

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

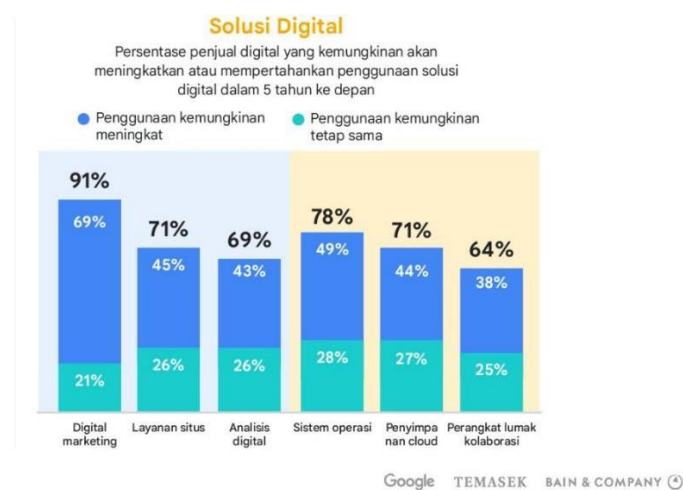
Di Jawa Timur berdasarkan sensus nasional di bidang ekonomi akhir tahun 2013 jumlah UMKM di Jatim sebanyak 4,2 juta, jumlah tersebut pada Sensus 2014 yang hasilnya dipublikasikan 2015 melompat menjadi 6,8 juta, dan tahun 2016 yang hasilnya dipublikasi 2018 kembali naik signifikan menjadi 9,59 juta. Bahkan pada tahun 2019, dari PDRB Jatim yang mencapai Rp. 2.019 triliun, sebesar Rp 1.290. triliun berasal dari Profitabilitas UMKM (Soetjipto, 2020). Bahkan Usaha Mikro Kecil Menengah di beberapa kabupaten mengalami pertumbuhan khususnya di Kabupaten Pasuruan.

UMKM di Kabupaten Pasuruan membuktikan bahwa beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Sejalan dengan Kabupaten Pasuruan dikenal sebagai daerah perindustrian yang mana terdapat banyak karyawan, hal tersebut menjadikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya di sector apa saja. Namun Hal krusial yang saat ini menjadi “Pekerjaan Rumah” utama para pelaku UMKM adalah soal mengenai pemasaran produk, teknologi, kualitas produk yang tidak tercover dengan baik, permodalan dan perolehan bahan baku yang belum memadai, serta masih belum adanya

standart kualitas produk yang rendah dan kurang bermutu.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah kabupaten pasuruan mulai melakukan pemberdayaan secara bertahap. Dimulai dari peningkatan kualitas UMKM dengan memperkenalkan pelaku UMKM terhadap pentingnya melakukan transformasi digital dan berinovasi dalam menghadapi persaingan. Pemerintah kabupaten pasuruan juga berupaya secara langsung dalam hal peningkatan kualitas umkm secara progresif. Hal ini dapat dilihat melalui peningkatan kualitas pembinaan terhadap pelaku usaha UMKM yang dilakukan secara rutin dan terukur dengan harapan dapat menghasilkan komoditas berkualitas ekspor. Terlebih lagi, di era Society 5.0 saat ini menjadi pintu masuk bagi para pelaku umkm untuk mengenalkan produknya dengan cara digitalisasi produk.

Tabel : 1.1 Presentase penjualan digital



Seperti halnya tabel diatas dapat diketahui bahwa kemungkinan penggunaan fasilitas digital pada UMKM mengalami peningkatan yang pesat. Dengan potensi meningkatnya UMKM yang menggunakan digital maka untuk usaha yang belum mengadopsi hal tersebut sudah harus mulai bertransformasi secara digital dan berinovasi supaya memiliki kinerja yang baik dan bisa lebih berdaya saing.

Seperti halnya sekarang fenomena yang terjadi yaitu meningkatnya persaingan antar UMKM yang menjual produknya dengan cara tradisional dengan UMKM yang menjual produknya dengan cara online shop. Masyarakat sekarang lebih banyak memanfaatkan online shop untuk melakukan transaksi pembelian barang ataupun makanan karena lebih praktis dan menghemat tenaga, apalagi sekarang di online shop banyak promo diskon dalam sebuah pembelian. Serta maraknya masyarakat sekarang yang menggunakan internet untuk membuka online shop apalagi di era society 5.0 sekarang banyak ibu-ibu yang memanfaatkan internet untuk membuka usaha seperti berjualan produk aneka macam produknya di media sosial. Hal seperti inilah yang akan membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing antar UMKM dan kinerja UMKM. Apalagi Padaera society 5.0 saat ini banyak sekali platform yang berbasis digital yang sangat menguntungkan dan memudahkan bagi para pelaku UMKM dalam hal memasarkan produknya ke

pangsa pasar yang lebih luas lagi. Ketika suatu usaha telah mengadopsi online shop yang berbasis digital, maka pada saat itu juga usaha tersebut sedang melakukan transformasi digital. Transformasi digital merupakan sebuah strategi dimana dalam pelaksanaannya memanfaatkan sebuah teknologi digital untuk mengubah suatu pola dalam berbisnis, baik dalam mengoperasikan maupun dalam melayani konsumen, dari beberapa perusahaan yang menerapkan transformasi digital.

