

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

UMKM memiliki peran sangat penting dalam beberapa aspek. Pertama, memperluas lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja. Kedua, membantu dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB). Ketiga, memberikan jaringan pengaman terutama bagi masyarakat dengan pendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif. Dengan demikian UMKM dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia (idxchannel, 2022).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 61,07% dan UMKM juga menyerap sekitar 117 juta atau sekitar 97% dari total tenaga kerja yang ada (Website Kemenkeu, 2021). Data ini menunjukkan bahwa dampak dan kontribusi UMKM sangat besar dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan sehingga dapat berkontribusi lebih besar lagi untuk perekonomian Indonesia (Website Kemenkeu, 2021).

Dalam lingkup kota Tangerang Dinas Koperasi dan UMKM merilis data jumlah UMKM di Tangerang pada tahun 2023 mencapai 22.602 (Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten). Namun, tingginya jumlah UMKM di Tangerang tersebut belum diimbangi dengan digitalisasi (Natsir *et al.*, 2023; Silaban *et al.*, 2022). Hal tersebut didukung dengan data yang dirilis oleh Rumah BUMN (2023) mengenai jumlah UMKM yang telah melakukan digitalisasi pada tahun 2023.

Tabel 1.1
Data UMKM

Keterangan	Jumlah
UMKM Go Modern	539
UMKM Go Digital	432
UMKM Go Online	193
Jumlah	1.164

Sumber: Rumah BUMN diakses pada tanggal 25 September 2023

Apabila dibandingkan jumlah UMKM yang telah melakukan digitalisasi hanya 5,1% dari jumlah keseluruhan UMKM di Tangerang. Walaupun Tangerang adalah daerah yang maju pada kenyataannya digitalisasi belum secara maksimal diterapkan. Kondisi faktual di lapangan memperlihatkan banyak pelaku UMKM belum melakukan *digitalization adoption*. Kemajuan pesat teknologi telah mendorong revolusi dalam aktivitas bisnis (Agostini & Nosella, 2020; Jordão & Novas, 2017; Rivza *et al.*, 2020) sehingga pengadopsian digital sangat berperan penting bagi keberlangsungan dalam era teknologi saat ini.

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan persaingan pada usaha yang semakin kompetitif telah mendorong setiap pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya dan pangsa pasarnya yaitu dengan cara memaksimalkan penggunaan teknologi. Menurut DSRResearch (2018) UMKM memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan mereka hingga 80% dengan memanfaatkan teknologi. Teknologi membuka pintu peluang baru dan menurunkan hambatan yang dihadapi UMKM. Perkembangan UMKM sejalan dengan perkembangan teknologi yang sudah sangat pesat untuk menunjang berbagai aspek kehidupan masyarakat luas maupun untuk berbagai sektor pada industri (Hasanah dan Juliana, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Boratyńska (2019); Le BUI (2021);

dan Suseno *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa mengadopsi teknologi digital telah membawa nilai bisnis yang besar dalam hal penciptaan nilai dan peningkatan produktivitas.

Dalam Al-Qur'an juga telah dijelaskan bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mempermudah pekerjaannya. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Nabiya ayat 80 yang berbunyi:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَكُمْ لِتُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

“Dan telah kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu dalam peperanganmu; Maka hendaklah kamu bersyukur.” (QS. Al-Anbiya: 80)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah menganjurkan untuk membuat alat-alat yang dapat memudahkan pekerjaan manusia. Adapun dengan cara adopsi teknologi yaitu proses dimana individu atau organisasi mengadopsi teknologi digital untuk bisnis mereka (Low *et al.*, 2022) . Adopsi digital yang sudah ada di saat ini dapat dimanfaatkan dengan baik oleh manusia. Beberapa faktor yang dapat meningkatkan *digitalization adoption* dari UMKM yaitu *digital strategy*, *accounting information quality*, *competitive pressure*, dan *government support*.

