

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini yakni Rumah BUMN Bandung yang berlokasi di Jl. Jurang No. 50 Kec. Sukajadi Kel. Pasteur Kota Bandung Jawa Barat 40161 yang merupakan bentuk inisiasi dari Kementerian BUMN yang bertujuan untuk membentuk wadah ekosistem ekonomi digital melalui pendampingan terhadap UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitasnya terkhusus di Kota Bandung dan Jawa Barat.



Gambar 1.1 Logo Rumah BUMN Bandung

Sumber: Profil Rumah BUMN Bandung

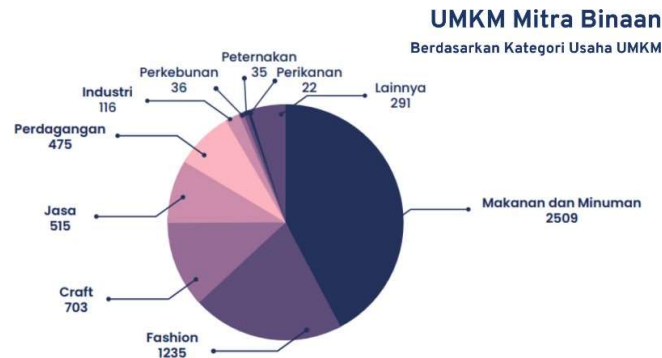
Berdiri pada tahun 2017 dengan PT Bank Rakyat Indonesia Tbk sebagai supervisi dari pihak BUMN. Pendirian Rumah BUMN ini merupakan permintaan dari Presiden Jokowi melalui Menteri BUMN Erick Tohir sebagai gebrakan untuk membuat UMKM di Indonesia lebih berkembang. Rumah BUMN Bandung memiliki fungsi dalam menjalankan perannya sebagai wadah pembinaan UMKM, yaitu:

1. Pelatihan dan Pengembangan UMKM → Rumah BUMN memiliki peran dalam pembinaan UMKM untuk menuju 4 GO yaitu, *Go Modern, Go Digital, Go Online, dan Go Global*.
2. *Basecamp Millennials* → Rumah BUMN memiliki peran dalam mengelola, mendidik, serta membimbing *Millennials* untuk menjadi *entrepreneurs*. Generasi *Millennials* merupakan lokomotif kemajuan bagi Indonesia.
3. *Co-Working Space* → Rumah BUMN memiliki peran sebagai tempat berkumpulnya UMKM dan *Millennials* untuk belajar dan saling bertukar pikiran tentang bisnis yang didukung oleh akses internet terbaik.
4. Informasi Tanggap Bencana → Rumah BUMN memiliki peran sebagai

media koordinasi dengan satgas bencana setempat.

5. Program Kemitraan dan KUR → Rumah BUMN memiliki peran sebagai pusat informasi terkait program kemitraan serta penyaluran KUR (Kredit Usaha Rakyat).

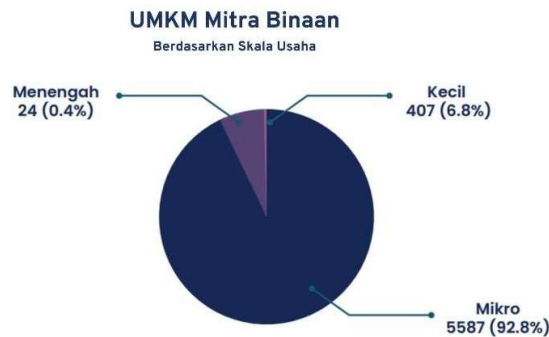
Selain berperan sebagai wadah pembinaan UMKM, Rumah BUMN juga aktif dalam mengikuti kegiatan *awards* yang diadakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia. Sejauh ini, Rumah BUMN Bandung telah meraih 6 Penghargaan dengan kategori yang berbeda-beda. Berikut data terkait Rumah BUMN dalam rentang tahun 2017 – 2023:



