

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia (Kemenko Perekonomian RI, 2022). Kehadiran UMKM di Indonesia memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi ekonomi melalui peluang lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja lokal, menciptakan pertumbuhan wirausaha yang kuat serta menjalankan fungsi pemerataan pendapatan nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara lebih merata (Hisnul et al., 2022). Peran UMKM sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi krisis seperti krisis moneter tahun 1998 dan pandemi Covid-19 (Kemenko Perekonomian RI, 2022). UMKM merupakan komponen ekonomi yang independen di Indonesia, dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rohadin & Yanah, 2019). Hal ini terlihat dari tiga peran utama UMKM dalam ekonomi Indonesia, yaitu sebagai alat untuk meratakan tingkat ekonomi bagi masyarakat kecil, sebagai instrumen untuk mengatasi kemiskinan, dan sebagai sumber pendapatan devisa bagi negara (Kementerian Keuangan RI, 2022)

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah UMKM saat ini berjumlah 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai Rp 8.573,89 triliun (Sasongko et al., 2020). Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia antara lain mampu menghimpun hingga 60,4% dari total investasi (Sasongko et al., 2020). Dengan kontribusinya pula,

UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Jumlah kontribusi ekspor UMKM juga meningkat dari 14,37% pada 2020 menjadi 15,69% pada 2021 (Kemenko Perekonomian RI, 2022). Dalam pernyataan resminya, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga berpendapat bahwa UMKM memegang peran yang signifikan dalam mengatasi resesi global karena UMKM telah memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menjadi penyedia lapangan kerja yang signifikan, merupakan pasar yang potensial bagi industri jasa keuangan, memiliki kemampuan yang cepat dalam mengeksplorasi peluang pasar ekspor, dan juga merupakan penerima kredit terbesar (Kemenko Perekonomian RI, 2022). Melalui peran pentingnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja pemberdayaan UMKM menjadi penting untuk dilakukan dengan mendalam (Muljanto, 2020; Narto, 2020).

Di Kabupaten Boyolali, perkembangan UMKM sangat pesat, pada awal tahun 2022 jumlah UMKM di Kabupaten Boyolali sebanyak 70.347 UMKM. Sebanyak 49.024 UMKM merupakan UMKM aktif dan sebanyak 21.323 merupakan UMKM nonaktif (Malau & Nur H, 2022). Berdasarkan data yang disampaikan oleh Direktur Dana, Jasa, dan UMM Bank Jateng, pertumbuhan paling signifikan dalam Kredit Usaha Rakyat (KUR) berasal dari sektor Usaha Kecil Menengah (UMKM). Bank Jateng telah berkolaborasi dengan puluhan ribu pelaku UMKM dan memberikan dukungan dalam pengembangan usaha mereka. Pada tahun 2021, pencairan KUR Syariah mencapai jumlah sebesar Rp 383,5 miliar, mencatat pertumbuhan yang luar biasa sebesar 373 persen. (*website Radar Solo*).

Meskipun mengalami pertumbuhan yang luar biasa, faktanya peningkatan jumlah UMKM tersebut belum diimbangi dengan kualitas kinerja yang maksimal (Prasetyo & Ambarwati, 2021). Salah satu permasalahan yang umum ditemui pada UMKM adalah keterbatasan pengelolaan modal yang dimiliki (Prasetyo & Ambarwati, 2021). Tak sedikit pelaku UMKM yang harus terhenti menciptakan ide bisnisnya karena pengelolaan modal yang dimiliki tidak mumpuni (Prasetyo & Ambarwati, 2021). Sehingga diperlukan penguatan modal UMKM dari beberapa aspek, antara lain kualitas sumber daya manusia, manajemen, sistem, serta kemampuan digitalisasi dalam pemasaran produk (*website* Bappeda Jateng).

Dengan memperkuat pengelolaan modal, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengidentifikasi peluang pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka, terutama dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang beralih dari belanja *offline* ke belanja *online*. Para pelaku UMKM juga perlu memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat, professional, terampil, mandiri, serta berdaya saing tinggi dengan berbasis ilmu pengetahuan teknologi dan inovasi (*website* Bappeda Jateng). Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Tengah menegaskan pentingnya digitalisasi UMKM yang memiliki arti bahwa segala hal yang menyangkut kegiatan operasional UMKM mulai dari bahan baku, produksi, pembiayaan modal, penjualan logistik hingga pembukuan dilakukan secara digital (*website* Bappeda Jateng). Kemajuan teknologi yang pesat membuat strategi digitalisasi dianggap lebih menjanjikan dalam menarik calon pelanggan potensial (Purwana et al., 2017).

