

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, perubahan lingkungan bisnis yang cepat telah mendorong organisasi, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), untuk terus berinovasi guna tetap bersaing di pasar (Budiarto et al., 2018). Di tengah lanskap ekonomi yang semakin digital, sektor UMKM merupakan tulang punggung ekonomi di Indonesia, memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Ananda & Susilowati, 2017). Agar dapat mempertahankan dan meraih pertumbuhan, UMKM perlu memiliki kemampuan untuk menghasilkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan efisien dalam pelaksanaannya.

Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (KEMENKOPUMKM) pada tahun 2021, Indonesia memiliki potensi ekonomi yang sangat kuat. Jumlah pelaku UMKM di negara ini mencapai angka yang sangat besar, yakni sekitar 64,2 juta. Ini merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi sebesar 61,07 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dengan nilai mencapai Rp8.573,89 triliun. Selain itu, UMKM juga memiliki dampak positif dalam hal ketenagakerjaan, karena mampu menyerap sekitar 97 persen dari total angkatan kerja di Indonesia. Tidak hanya itu, UMKM juga berhasil menghimpun sekitar 60,4 persen dari total investasi di negara ini (KEMENKOPUMKM). Fakta bahwa persentase UMKM terus bertambah dari tahun ke tahun menunjukkan

bahwa potensi ekonomi nasional Indonesia semakin kuat. Pertumbuhan UMKM ini berarti bahwa negara memiliki peluang untuk mengurangi tingkat pengangguran secara signifikan mendorong perkembangan ekonomi yang lebih baik di masa depan (Kemenkeu).

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memberi kontribusi aktif dalam perekonomian tidak diragukan lagi, termasuk pada UMKM di wilayah Kota Bogor. Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah berdasarkan kecamatan dan bidang usaha di Kota Bogor tahun 2021 data dari Diskominfo Kota Bogor.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Bogor

Kecamatan	Bidang Usaha/ <i>Business Field</i>					
	Kuliner	Pakaian	Pendidikan	Otomotif	Agrobisnis	Jaringan
	<i>Culinary</i>	<i>Fashion</i>	<i>Education</i>	<i>Automotive</i>	<i>Agrobusiness</i>	<i>Internet</i>
Bogor Selatan	5.266	811	2	4	678	223
Bogor Timur	2.419	232	-	1	200	110
Bogor Utara	4.059	589	4	5	480	178
Bogor Tengah	4.198	408	2	2	131	109
Bogor Barat	4.482	770	4	15	547	298
Tanah Sereal	4.667	712	-	5	822	199
Kota Bogor	25.091	3522	12	32	2858	1117

Sumber: Diskominfo Kota Bogor diakses pada tanggal 21 Agustus 2023

Jumlah UMKM yang beroperasi di Kota Bogor mencapai 32.632 unit pada tahun 2021. Kecamatan Bogor Selatan merupakan salah satu wilayah yang memiliki jumlah UMKM yang cukup banyak yaitu mencapai 6.984 unit

Sebagian besar bergerak dibidang kuliner (Diskominfo). Perkembangan bisnis berupa bangunan komersial, pertokoan dan hotel di daerah ini sangat pesat, saat ini cukup banyak pertokoan yang bermunculan dengan fokus utama sektor kuliner (Kumkmindag).

Kota Bogor merupakan salah satu kota tujuan wisata yang populer, baik untuk wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bogor pada tahun 2020 mencapai 3.457.722 orang menurun dari tahun 2019 yang mencapai 9.160.885 orang. Kondisi berdampak negatif pada bisnis-bisnis terkait pariwisata, termasuk UMKM yang beroperasi (Disparbud). Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan untuk mendapatkan konsumen yang merupakan indikator yang paling tepat untuk menentukan keberhasilan suatu usaha.

Kondisi inilah yang harus diwaspadai dengan sungguh- sungguh oleh para pelaku UMKM di Kota Bogor, agar tidak mudah goyah ketika dihadapkan beragam tantangan bisnis. Untuk menghadapi lingkungan yang kompetitif ini, UMKM harus mampu meningkatkan inovasi dengan peningkatan *innovation performance*. *Innovation performance* merupakan kinerja atau hasil inovasi yang dicapai oleh suatu perusahaan atau organisasi yang diukur melalui indikator (Khattak et al, 2021). Peningkatan *innovation performance* dalam UMKM harus diimbangi dengan pencapaian kinerja yang maksimal. (Riel et al., 2020) mengatakan bahwa pada era digital saat ini, inovasi telah menjadi kunci

keberhasilan hampir setiap organisasi. Sudah banyak diskusi tentang inovasi pemasaran dan organizational readiness untuk membantu bisnis bertahan dari bahaya yang mungkin terjadi selama krisis ekonomi (Lee et al., 2018). Karena itu, *innovation performance* juga sangat penting bagi perekonomian dunia global.