**Gambar 1.2 Jumlah UMKM Mitra Binaan Berdasarkan Skala Usaha
UMKM**

Sumber: Profil Rumah BUMN Bandung

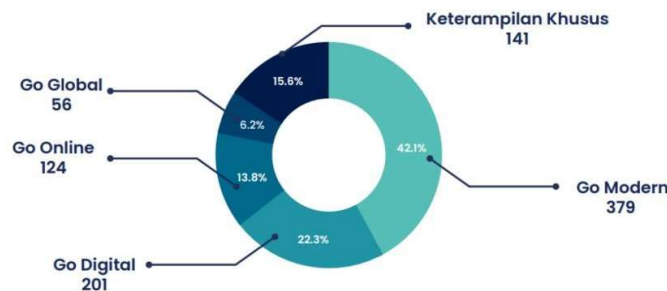
Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa pada periode 2017-2023 terdapat variasi jenis kategori yang cukup banyak. Industri makanan dan minuman masih menjadi sektor yang memiliki pelaku usaha paling banyak dengan jumlah 2509, dan tentu jumlah data ini dipengaruhi oleh banyak faktor. Namun, secara umum dapat disimpulkan bahwa UMKM yang ada dibawah binaan Rumah BUMN memiliki keberagaman yang juga akan berperan pada kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara.



Gambar 1.3 UMKM Mitra Binaan Berdasarkan Kategori Usaha

Sumber: Profil Rumah BUMN Bandung

Pada gambar selanjutnya dijelaskan tentang persentase UMKM berdasarkan skala usaha. Pelaku UMKM yang masih ada pada skala mikro mendominasi dengan jumlah sekitar 5587 usaha, dan tentu hal ini berarti bahwa banyak pelaku usaha yang sedang pada tahap awal serta memerlukan pendampingan baik itu dari pendanaan ataupun keilmuan untuk menjalankan bisnis tersebut. Pendapat ini juga didukung dengan jumlah usaha dengan skala menengah dan kecil yang tidak mencapai jumlah lebih dari 10%.



Gambar 1.4 Klasifikasi Pelatihan Berdasarkan 4 GO

Sumber: Profil Rumah BUMN Bandung

Rumah BUMN memiliki klasifikasi pelatihan berdasarkan 4 G0 dengan total pelatihan sebanyak 901 dalam rentang tahun 2017 – 2023. Komponen 4 Go tersebut adalah **Go Modern** yaitu pelatihan mengenai bagaimana cara meningkatkan kualitas produk, *branding*, pengemasan, perizinan, standarisasi, dan manajemen bisnis sederhana untuk UMKM. **Go Digital** yaitu pelatihan untuk penggunaan aplikasi digital seperti *marketplace*, *e-commerce*, media atau sosial dalam proses bisnis dan pemasaran UMKM. **Go Online** yaitu pelatihan mengenai perluasan pasar

secara online. **Go Global** yaitu pelatihan mengenai pengetahuan perluasan akses pasar Internasional.

A. Visi dan Misi Perusahaan

Berikut adalah Visi dan Misi dari Rumah BUMN Bandung:

- Visi

“Menjadikan tempat UMKM untuk berkembang dan memperluas perkembangan usaha serta meningkatkan kapabilitas proses kerja usaha UMKM di Kota Bandung ataupun Di Indonesia.”

- Misi

- 1) Menjadi Rumah BUMN terbaik di Indonesia
- 2) Melek terhadap perkembangan teknologi usaha di UMKM
- 3) Menciptakan *core value* yang sistematis dan sesuai dengan kebutuhan UMKM

B. Struktur Organisasi



Gambar 1.5 Struktur Organisasi RB Bank BRI Setiabudi

Sumber: Profil Rumah BUMN Bandung

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sektor UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia, mereka memiliki pengaruh yang cukup vital dengan berkontribusi dalam membantu Indonesia meraih pencapaian Produk Domestik Bruto (PDB) (Anatan & Nur, 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) disebutkan bahwa ada sekitar 65,4 juta UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia yang telah menyerap sekitar 114,7 juta tenaga kerja atau sekitar 56% dari jumlah total tenaga kerja Indonesia. Selain itu, sektor UMKM

juga berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB negara, namun angka tersebut turun tatkala pandemi melanda (Moerdijat, 2023).

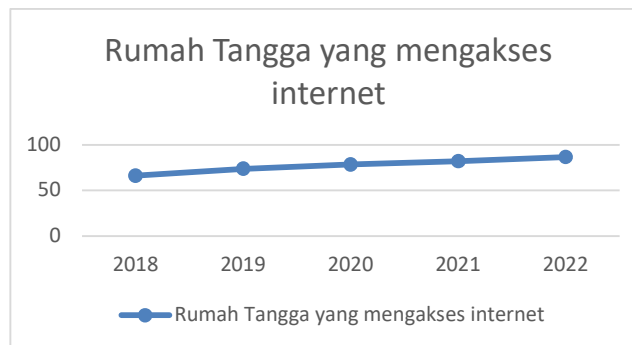
Tentunya jika UMKM dibandingkan dengan perusahaan besar, akan terlihat perbedaan perihal kontribusi UMKM terhadap nilai PDB. Namun, konsistensi dan juga kontinuitas yang ada dalam karakteristik sektor UMKM menjadi hal yang sangat dibutuhkan oleh negara sebagai penopang perekonomian, juga sangat berperan dalam menyerap tenaga kerja yang tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan, karena terhalang oleh persyaratan minimal jenjang pendidikan yang tinggi. Hal ini akan sangat membantu perekonomian negara dalam menghadapi ketidakpastian, fluktuasi, dan juga berbagai kemungkinan perubahan ekonomi yang disebabkan oleh ekonomi domestik maupun global (Novitasari, 2022).

