

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UKM merupakan salah satu penopang perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. Tercatat pertumbuhan UKM di Indonesia terus mengalami peningkatan. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menyatakan dari tahun 2016 UKM di Indonesia tercatat sebesar 61.656.547 dan di tahun 2019 tercatat mengalami peningkatan menjadi 64.199.606. Dapat dikatakan bahwa UKM dapat bertahan dari krisis ekonomi global, meningkatnya pertumbuhan UKM di Indonesia berdampak positif terhadap perekonomian di Indonesia, dikarenakan UKM menyumbang penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pembentukan produk domestik bruto dan, nilai ekspor nasional. UKM memainkan peran penting di sebagian besar perekonomian Negara (Awa et al., 2015). Dibalik meningkatnya pertumbuhan UKM Indonesia, ternyata masih banyak kasus yang dihadapi UKM. Akses pasar yang lemah, kurangnya berita tentang produk yang ditawarkan oleh pelanggan, serta kurangnya efektifitas dan efisiensi dalam proses penjualan, Hal ini menjadi masalah yang dihadapi oleh hampir seluruh UKM di Indonesia.

Di negara berkembang, UKM memiliki tingkat adopsi TIK yang lebih rendah dan tantangan yang berbeda dibandingkan dengan rekan-rekan mereka

di negara maju(Niebel, 2018) (Rahayu & Day, 2017). Badan Pusat Statistika (BPS) mencatat hanya 1 : 10 dari UKM yang berada di Indonesia mengadopsi TIK. Bisa dikatakan bahwa UKM Indonesia belum siap menghadapi persaingan pasar internasional yang bebas dan ketat dengan berbasis internet.

E-commerce mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). *E-commerce* didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu (Laudon & Traver, 2016). Pengadopsian *e-commerce* menjadi titik cerah bagi UKM di Indonesia, karena *e-commerce* memberikan berbagai manfaat diantaranya : akses dan jangkauan yang lebih luas, efisiensi dan efektifan pada proses penjualan produk serta memudahkan pertukaran informasi mengenai produk yang dijual antara penjual dan pembeli. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). Pada waktunya, UKM yang sukses ditemukan dan terhubung dengan pasar *e-commerce platform* yang membuka pasar lebih besar untuk produk UKM. (Susanty et al., 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alzahrani, (2019) adopsi *e-commerce* berdampak positif pada UKM strategi. Banyak peserta yang menegaskan bahwa pengenalan *e-commerce* di pasar Saudi telah mengubah

mereka rencana dan strategi bisnis. Hal ini harus didukung dengan inovasi melalui pengembangan website dan akun *ecommerce* yang menarik agar bisa terjangkau ke pasar yang lebih luas serta Dimbangi dengan informasi produk yang memadai, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan.

Peneitian serupa juga dilakukan oleh Susanty et al., (2020) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dua faktor berpengaruh signifikan terhadap peralihan perilaku UKM batik mulai dari retail toko fisik hingga *e-commerce*. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). Darikedua penelitian terdahulu yang dijelaskan oleh Alzahrani (2019) dan Susanty et al., (2020) menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* berpengaruh positif terhadap *SME'S Performnace*.

Selain mengadopsi *e-commerce* UKM juga diharuskan berkembang dalam organisasi agar mampu bertahan dan bersaing di pasar persaingan yang ketat. dalam artian ini adalah UKM diaharpakan mengadopsi *dynamic capabilities* agar bisa meningkatkan produktifitas dan meraih penetrasi yang lebih luas. *Dynamic capabilities* pertama kali dikembangkan oleh (Teece et al., 2019), terkait dengan kemampuan organisasi untuk berkreasi; membentuk kembali; mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan; tetap terdepan dalam lingkungan kompetitif yang selalu berubah dengan cepat. Dalam pengertian

ini, kapabilitas dinamis yang kuat sangat penting bagi perusahaan untuk mempromosikan kelincahan organisasi diperlukan untuk beroperasi dalam lingkungan ketidakpastian, karena ini ketidakpastian adalah faktor yang menentukan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi dan berkreasi perubahan yang menguntungkan pasar konsumen dan tidak menguntungkan bagi (Nuruzzaman et al., 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Eikelenboom & de Jong, (2019) menyatakan ditemukan hubungan positif antara kemampuan dinamis integratif eksternal dan ketiga pilar kinerja keberlanjutan di UKM, Perusahaan dapat membuat posisi baru, jalur baru, dan basis aset melalui kapabilitas baru (*dynamic capabilities*) yang dapat mengarah pada kinerja dan perolehan yang berkelanjutan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Pavlou & El Sawy, 2011). Dapat diartikan bahwa pengadopsian *dynamic capabilities* diharapkan mampu menambah kualitas melalui peningkatan di bidang inovasi, pengembangan sumber daya agar bertahan di pasar persaingan yang ketat.

