

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, UMKM dituntut untuk senantiasa menghadirkan keunggulan bersaing melalui strategi inovasi produk, terutama dalam gejolak persaingan bisnis yang ketat (Alwi & Handayani, 2018). Kesadaran inovasi merupakan alat strategis untuk mempertahankan kesuksesan bisnis dan menjadi suatu prinsip inti untuk strategi pengembangan produk yang berkelanjutan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan dan untuk kesuksesan pasar (Srisathan *et al.*, 2020). Sedangkan inovasi sendiri merupakan proses mengubah peluang menjadi kegunaan praktis dan memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pola permintaan dan meningkatkan bisnis mereka (Tidd & Bessant, 2021). Inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja dan tingkat kelangsungan hidup organisasi dalam lingkungan pertumbuhan yang cepat (Govindarajan *et al.*, 2011). Perusahaan menerapkan kegiatan berbasis tugas inovatif secara jelas dalam memacu kinerja dengan cara memperkenalkan tujuan, sasaran, dan insentif baru bagi karyawannya untuk menghadapi penurunan pendapatan, penyusutan pangsa pasar, dan peningkatan daya saing pasar (Amabile & Pratt, 2016).

Penerapan kegiatan berbasis tugas inovatif untuk mendorong kinerja semestinya tidak hanya dapat dilakukan pada perusahaan-perusahaan besar, melainkan juga pada para pelaku usaha kecil seperti Usaha Kecil dan

Menengah (UMKM). Dalam penelitiannya, Apanasovich *et al* (2016) mengatakan bahwa UMKM yang inovatif merupakan target kebijakan penting bagi pemerintah. UMKM memiliki sejumlah keunggulan yang dapat membantu mereka untuk berinovasi. Misalnya, UMKM memiliki struktur dan sistem yang lebih fleksibel dibandingkan dengan perusahaan besar, memiliki birokrasi yang lebih sedikit, memiliki proses pengambilan keputusan yang lebih cepat, serta lebih dekat dengan pelanggannya, sehingga dapat lebih cepat dan efektif dalam merespons sinyal pasar (Yusr *et al.*, 2022).

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT telah memerintahkan umat muslim untuk senantiasa bergerak dinamis, melakukan perubahan, berinovasi, dan kreatif. Perintah ini tertuang dalam QS. Ar-Ra'ad ayat 11 yang berbunyi:

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: “Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa Allah tidak akan mengubah nasib seorang menjadi lebih baik kecuali dengan usaha dan jerih payahnya sendiri. Ayat ini memberikan pesan penting mengenai pentingnya

melakukan perubahan dan inovasi dalam mencapai kemajuan yang ingin dicapai. Dengan mengadopsi inovasi, UMKM dapat merespons perubahan pasar, mengidentifikasi peluang baru, dan meningkatkan daya saing mereka. Ayat ini mengajarkan bahwa UMKM yang ingin mencapai perubahan positif dalam kinerja mereka maka harus bersedia mengubah cara mereka beroperasi, memperkenalkan ide-ide baru, dan menggali potensi inovatif dalam bisnis mereka.

Menurut PP No. 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), UMKM diartikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro menurut ketentuan undang-undang ini (BPKRI, 2013). Keberadaan UMKM ini berperan sangat penting bagi masyarakat karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan sekaligus menyerap tenaga kerja produktif, meningkatkan penghasilan masyarakat serta memiliki potensi untuk menjadi aktivitas ekonomi unggulan regional (Kalil & Aenurohman, 2020). Oleh karena itu, sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari perekonomian rakyat, UMKM memiliki kedudukan, peran, dan potensi yang strategis untuk menciptakan struktur perekonomian nasional yang semakin maju dan berkeadilan (Zia, 2020).

