BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Cibaduyut merupakan tempat wisata di Bandung yang terkenal di Indonesia bahkan hingga ke mancanegara karena memiliki sentra kerajinan tangan dan juga produksi sepatunya yang super kompetif dengan kualitas tingkat dua. Cibaduyut merupakan suatu kawasan yang terletak pada Kecamatan Bojongloa Kidul Kota Bandung, memiliki enam kelurahan dengan luas wilayah 5,3 kilometer persegi, yakni Cibaduyut Wetan, Cibaduyut, Cibaduyut Kidul, Kebonlega, Mekarwangi, dan Situsaeur. Salah satu ciri dari kawasan Cibaduyut adalah dengan adanya landmark dua buah sepatu (laki-laki dan perempuan) yang berada di mulut jalan Cibaduyut Raya (Harianjogja.com, 2019).

Gambar 1. 1 Landmark Sepatu Cibaduyut

Sumber: (Disparbud Jawa Barat, 2016)

Berkembangnya kerajinan sepatu yang sangat pesat karena kualitas dari bahan yang digunakan dan sepatu yang dihasilkan sangat baik. Selain itu faktor lainnya adalah model dari sepatu-sepatu yang dibuat sangat cocok dan sesuai

dengan selera pembeli. Pada tahun 1989 Cibaduyut resmi ditetapkan sebagai daerah tujuan wisata oleh Pemerintah Republik Indonesia. Semenjak saat itu eksistensi sentra industri kerajinan Cibaduyut semakin meroket. Pada saat krisis moneter menimpa Indonesia, kawasan sentra industri sepatu Cibaduyut ikut mengalami keterpurukan dan meredup. Keterpurukan tersebut berlanjut hingga memasuki era millennium, ditambah dengan banyaknya sepatu-sepatu impor yang masuk ke dalam negeri sehingga mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan produk dalam negeri. Kurangnya minat masyarakat mengakibatkan banyaknya produk dalam negeri mengalami penuruan dalam penjualannya. Namun keterpurukan yang dialami sentra kerajinan sepatu Cibaduyut tidak berlangsung lama. Hal itu disebabkan oleh kegigihan dan usaha yang tidak pernah berhenti serta tekat yang kuat untuk mempertahankan warisan leluhur, maka sedikit demi sedikit eksistensi kerajinan sepatu cibaduyut mulai kembali bersinar (Harianjogja.com, 2019).

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Alas Kaki Cibaduyut

	Kebonlega	**Cibaduyut**	**Cibaduyut Kidul**	**Cibaduyut Wetan**	**Total**
Toko Alas Kaki	44	-	4	143	215
Pengrajin Alas Kaki	1	17	148	-	165

Sumber: Kecamatan Bojongloa Kidul, 2023

Pada Tabel 1.1 terdapat jumlah UMKM Cibaduyut unit UMKM yang mendominasi Cibaduyut yaitu seputar alas kaki dengan toko alas kaki sebanyak 215 unit, pengrajin alas kaki dengan jumlah UMKM sebanyak 165 unit. Selain itu terdapat usaha kerajinan lainnya yang terdapat pada Sentra Industri Sepatu Cibaduyut seperti dompet, kulit, tas, dll.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara maupun daerah. Hal ini disebabkan karena UMKM mempunyai fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat disbanding dengan perusahaan skala besar. Hal ini dibuktikan bahwa sebanyak 60 juta UMKM memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) lebih dari 60,5 persen dan membantu penyerapan tenaga kerja hampir 100 persen dari total tenaga kerja nasional (ekon.go.id.).

Pada pembelian perlengkapan *fashion* seperti pakaian, alas kaki dan tutup kepala semakin hari semakin meningkat dikarenakan *trend fashion* yang semakin berkembang. Salah satu jenis *fashion* yang diminati oleh penduduk kota dan penduduk desa adalah alas kaki atau lebih sering disebut sandal. Industri alas kaki merupakan salah satu sektor manufaktur andalan yang mampu memberikan kontribusi besar bagi perekonomian nasional.

Hal ini dilihat dari pertumbuhan kelompok industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki yang mencapai 9,42% pada tahun 2018 atau naik siginifikan dibandingkan tahun 2017 sekitar 2,22%. Capaian itu melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17% (Kemenperin, 2019). Selain itu kontribusi industri alas kaki kepada PDB di semester 1 tahun 2021 juga menunjukkan angka positif di angka Rp. 13,8 triliun dibandingkan periode yang sama tahun 2020 sebesar Rp. 13,5 triliun. Oleh karena itu, kinerja industri alas kaki tahun 2021 di masa pandemi ini masih mampu untuk bertahan (Kemenperin, 2021).

