

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Profil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bandung

Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kota Bandung menurut kepala dinas koperasi UMKM Kota Bandung Priana Wira Saputra (2017) dikatakan bahwa badan Pusat Statistik Kota Bandung mempunyai 300 ribu UMKM. Hal ini menimbulkan peluang bagi pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung juga memberikan semangat para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya di Kota Bandung serta mendorong para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya di jejaring sosial media, dengan harapan akan meningkatkan omset para pelaku UMKM (Jabarprov, 2017).

UMKM terus melakukan perkembangan di Kota Bandung guna peningkatan ekonomi. Jumlah UMKM di Kota Bandung menurut Sekertaris Dinas Koperasi UMKM pada tahun 2022, yaitu terdapat sebanyak 6.140 UMKM.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Bandung

No	Kategori Usaha	Mikro	Kecil	Menengah
1	Makanan	2091	112	9
2	Fashion	906	99	2
3	Handicraft	473	20	1
4	Lain-Lain	552	45	5
5	Jasa	741	30	5
6	Perdagangan	952	93	5
Jumlah Total		5715	399	26

Sumber: Data Internal Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung, 2019

Bersumberkan tabel di atas, pada kategori mikro, kecil dan menengah pada usaha makanan terdapat 2.091 mikro, 112 kecil, dan 9 menengah. Pada kategori usaha fashion terdapat sebanyak 906 mikro, kecil sebanyak 99, dan menengah hanya 2. Selanjutnya di kategori handicraft sebanyak 473 mikro, kecil sebanyak 20, menengah sebanyak 1. Pada kategori usaha lain-lain sebanyak 552 mikro, kecil sebanyak 45, dan menengah sebanyak 5. Sedangkan kategori jasa memiliki 714 di bagian mikro, 30 kecil, dan 5 menengah. Terakhir ada kategori perdagangan berjumlah 952 di bagian mikro, 93 kecil dan 5 di menengah. Jumlah total dari seluruh kategori usaha pada mikro sebanyak 5.715, kecil sebanyak 399, dan menengah sebanyak 26.

Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung menyelenggarakan sebagian kewenangan daerah di bidang UMKM bersumberkan Peraturan Walikota Bandung No 1394 Th 2016 mengenai Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bandung. Adapun fungsi dari Dinas Koperasi UMKM dalam sekretariat melaksanakan tugas yakni pengelolaan umum dan kepegawaian, pengelolaan keuangan, pengkoordinasian penyusunan program, data dan informasi (Diskopumkm, 2016).

1.1.2 Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

a. Visi

1. Visi Kota Bandung

Terwujudnya Kota Bandung yang unggul, nyaman, dan sejahtera.

2. Visi Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Bandung

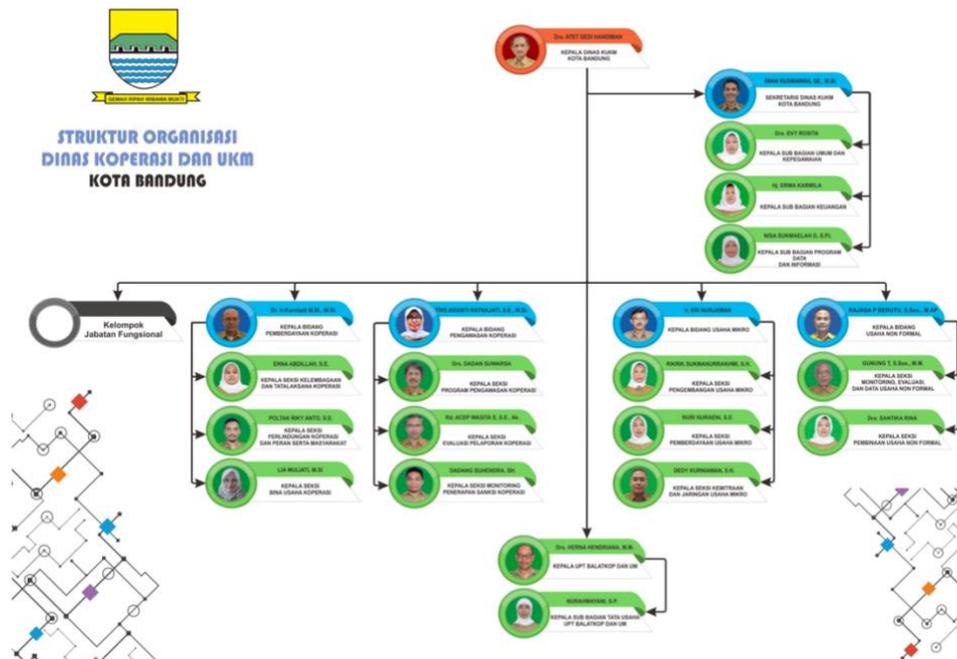
Terwujudnya koperasi UMKM yang berdaya saing guna mewujudkan pembangunan ekonomi yang kokoh, maju dan berkeadilan.

