pemulihan ekonomi nasional. Kebijakan ini mencakup bantuan sosial, pembiayaan bunga dan cicilan, KUR, memprioritaskan produk UMKM, dan mengembangkan beragam ide, inovasi dan agar mampu beradaptasi dengan pasar baru. Hal ini menjadi pegangan pemerintah dalam membantu membangkitkan kembali aktivitas masyarakat khususnya UMKM dimasa ekonomi krisis akibat pandemi.

Berdasarkan pemaparan Hendro & Arlinda (2020), penelitian tersebut menjelaskan bahwa Pemprov DKI Jakarta juga sangat mendukung dan mendorong berkembangnya UMKM, hal ini terlihat dalam banyak program pendukung UMKM seperti Jakpreneur. Dengan adanya dukungan dari pemerintah diharapkan mampu meningkatkan kinerja UMKM di DKI Jakarta. Selain dukungan dari pemerintah, norma sosial dan budaya secara tidak langsung mempengaruhi keberlangsungan dan kemajuan UMKM. Transformasi digital berdampak pada terciptanya inovasi baru dalam bisnis

yang menyebabkan norma yang ada pada masyarakat sangat berpengaruh seperti pola pikir masyarakat serta penerimaan masyarakat terhadap kinerja UMKM.

UMKM terus berusaha meningkatkan kinerja dengan memaksimalkan digitalisasi, program pemerintah, norma sosial budaya dan inovasi pasar sehingga diharapkan dapat memberikan dampak atau pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dalam studi ini, penulis akan melihat bagaimana perusahaan, khususnya UMKM, beradaptasi dengan digitalisasi, dan mengungkap pengaruh program pemerintah dan norma sosial budaya dalam meningkatkan kinerja perusahaan terutama di masa pandemi virus Covid-19 saat ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada UMKM terkait pengaruh digitalisasi, program pemerintah, norma sosial budaya dan inovasi pasar dalam pemulihan kinerja UMKM setelah masa pandemi covid-19. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh digitalisasi, program pemerintah, norma sosial budaya dan inovasi pasar terhadap kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi terhadap norma sosial budaya pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta?

2. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi terhadap program pemerintah pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi terhadap inovasi pasar pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi terhadap kinerja UMKM di Jakarta pada masa pandemi Covid-19?
5. Apakah terdapat pengaruh program pemerintah terhadap norma sosial dan budaya di Jakarta?
6. Apakah terdapat pengaruh program pemerintah terhadap inovasi pasar UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta?
7. Apakah terdapat pengaruh inovasi pasar terhadap kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta?
8. Apakah terdapat pengaruh norma sosial dan budaya terhadap kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah diuraikan dalam perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap norma sosial dan budaya pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta.
2. Mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap program pemerintah pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta.
3. Mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap inovasi pasar pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta.

4. Mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap kinerja UMKM di Jakarta Pada masa pandemi Covid-19.
5. Mengetahui pengaruh program pemerintah terhadap norma sosial dan budaya di Jakarta.
6. Mengetahui pengaruh program pemerintah terhadap inovasi pasar UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta.
7. Mengetahui pengaruh inovasi pasar terhadap kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta.
8. Mengetahui pengaruh norma sosial dan budaya terhadap kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19 di Jakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan teoritis mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan selama masa pandemi Covid-19. Selain itu, penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Diharapkan mampu menjadi pertimbangan oleh masyarakat luas dalam memulai dan meningkatkan kinerja perusahaan pada masa pandemi Covid-19 dengan melihat variabel-variabel yang mempengaruhinya.

b. Bagi UMKM

Menjadi acuan, saran perbaikan, dan pengembangan kinerja perusahaan pada masa pandemi Covid-19 dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang berpengaruh yaitu digitalisasi, peraturan pemerintah, norma sosial budaya dan inovasi pasar. *Output* penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam inovasi pasar seperti mendesain *packaging* serta dapat melakukan transformasi pasar seperti melakukan penjualan online serta melakukan promosi melalui platform digital.

c. Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis terkait pengaruh digitalisasi, peraturan pemerintah, norma sosial budaya, inovasi pasar terhadap kinerja perusahaan masa pandemi Covid-19. Selain itu, menjadi pertimbangan bagi penulis dalam mengambil keputusan dimasa depan.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulis memberikan gambaran terperinci pada penelitian ini dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II mencakup digitalisasi, program pemerintah, norma sosial dan budaya, inovasi pasar, dan kinerja UMKM serta mencakup model penelitian dan pembahasan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III mencakup penjelasan mengenai metode-metode yang digunakan dalam penelitian. Seperti jenis penelitian, unit penelitian, subjek dan objek dalam penelitian, metode analisa data, dan lain sebagainya.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV mencakup penjelasan hasil penelitian dari data yang telah diolah menggunakan software SPSS serta pembahasan mengenai validitas dari setiap indikator yang membuktikan hasil penelitian terhadap setiap hipotesis.

BAB V PENUTUP

Bab V menjelaskan bagaimana kesimpulan yang didapatkan dari hasil analisis, implikasi penelitian bagi subjek penelitian,

menjelaskan keterbatasan kripsi serta saran perbaikan bagi penelitian yang akan datang.