Menurut catatan Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) menyebutkan, industri alas kaki di Tanah Air terbagi menjadi tiga layer. Pada layer pertama diisi oleh pabrik merek besar yang orientasinya 100% ekspor. Sedangkan layer kedua diisi oleh perusahaan yang produksinya untuk *domestic* dan sebagian ekspor. Sedangkan pada layer ketiga merupakan industri alas kaki skala UKM (SINDONEWS.COM).

Hal ini sangat disayangkan karena berdasarkan data, Indonesia berada di urutan ke-4 *footwear consumer (quantity) 2020* dengan persentasi 4,3% dari *global share* atau setara 821 juta (World Footwear, 2020) . Indonesia juga menjadi salah satu negara ekspor terbesar ketiga di dunia dengan jumlah 366 juta alas kaki pada tahun 2020, dengan tingginya angka tersebut pada industri alas kaki di Indonesia, banyak potensi dan peluang yang besar untuk terus bertumbuh. Namun menurut data Riset Pasar dari Evermos, social-commerce yang memiliki fokus pada pendampingan UMKM, yang diterbitkan oleh World Economic Forum tahun 2021, 99% UMKM gagal berkembang dikarenakan tidak sesuainya produk yang dihadirkan dengan kebutuhan pasar.

Era pengembangan teknologi 4.0 yang sekarang sudah memasuki era *society* 5.0 memberi tekanan keras pada UMKM untuk membuktikan potensi mereka menjadi megakorporasi. Perusahaan besar memiliki infrastruktur teknis dan keterampilan operasional yang kuat untuk memanfaatkan peluang ini. Di sisi lain, UMKM dibatasi oleh kendala seperti ukuran usaha, persediaan, modal, dan keamanan. Kendala lainnya adalah penggunaan teknologi digital (BI Institute, 2022).

Society 5.0 diawali dengan perburuan (society 1.0), pertanian (society 2.0), industri (society 3.0), dan teknologi informasi (society 4.0). Society 5.0 menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi. Manusia mempunyai peran di era digital, sehingga dibutuhkan keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan penyelesaian masalah sosial.

Dalam rangka menghadapi revolusi industri ke-5 atau Society 5.0, di mana teknologi digital semakin terintegrasi dalam kehidupan manusia untuk mencapai keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan penyelesaian masalah sosial, UMKM sepatu Cibaduyut perlu melakukan penyesuaian dari era industri 4.0 ke era society 5.0. Penyesuaian ini mencakup penerapan teknologi terbaru dan berinovasi dalam operasi bisnis mereka guna meningkatkan daya saing dan memanfaatkan peluang yang ada.

Industri sepatu Cibaduyut telah lama menjadi salah satu kebanggaan Kota Bandung, Indonesia, sebagai pusat pengrajin sepatu yang kaya akan tradisi dan

kualitas kerajinan tangan. UMKM di sektor ini telah berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Namun, seiring dengan munculnya era ekonomi 4.0, terdapat tantangan dan peluang yang perlu dihadapi oleh UMKM sepatu Cibaduyut agar tetap relevan dan berdaya saing di pasar global.

UMKM sepatu Cibaduyut menghadapi tantangan yang signifikan dalam menghadapi era ekonomi 4.0 ke 5.0. Perkembangan teknologi digital seperti *e-commerce*, *Internet of Things* (IoT), dan kecerdasan buatan telah mengubah pola perilaku konsumen dan persaingan di pasar global. Para pelaku usaha di sektor ini harus mencari cara untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi tersebut agar tetap relevan dan berdaya saing. Dalam era ekonomi digital 5.0 yang semakin terhubung dan terintegrasikan, UMKM sepatu Cibaduyut perlu memperkuat kehadiran mereka di ranah digital dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin cerdas.

Meskipun UMKM sepatu Cibaduyut telah memiliki tradisi dan kualitas kerajinan yang kuat, penyesuaian dengan era ekonomi digital 4.0 ke 5.0 menjadi hal yang mendesak. Perkembangan teknologi produksi otomatis dan sistem manufaktur yang cerdas memberikan potensi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Selain itu, pemasaran secara *online* dan digitalisasi distribusi menjadi langkah penting untuk mencapai pasar yang lebih luas. UMKM sepatu Cibaduyut harus memanfaatkan peluang ini untuk menciptakan strategi persaingan global dan memperkuat citra merek sebagai produk sepatu berkualitas dari Indonesia.