Digital strategy atau strategi digital adalah strategi bisnis yang terinspirasi oleh kekuatan teknologi berkinerja tinggi (Sebastian *et al.*, 2017). Perusahaan yang ingin bertahan di era digital memerlukan strategi menyeluruh yang komprehensif yang mencakup seluruh sumber daya digital bisnisnya (Bharadwaj *et al.*, 2013). UMKM harus mengetahui perihal pentingnya memanfaatkan pemasaran digital. Tujuannya adalah agar sistem pemasaran dapat ditingkatkan sehingga cakupan target usaha dapat diperluas dan dukungan terhadap kegiatan penjualan juga dapat ditingkatkan. Menurut Westerman dan McAfee (2012) semua perusahaan harus menyesuaikan diri dengan orientasi strategisnya dan mengembangkan strategi digital yang tepat bagi mereka. Dalam penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Bharadwaj *et al.* (2013; Hess *et al.* (2016); Matt *et al.* (2015); Mithas *et al.* (2016); Pagani (2013); dan Woodard *et al.* (2013) menyelidiki dalam studi mereka bagaimana strategi digital muncul ketika persaingan suatu perusahaan memengaruhi posisi strategis digital. Pada saat yang sama, Pagani (2013) menjelaskan pendekatan dimana nilai tambah dapat diciptakan melalui strategi digital dan disesuaikan dengan jaringan digital yang terkena dampak perubahan teknologi. Menurut Eller *et al.* (2020) *digital strategy* merupakan faktor penting dalam *digitalization adoption*.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi *digitalization adoption* adalah *accounting information quality*. Menurut Gelinas *et al.* (2012) informasi akuntansi yang berkualitas adalah informasi yang memberikan manfaat bagi para pengambil keputusan. Pengguna memiliki kriteria khusus untuk menilai kualitas informasi, dengan menekankan pada aspek relevansi, ketepatan waktu, akurasi, dan kelengkapan. Berdasarkan penelitian Julianto *et al.* (2022); dan Zahrah Buyong (2020) implementasi digital dalam mengelola informasi akuntansi memiliki dampak yang signifikan terhadap profitabilitas dan produktivitas UMKM. Dengan mengadopsi digital, kemudahan dalam mencatat keuangan dan menyajikan laporan keuangan secara digital dapat

diakses melalui berbagai aplikasi, baik pada perangkat desktop maupun mobile. Menurut penelitian Jans *et al.* (2022); Julianto *et al.* (2022); dan Knudsen (2020) pemanfaatan digital dalam akuntansi dapat membantu UMKM menghitung, melaporkan, mengirim, dan menginterpretasikan informasi keuangan dengan lebih cepat, efisien, dan efektif yang dapat meningkatkan kinerja keuangan dan non-keuangan mereka.

Kemudian *competitive pressure* juga dapat memengaruhi *digitalization adoption*. Saat ini, sebagian besar perusahaan membawa teknologi baru dalam hal proses untuk memenuhi pangsa pasar maksimal baik di tingkat lokal maupun internasional. Beberapa penelitian telah menyoroti *competitive pressure* memotivasi manajemen untuk menilai kekuatan dan kelemahan pesaing mereka untuk menghasilkan inovasi yang langka, berharga, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan dalam organisasi demi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Abu Bakar dan Ahmed, 2015; Ahmad *et al.*, 2015; Fredriksson, 2013). Abu Bakar dan Ahmed (2015) menunjukkan berbagai alasan untuk menghadirkan teknologi ke dalam perusahaan adalah salah satu alasan yang signifikan dan umum adalah *competitive pressure* yang mengungkapkan bahwa tujuan utama perusahaan adalah mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam hal efisiensi dan efektivitas.