Penelitian yang dilakukan oleh Hernández-Linares et al., (2018) menyatakan sebaliknya bahwa tidak semua dimensi DC sama-sama berkontribusi pada peningkatan kinerja di UKM. Dalam penelitian ini Hernández-Linares et al., (2018) menyebut bahwa tidak ada signifikansi dalam pengideran dan kinerja UKM itu sendiri. Mengingat UKM itu cenderung memiliki kontak pribadi yang tinggi dengan mereka pelanggan (Coviello et

al., 2000).

Model ini merupakan pengembangan dari variabel-variabel penelitian jurnal pendamping utama yaitu adopsi *E-commerce* Alzahrani,(2019) dengan jurnal pendamping lainnya sebagai referensi yang telah diteliti antara lain :adopsi *e- commerce* Susanty et al.,(2020), *dynamic capabilities* Eikelenboom & de Jong, (2019), Hernández-Linares et al., (2018). Variabel- variabel tersebut akan diujiapakah terdapat hubungan antar variabel. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu adanya pengembangan atau replikasi dari penelitian sebelumnya. Variabel independen ditambahkan karena ingin mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan diuji, dimana pengadopsian *e-commecre* dibutuhkan untuk keberlangsungan dan untuk menggaet pasar yang lebihluas. Disisi lain kinerja UKM tidak lepas dari berbagai kinerja diantara lain kinerja organisasi, inovasi yang dilakukan individu maupun invoasi yang dilakukan oleh organisasi untuk UKM tersebut. Peneelitian ini memilih UKM kota Semarang disisi lain karena kota Semarang merupakan salah satu contoh UKM-UKM yang ada dijawatengah dan peneliti ingin melihat perkembangan dan dampak dari adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap *SME's performance*. Dengan harapan pelaku UKM mulai berinovasi, meningkatkan sumber daya dan meggunakan *e- commerce* sebagai salah satu alternatif pasar dimasa sekarang agar mamapu bersaing dengan persaingan pasar yang

bebas dan ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Menjamurnya UKM di Indonesia tidak dibarengi dengan pengadopsian teknologi. BPS mencatat hanya 1 : 10 UKM di Indonesia yang sudah mengadopsi teknologi. Hal ini diperparah dengan akses pasar yang lemah dan kurangnya informasi tentang produk yang ditawarkan serta UKM masih mengandalkan sistem penjualan yang konvensional. Hal tersebut membuat kurang efisien dalam proses penjualan. Kejadian tersebut menambah permasalahan yang harus dihadapi oleh UKM agar dapat bersaing di pasar global. Digitalisasi menjadi titik cerah bangkitnya UKM Indonesia diharapkan dengan digitalisasi UKM dapat meningkatkan kinerja mereka. Oleh karena itu masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap *SME's Performance* ?
2. Bagaimana pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance* ?

1.3 Pertanyaan penelitian

Hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance* membuktikan hasil yang tidak konsisten. Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah adopsi *e-commerce* berpengaruh terhadap *SME's Performance* ?
2. Apakah *dynamic capabilities* berpengaruh terhadap *SME's Performance* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap *SME's Performance*.
2. Pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis dan empiris sebagai berikut :

1.5.1 Teoritis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan menambah pengetahuan dibidang ekonomi kreatif dan digital. Memberikan kontribusi ilmiah pada kajian bisnis di masyarakat. Dan diharapkan dari hasil penelitian ini mampu menyediakan referensi baru dengan tujuan meningkatkan kinerja keuangan UKM.

1.5.2 Praktis

a. Bagi UKM

Memberikan wacana alternatif bagi pelaku UKM dalam membangun dan mengelola usahanya dengan maksud agar meningkatkan *SME's Performance* itu sendiri untuk memaksimalkan usaha yang dilakukannya dengan menerapkan digitalisasi.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi berupa analisis yang bermanfaat yang nantinya berguna bagi masyarakat sebagai konsumen. Dan juga dapat menambah wawasan bagi masyarakat tentang pentingnya digitalisasi yang bertujuan peningkatan kemampuan perusahaan skala UKM.

c. Bagi Regulator

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna sebagai pertimbangan merancang kebijakan dan regulasi yang mengenai peningkatan kemampuan UKM ataupun peningkatan operasional UKM.