Perintah untuk terus melakukan perbaikan diri dan berinovasi juga tercantum pada QS. Ar Ra'ad:11

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

“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 suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Dalam kalimat tersebut, Allah SWT mendorong umat Muslim untuk memiliki kemampuan untuk mengubah masyarakat secara massif melalui kreativitas dan inovasi, dengan tujuan menuju perbaikan. Dalam Islam, inovasi didukung dalam berbagai hal, kecuali dalam hal-hal mendasar seperti keyakinan (Aqidah) yang merupakan dasar yang harus diikuti sesuai dengan petunjuk Nabi SAW. Allah SWT juga mendorong manusia untuk berpikir kreatif, menghasilkan ide-ide baru, dan mengembangkan inovasi, bahkan banyak ayat-Nya yang mendorong manusia untuk berpikir kreatif dan inovatif dengan frasa "afalaa ta'qiluun" atau "afala tatafakaruun" dan frasa serupa lainnya.

Agar tetap kompetitif di pasar, UMKM diharapkan mampu mengadopsi digitalisasi dan orientasi strategi berbasis teknologi untuk meningkatkan kinerja inovasi mereka (Acciarini et al., 2022). Perkembangan ini akan mempercepat

product life cycle, inovasi serta pengembangan produk yang mengakibatkan perubahan dalam karakteristik pertumbuhan ekonomi (Nassani et al., 2023). Mayoritas proses bisnis saat ini berfokus pada pendekatan inovasi untuk mempertahankan dan mencapai daya saing (Muhammad et al., 2019).

Pada saat ini, konsumen cenderung lebih memilih produk dan layanan yang menggunakan teknologi terkini yang mendorong UMKM untuk memperoleh keterampilan teknis dan menerapkan teknologi terbaru agar dapat menawarkan produk baru yang lebih baik dan meningkatkan penjualan (Chiappetta Jabbour et al., 2020). Orientasi teknologi mendukung UMKM dalam perencanaan, produksi, dan pengendalian dengan memberikan wawasan dan penyesuaian terhadap kebutuhan perkembangan teknologi baru (Agostinho et al., 2021). Tanpa orientasi teknologi, akan lebih sulit mencapai kinerja inovasi, terutama ketika UMKM menghadapi perubahan teknologi yang cepat (Nassani et al., 2023). Kinerja inovasi mengacu pada penerapan metode produktif baru, penaklukan sumber-sumber baru, serta pendirian dan perluasan UMKM baru di dalam industri (Hendershott et al., 2021).

OECD (2017) menemukan bahwa “penyerapan teknologi digital masih sangat rendah di kalangan UMKM kecil, bahkan untuk teknologi yang sangat relevan untuk UMKM, seperti komputasi awan”. Menurut Li et al (2018) tingkat penerapan digitalisasi pada UMKM jelas beragam. Teknologi non-pemilik dan platform akses terbuka yang ada di mana-mana memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi UMKM untuk mengembangkan infrastruktur teknologi mereka (Audretsch et al., 2015; Morgan-Thomas, 2016). Sebagai contoh,

teknologi digital dapat meningkatkan nilai proposisi UMKM dan membantu mengelola hubungan pelanggan dengan media sosial (Ainin et al., 2015). Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM, membantu mengurangi biaya pemasaran sekaligus meningkatkan hubungan pelanggan (Ainin et al., 2015). Secara umum, UMKM dapat mulai melakukan digitalisasi proses bisnis tertentu dengan mengadopsi teknologi digital untuk berubah proposisi nilai, mekanisme penciptaan nilai dan penangkapan nilai, sembari menentukan cakupan dan tingkat digitalisasi (Bouncken & Barwinski, 2021; Hess et al., 2016).

Kinerja inovasi menjadi tantangan nyata bagi UMKM yang beroperasi di negara berkembang karena keterbatasan sumber daya (Curado et al., 2018). Inovasi dalam proses bisnis menjadi persyaratan penting untuk meningkatkan kinerja inovasi UMKM di negara berkembang (R. Lee & Kim, 2020). Sebagai respons terhadap perubahan lingkungan, pemilik/manajer UMKM mengembangkan platform digital untuk memanfaatkan sumber daya yang ada (R. Lee & Kim, 2020).