Selanjutnya, Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Usaha Kecil dan Usaha Menengah menggolongkan UMKM dalam beberapa kategori (Dewi & Sari,

2019). Kategori ini didasarkan pada perbedaan omset per tahun dan aset pada setiap sektor usaha pada usaha kecil dan menengah. Pemerintah mengupayakan pemberdayaan UMKM pada setiap kategorinya secara komprehensif, optimal dan berkelanjutan dengan mengembangkan iklim yang mendukung, memberikan peluang usaha serta melindungi dan mengembangkan usaha seluas-luasnya untuk meningkatkan posisi, peran dan potensi UMKM dalam mencapai pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi kemiskinan (Zia, 2020). Selain itu, pemerintah juga memfasilitasi kegiatan kerjasama antar UMKM dengan berbagai pola kemitraan sebagaimana diatur dalam Pasal 25 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Kemitraan UMKM diharapkan dapat meningkatkan peran dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi nasional (Zia, 2020).

Di Indonesia, UMKM menjadi pilar utama dalam perekonomian. Hal ini selaras dengan pernyataan Ika (2009) bahwa UMKM merupakan salah satu mesin pembangunan yang menggerakkan perekonomian untuk tumbuh besar dan mandiri. Beberapa penelitian pun menemukan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) melalui kemampuannya dalam mendorong perekonomian, memperkuat ekonomi, dan menguatkan industrialisasi. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting yang lainnya, yaitu sebagai salah satu faktor utama dalam mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor non-migas (Kartika *et al.*, 2017).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM pada tahun 2021 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Rivai, 2022). Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha kecil yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja yang sangat besar. Peningkatan jumlah UMKM ini perlu diikuti dengan peningkatan kinerja UMKM sehingga potensi yang dimiliki oleh wirausaha semakin berkembang (Syukri Hadi & Pratiwi, 2020).

Namun, Rindrayani (2016) menyatakan bahwa peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia masih belum optimal. Peran UMKM tampak masih jauh dari optimal karena meskipun UMKM memiliki peran yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja atau mengurangi jumlah pengangguran, tetapi masih belum mampu mengentaskan kemiskinan secara signifikan (Ika, 2009). UMKM dihadapkan oleh berbagai tantangan yang menghambat mereka untuk berkembang. Masih banyak kendala yang dihadapi sehingga membatasi kemampuan UMKM untuk tampil kreatif dan inovatif (Yusr *et al.*, 2022).

Amrullah & Utami (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa permasalahan UMKM terbagi atas faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor-faktor tersebut seperti belum munculnya kebutuhan akan *IT* dalam mendukung proses bisnis, kurangnya pemanfaatan teknologi, kurangnya

dukungan finansial, keterbatasan sumber daya manusia serta lemahnya jaringan usaha. Menurut Bagnoli *et al* (2019), penggunaan teknologi informasi dalam proses bisnis, strategi, pemasaran, dan pengembangan produk dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengubah pola bisnis pada UMKM untuk meningkatkan kinerja inovasi mereka. Dukungan pemerintah dari segi regulasi, kemudahan perizinan, akses pasar, serta pendampingan dan pemberdayaan juga dapat membantu mendongkrak kinerja UMKM (Ardiyani *et al.*, 2021).

Kabupaten Purbalingga merupakan salah satu daerah yang banyak mendapat perhatian dari pemerintah untuk memperluas program pemberdayaan UMKM (Isnaeni *et al.*, 2022). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2021 mencapai 97.537 yang tersebar di 18 kecamatan. UMKM ini terdiri atas beragam sektor dan industri, seperti kuliner, otomotif, kriya, agribisnis, dan kecantikan. Keberadaan UMKM di tengah-tengah masyarakat mampu memberikan kontribusi penyerapan tenaga kerja sehingga dapat membantu mengurangi pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu, keahlian masyarakat Kabupaten Purbalingga dalam industri-industri tersebut tidak bisa dipandang remeh karena merupakan peluang besar untuk memperkuat perekonomian Indonesia.

