

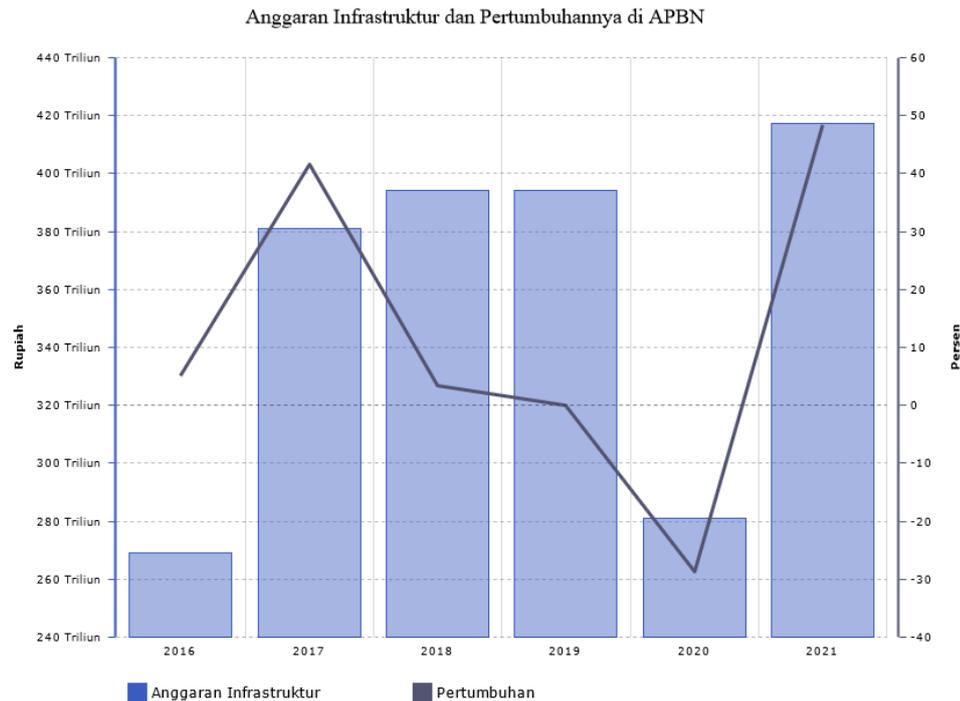
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang berada di kawasan Asia Tenggara dimana sedang gencar melakukan pembangunan. Menurut (Fachrurozi et al., 2019), gencarnya pembangunan di Indonesia ditunjukkan dengan adanya program pembangunan yang saat ini sedang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Program pembangunan tersebut terdiri dari tiga garis besar pembangunan. Ketiga garis besar pembangunan tersebut adalah Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN), Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN), *Masterplan* Percepatan serta Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI).

Infrastruktur pada dasarnya merupakan aset pemerintah yang dibangun dalam rangka pelayanan terhadap masyarakat. Prinsipnya ada dua jenis infrastruktur, yakni infrastruktur pusat dan daerah (Hariyanto, 2021). Sebagai roda penggerak ekonomi, infrastruktur berperan signifikan dalam pengembangan wilayah (Sukwika, 2018). Pembangunan infrastruktur di Indonesia memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Pembangunan dan transformasi infrastruktur Indonesia bertujuan untuk mempercepat pembangunan di semua wilayah, terutama di kawasan 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar).

Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati menilai bahwa pembangunan infrastruktur dapat mendorong pemulihan ekonomi yang lebih kuat dan sangat penting untuk memerangi perubahan iklim (diakses di www.kemenkeu.go.id tanggal 20 April 2022 Pukul 13.47). Berdasarkan Laporan Kementerian Keuangan, Pemerintah juga mengalokasikan anggaran sebesar Rp417,4 triliun untuk infrastruktur tahun 2021. Anggaran tahun 2021 ini merupakan anggaran terbesar selama 6 tahun terakhir.