Disamping peran penting nya dalam menopang perekonomian Indonesia, sektor UMKM juga dihadapkan dengan berbagai permasalahan internal dan eksternal yang harus segera diatasi. Permasalahan internal UMKM meliputi, yang pertama kelemahan pengetahuan dan kompetensi sumber daya manusia; kedua masalah produksi dan pemasaran, yaitu keterbatasan kemampuan untuk melakukan inovasi produk dan kemasan, memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, serta kurangnya kemampuan untuk menjalin hubungan dengan konsumen; yang ketiga ada keterbatasan kekayaan intelektual yang dimiliki dan rendahnya literasi digital (Anatan & Nur, 2023).

Ada juga pembahasan tentang industri 4.0 bahwa ada kekurangan fakta empiris mengenai penerapan teknologi digital oleh UMKM (Stentoft *et al.*, 2019). Pengetahuan, strategi dan perencanaan merupakan aktivitas yang harus dijalankan dalam suatu proses bisnis UMKM (Türkeş *et al.*, 2019). Permasalahan ini diperparah dengan kurangnya pemahaman UMKM untuk menjalin kerjasama dengan pihak eksternal seperti universitas, bank, dan juga lembaga lainnya. Selanjutnya permasalahan eksternal dari UMKM di Indonesia diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu permasalahan finansial, layanan birokrasi, infrastruktur (Anatan & Nur, 2023).

Ditinjau dari catatan Kemenkop UKM, sekitar 70,2% UMKM menghadapi kendala ketika mereka akan melakukan transformasi digital. Kendala yang ada terdiri dari sulitnya mendapatkan permodalan, kesulitan dalam mengadopsi berbagai teknologi digital, dan juga ketersediaan bahan baku (Moerdijat, 2023). Dengan komposisi 51,2% untuk permasalahan akses permodalan, 46,3% untuk ketersediaan bahan baku, dan terakhir adopsi digital sekitar 30,9% (Mawarsari, 2023).

Tahun 2020 merupakan fase dimana mayoritas sektor perekonomian melemah dan harus menanggung beban berat dalam menghadapi pandemi. Virus COVID-19 datang sebagai mimpi buruk untuk para pelaku bisnis khususnya UMKM, beberapa kebijakan pemerintah memaksa masyarakat untuk membatasi aktivitas sosial. Kebijakan *Social Distancing* menghasilkan beberapa kebijakan lainnya, seperti membatasi untuk makan di tempat, menekankan untuk *take away*, membuat kebijakan kerja dari rumah (*Work From Home*), mengharuskan lembaga pendidikan untuk melangsungkan KBM (kegiatan belajar mengajar) secara daring (*Online Learning*). Walaupun memang kebijakan ini diambil sebagai langkah pencegahan penularan COVID-19, namun dampak dari kebijakan ini membuat kelumpuhan pada sektor usaha, sehingga tidak sedikit sektor usaha termasuk UMKM yang gagal untuk *survive* dan berakhir gulung tikar. Peristiwa sebesar ini tentunya memberi pengaruh terhadap perubahan perilaku sosial masyarakat yang sering dijumpai salah satunya dalam aktivitas jual beli produk maupun layanan (Masâ *et al.*, 2023).



Gambar 1.6 Persentase pertumbuhan Rumah Tangga yang mengakses internet

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Perubahan yang terjadi pada pola perilaku sosial konsumen membawa mereka ke dunia digital yang menawarkan kemudahan dan keberagaman akan kebutuhan konsumen. Menurut BPS sebanyak 86,54 % rumah tangga di Indonesia sudah mulai menggunakan internet terhitung pada tahun 2022. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 4,47% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 82,07% (Badan Pusat Statistik, 2023). Perubahan ini tentunya sejalan dengan keadaan pandemi yang membuat setiap orang harus memutar otak untuk menjalani kehidupan dan memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari (Masâ *et al.*, 2023).