Salah satu penyumbang sektor UMKM terbesar di Kabupaten Purbalingga adalah sektor kuliner, yaitu mencapai 30% dari total jumlah yang tercatat (Wahyudi, 2023). Namun, ternyata tingkat kinerja sektor tersebut tergolong masih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja UMKM di

Purbalingga masih rendah. Ketidakmampuan UMKM sektor kuliner untuk mencapai potensinya dapat mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh UMKM secara keseluruhan, termasuk aspek seperti akses modal, manajemen sumber daya, atau kurangnya integrasi dengan perkembangan teknologi. Sehingga rendahnya kinerja sektor kuliner dapat menjadi indikator bahwa kinerja UMKM Purbalingga secara keseluruhan masih rendah. UMKM di Kabupaten Purbalingga perlu didorong dan didukung untuk terus menciptakan produk yang inovatif dan unggul agar dapat berkembang dan eksis (Abdillah *et al.*, 2019). Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja inovasi UMKM dalam rangka mendukung pengembangan sektor UMKM Purbalingga, pemerintah Kabupaten Purbalingga melakukan percepatan optimalisasi ekosistem digital.

Faktor yang diduga dapat mendorong kinerja inovasi UMKM adalah budaya organisasi digital dan kemampuan digital. Menurut Zhen *et al* (2021), pencapaian kinerja inovasi bagi UMKM merupakan tugas yang rumit dan kompleks serta memerlukan pembangunan budaya organisasi dan kemampuan digital. *Platform* digital memungkinkan organisasi untuk melaksanakan kegiatan inovatif (Bukht & Heeks, 2017). Adopsi teknologi digital dan kombinasi antara pengetahuan, kreativitas, dan inovasi sangat penting (Frans Sudirjo *et al.*, 2023). Sejalan dengan hadirnya teknologi, perusahaan harus mengembangkan budaya organisasi untuk mengakomodasi munculnya teknologi inovatif (Dery *et al.*, 2017). Dalam kesempatan ini, budaya organisasi digital tidak dapat diabaikan untuk mendorong keberhasilan

organisasi dan meningkatkan kinerja inovasi pada UMKM (Cenamor *et al.*, 2019).

Kemampuan digital dapat mempercepat proses inovasi dengan mengintegrasikan dan memobilisasi teknologi dan sumber daya manusia (Cohen *et al.*, 2017). Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa kemampuan digital melibatkan penggabungan sumber daya yang diperoleh perusahaan berdasarkan teknologi informasi dan komunikasi. UMKM dapat lebih efektif meningkatkan kinerja inovasi mereka melalui interaksi sumber daya dalam menggunakan kemampuan digital. Kemampuan digital yang kuat dapat meningkatkan komunikasi, kolaborasi, dan pemasaran untuk perluasan sumber daya yang efisien dan kemudian meningkatkan peluang identifikasi dan integrasi pengetahuan bersama yang penting (Jiang *et al.*, 2023).

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa budaya organisasi dan kemampuan digital memainkan peran penting untuk kesiapan organisasi dalam meningkatkan kinerja inovasi. Namun, meningkatkan kinerja inovasi dengan budaya organisasi dan kemampuan digital saja tidak cukup. Faktor selanjutnya yang diduga dapat mendorong kinerja inovasi adalah anggaran interaktif. Bukti empiris menunjukkan bahwa penggunaan anggaran interaktif dan penekanan anggaran mempunyai efek positif terhadap kinerja manajerial (Lau *et al.*, 1997). Anggaran interaktif mengacu pada metode anggaran yang menggunakan kontrol interaktif dalam proses anggaran (Simons, 2014). Menurut Zeng *et al.*, (2023) anggaran interaktif dapat menyediakan sumber daya yang dibutuhkan manajer untuk meningkatkan kinerja inovasi perusahaan. Melalui

penganggaran interaktif, manajer memusatkan perhatian pada informasi risiko anggaran dengan secara efektif mengumpulkan sejumlah besar informasi bisnis dengan cara yang interaktif sehingga mereka dapat memiliki sumber daya yang cukup untuk mengelola aktivitas inovasi perusahaan (Bakker & Demerouti, 2014). Oleh karena itu, penganggaran interaktif dapat menciptakan lingkungan kerja yang memiliki sumber daya yang baik bagi para manajer dan menstimulasi mereka untuk dapat menghasilkan ide-ide baru (Bakker & Demerouti, 2014).

