

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) maupun penciptaan lapangan pekerjaan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2023, sektor UMKM berkontribusi sebesar 61,07% terhadap PDB Indonesia, dengan total sekitar 60 juta unit usaha yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, di mana lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia bekerja di sektor UMKM. Ini menunjukkan bahwa sektor ini tidak hanya sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai penyedia lapangan kerja yang sangat besar bagi masyarakat (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2024).

Di DKI Jakarta, misalnya, jumlah UMKM terus berkembang pesat seiring dengan tingginya angka wirausaha baru yang masuk ke pasar. Meskipun demikian, tidak semua UMKM dapat bertahan dan berkembang pesat. Peta persaingan semakin tajam, dengan banyaknya pemain baru yang menawarkan produk serupa atau bahkan lebih baik. Untuk bisa bertahan, UMKM harus mampu bersaing tidak hanya melalui harga, tetapi juga kualitas produk dan pelayanan yang lebih unggul, serta adaptasi yang cepat terhadap tren pasar. Maka dari itu, inovasi, meski minimal, menjadi kunci dalam mempertahankan eksistensi di tengah ketatnya persaingan ini.

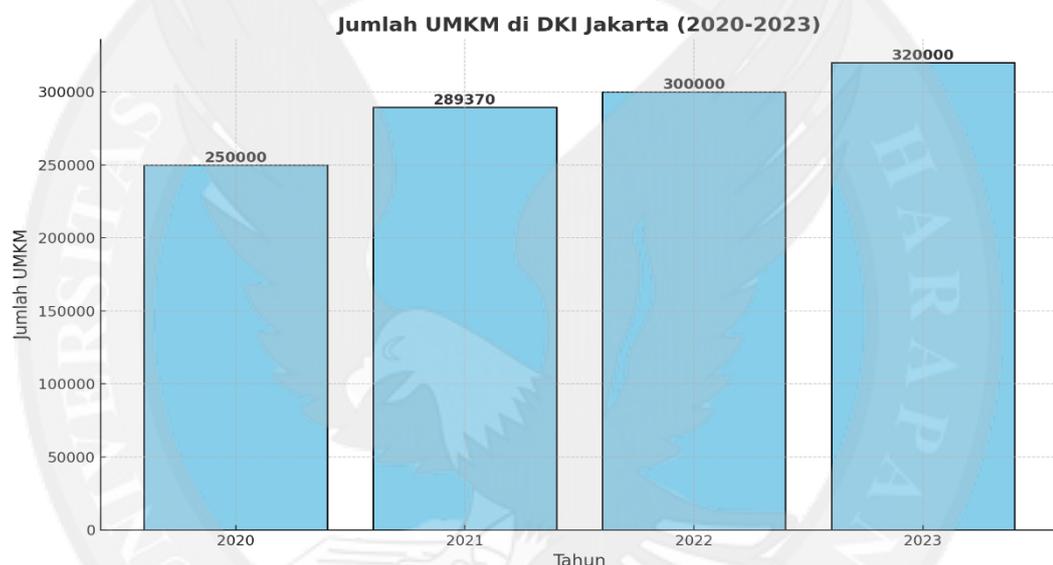
Dalam tiga tahun terakhir, sektor UMKM Indonesia telah menunjukkan

ketahanan dan kemampuan adaptasi yang luar biasa, meskipun dihadapkan dengan tantangan seperti pandemi COVID-19. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020, UMKM mengalami penurunan omzet sekitar 40% akibat pandemi. Namun, pada tahun 2021, UMKM mulai bangkit dengan kontribusi yang meningkat sebesar 61,07% terhadap PDB, berkat berbagai program pemulihan ekonomi nasional, digitalisasi usaha, dan bantuan pemerintah. Selain itu, pemerintah Indonesia juga terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai kebijakan yang memfasilitasi akses pembiayaan dan pemasaran (Dinas Koperasi dan UMKM, 2022).

Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi oleh para pemangku kepentingan antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia (SDM) pengelolanya, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal, oleh karena itu, pelaku UMKM wajib belajar dan memahami teknologi untuk menopang kegiatan bisnis guna memasuki wilayah pasar digital dari ranah konvensional. (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2024). Untuk dapat menghadapi tantangan-tantangan tersebut, kinerja bisnis UMKM harus ditingkatkan melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi yang relevan dengan perkembangan pasar digital. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, agar mereka lebih siap dalam mengadaptasi platform digital untuk pemasaran, transaksi, dan manajemen operasional bisnis mereka. Penggunaan teknologi yang tepat akan mendorong

produktivitas yang lebih tinggi, efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar yang lebih luas.

Permasalahan yang ada saat ini pada UMKM di DKI Jakarta adalah meskipun jumlah UMKM di DKI Jakarta menunjukkan peningkatan yang cukup stabil dari tahun 2020 hingga 2023, dengan angka yang meningkat dari 250.000 UMKM pada tahun 2020 menjadi 320.000 UMKM pada 2023, tren tersebut tidak diikuti oleh peningkatan signifikan dalam kinerja keuangan UMKM.



Gambar 1.1
Data Jumlah UMKM di DKI Jakarta
Sumber: (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2024)

Data yang tercatat pada tabel kinerja bisnis menunjukkan bahwa penjualan UMKM di Jakarta justru mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penurunan penjualan yang cukup tajam pada tahun 2023, yaitu sebesar 13,79% dibandingkan tahun sebelumnya, memperlihatkan bahwa meskipun jumlah UMKM bertambah, daya saing dan produktivitas mereka masih menjadi tantangan besar.

Tabel 1.1
Kinerja UMKM di DKI Jakarta

Tahun	Pertumbuhan UMKM (%)	Penjualan (Miliar Rupiah)	Penurunan Penjualan (%)
2019	0.0	320	0.0
2020	7.14	310	3.13
2021	6.66	300	3.23
2022	9.37	290	3.33
2023	8.57	250	13.79

Sumber: (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2024)

Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya inovasi produk, rendahnya adopsi teknologi digital, dan keterbatasan dalam akses pembiayaan yang memadai. Selain itu, proses legalitas dan perizinan yang sering kali kompleks serta kurangnya literasi digital di kalangan pengelola UMKM turut memengaruhi kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2024).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, para pelaku UMKM di DKI Jakarta harus segera beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasional. Peningkatan literasi digital dan pemahaman tentang pemasaran digital menjadi kunci untuk menjawab tantangan ini. Selain itu, penting bagi UMKM untuk memperhatikan pengelolaan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan industri 4.0. Standarisasi dan sertifikasi produk juga perlu diprioritaskan agar produk UMKM dapat bersaing di pasar global (Cuandra & Candy, 2024). Untuk itu, pelatihan dan fasilitasi yang lebih merata dan terstruktur

perlu diberikan kepada para pelaku UMKM agar mereka mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat. Keterbatasan dalam akses data dan informasi terkait performa UMKM juga perlu diatasi dengan membangun basis data tunggal yang memudahkan pemangku kepentingan dalam memantau perkembangan sektor ini secara lebih efektif.

Penelitian ini mereplikasi model penelitian Riadi et al. (2023) yang meneliti pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM di Indonesia. Penelitian ini meneliti mengenai kinerja UMKM di Indonesia pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini memiliki fokus yang berbeda dengan penelitian Riadi et al. (2023) yang mengkaji pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Riadi et al. berfokus pada UMKM mikro sektor fashion yang hanya berada di DKI Jakarta dan menganalisis kinerja mereka pasca pandemi Covid-19. Alasan pemilihan UMKM mikro sektor fashion di DKI Jakarta sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis dan relevansi data. Menurut data Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2024), DKI Jakarta memiliki jumlah UMKM terbanyak di Indonesia, dengan sekitar 1.100.000 unit usaha, yang mencakup berbagai sektor, termasuk fashion. Sektor fashion di Jakarta juga dikenal memiliki dinamika pasar yang tinggi dan beragam, serta menjadi pusat tren mode nasional. Acara tahunan seperti Jakarta Fashion Week menjadi bukti bahwa Jakarta merupakan pusat industri fashion yang penting di Asia Tenggara. Data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta menunjukkan bahwa sektor fashion merupakan salah satu sektor dominan di wilayah ini, dengan jumlah pelaku usaha yang

signifikan di setiap kotamadya (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2024).