Pemberian layanan dengan menggunakan teknologi digital menuntut budaya dan kemampuan organisasi digital untuk penerapan model bisnis baru (Borda & Bowen, 2019; Khin & Ho, 2019). Budaya organisasi digital, sebagaimana didefinisikan oleh beberapa penulis (Deshpande & Webster, 1989), mewakili serangkaian asumsi bersama dan pemahaman keseluruhan tentang praktik organisasi dalam konteks digital. Budaya organisasi digital telah menjadi bagian integral dari model bisnis baru yang berdampak pada kesiapan organisasi dan inovasi digital (Dery et al., 2017). Sejalan dengan perkembangan teknologi,

organisasi harus mengembangkan budaya organisasi digital untuk merespons munculnya teknologi maju (Trushkina et al., 2020). Mengingat pentingnya peran budaya organisasi digital untuk adaptasi teknologi yang muncul, kemampuan organisasi mampu mengelola penggunaan sumber daya teknologi sebaik mungkin untuk proses inovasi (Zhen et al., 2021).

Transformasi digital, pada intinya, memungkinkan perusahaan untuk menggabungkan bukti fisik dengan komponen digital dan mengubah produk analog menjadi layanan digital melalui inovasi digital (Hinings et al., 2018; Yoo, 2010; Yoo et al., 2010), sehingga membentuk kembali struktur, proses, dan batasan lanskap bisnis (Åkesson, 2009). Keberhasilan inovasi digital dan upaya transformasi bisnis bergantung pada sejumlah faktor, khususnya pada kemampuan organisasi untuk mendorong pengembangan, implementasi, dan integrasi upaya inovasi digital secara berkelanjutan (Müller et al., 2019). Studi menunjukkan bahwa tantangan utama organisasi adalah bagaimana mengelola heterogenitas; yaitu; tantangan sosio-teknis dari kolaborasi antarorganisasi, pertukaran pengetahuan, kelompok konsumen yang beragam, dan kebutuhan pengguna yang heterogen (Lund, 2014). Baru-baru ini para peneliti juga mulai menyelidiki peran budaya organisasi dalam konteks inovasi digital. Misalnya, Lucas Jr & Goh (2009) menunjukkan bahwa budaya organisasi yang kaku dan kuno, ditambah dengan sebagian besar struktur birokrasi, menghambat kemampuan Kodak untuk merespons perubahan teknologi dalam industri fotografi secara memadai. Kodak, meski berada dalam posisi pemimpin pasar, gagal memanfaatkan digitalisasi industri, yang pada akhirnya memicu kemerosotan bagi seluruh perusahaan. Begitu

pula menganalisis transformasi bisnis produsen mobil Volvo, Svahn et al. (2017) menemukan bahwa organisasi-organisasi yang ada harus secara hati-hati mengelola empat permasalahan yang bersaing untuk mengembangkan budaya yang mendukung inovasi digital: kemampuan inovasi, fokus inovasi, kolaborasi inovasi, dan tata kelola inovasi.

Kemampuan digital mempercepat proses inovasi dengan mengintegrasikan dan memobilisasi teknologi dan sumber daya manusia (Cohen et al., 2017). Beberapa penulis berpendapat bahwa organisasi menghadapi masalah serius dalam mengelola transformasi digital tanpa kesiapan kemampuan dan sumber daya (Liu et al., 2011). Kapabilitas digital suatu organisasi memastikan transformasi dan integrasi teknologi digital yang diperlukan untuk kesiapan dan proses inovasi (Khin & Ho, 2019). Sehingga budaya dan kemampuan digital organisasi memainkan peran penting bagi kesiapan organisasi menuju model bisnis baru (Jones et al., 2005; Nilsen & Birken, 2020). Meski demikian, menurut Usai et al (2021) bahwa pengaruh kemampuan digital terhadap kinerja inovasi mungkin terlalu dibesarkan, karena sebagian besar teknologi digital hanya memberikan sedikit kontribusi dalam penciptaan pengetahuan baru dan relevan. Sebaliknya, kegiatan penelitian dan pengembangan tetap mempunyai peran penting dalam meningkatkan kinerja inovasi. Sehingga melalui penelitian ini, peneliti ingin memahami sejauh mana kemampuan digital benar – benar memberikan dampak positif terhadap kinerja inovasi, jika ada.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Diffusion of Innovative (DOI) Theory*. Teori yang dipopulerkan oleh Everett Rogers (1962) ini mengacu