b. Misi

1. Meningkatkan kualitas kelembagaan, daya saing dan kemandirian Koperasi dan UMKM.

- Mewujudkan pertanggungjawaban keuangan yang wajar, akurat dan pelaksanaan kinerja yang optimal.

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.1 Pengaruh *Digital Literacy* dan *Digital Capability* Terhadap *Personal Innovativeness* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bandung

Sumber: Situs Resmi Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi yang meningkat pesat saat ini banyak berdampak positif bagi dunia bisnis, diantaranya adalah memudahkan proses pertukaran informasi, hingga memaksimalkan kecepatan pekerjaan (Rahman et al., 2012). Informasi mengenai teknologi tentunya sangat penting di dunia yang telah memasuki era transformasi digital dimana kemampuan digital dapat menentukan keberhasilan kinerja bisnis (Abubakre et al., 2020). Hal ini tentunya menjadi salah satu fokus perhatian dikarenakan dapat membantu para pelaku bisnis dalam mencapai tujuannya. Selain memperdalam pengetahuan mengenai teknologi, para pelaku bisnis juga diharuskan untuk dapat terus menghasilkan inovasi dari produk

yang dihasilkan agar dapat mempertahankan usaha tersebut untuk tetap bertahan di dunia bisnis. Ada sejumlah faktor yang bisa menentukan keberhasilan suatu bisnis untuk dapat bertahan di era saat ini, salah satunya adalah sifat inovatif dari suatu individu (Cooper & Schindler, 2014).

Personal innovativeness secara sederhana adalah tingkatan seorang individu yang relatif lebih dahulu untuk memakai ataupun mengadopsi ide, metode, ataupun barang baru dibanding dengan individu yang lainnya (Lu et al., 2005). Menurut Suardhika (2012) *personal innovativeness* adalah suatu ciri yang mencerminkan seseorang ingin mencoba suatu teknologi yang baru. Seseorang memiliki *innovative* besar cenderung bersedia mengambil risiko dan mempelajari hal-hal baru mengenai teknologi dan kemampuan berinovasi dengan teknologi informasi, daripada terjebak dalam penggunaan rutin yang dinilai kurang optimal (Wang, et al. 2008 dalam Pramono, 2012).

Keinovativan individu ini juga berguna pada saat para pelaku bisnis ingin melakukan transformasi digital (Isna, 2019). Transformasi digital adalah salah satu strategi untuk mengembangkan bisnis dengan cara memanfaatkan teknologi digital yang ada (Scott & Bruce, 1994). Hal ini tentunya dapat berjalan apabila pelaku bisnis memiliki kemampuan digital yang memadai. *Digital capability* sendiri merujuk kepada kemampuan yang diperoleh melalui integrasi aktif dari teknologi dan infrastruktur digital agar dapat mengoptimalkan keputusan dan proses kerja. Sementara itu Jay Barney (1991) menjelaskan bahwa konteks *digital capability* ini masih samar karena hal ini bersifat dinamis karena akan selalu mengalami perkembangan serta pergantian sebanding dengan kemajuan teknologi yang terjadi. Kemampuan lain yang diharuskan untuk dimiliki individu agar dapat membuat bisnis bisa melakukan transformasi digital ialah keahlian guna mengelola informasi yang didapati dari dunia digital, yaitu kemampuan literasi digital (Eyel & Vatansever Durmaz, 2019). Hal ini juga berguna agar para individu dapat mengembangkan bisnisnya dengan cara menerapkan konsep-konsep baru yang belum dimiliki bisnis lainnya, karena ada banyak inovasi yang bisa diraih dengan mempeleajari market pasar melalui dunia digital.

