

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian inovasi. Setiap UMKM pasti ingin terus berkembang meskipun pasca pandemic. Pandemic COVID-19 adalah wabah yang menimpa hampir disetiap negara seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Di Indonesia, pandemic COVID-19 memberikan dampak hampir di semua sector tak terkecuali sector perekonomian yang menjadi tumpuan bagi kehidupan masyarakatnya. UMKM merupakan salah satu yang paling merasakan dampaknya, mulai dari turunnya penjualan karena sedikitnya pembeli. Tidak dapat dipungkiri pandemic juga berdampak pada turunnya daya beli disebagian masyarakat, dan dikarenakan selama masa pandemic COVID-19 kita harus membatasi mobilitas di luara rumah untuk mrnghindari terinfeksi oleh virus covid-19. Selain itu kegiatan distribusi barang dan bahan baku juga terhambat karena adanya pembatasan mobilitas luar rumah.

Dengan demikian, maka banyak konsumen yang mulai beralih menggunakan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhannya dan untuk mengurangi resiko terpapar oleh virus. Dampaknya banyak usaha UMKM yang harus gulung tikar karena penjualan yang masih bergantung pada penjualan konvensional (offline). Sehingga UMKM yang tidak bisa beradaptasi dengan keadaan dan perkembangan harus menutup usahanya karena penurunan penjualan. Pada penelitian Rahmini et al., (2017) menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998

tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat, yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Maka para pelaku usaha harus dapat menciptakan produk yang memiliki daya saing dan nilai kompetitif. Dikutip dari penelitian Romdonny et al., (2018) untuk memenangkan persaingan usaha tersebut dibutuhkan inovasi dan kreativitas sebagai modal utama produk yang dihasilkannya.

Meskipun memiliki berbagai dampak negative bagi perekonomian Indonesia, pandemic COVID-19 tetaplah mempunyai sisi positif yang bermanfaat. Pandemic COVID -19 telah mendorong para pemilik UMKM untuk bertransformasi menjadi lebih efektif dan efisien, yaitu perubahan dari konvensional menjadi digital. Selain itu perekonomian global yang semakin tidak menentu disertai dengan banyaknya negara di dunia yang mengalami krisis ekonomi termasuk Indonesia Utami & Nawawi, (2022). Definisi lain dari ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang berdasar paa teknologi digital internet. Sebutan lain dari ekonomi digital adalah *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*. Dengan beberapa karakteristik yang harus dipahami oleh pelaku ekonomi digital yaitu *knowledge*, *digitazion*, *virtualization*, *molecularization*, *internetworking*, *disintermediation*, *covergebce*, *innovation*, *presumption*, *immediacy*, *globalization*, dan *discordance*.

Sebagai informasi, UMKM merupakan pilar penting dari perekonomian Indonesia. Menurut data 99% dari pengusaha Indonesia adalah pengelola usaha UMKM, UMKM di Indonesia sudah berperan memberikan 97% dari lapangan pekerjaan. Maka penting bagi UMKM untuk beradaptasi terhadap teknologi dan mulai belajar untuk memahami penggunaan teknologi. Pemerintah juga turut mendukung adanya digitalisasi dengan menjadikan digitalisasi sebagai salah satu program dari Kementrian UMKM dan koperasi.

Semenjak pandemic COVID-19 pola konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan, masyarakat mulai akrab dengan digitalisasi. Pengguna platform digital tercatat mengalami peningkatan sebanyak 42% (2020) hal tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital hampir selalu digunakan dalam kehidupan sehari – hari. Umumnya masyarakat menggunakan *e-commerce* dan marketplace untuk bertransaksi. Semenjak pandemic, penjualan *e-commerce* mengalami peningkatan sebanyak 26% (2020). Hal tersebut membuktikan bahwa para pelaku UMKM mulai berhasil melakukan transformasi digital. Pemerintah mencatat nilai transaksi ekonomi pada *e-commerce* pada kuartal I-2022 telah mencapai Rp 108,54 triliun. Capaian tersebut mengalami pertumbuhan 23 persen dibandingka dengan periode yang sama di tahun lalu (Liputan6.com, Jakarta)

Untuk pengembangan digital bagi UMKM, ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar usahaya dibidang digital dapat berlangsung dalam jangka waktu yang lama. Yaitu kualitas produksi, kapasitas produksi, dan literasi digital. dalam upaya pengembangan UMKM, generasi milenial yang

merupakan generasi pengguna teknologi digital paling aktif bisa ikut membantu dalam memperluas jangkauan penjualan produk UMKM dengan menjadi reseller. Dan juga dukungan pemerintah akan sangat dibutuhkan untuk mempermudah perizinan UMKM.

Untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat setiap harinya, salah satu alat yang dapat digunakan untuk mendukung UMKM dalam menghadapi persaingan adalah teknologi. Namun tidak semua UMKM mampu untuk menerapkan teknologi dalam usahanya karena perusahaan memerlukan modal yang memadai. Pada penelitian Nur Aisyah et al., (2014) mengemukakan bahwa baru 20% UMKM di Indonesia yang menggunakan komputer dalam proses bisnis mereka. Di dalam penjelasan yang lebih lanjut menjabarkan bahwa UMKM di Indonesia belum mengadopsi komputer karena mereka tidak merasa membutuhkan komputer untuk menjalankan bisnis mereka (82.2%), kurangnya dukungan finansial (41.1%), dan kurangnya kemampuan dalam mengoperasikan komputer (4.1%). Selain ketiga faktor internal tersebut, faktor eksternal juga memegang peran yang cukup signifikan. Peran universitas dan dukungan pemerintah akan menguntungkan UMKM dalam upaya untuk mengadopsi komputer. Para ahli juga menjelaskan bahwa hanya 58.6% dari UMKM yang telah mengadopsi komputer menggunakan komputer tersebut untuk mendukung proses bisnis.

Di dunia digital pemilik UMKM dituntut untuk menjadi kreatif, pemilik UMKM harus bisa menciptakan berbagai konten kreatif yang dapat menarik minat para pengguna social media. Konten merupakan pilar utama yang

digunakan untuk bersaing pada dunia digital, tanpa konten yang kreatif maka dapat dipastikan UMKM sulit untuk bersaing. Maka ada beberapa hal yang harus dipelajari oleh para pemilik UMKM untuk menciptakan konten kreatif yaitu teknik fotografi. Hasil fotografi yang baik akan lebih menonjol untuk dilihat. Kemudian juga harus mempelajari cara mengedit video, karena saat ini aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah aplikasi yang membagikan video.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“UPAYA PENINGKATAN KREATIVITAS SDM DAN PENERAPAN TEKNOLOGI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM PASCA PANDEMI COVID-19”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peningkatan kreativitas SDM terhadap perkembangan UMKM di pasca pandemic covid-19?
2. Bagaimana penggunaan sosial media dan terhadap perkembangan UMKM pasca pandemic covid-19?
3. Bagaimana penggunaan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM pasca pandemic covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh pemahaman teknologi dan kreatifitas terhadap perkembangan UMKM di era pandemic covid-19, sehingga tujuan spesifik yang diharapkan yaitu :

1. Mengidentifikasi peningkatan kreativitas SDM terhadap perkembangan UMKM di era pandemic covid-19
2. Mengidentifikasi penggunaan sosial media terhadap perkembangan UMKM pasca pandemic covid-19
3. Mengidentifikasi penggunaan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM pasca pandemic covid-19

D. Manfaat Penelitian

UMKM sangatlah penting bagi perekonomian Indonesia dikarenakan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. UMKM juga turut berkontribusi terhadap PDB sebanyak 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja nasional yang mencapai 96,9%.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritik maupun praktis. Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang manajemen sdm yang berkaitan dengan perkembangan UMKM.

- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan dan masukan bagi penelitian yang selanjutnya.
- c. Kemudian diharapkan dapat memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan yang ada dalam penelitian.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan, masukan, hingga sumber informasi bagi pemilik UMKM, dan mengenai pentingnya kreativitas dan pemahaman teknologi dalam perkembangan usaha. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi penyusunan penelitian di masa mendatang.

- a. Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi perusahaan UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui kreativitas dan pemanfaatan teknologi.

- b. Bagi konsumen

Memberikan informasi kepada konsumen mengenai pengaruh pemanfaatan teknologi dan peningkatan kreativitas sdm terhadap perkembangan UMKM

3. Manfaat Empiris

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alternatif masukan dan pertimbangan dalam upaya pengelolaan perusahaan

dalam perspektif manfaat kreativitas dan pemahaman teknologi dalam perkembangan UMKM

b. Bagi Pembaca

Menginformasikan pentingnya keberadaan UMKM sebagai pilar keberlangsungan perekonomian di Indonesia dan juga memberikan pengetahuan bagi pembaca terkait dengan kreativitas dan pemahaman teknologi terhadap perkembangan UMKM yang outputnya menjadi artikel, jurnal atau skripsi.