Dkatadata.co.id

databoks

Gambar 1. 1 Anggaran infrastruktur dan pertumbuhannya di APBN

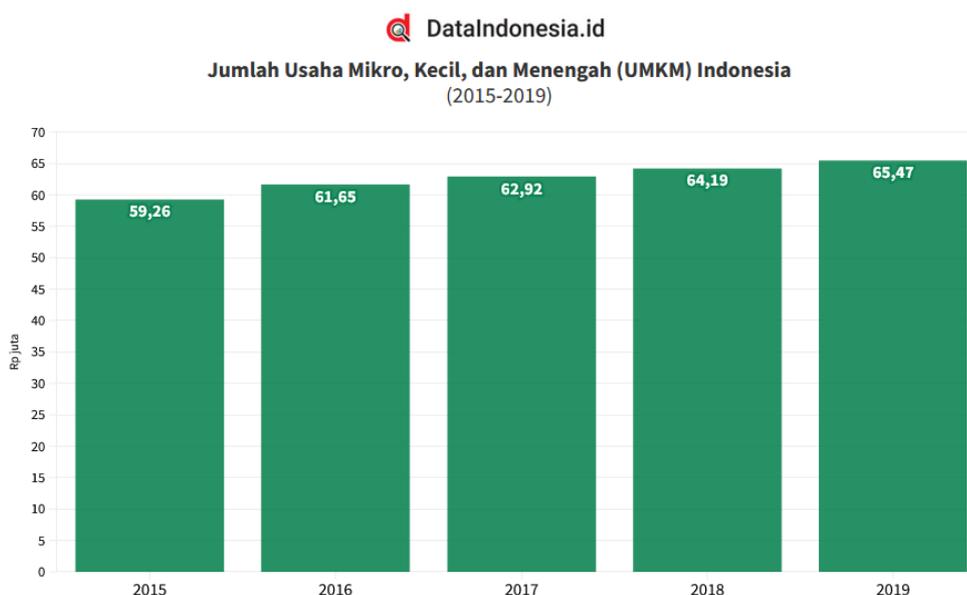
Sumber: Kementerian Pekerjaan Umum & Perumahan Rakyat, Kementerian Keuangan, 2021

Sejak tahun 2005, Indonesia secara legal memiliki kerangka kerja sama Pemerintah dan Badan Usaha (KPBU) yang sah secara hukum untuk memobilisasi investor swasta di sektor infrastruktur. Kerjasama ini dilakukan antara pemerintah dan Badan Usaha Jasa Konstruksi (BUJK). Menurut Undang-undang Nomor 2 Tahun 2017, jasa konstruksi adalah layanan jasa konsultasi konstruksi dan/atau jasa pekerjaan konstruksi. Sektor jasa konstruksi adalah bentuk kegiatan masyarakat dalam mewujudkan bangunan yang berfungsi sebagai pendukung atau prasarana aktivitas sosial ekonomi kemasyarakatan guna terwujudnya tujuan pembangunan nasional.

Dalam praktik Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (PBJP) atau dalam bidang konstruksi yang dikenal sebagai Kerja Sama Operasi (KSO), banyak nilai proyek skala besar pemerintah yang dikerjakan oleh penyedia jasa konstruksi, baik penyedia jasa konstruksi besar, menengah, hingga kecil seperti UKM konstruksi. Namun, peran UKM dalam hal pembangunan besar sangat

dikesampingkan. Hal tersebut dikarenakan kurang modal yang kuat untuk membiayai petugas hukum dan melakukan perlawanan atas kriminalisasi (Aji et al., 2016).

Salah satu UMKM yang menyumbang perkembangan ekonomi di Indonesia yaitu UMKM konstruksi. UMKM konstruksi dipandang memiliki posisi paling tinggi di seluruh Indonesia dibandingkan dengan industri konstruksi besar (Harsoyo et al., 2021). Menurut (Utomo et al., 2022), pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak lepas dari peran UKM khususnya peran industri konstruksi dalam perkembangan ekonomi dan sosial daerah. Menurutnya, UMKM konstruksi merupakan satu-satunya kelas kontraktor yang mendapat kesempatan untuk mengerjakan proyek lokal yang ‘kurang menarik’ di daerah seperti sekolah, puskesmas dan jaringan jalan. Bahkan usaha jasa konstruksi yang dilakukan oleh kontraktor kelas kecil lebih padat karya, agar bisa menyerap tenaga kerja dimana proyek dilaksanakan.