Dalam penelitian ini, meskipun topiknya masih terkait dengan UMKM, fokus penelitian kami lebih spesifik karena mencakup UMKM dari sektor fashion di DKI Jakarta. Hal ini karena banyak tantangan dan hambatan harus dilalui untuk memajukan UMKM di Indonesia pasca pandemi terutama dari berakhirnya stimulus restrukturisasi kredit perbankan. Persaingan yang ketat antar UMKM mendorong wirausaha untuk terus mengembangkan pemikiran yang inovatif. Inovasi menjadi elemen penting bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang mampu bertahan di tengah dinamika pasar. Dengan memanfaatkan pendekatan yang kreatif, UMKM dapat menghadirkan solusi yang relevan untuk kebutuhan konsumen yang terus berubah (Arcuri, Russo, & Gandolfi, 2024)

1.2. Rumusan Masalah

Penurunan penjualan yang signifikan menunjukkan adanya tantangan besar bagi UMKM. Meskipun jumlah UMKM terus berkembang, daya saing mereka tetap menjadi masalah utama. Selain itu, produktivitas UMKM juga masih menghadapi hambatan yang perlu segera diatasi. Hal ini menjadi permasalahan yang perlu untuk diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *knowledge management* terhadap *digital capability* UMKM?

2. Apakah terdapat pengaruh *knowledge management* terhadap *digital orientation* UMKM?
3. Apakah terdapat pengaruh *knowledge management* terhadap *digital innovation* UMKM?
4. Apakah terdapat pengaruh *digital capability* terhadap kinerja UMKM?
5. Apakah terdapat pengaruh *digital orientation* terhadap kinerja UMKM?
6. Apakah terdapat pengaruh *digital innovation* terhadap kinerja UMKM?
7. Apakah *digital capability* memediasi pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM?
8. Apakah *digital orientation* memediasi pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM?
9. Apakah *digital innovation* memediasi pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap *digital capability* UMKM.
2. Untuk menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap *digital orientation* UMKM.
3. Untuk menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap *digital innovation* UMKM.

4. Untuk menganalisis pengaruh *digital capability* terhadap kinerja UMKM.
5. Untuk menganalisis pengaruh *digital orientation* terhadap kinerja UMKM.
6. Untuk menganalisis pengaruh *digital innovation* terhadap kinerja UMKM.
7. Untuk menganalisis *digital capability* memediasi pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM.
8. Untuk menganalisis *digital orientation* memediasi pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM.
9. Untuk menganalisis *digital innovation* memediasi pengaruh *knowledge management* terhadap kinerja UMKM.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melakukan identifikasi pada faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Peneliti juga mengembangkan sejumlah proposisi terkait kinerja UMKM di Jakarta.

2. Manfaat teoritis

Selain memiliki kontribusi teoritis, penelitian ini juga memiliki kontribusi praktis bagi perusahaan. Hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi strategis bagi UMKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang program pendukung yang efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan literatur akademis, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan dalam

meningkatkan kinerja UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab kedua menjelaskan mengenai pengertian dari berbagai variabel yang menjadi topik dari penelitian ini yaitu variabel *knowledge management*, *digital capability*, *digital orientation*, *digital innovation* dan kinerja perusahaan. Selain itu juga dibentuk hubungan antar variabel, model penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan mengenai pengukuran variabel, teknik-teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data, menguji data dan juga melakukan analisa dari penelitian tersebut.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini melakukan analisis dari hasil penelitian yang dibahas dengan menggunakan teori yang ada.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk menyelesaikan masalah ini.