Hal tersebut sesuai dengan teori RBV yang menjelaskan bahwa untuk menciptakan nilai keuntungan, suatu bisnis harus memiliki akses terhadap sumber daya yang langka, berharga, unik, dan tak tergantikan (Barney, 1991). Teori ini mengacu pada faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi kinerja inovasi, yaitu budaya organisasi digital, kemampuan digital, dan anggaran interaktif. Ketiga faktor tersebut merupakan sebuah bentuk kapabilitas sumber daya yang dianggap oleh manajemen sebagai bentuk strategi yang unik dan tidak dimiliki oleh pihak lain (Wernerfelt, 1984).

Penelitian mengenai kinerja inovasi sudah beberapa kali dilakukan. Namun, penelitian ini masih jarang dilakukan di Indonesia. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Jiang *et al* (2023) di Cina menunjukkan hasil bahwa kemampuan platform digital memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja inovasi. Selaras dengan penelitian tersebut, Jun *et al* (2022) dalam penelitiannya terhadap UMKM di Pakistan juga menunjukkan hasil bahwa kemampuan platform digital secara positif mempengaruhi kinerja inovasi.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Zeng *et al* (2023) yang menemukan bahwa anggaran interaktif berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi perusahaan. Menurut Zeng *et al* (2023), anggaran interaktif dapat memberikan sumber daya informasi bagi manajer yang berguna untuk meningkatkan kinerja inovasi perusahaan. Pembaharuan penelitian ini terletak pada perbedaan objek penelitian, yakni pada sektor UMKM.

Penelitian ini juga mengacu pada perbedaan temuan antara penelitian Teguh & Noermijati (2022) dengan Sriyanta Hadi (2021) dan Upadhyay (2020). Teguh & Noermijati (2022) menjelaskan bahwa budaya organisasi digital tidak berpengaruh terhadap kinerja organisasi, sementara Sriyanta Hadi (2021) dan Upadhyay (2020) menjelaskan bahwa budaya organisasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Selanjutnya, hasil penelitian Teguh (2022) menunjukkan kemampuan digital berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Hasil ini juga tidak sejalan dengan Heredia *et al* (2022) yang menjelaskan bahwa kemampuan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian yang dilakukan oleh Teguh & Noermijati (2022), peneliti mengembangkan model penelitian dengan menggunakan kinerja inovasi sebagai variabel endogen. Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Budaya Organisasi Digital, Kemampuan Digital, dan Anggaran Interaktif terhadap Kinerja Inovasi (Studi Empiris pada UMKM Kabupaten Purbalingga)”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah Budaya Organisasi Digital berpengaruh positif terhadap Kinerja Inovasi?
2. Apakah Kemampuan Digital berpengaruh positif terhadap Kinerja Inovasi?
3. Apakah Anggaran Interaktif berpengaruh positif terhadap Kinerja Inovasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk meneliti dan mendapatkan bukti empiris pengaruh Budaya Organisasi Digital terhadap Kinerja Inovasi.
2. Untuk meneliti dan mendapatkan bukti empiris pengaruh Kemampuan Digital terhadap Kinerja Inovasi.
3. Untuk meneliti dan mendapatkan bukti empiris pengaruh Anggaran Interaktif terhadap Kinerja Inovasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya akuntansi manajemen serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

- b. Memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM tentang pengaruh budaya organisasi digital, kemampuan digital, dan anggaran interaktif terhadap kinerja inovasi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya budaya organisasi digital, kemampuan digital, dan anggaran interaktif dalam meningkatkan kinerja inovasi pada UMKM.
- b. Hasil penelitian mengenai kinerja inovasi ini diharapkan dapat menjadi masukan dan saran bagi para pelaku UMKM, terutama di Kabupaten Purbalingga, dalam menjalankan usahanya. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya budaya organisasi digital, kemampuan digital, dan anggaran interaktif, pelaku UMKM dapat mengimplementasikan praktik-praktik ini dalam kegiatan usahanya.