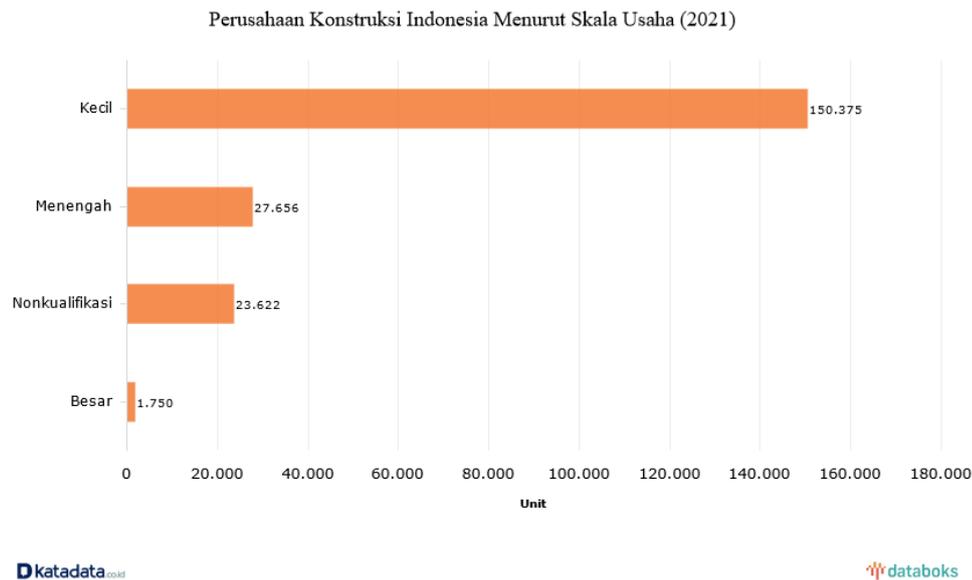


Gambar 1. 2 Jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Badan Pusat Statistik juga mencatat jumlah Usaha Kecil mencapai 150.375 dan Usaha Menengah mencapai 27.656 pada bidang konstruksi. Perusahaan berskala kecil dan menengah paling banyak tersebar di Pulau Jawa,

yaitu sebanyak 75.808 unit. Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri, banyaknya UKM di sektor konstruksi mencapai 699 pada tahun 2021 (diakses di Dataku Bappeda DIY Tanggal 20 April 2022 Pukul 16.18).



Gambar 1. 3 Jumlah perusahaan konstruksi indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021

Internet Marketing telah digambarkan secara sederhana sebagai ‘mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi digital. *Digital Marketing* adalah penggunaan teknologi untuk membantu kegiatan pemasaran dalam rangka meningkatkan pengetahuan pelanggan dengan menyesuaikan kebutuhan mereka (Chaffey, 2013) dalam (Arifin et al., 2019). Menurut (Junusi, 2020) pemasaran digital telah menjadi fenomena baru yang menyatukan penyesuaian massa dan distribusi untuk mencapai tujuan pemasaran. Pengembangan strategi pemasaran digital menawarkan banyak potensi bagi organisasi. Pemasaran digital memberikan peluang bagi bisnis untuk mendapatkan nilai ekonomi melalui kolaborasi dengan pemangku kepentingan, pelanggan, dan karyawan (Purkayastha & Sharma, 2016).

Pelaku UMKM saat ini telah memanfaatkan *online platform* dan media sosial untuk memasarkan produk atau jasanya, termasuk pelaku UMKM dibidang konstruksi. Terdapat beberapa UMKM konstruksi di DIY yang sudah menggunakan *digital platform* seperti instagram, website, dan facebook untuk memasarkan produk dan jasanya salah satunya yaitu jasa Asmad Project

(@asmadproject). Jasa asmad project ini menawarkan beberapa pelayanan seperti pembangunan baru, renovasi, material, dan desain perencanaan. Dalam hal ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengukuran kinerja UMKM konstruksi Asmad Project di Daerah Istimewa Yogyakarta berbasis *digital marketing* dengan menggunakan metode *balance scorecard* (BSC).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu, bagaimana kinerja UKM di bidang konstruksi berbasis *digital marketing* di D.I. Yogyakarta menggunakan metode *balance scorecard* (BSC)?

1.3 Lingkup Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ruang lingkup penelitian dibatasi oleh beberapa hal, antara lain

- a. Pengambilan data dilakukan di kantor Asmad Project depok, Sleman, Yogyakarta.
- b. Metode pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara, dan penyebaran kuisisioner terhadap responden-responden terkait.
- c. Pengisian kuisisioner dibagikan kepada karyawan-karyawan asmad project.
- d. Subyek yang menjadi fokus penelitian adalah pada pengukuran kinerja perusahaan asmad project berbasis *digital marketing*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu

1. Untuk mengukur kinerja Asmad Project dalam perspektif finansial
2. Untuk mengukur kinerja Asmad Project dalam perspektif bisnis internal
3. Untuk mengukur kinerja Asmad Project dalam perspektif pelanggan
4. Untuk mengukur kinerja Asmad Project dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan

1.5 Batasan Masalah

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM jasa konstruksi Asmad Project.
- b. Penelitian ini hanya membahas pengukuran kinerja UMKM konstruksi berbasis *digital marketing* Asmad Project.
- c. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif berupa pengamatan, wawancara, dan kuisisioner.

1.6 Manfaat Penelitian

- a. Diharapkan dapat menjadi pedoman terhadap penelitian selanjutnya.
- b. Diharapkan dapat memberikan wawasan terhadap kinerja dari UMKM dibidang konstruksi.
- c. Diharapkan dapat memberikan masukan dari berbagai pihak khususnya UMKM dibidang konstruksi Asmad Project.