Tabel : 1.2 Data UMKM yang Go Digital

Nama UMKM	Produk	Pengguna Go Digital
Tuku Ngombe	Aneka Macam Minuman	Go Jek
Ayam Geprek Bu Puje	Aneka Macam Makanan dan Minuman	Go Jek
Omah Jajan	Aneka macam makanan	Go Jek
Bakso Krikil	Bakso	Go Jek
Nina Bordir	Pakaian Muslim Wanita	Shopee
Nizar Bordir	Pakaian Muslim Pria	Shopee
Toko Sebelah	Aneka Aksesoris dan Elektronik	Shopee & Tokopedia

Online Market yang dilakukan pihak UMKM di Kabupaten Pasuruan pada Produk mereka bertujuan untuk memudahkan konsumen untuk membeli produk kita.

Di era digital seperti saat ini, kebutuhan akan transformasi digital di berbagai industri menjadi sebuah fenomena penting yang

tidak dapat dihindari. Terlebih seperti tahun-tahun belakangan ini, saat seluruh dunia menghadapi pandemi COVID-19 yang mengharuskan terjadi perubahan besar terhadap gaya hidup dan cara perusahaan bekerja. Seperti halnya di Kabupaten pasuruan dalam proses penerapan Transformasi digital bagi UMKM, pemerintah dapat mendukung pelaku UMKM dalam melakukan branding pada produk produk setiap UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas operasi internal dan penawaran pasar eksternal juga pengenalan produk unggulan melalui media sosial yang bahkan berskala nasional. Pengenalan produk melalui media sosial sangat efektif sebagai media promosi produk UMKMagar semakin dikenal masyarakat.

Transformasi digital sangat berpengaruh pada perubahan aktivitas pada UMKM dalam menghasilkan keunggulan bersaing. Transformasi digital pada UMKM yang berfokus pada inovasi, adopsi teknologi, dan penciptaan nilai baru yang bertujuan untuk membangun kinerja pemasaran.oleh karena itu untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar harus dapat bertindak cepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam era digital ini, yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah dapat meningkatkan kemampuannya dalam pemasaran digital dan dapat melakukan transformasidigital dengan cepat.

Pada era society 5.0 saat ini dengan banyaknya permintaan

berbagai macam produk dari konsumen sehingga menuntut UMKM untuk melakukan kreativitas inovasi untuk menciptakan produk yang benar-benar baru dan unik yang masih belum dimiliki oleh UMKM lain, karena produk yang dianggap bernilai adalah produk yang berbeda. Kebijakan inovasi dapat memberikan pengaruh yang signifikan bagi UMKM, untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang merupakan inti dalam sebuah bisnis dan menjadi yugas UMKM untuk meningkatkan kinerjabisnisnya.

Melalui fenomena tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pentingnya transformasi digital dalam menghadapi persaingan dan proses inovasi dalam meningkatkan daya saing antar UMKM dan kinerja UMKM bagi para pelaku UMKM. Faktor tersebut juga menjadi indikasi seberapa berkembangnya UMKM tersebut dan seberapa unggulnya daya saing antar UMKM keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing merupakan faktor utama yang mempengaruhi kinerja suatu usaha dan aspek lembaga terkait, sehingga keunggulan bersaing dan kinerja usaha sama-sama memiliki urgensi sebagai barometer berhasilnya suatu usaha.

Dalam menjalankan kontribusi perekonomian nasional, UMKM Kabupaten Pasuruan tidak terlepas dari masalah.

Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM diatas diharapkan menjadi sebuah pembelajaran dalam proses berkembangnya. Kondisi ini merupakan salah satu pendorong peneliti untuk mengetahui sejauh mana pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi yang diduga mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Pasuruan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti memutuskan melakukan penelitian dengan perumusan masalah yang berjudul **“Pengaruh Transformasi Digital dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah variabel (X1) Transformasi Digital berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan?
2. Apakah variabel (X1) Transformasi Digital berpengaruh terhadap variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan?
3. Apakah variabel (X2) Inovasi produk berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan?
4. Apakah variabel (X2) Inovasi produk berpengaruh terhadap

variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan?

5. Apakah variabel (X1) Transformasi Digital, variabel (X2) Inovasi produk berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing, (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel (X1) Transformasi Digital terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel (X1) Transformasi Digital terhadap variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel variabel (X2) Inovasi produk terhadap variabel (Y1) Keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Pasuruan.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel (X2) Inovasi P r o d u k terhadap variabel (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan
5. Untuk mengetahui dan memahami variabel (X1) Transformasi Digital, variabel (X2) I n o v a s i produk berpengaruh terhadap variabel (Y1) Keunggulan Bersaing, (Y2) Kinerja UMKM di Kabupaten Pasuruan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya Ilmu manajemen khususnya dalam kajian tentang strategi pemasaran, transformasi digital, program pemasaran, keunggulan bersaing , dan keputusan pembelian.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaatlain, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi UMKM Kabupaten Pasuruan, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan, khususnya dalam memotivasi para pelaku UMKM untuk meningkatkan serta memperluas pemasaran dan minat pembelian produk maupun jasa selama era society 5.0.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pemikiran sebagai pijakan para peneliti untuk meneliti unsur manajemen pemasaran yang sama yaitu keunggulan bersaing atau objek penelitian lain yang berbeda.
3. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh dari masalah Transformasi Digital dan program pemasaran selama masa Pandemi Covid-19 dengan upaya

keunggulan bersaing untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan di UMKM Kabupaten Pasuruan .