Selain mencari tahu mengenai market pasar, individu diharuskan untuk

dapat memilah informasi yang didapat, karena saat ini dunia digital sudah sangat luas sehingga ada kemungkinan informasi yang didapat tidak akurat, maka dari itu dibutuhkannya *digital literacy*. *Digital literacy* merupakan kemampuan individu untuk menggunakan, mengelola, mencari, mengidentifikasi, dan juga mengevaluasi teknologi dan informasi digital dengan efektif dan efisien (Belshaw, 2011). Apabila inidividu tidak bisa menggunakan teknologi digital dan mengelola informasi yang didapat dengan baik, maka dapat diketahui bahwa individu tersebut akan sulit guna menyetarakan pribadi terhadap teknologi yang ada. *Digital literacy* ini merupakan hal yang penting guna memastikan apakah individu tersebut dapat bertahan atau tidak dalam mengikuti perkembangan teknologi (Nasrullah et al., 2017).

Oleh karena itu dapat diketahui juga bahwasanya karakteristik *digital literacy* tidak hanya mengarah pada keterampilan operasional serta penggunaan berbagai teknologi digital, tetapi terdapat pula proses memahami hingga menciptakan teknologi tersebut menjadi pengetahuan yang baru. Sekarang ini tantangan dalam penerapan *digital literacy* pada suatu bisnis berasal dari internal sumber daya manusia yang dimiliki, seperti kemampuan individu di bidang literasi informasi yang kurang memadai (Nurjanah et al., 2017). Minimnyatingkat literasi informasi di kalangan para pelaku bisnis ini berdampak pada kurangnya produktivitas yang dihasilkan individu yang dapat meningkatkan biaya operasional pada bisnis (Moorman & Slotegraaf, 1999). Padahal literasi dapat memberikan manfaat yang positif yakni menjadi sarana penunjang dalam mencapai suatu tujuan dari bisnis tersebut.

Guna mengoptimalkan kemampuan individu dalam melakukan transformasi digital, para pelaku bisnis perlu mengetahui nilai *digital capability* dan *digital literacy* yang dimiliki individu tersebut.. Hal ini dikarenakan menurut artikel, saat ini tingkat *digital literacy* di Indonesia masih dinilai kurang dibanding terhadap negara lainnya, padahal *digital literacy* ialah sebuah faktor penting dalam pengembangan dunia digital. Perihal ini telah dibuktikan oleh hasil survei yang diselenggarakan oleh McKinsey di Indonesia pada tahun 2017. Dimana hasil menunjukkan bahwa 62% responden menjawab belum puas dengan kemampuan digital yang karyawannya miliki, yang artinya hanya 39% saja yang merasa

kemampuan digital karyawannya sudah sesuai dengan kebutuhan.

