

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era revolusi industri 4.0 mengharuskan kita untuk terus update dalam mencari berbagai informasi. Terutama masalah perkembangan teknologi yang begitu cepat dan canggih. Pesatnya kemajuan teknologi membawa warna baru bagi seluruh aspek kehidupan manusia terutama dalam dunia bisnis yang berbasis digital. Memasuki era revolusi ke empat masyarakat harus melek akan teknologi yang serba digital dan pastinya semakin hari pemakaian kertas akan terus tergerus atau disebut dengan *paperless world* (Astuti, 2019). Demikian juga interaksi sosial perorang atau kelompok sudah menggunakan layanan digital berupa sosial media. Pemanfaatan teknologi yang tepat akan menciptakan peluang baru bagi para pebisnis terutama UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Di era globalisasi para pengusaha terutama UMKM dituntut mampu meningkatkan skill melalui inovasi produk dan jasa baru dari perluasan pemasaran, sumber daya manusia dan paling penting untuk mengimbangi pesaing lain yaitu pemanfaatan teknologi yang tepat (Gunartin, 2017). Sehingga nantinya UMKM diharapkan mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan strategi yang tepat.

Peningkatan kemajuan UMKM sendiri merupakan tantangan terbesar dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat (Wiliana, 2017). Digitalisasi merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh para UMKM untuk *go-digital*

dan meningkatkan keunggulan kompetitif agar tidak kalah bersaing. Indonesia saat ini dibanjiri oleh *e-commerce* dengan diiringi oleh pengguna internet tinggi sehingga peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing melalui e- marketing cukup besar (Nurhayati, 2020). Tetapi pada kenyataannya masih terbilang rendah dalam penggunaan layanan digital dalam memasarkan produknya terutama di daerah terpencil. Padahal UMKM merupakan pendukung penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia. Untuk mengimbangi persaingan global yang cukup ketat di dunia digital dibutuhkan kemampuan adaptasi dan daya tahan dalam menghadapi ekonomi digital. Sehingga nantinya tidak hanya di pasar domestik saja dalam memasarkan produknya tetapi juga di kancan internasional. Sehingga diharapkan UMKM mampu merespon perubahan lingkungan bisnis melalui *dynamic capabilities*.

Dynamic Capabilities merupakan pendekatan yang paling cocok dan sesuai dengan lingkungan persaingan yang dinamis (C. L. Wang & Ahmed, 2007). Banyaknya *e-commerce* di Indonesia membuat beberapa UMKM berlomba-lomba melakukan transaksi jual beli. Transaksi yang besar juga memerlukan teknologi untuk memproses data dengan volume, kecepatan (*velocity*) dan variasi data yang besar (*big data*) (Jayapura et al., 2017). Selain itu kegiatan operasional perusahaan merupakan salah satu pengembangan *dynamic capabilities* untuk mendukung pengembangan bisnis, inovasi dan aliansi (Sasmoko et al., 2019). Sistem operasional perusahaan pasti tidak terlepas dari big data juga. Big data merupakan seperangkat yang mampu membantu organisasi untuk mengelola sumber daya. Penggunaan sistem

analisis *big data* akan meningkatkan potensi yang besar bagi suatu bisnis (Wamba & Ren, 2017). Sehingga ketika terjadi perubahan lingkungan bisnis perusahaan tidak akan mengalami ketertinggalan. Inilah yang menjadi dasar bahwa big data dapat dijadikan acuan para pelaku bisnis terutama UMKM untuk meningkatkan *dynamic capabilities* yang berkelanjutan.

Perkembangan Informasi Teknologi dan Komputer (ITK) telah menghasilkan revolusi pada masyarakat terutama para pelaku bisnis. Kebutuhan akan ITK seperti *cloud computing*, *internet*, *big data* sangat dibutuhkan oleh para pelaku bisnis dalam memasarkan produknya. Tetapi pada hakekatnya pelaku bisnis terutama UMKM lebih mudah menjalankan bisnisnya melalui kemitraan atau berkolaborasi dengan pebisnis lainnya. Membentuk kemitraan dapat membantu membangun pengetahuan kolektif dan dikombinasikan dengan memaksimalkan sumber daya untuk mencapai tujuan pelestarian digital (Mannheimer & Cote, 2017). Berkolaborasi memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan dasar sehingga akan memberikan kekuatan dan peluang yang cukup besar di masa yang akan datang. Selain untuk mempersiapkan perubahan dalam *dynamic capabilities*, kolaborasi juga memerlukan layanan digital seperti *cloud*.