Keterlibatan dalam era ekonomi digital 5.0 juga memungkinkan UMKM sepatu Cibaduyut untuk meningkatkan keberlanjutan dan tanggung jawab sosialnya. Dengan memanfaatkan keberlanjutan dan tanggung jawab sosialnya. Dengan memanfaatkan teknologi ramah lingkungan dalam produksi dan mendukung inisiatif sosial, UMKM dapat menarik perhatian konsumen yang semakin sadar akan isu-isu lingkungan dan sosial. Responsibilitas sosial ini juga menjadi aspek penting dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan dan menciptakan loyalitas merek.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggadwita et al (2021) yang berjudul *The Implementation of Technology Capabilities, Agile Leadership and Innovation Ambidexterity to Improve SMEs' Sustainability in Bandung* mengungkapkan bahwa adanya pengaruh penggunaan teknologi terhadap kestabilan UMKM. Dalam penelitian ini, UMKM sepatu Cibaduyut harus mengadopsi teknologi-teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), *Big Data*, dan teknologi produksi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk mereka. Selain itu, mereka harus memanfaatkan *platform digital* dan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Menurut Ketua Umum Asosiasi Persepatuan Indonesia (Aprisindo) dan Ketua *Confederation of International Footwear Association* (CIFA), Eddy Widjanarko, "AS mencari negara baru untuk relokasi dan investasi (alas kaki). Indonesia menjadi salah satu pilihan. Di saat yang sama, sejumlah pabrik sepatu di China tutup akibat resesi". Dalam konteks perang dagang AS-China, Indonesia memiliki peluang untuk merekolasi pabrik sepatu dari China dan Vietnam ke dalam negeri. Faktanya, AS berencana merealisasikan relokasi ini karena melihat kinerja kuat merek-merek besar sepatu, seperti Nike, Adidas, dan Reebok, di Indonesia.

Hal ini mendorong industri alas kaki Tanah Air untuk mempersiapkan diri menghadapi perubahan dan peluang tersebut. Dalam upaya meningkatkan produksi dan pangsa pasar, terutama di daerah Cibaduyut, peran teknologi dan digitalisasi menjadi sangat penting. Oleh karena itu, penelitian mengenai kesiapan digital UMKM sepatu di Cibaduyut dalam menghadapi peluang ini akan menjadi fokus dalam skripsi ini. Dengan langkah yang tepat, UMKM sepatu dapat memanfaatkan peluang relokasi untuk pertumbuhan bisnis yang lebih baik di era digital.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan *framework Digital Readiness*. *Digital Readiness* merupakan metrik yang krusial untuk menilai keberhasilan UMKM di ranah digital. Ini adalah alat yang membantu UMKM dalam mengenali kesenjangan saat menggunakan teknologi digital. Hal ini ditentukan dengan mempertimbangkan tingkat:

- Kesenjangan digital antara satu usaha kecil dan menengah lainnya.

- Potensi pengembangan TIK dan sejauh mana usaha kecil dan menengah dapat memanfaatkannya.
- Ketersediaan teknologi digital diperlukan untuk menjadikan usaha kecil dan menengah 'siap secara digital'.

Dalam hal ini, UMKM dapat menerapkan pendekatan Digital Readiness untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dan potensi pasar alas kaki yang bagus di Indonesia.

Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Pirola et al., 2020 yang berjudul *Digital readiness assessment of Italian SMEs*. Penelitian ini membahas tentang model penilaian komprehensif *digital readiness* yang cocok untuk mengevaluasi usaha kecil dan menengah (UKM) digital tingkat kesiapan, diskusikan hasil penilaian terhadap 20 UKM manufaktur dengan menggunakan model yang diusulkan dan menyoroti prioritas yang diperlukan untuk melakukan perjalanan sukses menuju Industri 4.0. Terdapat juga penelitian oleh Dodie et al (2023) yang mengukur kesiapan *digital readiness* dalam mengadopsi teknologi digital guna meningkatkan daya saing.

Lalu penelitian yang dilakukan Syah & Noviaristanti (2022) yang berjudul *Analysis of the effect of digital transformation strategy on business sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia* yang mengukur pengaruh transformasi digital terhadap kestabilan UMKM dalam bertahan dan menghadapi 2025. Oleh karena itu berdasarkan pada fenomena UMKM yang menyumbang GDP sebanyak 60,5% pada tahun 2022, namun sebesar 99% UMKM gagal berkembang dan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti menyimpulkan bahwa adanya pengukuran menggunakan *framework digital readiness* perlu dilakukan untuk memetakan sejauh mana kesiapan UMKM alas kaki di Cibaduyut dalam menghadapi *digital* 4.0, yang diharapkan didapatkan *insight* untuk kemajuan UMKM. Sehubungan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Kesiapan Digital Pada UMKM Sepatu di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung"**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, bahwa UMKM dalam memasuki industri 4.0 diperlukan sebuah kesiapan. Menilai kesiapan suatu usaha untuk mengadopsi inovasi baru merupakan prasyarat penting untuk berkembang dan mengikuti perkembangan pasar, teknologi informasi dan komunikasi sangatlah berperan penting pada dunia bisnis dan industri.

