

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital adalah era yang menarik dalam dunia teknologi dan bisnis usaha. Di era ini, semua orang dituntut untuk mengembangkan suatu ide atau gagasan berupa karya fisik maupun nonfisik yang modern. Semua sektor dalam bidang bisnis berubah dari yang manual menjadi digitalisasi dalam pengoperasiannya, termasuk Usaha Menengah Kecil (UKM). Usaha menengah kecil didefinisikan sebagai jenis usaha kecil yang memiliki laba bersih paling banyak dua ratus juta rupiah dengan usaha yang berdiri sendiri. Perlunya digitalisasi dalam UKM yaitu untuk bertahan dengan keunggulan yang kompetitif yang berkelanjutan. Di era bisnis, UKM memiliki tantangan terbesar untuk meningkatkan aksesibilitas UKM dalam digital dan meningkatkan kemampuan UKM dengan tujuan produk mereka dapat bersaing dengan produk asing. Misalnya, dapat dilihat saat ini sudah banyak perusahaan besar yang menginput data melalui digitalisasi tidak seperti dahulu yang masih menggunakan manual. Sama halnya dalam bidang usaha kecil menengah yang saat ini dituntut untuk *up to date* (terkini) dalam artian memiliki pemikiran yang luas dan kreatif untuk menghasilkan output yang baik. Tentunya tidak semudah itu untuk mengembangkan bisnis dengan metode terkini karena dalam dunia usaha yang paling berpengaruh besar terhadap baik-buruknya suatu usaha yaitu dengan kinerjanya. Apabila kinerja suatu usaha baik tidak diragukan lagi pastinya perusahaan mendapatkan feedback tinggi dari para investor dan para pemangku kepentingan lainnya sehingga banyak stakeholder yang akan menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut. Usaha kecil, dan menengah (UKM) dalam perekonomian Indonesia merupakan suatu kelompok usaha yang memiliki jumlah yang paling besar karena UKM merupakan usaha perdagangan yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang merujuk pada

usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Kinerja menjadi salah satu peran penting bagi suatu perusahaan karena kinerja merupakan suatu perilaku atau tindakan aktifitas dari organisasi dalam periode dengan sumber yang diproyeksikan dengan pertanggung jawaban akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Kinerja dinilai menjadi sorotan yang utama di perusahaan untuk menarik investor karena apabila kinerja karyawan, kinerja operasional ataupun kinerja keuangannya baik dalam pengoperasiannya maka perusahaan akan otomatis memiliki akreditasi yang baik dalam segala aspek. Namun, seiring dengan berkembangnya waktu saat ini Indonesia sedang berada dalam titik terendah yaitu dengan adanya pandemi covid-19 segala aktifitas yang ada diluar rumah untuk sementara waktu dihentikan atau dikurangin sehingga dalam hal ini seperti instansi sekolah, perguruan tinggi maupun perusahaan sangat dibatasi (diliburkan) dan digantikan dengan *work from home* atau bekerja dari rumah serta masyarakat Indonesia tidak diperbolehkan berkerumunan dan harus menerapkan *social distancing* (jaga jarak) dalam beraktifitas diluar rumah untuk memutus rantai penyebaran virus covid-19. Kota Semarang menjadi salah satu daerah yang cukup tinggi dengan kasus terkonfirmasi positif Covid-19. Data diperoleh dari website [siagacorona.semarangkota.go.id](http://siagacorona.semarangkota.go.id) per 5 Februari 2021 total kasus terkonfirmasi sebesar 28.505. Oleh karena itu, dengan adanya pembatasan aktifitas sangat menjadi penghambat dalam perusahaan untuk menjalankan aktifitas seperti biasa di luar rumah. Kinerja perusahaan maupun karyawan menjadi tidak terstruktur dan beroperasi dengan baik. Dengan ini kinerja UKM yang ada di Kota Semarang menjadi terhambat dalam bekerja dan mengalami gulung tikar akibat kinerja tidak maksimal. Dengan demikian, teknologi digital menjadi saran bagi kinerja perusahaan khususnya UKM yang ada di Kota Semarang untuk menjalankan dan mempromosikan bisnis usahanya melalui online dengan bantuan *e-commerce* dan teknologi yang lain. Komunikasi antar karyawan, pemilik UKM dan