Pada sekarang UMKM melambung tinggi dikarenakan banyaknya masyarakat yang melihat peluang yang cukup baik jika terjun ke bidang tersebut. Dikarenakan hal tersebut, pada Kota Bandung saja terdapat 6.140 menyebar seluruh kota. Dipastikan menjadikan pelaku bisnis UMKM harus mempunyai banyak inovasi yang baik supaya tidak kalah saing dengan banyaknya kompetitor yang ada (Agarwal & Prasad, 1998). Sudah banyak UMKM yang melebarkan sayap bisnisnya menggunakan teknologi digital, karena dengan hal tersebut, para pelaku UMKM dapat menggapai lebih banyak konsumen dari berbagai daerah. Dengan itu tentunya membuat para pelaku UMKM membutuhkan inovasi yang baru seiring dengan meningkatnya teknologi digital saat ini. Inovasi sendiri dinilai sangat penting karena inovasi ialah suatu gagasan guna menciptakan perihal baru serta mewujudkannya dalam produk dan layanan yang berbanding dengan kompetitor (Prasetyo, 2020). Apabila nilai kemampuan digital yang dimiliki para pelaku bisnis rendah, tentunya akan berdampak pada keberlangsungan bisnis dalam menghasilkan inovasi yang baru. Digitalisasi juga dinilai dapat membuat UMKM dapat bertahan dan terus bertumbuh. Hal ini dibuktikan berdasarkan data dari World Bank di mana 80% UMKM memiliki saran digital yang mumpuni.

Dari hal di atas penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan kajian tentang *digital literacy* dan *digital capability* pada UMKM di Kota Bandung berjudul “Pengaruh *Digital Literacy* dan *Digital Capability* terhadap *Personal Innovativeness* Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung”.

1.3 Perumusan Masalah

Menurut penelitian sebelumnya, digital talent memiliki pengaruh yang positif terhadap personal innovativeness, yang berarti semakin tinggi pengaruh yang dimiliki digital talent, akan berbanding lurus dengan nilai personal innovativeness yang dimiliki (Nofrita, 2020).

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara pengambilan risiko dengan personal innovativeness. Dimana semakin tinggi

persepsi karyawan untuk mengambil risiko terhadap suatu hal akan semakin tinggi pula personal innovativeness yang diciptakan (DV Sari, 2019). Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini yakni:

1. Bagaimana kondisi *digital literacy*, *digital capability*, dan *personal innovativeness* UMKM di Kota Bandung?
2. Apakah *digital literacy* berpengaruh terhadap *personal innovativeness*?
3. Apakah *digital capability* berpengaruh terhadap *personal innovativeness*?

1.4 Tujuan Penelitian

Rumusan permasalahan diatas maka tujuan kajian yakni:

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi *digital literacy*, *digital capability*, dan *personal innovativeness* pada UMKM di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana *digital literacy* berpengaruh terhadap *personal innovativeness*.
3. Untuk mengetahui bagaimana *digital capability* berpengaruh terhadap *personal innovativeness*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Berikut merupakan manfaat teoritikal:

- a. Bagi lembaga, hasil penelitian ini hendak memperluas jumlah referensi di perpustakaan yang selanjutnya diharapkan bisa digunakan menjadi pedoman penelitian yang sama berikutnya sehingga sebagai parameter dan data bagi lembaga guna peningkatan proses perkuliahan, khususnya pada perihal penelitian mahasiswa.
- b. Bagi penulis, menjadi proses guna peningkatan keahlian analisa peneliti terutama untuk melaksanakan implementasi ilmu serta teori yang sudah dipahami.

1.5.2 Aspek Praktis

Berikut merupakan manfaat praktikal:

- a. Dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan dalam memahami pentingnya *digital literacy* dan *digital capability*, dan *personal*

innovativeness sehingga para pelaku bisnis UMKM dapat meningkatkan nilai-nilai tersebut untuk keberlangsungan bisnis.

- b. Dapat menjadi bahan pertimbangan para pelaku bisnis terkait dengan seberapa besar *digital capability* dan *digital literacy* dapat mempengaruhi *personal innovativeness*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat penafsiran atas gambaran umum objek penelitian, latar belakang, perumusan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memuat penafsiran tentang landasan teori yang berhubungan pada *digital literacy*, *digital capability*, serta *personal innovativeness* yang dipakai menjadi dasar pedoman penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat atas jenis penelitian yang diselenggarakan, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi serta sampel, cara pengumpulan data dan teknik.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat atas karakteristik objek penelitian, deskripsi hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat atas kesimpulan serta saran ataupun rekomendasi, daftar pustaka serta lampiran.