Dengan adanya ayat Al-Quran juga mengajarkan prinsip-prinsip yang relevan dalam menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan kemampuan yang dimiliki dengan baik. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT yaitu Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 286 yang berbunyi:

وُسْعَهَا إِلَّا نَفْسًا اللَّهُ يُكَافِلُ لَا

Artinya: “Allah tidak memberatkan seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...” (Q.S. Al-Baqarah [2]: 286).

Ayat ini mengingatkan kita bahwa setiap individu, termasuk pelaku UMKM di Kota Bogor, diberikan ujian dan tantangan yang sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya. Ketika dihadapkan pada berbagai tantangan bisnis, UMKM diharapkan untuk melakukan yang terbaik sesuai dengan kemampuan mereka. Selain itu, ayat ini juga menunjukkan bahwa dalam menghadapi perubahan dan tantangan, seseorang harus berusaha sekuat tenaga dan menggunakan potensi yang dimiliki.

Setiap organisasi, termasuk UMKM yang ingin mendorong *innovation performance* harus mengasah *digital flatform capability*-nya. *Digital capabilities* memainkan peran penting dalam memuaskan pencarian organisasi

akan inovasi (Benitez et al., 2022). *Digital capabilities* adalah sumber informasi penting yang memfasilitasi proses pengambilan keputusan dan membantu manajemen puncak untuk menyelaraskan strategi bisnis dengan strategi sistem informasi, sehingga meningkatkan inovasi (Meliyawati, 2016). Mengenai pengaruh *digital capabilities* terhadap *innovation performance*, (Sarwar et al., 2023) menyimpulkan bahwa *digital capabilities* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *innovation performance*. Hal ini dikarenakan, organisasi mencari rute internal dan eksternal yang berbeda untuk meningkatkan *innovation performance*, di mana kelangsungan hidup, kesuksesan, dan keunggulan kompetitif mereka dapat bergantung. *digital capabilities* meningkatkan *innovation performance* organisasi melalui manajemen pengetahuan yang cepat dan mengubah dasar-dasar pengembangan produk, proses, dan model bisnis (Noor et al., 2017).

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, perusahaan terus menciptakan produk dan proses baru melalui improvisasi (Adomako et al., 2018), yang mengundang minat ilmiah karena potensinya dalam meningkatkan kemampuan inovasi. Penelitian terbaru oleh (Jun et al., 2021) memeriksa faktor-faktor yang memengaruhi *innovation performance*, di luar aspek ekonomi digital. Meskipun penyusunan rencana bisnis adalah langkah awal penting dalam memulai bisnis, lingkungan bisnis yang berubah cepat seringkali penuh ketidakpastian (Chatterjee et al., 2015), yang memaksa perusahaan untuk beradaptasi. Oleh karena itu, kemampuan beradaptasi menjadi kunci bagi pelaku UMKM yang memulai bisnis mereka. Sebelumnya, penelitian tentang *organizational*

readiness menyoroti *improvisational capability*, yang mengacu pada kemampuan mengalokasikan sumber daya dan mengembangkan keterampilan baru untuk mengatasi masalah mendesak dan tak terduga dalam konteks bisnis (Hadida et al., 2015). Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa *improvisational capability* berdampak positif pada *innovation performance*, seperti yang ditemukan oleh (Liu et al., 2018), yang menyatakan bahwa kemampuan ini membantu organisasi mengatasi hambatan dan mengatasi masalah secara kreatif, memajukan kinerja inovatif.