*customer* dapat melalui online tanpa bertatap muka. Namun dengan perkembangan zaman yang sudah semakin canggih ini, tidak dipungkiri apabila UKM masih belum maksimal dalam menerapkan teknologi digital dengan baik. Beberapa pebisnis UKM belum memiliki pengetahuan yang luas dalam memasarkan produknya melalui digitalisasi. Namun sementara itu ada juga beberapa diantara mereka lebih mengutamakan media sosial seperti facebook, Instagram, WhatsApp dan lain-lain untuk membangkitkan usahanya. Bahkan saat ini banyak juga yang menjual produk melalui e-commerce seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan e-commerce lainnya. Beberapa pemain UKM di Indonesia memiliki hasrat keterampilan dalam bidang teknologi. Menurut (Suhendi *et al.*, 2020) aplikasi bisnis digital di Indonesia ditunjukkan dengan Indeks Inovasi Global (IIG) pada tahun 2017 yang mana Indonesia berada di peringkat ke-87 dari 127 negara dalam inovasi digital. Inovasi digital yang dimaksud termasuk iklan digital dan komunikasi oleh para pemain UKM. Hanya 22% dari populasi yang memiliki akses internet dan sebagian besar diantaranya berada di Semarang. Hal ini menyebabkan kesenjangan dalam bisnis digital yang diciptakan oleh UKM. Persentase penggunaan situs web dalam bisnis digital hanya 1,3% saja sedang 98,7% menggunakan non situs web aplikasi WhatsApp sebagai dominasi. Oleh karena itu, saat ini perlu dibutuhkan upaya investasi dalam Teknologi Komunikasi dan Informasi (TIK) untuk mendukung aktif terhadap UKM agar dapat meningkatkan perkembangan ekonomi yang digitalisasi untuk Indonesia. UKM dapat menyebarkan aktivitas pemasaran mereka ke pangsa pasar internasional dengan menggunakan internet sebagai alat komunikasinya. UKM memiliki keunggulan meskipun skala bisnis yang dicapai tidak setinggi perusahaan berkelas karena banyak orang yang minat dengan level bisnis usaha kecil menengah ini karena dalam usaha kecil menengah ini memiliki kemudahan dalam menciptakan inovasi-inovasi baru terutama dalam bidang teknologi dengan diciptakannya dalam bidang teknologi terbaru akan lebih mudah meningkatkan pertumbuhan bisnis UKM karena tidak memiliki kerjasama yang

rumit antar biro perusahaan. Selain itu, dalam faktor hubungan antar karyawan lebih mudah karena lingkup yang lebih kecil sehingga untuk menyesuaikan bisnis akan lebih praktis dan dinamis.

Usaha kecil dan menengah harus sudah siap akan adanya perubahan dalam dunia bisnis digital dengan dibuktikan dengan adanya *readiness to change* dimana merupakan bentuk kesiapan entitas usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan. Dengan adanya kesiapan untuk perubahan maka akan dipastikan suatu usaha dapat mencapai tujuan sesuai dengan apa yang diharapkan. Era digital menuntut suatu UKM harus menggunakan teknologi sehingga orang mau tidak mau harus menerima bahwa perubahan tidak dapat dihindari. (Vakola, 2014) mengatakan saat ini keinginan untuk menghadapi perubahan organisasi diperlukan untuk mengimplementasikan perubahan secara efektif program yang dapat dilakukan melalui penelitian kesiapan individu untuk berubah. Konsep kesiapan untuk berubah menarik karena pandangan karyawan terhadap perubahan memainkan peran penting dalam setiap perubahan organisasi (Oreg *et al.*, 2011). Dengan hal ini, seorang pebisnis dikatakan sukses dalam kinerjanya apabila mampu melakukan kesiapan perubahan terhadap lingkungan dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Inuwa & Rahim, 2020) dan (Jos Akkermans, 2018) yang mengatakan bahwa *readiness to change* berpengaruh terhadap *SMEs performance*.

Selama proses perubahan, manajemen entitas usaha harus mempunyai kemampuan yang cukup dinamis dalam mengelola perusahaan. Menurut (Dora *et al.*, 2016) usaha kecil dan menengah diseluruh dunia sedang mengalami perubahan organisasi yang cepat untuk meningkatkan kualitas yang kompetitif dengan tren global di masa sekarang dengan memiliki kemampuan yang dinamis. *Dynamic capabilities* merupakan suatu kemampuan perusahaan dengan menyesuaikan sumber dayanya untuk mewujudkan kualitas lingkungan dengan perubahan yang cepat. Logikanya suatu kinerja yang dilakukan pebisnis untuk menyesuaikan

diri terhadap keadaan lingkungannya. Perusahaan harus menerapkan kemampuan yang dinamis agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada. Dengan adanya kemampuan dinamis yang tinggi maka dapat dipastikan entitas usaha siap dalam menghadapi perubahan yang ada. Dengan begitu, kinerja UKM akan semakin baik dan tidak ragu dalam melangkah dan menghadapi perubahan dalam segi digital.

