

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008). UKM menjadi salah satu penopang perekonomian bangsa yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Di tahun 2019, UKM berkontribusi terhadap produk domestik bruto sebesar 60% dan berkontribusi 14% pada total ekspor nasional.

Namun sayang, *Corona virus disease* 2019 (COVID-19) telah menguncang perekonomian dunia yang berdampak pada kebijakan keuangan dan kinerja perusahaan, khususnya perusahaan-perusahaan kecil dan menengah (UKM). Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah di Indonesia menunjukkan 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah. Berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 23,27% usaha berusia 0-5 tahun, 10,9% usaha berusia 6-10 tahun dan 8,84% usaha yang telah berjalan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan metode penjualan, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh

47,44% usaha penjualan offline/fisik, 40,17% usaha penjualan online, dan 39,41% usaha dengan metode penjualan *offline* sekaligus *online* (<http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071>).

Oleh karena itu, diperlukan sebuah usaha untuk mendongkrak kinerja UKM, salah satunya melalui pemberdayaan UKM untuk masuk ke ekosistem digital. Di era digital dan masa pandemi ini pelaku usaha bersaing untuk meningkatkan kinerja usahanya dan berlomba untuk meningkatkan daya saing seiring perubahan waktu. Alasan pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya adalah permintaan konsumen telah berubah tidak hanya pada produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga kepada keinginan yang menuntut inovasi nilai-nilai yang dapat memberikan kepuasan. Kinerja UKM mempengaruhi keberlangsungan hidup usaha yang dijalkannya, sehingga dengan meningkatnya kinerja usaha maka UKM mampu mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, menyediakan kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen.

Semakin tinggi kinerja di sebuah perusahaan UKM membuktikan bahwa perusahaan tersebut semakin baik dan memiliki banyak inovasi dalam menghadapi pertumbuhan pasar yang tinggi. Apabila kinerja di sebuah perusahaan UKM rendah, maka yang terjadi adalah perusahaan tidak akan mampu untuk bertahan dalam berkompetisi di pasar dan konsumen beralih ke perusahaan lain yang lebih inovatif. Dalam memasuki bisnis online, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UKM, seperti yang telah dilakukan pada beberapa penelitian antara lain E-

*Readiness* antara lain *e-readiness* Ramayah *et al.*, (2005), Candra & Nasution (2014), Martin & Cristescu (2012), Mutula & van Brakel (2006), Hashem *et al.*, (2014); dan *dynamic capability* Shih-Yi Chien & Ching-Han Tsai (2012), Roberts & Grover (2012), Park *et al.*, (2019), Hernández-Linares *et al.*, (2018). Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten.

E-readiness merupakan bentuk kesiapan UKM untuk mengadopsi inovasi baru dalam mengembangkan dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. E-readiness berperan penting dalam dunia bisnis dan industri, sehingga dapat meningkatkan daya saing, merasionalisasikan tindakan, dan mengelola sumber daya secara efisien dengan cara memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti e-commerce (Fathian *et al.*, 2008). E-commerce menawarkan beberapa manfaat seperti pengurangan biaya pencarian informasi dan biaya transaksi (Candra & Nasution, 2014). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Hashem *et al.*, (2014), Ramayah *et al.*, (2005), dan Candra & Nasution (2014) bahwa e-readiness akan mempengaruhi kinerja UKM. Akan tetapi, penelitian dari Mutula & van Brakel (2006) mengatakan bahwa e-readiness tidak akan mempengaruhi kinerja perusahaan apabila di sebuah lingkungan internal maupun eksternal dari perusahaan belum didukung adanya kesiapan dalam adopsi digital teknologi karena belum bisa berpartisipasi dalam lingkungan bisnis internet, seperti kurangnya kepedulian pada potensi teknologi informasi dan komunikasi, lemahnya infrastruktur dan teknologi,

kurangnya dukungan dari pemerintah, kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam berteknologi, dan lain-lain