pada diseminasi inovasi teknologi sistem sosial (Rogers, 2003). Menurut Kumaraswamy et al., (2018) sebuah inovasi teknologi harus di difusikan (dihantarkan) dengan baik agar dapat tersebar menyeluruh dan diterima. Teori ini relevan dengan penelitian ini karena inovasi adalah suatu ide baru yang dapat menyebabkan perubahan yang signifikan dalam industri atau kehidupan manusia. Melalui inovasi, masalah dapat diatasi, dan pada saat yang sama, menciptakan nilai tambah yang menghadirkan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Pentingnya inovasi juga terletak pada kemampuannya untuk diperkenalkan (difusi) dengan efektif, sehingga dapat menyebar luas dan diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal ini membantu UMKM untuk terhindar jatuh ke dalam era disrupsi yang berkelanjutan, yang menggantikan sistem lama secara paksa. Selain itu juga mendorong peningkatan kinerja dan performa serta menciptakan solusi yang sesuai dengan tantangan yang dihadapi oleh UMKM (Crosby et al., 2016).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Nassani et al. (2023) yang menguji hubungan *technology orientation* terhadap *innovation performance* melalui peran pemediasi *digital innovation*. Pada penelitian tersebut ditemukan bahwa *digital innovation* dianggap sebagai mediator antara *technology orientation* dan *innovation performance*, dan bertindak sebagai jembatan antara kedua variabel tersebut. Namun menurut Nassani et al. (2023) belum ditinjau hubungan *digital innovation* terhadap *innovation performance* secara langsung. Disamping itu, adanya inkonsistensi hasil pada hubungan *digital capabilities* terhadap *innovation performance* menjadi salah satu pentingnya dilakukan penelitian ini. Seperti penelitian penelitian yang dilakukan oleh Karimi

& Walter (2015), Silva et al (2017), dan Zhen et al (2021) menyatakan bahwa *digital capabilities* berpengaruh terhadap *innovation performance*, namun pada penelitian yang dilakukan oleh Heredia et al (2022) dan Usai et al (2021) menyatakan bahwa *digital capabilities* tidak berpengaruh terhadap *innovation performance*. Sehingga pada penelitian ini, peneliti menambahkan variabel *digital organizational culture*, *digital capabilities* dan *digital innovation* yang berperan sebagai variabel eksogen dengan *financial performance* sebagai variabel endogen melalui variabel mediasi yaitu *innovation performance*.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Boyolali. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi Boyolali sebagai pusat UMKM di beberapa sektor industri. Beberapa sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di Boyolali adalah industri makanan, kerajinan tembaga, perikanan, peternakan, dan properti. Produk-produk khas Boyolali tidak hanya dikenal di wilayah lokal, namun juga telah merambah ke daerah lain. Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengelola usahanya dengan baik. Salah satu cara untuk bertahan adalah dengan meningkatkan keahlian usaha dan memanfaatkan teknologi digital dalam operasional bisnis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *digital organizational culture* berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi?

2. Apakah *digital capabilities* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*?
3. Apakah *digital innovation* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*?
4. Apakah *innovation performance* berpengaruh positif terhadap *financial performance*?
5. Apakah *digital organizational culture* berpengaruh positif terhadap *financial performance* melalui peran mediasi *innovation performance*?
6. Apakah *digital capabilities* berpengaruh positif terhadap *financial performance* melalui peran mediasi *innovation performance*?
7. Apakah *digital innovation* berpengaruh positif terhadap *financial performance* melalui peran mediasi *innovation performance*?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:

1. Pengaruh *digital organizational culture* terhadap *innovation performance*.
2. Pengaruh *digital capabilities* terhadap *innovation performance*.
3. Pengaruh *digital innovation* terhadap *innovation performance*
4. Pengaruh *innovation performance* terhadap *financial performance*
5. Pengaruh *digital organizational culture* terhadap *financial performance* melalui pemediasi *innovation performance*.
6. Pengaruh *digital capabilities* terhadap *financial performance* melalui pemediasi *innovation performance*.

7. Pengaruh *digital innovation* terhadap *financial performance* melalui pemediasi *innovation performance*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi dengan memberikan bukti empiris dan mengembangkan literatur mengenai pengaruh budaya organisasi digital (*digital organizational culture*), kapabilitas digital (*digital capabilities*), inovasi digital (*digital innovation*) terhadap kinerja keuangan (*financial performance*) dengan kinerja inovasi (*innovation performance*) sebagai mediator pada UMKM di Kabupaten Boyolali ditinjau dari sisi *Diffusion of Innovative (DOI) Theory*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM untuk mempertimbangkan modal yang dimiliki UMKM dan faktor-faktor lain yang dapat menunjang peningkatan kesejahteraan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi dasar bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan performa keuangan melalui digitalisasi inovasi.