Menurut (Suhendi *et al.*, 2020) semakin tinggi tingkat kesiapan individu dalam perubahan maka akan semakin tinggi pula *dynamic capabilities* dalam setiap organisasi. Terlebih dengan adanya *dynamic capabilities* maka kinerja UKM akan semakin baik pula (Hernández-Linares *et al.*, 2018). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Chênevert *et al.*, 2019) yang menyatakan bahwa *readiness to change* terkait dengan *turn over* yang lebih tinggi dan intensi *turn over* yang sebenarnya yang berarti bahwa semakin tidak siapnya seseorang dalam merespon perubahan maka mengakibatkan tingkat absensi dan *turn over* yang lebih tinggi. Dengan demikian terdapat gap riset hubungan antara *readiness to change*, *dynamic capabilities* terhadap *SMEs performance* dengan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jos Akkermans, 2018) dan (Budhiraja, 2019) dengan menambah variabel *dynamic capabilities* sebagai variabel *intervening* untuk memediasi hubungan antara *readiness to change* terhadap *SMEs performance* dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Suhendi *et al.*, 2020), bedanya penelitian ini lebih fokus dengan menguji adanya hubungan antara *readiness to change*, *dynamic capabilities* dengan *SMEs performance*. Penelitian ini perlu diuji karena untuk mengetahui seberapa besar kesiapan entitas usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan dengan kemampuan yang dinamis untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Di era yang digitalisasi, perusahaan dituntut untuk menghadapi persaingan global dengan cepat agar mampu bersaing di dunia bisnis. Suatu entitas harus siap dalam menghadapi perubahan lingkungan agar mencapai keberhasilan perusahaan. Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh UKM yang ada di kota Semarang,

Jawa Tengah. Dengan ini, diharapkan bahwa UKM yang ada di kota Semarang siap menerima perubahan lingkungan dengan cepat dengan memiliki kemampuan yang dinamis untuk menghadapi gejolak lingkungan bisnis saat ini. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *readiness to change* dengan *dynamic capabilities* sebagai variabel intervening serta *smes performance* sebagai variabel dependen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan research gap yang dikemukakan di atas ditemukan masalah, masih kurang maksimalnya hasil penelitian mengenai *readiness to change*, *dynamic capability* dan *SMEs performance* serta masih perlu adanya penelitian agar kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *readiness to change* dan *dynamic capabilities* terhadap *SMEs performance* yang ada di Kota Semarang. Oleh karena itu, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “*Bagaimana readiness to change dan dynamic capability dalam meningkatkan SMEs performance ?*”

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Studi ini mencoba menempatkan variabel *dynamic capabilities* sebagai variabel intervening yang diharapkan dapat menjembatani hubungan *readiness to change* dan *SMEs performance*. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian diajukan sebagai berikut :

1. Apakah *readiness to change* berpengaruh terhadap *SMEs performance* ?
2. Apakah *readiness to change* berpengaruh terhadap *dynamic capabilities* ?
3. Apakah *dynamic capabilities* berpengaruh terhadap *SMEs performance* ?
4. Apakah *dynamic capabilities* mampu memediasi *readiness to change* terhadap *SMEs performance* ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka penelitian bertujuan untuk menguji, memperoleh bukti empiris dan menganalisis mengenai :

1. Untuk mengetahui pengaruh *readiness to change* terhadap *SMEs performance*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *readiness to change* terhadap *dynamic capabilities*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *SMEs performance*.
4. Untuk mengetahui *dynamic capabilities* mampu memediasi *readiness to change* terhadap *SMEs performance*.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis, memperkuat penelitian terdahulu dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan terhadap literatur – literatur maupun penelitian dalam bidang ekonomi digital.
  - b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti di masa yang akan datang. sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keuangan, khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan *SMEs performance*.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Regulator

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi pemerintah dalam melakukan penyuluhan dan pelatihan pengadopsian digital teknologi agar lebih efektif dalam meningkatkan pendapatan usaha para pelaku UKM.

b. Bagi UKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai *readiness to change* dan *dynamic capabilities* dalam kondisi seperti apapun untuk meningkatkan *SMEs performance*.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi pembaca. Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya.