Adanya digitalisasi UMKM ini bukan hanya memberikan peluang, namun juga memberikan tantangan bagi para UMKM karena tingkat persaingannya sangat ketat. Sehingga hal ini mengharuskan bagi para UMKM untuk berinovasi dan mencari strategi penjualan agar mampu menarik minat konsumen. Hingga saat ini sebanyak 64 juta UMKM di Indonesia tercatat hanya 13% yang sudah menggunakan aspek digital dalam kegiatan usahanya, sebaliknya 87% sisanya masih bergantung pada interaksi fisik (Money+, 2020). Hal ini terjadi karena pada pelaku UMKM yang berusia lanjut cenderung kurang memahami cara penggunaan media digital, sehingga membutuhkan peran dari pemerintah dan pihak lainnya terkait untuk membantu dalam pembinaan pelaku UMKM agar mampu memahami mengenai penggunaan media digital untuk diterapkan sebagai media penjualan. Direktur Riset Katadata Insight Center (KIC) Mulya Amri mengatakan bahwa tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam perdagangan digital adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan teknologi atau *platform digital* (Annur, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Hapsari et al (2022) yang meneliti Adanya pengaruh kemampuan digital terhadap daya saing atau kinerja UMKM. Mengingat UMKM sebagai salah satu sektor ekonomi yang mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dan menjadi penggerak ekonomi. Salah satunya adalah UMKM yang ada di Kota Bandung yang sudah cukup familiar bagi pencinta *fashion* terutama di bidang alas kaki yaitu Industri Sepatu Cibaduyut. Namun, adanya permasalahan yang dihadapi UMKM Industri Sepatu Cibaduyut dalam melaksanakan digitalisasi yaitu terbatasnya sumber daya modal untuk pemesanan dalam jumlah yang besar, adanya pengaruh SDM yang terbatas sehingga kesiapan terhadap pelaksanaan digitalisasi menjadi terhambat dan kurangnya sosialisasi, pelatihan dan pembinaan

dari pemerintah mengenai pelaksanaan digitalisasi produk UMKM serta persiapan yang harus dilakukannya.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan melalui pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kesiapan UMKM Cibaduyut mengadopsi digitalisasi menurut *Framework Digital Readiness*?
2. Apa saja dimensi *Digital Readiness* yang harus ditingkatakan UMKM sepatu di Cibaduyut?

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk kepada latar belakang dan rumusan masalah yang dicantumkan, penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kesiapan digital UMKM Industri Sepatu Cibaduyut berdasarkan *Framework Digital Readiness.*
2. Untuk mengetahui apa saja dimensi *Digital Readiness* yang harus ditingkatkan UMKM Industri Sepatu Cibaduyut.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini dilihat dari dua aspek berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian analisis Kesiapan Digital Pada UMKM Sepatu di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Bandung diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan dan memperbanyak penelitian mengenai sektor UMKM terutama keterkaitannya dengan *Digital Readiness*. Melalui penelitian ini pula diharapkan bahwa dapat meningkatkan penelitian serupa.

1.5.2 Aspek Praktis

Bagi pemilik usaha penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman mengenai penerapan *Framework Digital Readiness* oleh UMKM Sepatu di

Cibaduyut yang berhasil dan efektif dalam penerapannya. UMKM yang belum berhasil, ataupun pelaku UMKM yang belum menerapkan *Framewordk Digital Readiness*. Dari penelitian ini pula, diharapkan bahwa dapat memahami kendala yang harus dihadapi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, objek studi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian umum mengenai teori-teori yang digunakan dan literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan dan perbandingan dalam masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, desain kuesioner dan skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, teknik analisis data, analisis data yang digunakan dalam penelitian, dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara menjelaskan secara rinci tentang pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga gambaran mengenai permasalahan yang terjadi akan terlihat jelas dan dapat diperoleh alternatif dari pemecahan masalah yang dihadapi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini meliputi keseluruhan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan dan memberikan saran kepada organisasi atau perusahaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan hasil penelitian.