Beberapa perusahaan besar (*unicorn*) ataupun perusahaan kecil menggunakan layanan *cloud computing* sebagai alat untuk mempermudah dalam menjalankan bisnisnya. *Cloud computing* merupakan inovasi teknologi yang memberikan informasi berdasarkan fungsionalitas, internet sebagai pusat server untuk mengelola data dan juga sebagai aplikasi pengguna (Hendri et al.,

n.d., 2015). Teknologi *cloud computing* merupakan salah satu alternative bagi UMKM dalam bersaing dengan perusahaan besar pada era revolusi industry 4.0 (Imam Ghozali. et al., 2019) . Selain itu manfaat yang diperoleh dari penggunaan *cloud computing* pada UMKM dapat menekan pengeluaran biaya untuk meningkatkan keefektifan suatu bisnis. Kelebihan dari penggunaan *cloud computing* adalah mudah dalam mengakses segala informasi, fleksibel serta mudah dikembangkan. Dengan demikian penggunaan *cloud computing* dapat menarik banyak pihak terutama para pengusaha untuk menggunkannya karena layanan tersebut terdapat fasilitas yang cukup baik sehingga akan meningkatkan kinerja karyawan.

Penelitian ini berfokus pada penelitian yang dilakukan oleh C. Suhendi & M. Nugroho , H.B. Yahya & A.S.M. Zahari (2020). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya menggunakan variabel independent *cloud service* dan *readiness to change* sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel independent *cloud service* dan *digital humanities and collaboration*. Tujuan dari adanya penggunaan variabel *digital humanities and collaboration* adalah untuk mengetahui seberapa banyak UMKM yang memanfaatkan sumber daya manusianya yang mempunyai pengetahuan akan teknologi serta memanfaatkan peluang dengan berkolaborasi.

Sehingga berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini hendak mengkaji *dynamic capabilitie* untuk UMKM (*SMEs*) dengan menentukan pengaruh *cloud service* dan *digital humanities and collaboration*.

Selain itu akan dikaji bagaimana meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

1.2 Rumusan masalah

Dalam dunia bisnis digital cara pemasarannya sangat berbeda dengan pasar traditional. Perusahaan harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan pelanggan , transformasi teknologi digital dan bagaimana cara memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik. Untuk itu sebelum memasuki ekonomi digital UMKM hendaknya mengevaluasi dan membuat model atau strategi yang tepat agar nantinya tidak kalah bersaing dengan *e-commerce* lainnya.

Dari uraian latar belakang diatas terkait dengan hal-hal yang mempengaruhi *dynamic capabilities* pada UMKM. Maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian “Bagaimana meningkatkan *dynamic capabilities* pada UMKM melalui penerapan *cloud service* dan *digital humanities and collaboration* di dunia bisnis digital”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Selanjutnya, secara khusus pertanyaan penelitian (*question research*) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *cloud service* terhadap *dynamic capabilities*?
2. Bagaimana pengaruh *digital humanities and collaboration* terhadap *dynamic capabilities*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana UMKM yang ada di Indonesia dapat meningkatkan *dynamic capabilities*. Agar mampu menjawab semua pertanyaan penelitian maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memahami dan menganalisis pengaruh *cloud service* terhadap *dynamic capabilities*
2. Untuk memahami dan menganalisis pengaruh *digital humanities and collaboration* terhadap *dynamic capabilities*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yang diharapkan kedepannya bisa dijadikan acuan dan sumbangan baik secara teoritis maupun empiris adalah sebagai berikut :

1. Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa memahami *dynamic capabilities* pada UMKM di Indonesia secara teori terutama pada bidang akademis

2. Empiris

Dari hasil penelitian ini diharapkan para UMKM di Indonesia dapat terus meningkatkan *dynamic capabilities* untuk menembus pasar internasional dengan memanfaatkan layanan digital. Dan dengan adanya penelitian ini bisa menjadi dasar acuan membuat penelitian-penelitian selanjutnya.