Selain itu, *organizational readiness* adalah kemampuan suatu organisasi untuk menyesuaikan sumber daya yang tersedia untuk adopsi, eksploitasi, dan asimilasi teknologi digital yang mendukung kegiatan inovatif (Zeng et al., 2023). Rasa kesiapan terhadap perubahan bisnis memiliki efek positif pada kegiatan inovatif, seperti yang ditemukan oleh (Ebrahimi & Mirbargkar, 2017). Meningkatnya kesadaran inovasi ini dapat menjadi dorongan untuk mencari solusi kreatif dan menciptakan produk atau layanan yang lebih inovatif. Namun, *innovation performance* juga sangat dipengaruhi oleh *organizational readiness* itu sendiri. Seperti yang dinyatakan oleh (Jun et al., 2021), kesiapan psikologis organisasi mencerminkan nilai perusahaan terhadap adopsi teknologi terbaru dalam upaya mencapai tujuan *innovation performance*. Organisasi sendiri mengalami perubahan manajemen dan beradaptasi dengan perubahan tertentu, dan oleh karena itu, *organizational readiness* menjadi faktor kunci dalam meraih inovasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lokuge et al., 2019). Dengan demikian, perubahan dan ketidakpastian dalam bisnis

mempengaruhi kesadaran individu terhadap inovasi, tetapi untuk mencapai *innovation performance* yang signifikan, *organizational readiness* untuk mengadopsi perubahan dan teknologi baru juga menjadi faktor kritis. Kombinasi antara kesadaran individu yang tinggi terhadap *innovation performance* dan *organizational readiness* yang baik dapat menjadi fondasi yang kuat untuk menciptakan lingkungan inovatif dalam sebuah organisasi.

Penelitian sebelumnya tentang *innovation performance* sering dilakukan di luar negeri, namun dalam konteks UMKM di Kota Bogor, hal ini jarang terjadi. Belum ada penelitian yang mendalam tentang bagaimana *digital capabilities* dan *improvisational capability* memengaruhi *innovation performance* di lingkungan UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh langsung *digital capabilities* dan *improvisational capability* terhadap *innovation performance*, serta peran kesiapan organisasi sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan baru dan bermanfaat bagi UMKM di Kota Bogor dalam mengoptimalkan inovasi mereka untuk bersaing di pasar global.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *digital capabilities*, *improvisational capability* dan *organizational readiness* secara langsung mempengaruhi *innovation performance*. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana *organizational readiness* bertindak sebagai mediator. Penelitian ini merupakan replikasi modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Jun et al., 2021). Variabel yang digunakan dalam penelitian hampir sama dengan variabel yang digunakan dalam penelitian Jun et al. (2021), yaitu *digital capabilities*,

improvisational capability, *organizational readiness* dan *innovation performance*. Namun dalam penelitian kali ini, peneliti mengganti variabel independen *digital platform capability* menjadi *digital capabilities*. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat membantu memberikan panduan bagi pemangku kepentingan, seperti pemerintah, asosiasi bisnis, dan pelaku UMKM sendiri, untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mendukung inovasi pelaku UMKM di Kota Bogor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *digital capabilities* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*?
2. Apakah *improvisational capability* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*?
3. Apakah *organizational readiness* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*?
4. Apakah *digital capabilities* berpengaruh positif terhadap *organizational readiness*?
5. Apakah *improvisational capability* berpengaruh positif terhadap *organizational readiness*?
6. Apakah *organizational readiness* dapat menjadi mediasi pengaruh *digital capabilities* terhadap *innovation performance*?

7. Apakah *organizational readiness* dapat menjadi mediasi pengaruh *improvisational capability* terhadap *innovation performance*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji apakah *digital capabilities* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*.
2. Menguji apakah *improvisational capability* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*.
3. Menguji apakah *organizational readiness* berpengaruh positif terhadap *innovation performance*.
4. Menguji apakah *digital capabilities* berpengaruh positif terhadap *organizational readiness*.
5. Menguji apakah *improvisational capability* berpengaruh positif terhadap *organizational readiness*.
6. Menguji pengaruh *digital capabilities* terhadap *innovation performance* melalui *organizational readiness* sebagai variabel mediasi.
7. Menguji pengaruh *improvisational capability* terhadap *innovation performance* melalui *organizational readiness* sebagai variabel mediasi

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bidang Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi berharga terhadap literatur manajemen dengan memperdalam pemahaman tentang bagaimana

digital capabilities dan *improvisational capability* berpengaruh terhadap *innovation performance*, serta peran *organizational readiness* sebagai mediator.

2. Bidang Praktis

Temuan penelitian ini dapat memberikan panduan praktis kepada pelaku UMKM di Kota Bogor tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan *innovation performance* mereka dengan memperkuat *digital capabilities* dan *improvisational capability* mereka serta meningkatkan *organizational readiness*.