Untuk dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dalam merespon perubahan lingkungan bisnis yang dinamis, perusahaan harus mampu menciptakan, memperluas, dan memodifikasi sumber daya perusahaan menjadi lebih kreatif dan inovatif, serta mengembangkan kemampuan yang dinamis. Apabila perusahaan memiliki kemampuan yang dinamis, maka dapat meningkatkan kinerja UKM. Park *et al.*, (2019) menyatakan bahwa pentingnya pengembangan pengetahuan teknologi baru, memulai strategi internal, dan mendorong inovasi baru membantu perusahaan dapat berkompetisi di pasar secara global, sehingga kapabilitas dinamis dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan Shih-Yi Chien & Ching-Han Tsai (2012) yang menemukan perusahaan dengan kemampuan dinamis dapat mengintegrasikan dan menyebarkan kembali sumber daya pengetahuan dan sebagai hasilnya memperoleh kinerja yang lebih baik. Roberts & Grover (2012) menyatakan bahwa kinerja perusahaan akan meningkat ketika kapabilitas penginderaan pelanggan dan kapabilitas respons pelanggan selaras. Akan tetapi, Penelitian (Hernández-Linares *et al.*, 2018) mengungkapkan bahwa hubungan *dynamic capability* terhadap kinerja perusahaan secara langsung adalah tidak signifikan karena tidak semua dimensi dari *dynamic capability* sama pentingnya bagi perusahaan. Hal tersebut bukan berarti bahwa dimensi *dynamic capability* yang tidak signifikan tidak memberikan keuntungan,

kemungkinan dimensi tersebut diperlukan pada batas tertentu tetapi tidak cukup untuk menghasilkan manfaat kinerja.

Model ini mengembangkan dan menggabungkan penelitian sebelumnya antara lain *E-Readiness* atau Kesiapan Adopsi *Digital Business* Ramayah *et al.*, (2005), Candra & Nasution (2014), Mutula & van Brakel (2006), Hashem *et al.*, (2014), *Dynamic Capabilities* Roberts & Grover (2012), Shih-Yi Chien & Ching-Han Tsai (2012), Park *et al.*, (2019), Hernández-Linares *et al.*, (2018). Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penambahan variabel independen yaitu *e-readiness* dan *dynamic capability*, alasan penambahan variabel ini dikarenakan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *e-readiness* dan *dynamic capability* dalam menghadapi pandemi covid-19 di era revolusi industri 4.0 dalam meningkatkan kinerja UKM di kota Semarang.

## 1.2. Rumusan Masalah

*Corona virus disease* 2019 (COVID-19) telah menguncang perekonomian dunia yang berdampak pada kebijakan keuangan dan kinerja perusahaan, khususnya perusahaan-perusahaan kecil dan menengah (UKM). Oleh karena itu, diperlukan sebuah usaha untuk mendongkrak kinerja UKM, salah satunya melalui pemberdayaan UKM untuk masuk ke ekosistem digital. Di era digital dan masa pandemi ini permintaan konsumen telah berubah tidak hanya pada produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga kepada keinginan yang menuntut inovasi nilai-nilai yang

dapat memberikan kepuasan. Kinerja UKM mempengaruhi keberlangsungan hidup usaha yang dijalankannya, sehingga dengan meningkatnya kinerja usaha maka UKM mampu mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, menyediakan kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen. Dalam memasuki bisnis online, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UKM, antara lain *e-readiness* Ramayah *et al.*, (2005), Candra & Nasution (2014), Mutula & van Brakel (2006), Hashem *et al.*, (2014) dan *dynamic capability* Shih-Yi Chien & Ching-Han Tsai (2012), Roberts & Grover (2012), Park *et al.*, (2019), Hernández-Linares *et al.*, (2018).

Akan tetapi penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang dapat di rumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh *e-readiness* terhadap kinerja UKM?
2. Apakah ada pengaruh *dynamic capability* terhadap kinerja UKM?

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel seperti *e-readiness* dan *dynamic capability* yang diharapkan mampu meningkatkan kinerja UKM. Maka dari itu pertanyaan penelitian diajukan sebagai berikut :

1. Apakah *e-readiness* berperan penting dalam meningkatkan kinerja UKM di Indonesia khususnya di Kota Semarang?

2. Apakah *dynamic capability* berperan penting dalam meningkatkan kinerja UKM di Indonesia khususnya di Kota Semarang?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian bertujuan untuk menguji :

1. Pengaruh *e-readiness* terhadap kinerja UKM
2. Pengaruh *dynamic capability* terhadap kinerja UKM

#### 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 di bidang ekonomi digital.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti yang akan datang.
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 *e-readiness* dan *dynamic capability* dalam kondisi seperti apapun untuk meningkatkan kinerja UKM.

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.