Masalah keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dan rendahnya tingkat literasi digital pada UMKM di Indonesia merupakan masalah penting yang harus segera diselesaikan demi meningkatkan kualitas performa dan juga produktivitas UMKM pada era Revolusi Industri 4.0 (IR4) (Anatan & Nur, 2023). Menurut Nicholas dalam Yang *et al* (2023) mengatakan bahwa konsep digitalisasi berasal dari serangkaian eksplorasi untuk tujuan berpindah ke dunia digital setelah masifnya dampak teknologi internet terhadap industri tradisional atau UMKM.

Teten Masduki selaku menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyampaikan dalam sebuah wawancara bahwa proses digitalisasi yang terjadi saat ini masih hanya sebatas meningkatkan persaingan, bukan menambah kemampuan para pelaku bisnis sehingga dapat bersaing dan menembus pasar global. Selain itu Teten juga menyampaikan bahwa penggunaan teknologi digital hanya sebatas digunakan di hilir saja, yaitu pada proses pemasaran dan penjualan. Padahal potensi dari penggunaan digital dapat jauh lebih daripada itu, karena UMKM dapat memanfaatkannya pada sektor produksi, maintenance alat pendukung bisnis, berhubungan dengan *stakeholder*, dan masih banyak potensi yang dapat dikembangkan melalui teknologi digital (Kurnia, 2023).

Salah satu jawaban untuk permasalahan peningkatan kompleksitas produk dan rantai pasok yang dihadapi UMKM adalah dengan integrasi teknologi informasi melalui sistem *cyber-physical* yang dikenal dengan industri 4.0 yang dapat meningkatkan fleksibilitas dalam sistem produksi dan operasional suatu bisnis, khususnya UMKM (Türkeş *et al.*, 2019). Namun pengembangan mengenai

cyber-physical ini masih terhalang oleh beberapa perbedaan besar yang terletak pada praktik desain antara berbagai disiplin ilmu teknik yang terlibat (Wijayanto & Harsadi, 2021).

Penggunaan teknologi yang mendukung suatu bisnis menemukan jalan untuk tetap relevan dengan perubahan zaman sering dikenal dengan istilah Transformasi Digital, praktik dari strategi ini sebenarnya tidak hanya melibatkan teknologi saja, namun juga ada peran dari komponen lainnya seperti, manusia, bisnis, data, dan juga strategi bisnis yang luas (Wijayanto & Harsadi, 2021). Pergeseran budaya digital yang muncul membuat suatu bisnis perlu menata ulang komponen penting yang mungkin sudah tidak relevan di era serba digital. Sehingga, berbagai solusi muncul untuk mengatasi permasalahan yang terjadi dalam sebuah bisnis, salah satunya adalah kolaborasi yang dapat memungkinkan transformasi dapat bekerja dengan optimal. Bentuk contoh dari kolaborasi yang sering dijumpai saat ini di kota-kota besar adalah *Co-working space*, yang mana sangat digemari oleh para profesional dan wirausaha. Salah satu peran penting dari hadirnya ekosistem baru ini adalah stimulus ide-ide kreatif yang lahir karena dorongan daripada fasilitas yang ada pada *Co-working space* (Wijayanto & Harsadi, 2021).

Pengaruh penggunaan teknologi dan otomasi yang diterapkan oleh ekosistem bisnis yang kompetitif membuat sektor UMKM yang tidak beradaptasi dengan hal ini akan tertinggal dan kehilangan kemampuan mereka untuk berkompetisi di pasar. Oleh karena itu, pelaku bisnis UMKM yang sadar akan fakta ini akan berusaha untuk belajar dan mulai mengadopsi berbagai fungsi daripada teknologi yang dapat berguna untuk operasional perusahaan mereka, bukan hanya untuk saat ini namun untuk membantu mereka menghadapi berbagai kemungkinan tak terduga di masa depan dengan lebih baik (Türkeş *et al.*, 2019). Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa hambatan dalam penerapan teknologi untuk industri 4.0 yang lebih jelas terlihat pada sektor UMKM (Stentoft *et al.*, 2019).