Faktor terakhir yang memengaruhi *digital adoption* adalah *government support*. Dalam rangka pengembangan ekonomi digital supaya tercipta iklim inovasi yang baik. UU Cipta Kerja akan mengakomodasi untuk upaya pengembangan ekonomi digital. Pemerintah telah menyusun strategi Nasional Ekonomi Digital. Dalam strategi ini akan memanfaatkan 4 pilar pondasi untuk mewujudkan ekonomi digital terdepan yang mendorong inklusivitas dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan pemerintah membantu para UMKM dengan cara bergabung ke platform digital melalui program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI). Program ini

dilakukan supaya Masyarakat Indonesia mencintai produk buatan dalam negeri dan menggunakan karya anak bangsa, yang terutama adalah UMKM lokal. Melalui program ini, pemerintah mendorong pelaku UMKM untuk bergabung ke platform digital dan program ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah industri kecil dan menengah, menciptakan value creation bagi UMKM, dan meningkatkan permintaan produk-produk UMKM local (Website Kemenkeu 2022). Melalui program ini, pemerintah mendorong pelaku UMKM untuk bergabung ke platform digital dan program ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah industri kecil dan menengah, menciptakan value creation bagi UMKM, dan meningkatkan permintaan produk-produk UMKM lokal.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Technology, Organizational and Enviromental (TOE) Framework*. Karena, *TOE Framework* cocok dan relevan untuk mempelajari pengadopsian digital dalam UMKM karena memberikan landasan teoritis yang sesuai dengan kompleksitas dan keterbatasan organisasi (AISHarji *et al.*, 2018). TOE juga dapat mempengaruhi Keputusan UMKM dalam pengadopsian digital yang dipengaruhi beberapa faktor seperti teknologi, organisasi, dan lingkungan. Serta, TOE dipandang sebagai *framework* yang komprehensif sehingga dapat digunakan untuk mengkaji adopsi teknologi informasi.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya milik Low *et al.* (2022) yaitu pengaruh “*Digitalization for digital economy; an examination of Malaysian small medium-sized enterprise through the technology-organization-environment framework*”. Temuan dari penelitian ini adalah teknologi dan organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi digital, namun tidak terhadap lingkungan dan penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penelitian cross sectional dan data dikumpulkan dalam satu jangka waktu. Selain itu, ada

kemungkinan pengelompokan lain yang dapat memengaruhi hasil yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Penelitian ini menguji faktor lain yang dapat meningkatkan digitalization adoption yaitu *digital strategy* dan *accounting information quality* dengan kerangka kinerja *Technology Organization Environment* (TOE) Framework. Variabel *government support* diuji kembali karena dalam penelitian Low *et al.* (2022) penelitian tersebut dilakukan sebelum terjadinya pandemi COVID-19 sehingga diasumsikan apabila terjadi perubahan kebijakan pemerintah maka hasilnya akan berbeda. Sedangkan variabel *competitive pressure* diuji kembali untuk memahami karakteristik pasar dan Tingkat persaingan yang terjadi dalam era digital pada UMKM di Tangerang, Banten. Penelitian ini dilakukan di Tangerang, Banten dengan alasan Tangerang adalah salah satu wilayah yang berada dalam wilayah Jabodetabek, yang merupakan salah satu kawasan metropolitan terbesar di Indonesia yaitu daerah yang dikenal sangat maju, terutama dalam pengadopsian digital. Serta, Tangerang memiliki beragam sektor UMKM yang beroperasi, termasuk manufaktur, perdagangan, makanan dan minuman, serta jasa dan dapat menjadi peluang dan strategi dalam berbisnis.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *digital strategy* berpengaruh positif *digitalization adoption*?
2. Apakah *accounting information quality* berpengaruh positif *digitalization adoption*?
3. Apakah *competitive pressure* berpengaruh positif *digitalization adoption*?
4. Apakah *government support* berpengaruh positif *digitalization adoption*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh positif *digital strategy* terhadap *digitalization adoption*?

2. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh positif *accounting information quality* terhadap *digitalization adoption*?
3. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh positif *competitive pressure* terhadap *digitalization adoption*?
4. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh positif *government support* berpengaruh positif signifikan terhadap *digitalization adoption*?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan penerapan tentang pengaruh *digital strategy*, *accounting information quality*, *competitive pressure*, dan *government support* terhadap *digitalization adoption*. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku UMKM di Tangerang, Banten sebagai upaya untuk melakukan *digitalization adoption* dengan memperhatikan faktor *digital strategy*, *accounting information quality*, *competitive pressure*, dan *government support*