Ekosistem bisnis di Indonesia masih terfokus dalam mengedepankan efisiensi operasional dan pengurangan biaya yang dipercaya dapat menjadi strategi dalam mendapatkan keuntungan yang telah direncanakan. Dan salah satu cara untuk mencapai rencana tersebut, komputasi awan dapat menjadi salah satu solusi untuk

manajemen UMKM dalam membantu mereka menjalankan berbagai fungsi manajemen, seperti membuat keputusan yang terinformasi. Untuk mencapai transformasi digital yang berkelanjutan, pemanfaatan komputasi awan pada UMKM ditambah lagi dengan dukungan yang tepat dari pemerintah, akan membantu Indonesia untuk mencapai ekonomi yang berkelanjutan dan inovatif, serta mengukuhkan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi di Indonesia (Nenden, 2023).

UMKM selaku entitas bisnis perlu alasan atau faktor yang membuat mereka berpindah dari model bisnis lama menjadi bisnis digital, sehingga faktor pendukung terhadap digitalisasi akan sangat berperan penting pada proses adopsi teknologi digital oleh UMKM. Yang paling utama dalam faktor ini adalah infrastruktur internet yang pada hari ini sudah mulai dilakukannya di pelosok-pelosok desa (Deny, 2022). Mereka perlu beradaptasi dengan teknologi terbaru untuk memperbaiki bahkan meningkatkan kemampuan bisnis dari yang sudah ada, dan faktanya adaptasi teknologi pada UMKM akan berdampak signifikan karena mereka adalah kelompok bisnis yang paling signifikan di negara berkembang seperti Indonesia; mereka adalah kelompok utama yang berperan dalam pertumbuhan industri; mereka dapat mendorong integrasi ekonomi; mereka akan mampu untuk bergerak lebih jauh dan meningkatkan ekonomi global (Huda & Noviaristanti, 2022).

Permasalahan mengenai transformasi digital menjadi topik yang sangat menarik untuk dibahas, mengingat perubahan yang terjadi pada sektor bisnis UMKM yang dipengaruhi oleh disrupsi dari teknologi terkini. Ditambah lagi dengan fakta temuan lapangan yang didapatkan penulis melalui wawancara bebas dengan koordinator Rumah BUMN Bandung, Kang Upit. Rumah BUMN memiliki peran krusial dalam membantu para mitra UMKNya untuk bertransformasi ke arah bisnis berbasis digital. Meskipun sudah melakukan beberapa cara untuk mendorong UMKM agar mengadopsi teknologi digital, namun nyatanya masih ada beberapa tantangan yang terjadi di lapangan, berikut beberapa permasalahan:

- a. Kurangnya keterampilan digital

Para pelaku bisnis UMKM dinilai masih kurang memiliki pemahaman yang cukup tentang digitalisasi ataupun keterampilan untuk mengimplementasikannya.

b. Masalah infrastruktur

Beberapa wilayah tempat UMKM tersebut beroperasi belum terjangkau oleh akses internet dan infrastruktur teknologi lainnya.

c. Keamanan dan privasi

Masih ada beberapa UMKM yang takut untuk berpindah ke bisnis digital dikarenakan ketakutan mereka mengenai data pribadi yang digunakan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Drivers* berpengaruh terhadap kesiapan transformasi digital pada UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN?
2. Apakah *Barriers* berpengaruh terhadap kesiapan transformasi digital pada UMKM Mitra Binaan Rumah BUMN?.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *Drivers* terhadap kesiapan UMKM dalam menghadapi transformasi digital.
2. Menganalisis pengaruh *Barriers* terhadap kesiapan UMKM dalam menghadapi transformasi digital.

1.5 Manfaat Penelitian

Terdapat dua aspek yang menjadi manfaat penelitian ini, yaitu Akademis dan Praktis yang jika dijabarkan sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi secara signifikan terhadap pemahaman dasar tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan UMKM dalam menghadapi transformasi digital, juga sebagai bahan referensi lanjutan penelitian yang terkait dengan transformasi digital pada UMKM.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk dukungan terhadap kemajuan UMKM untuk dapat terus relevan dengan tren dan juga kondisi pasar dengan memberikan wawasan kepada mereka dalam menghadapi transformasi digital. Sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka dengan lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

1.6 Sistematika Penugasan Tugas Akhir

Untuk memudahkan pemahaman dan juga memudahkan dalam penulisan penelitian ini, maka dibuat sistematika pengerjaan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari teori-teori terkait penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran yang dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari karakteristik narasumber dan menjelaskan hasil penelitian yang sudah diperoleh kemudian dibahas secara menyeluruh sesuai tujuan penelitian

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang jawaban terkait rumusah masalah lalu dirangkum menjadi kesimpulan dan saran.