

BAB I

PENDAHULUAN

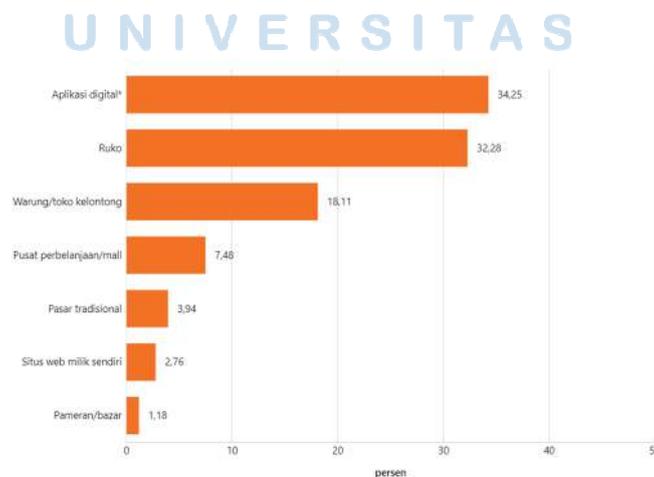
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang cepat mendorong masyarakat untuk meninggalkan sistem manual atau tradisional dan beralih ke sistem yang lebih efektif, hal ini juga berdampak pada isu pengangguran yang disebabkan karena sebagian besar pekerjaan telah tergantikan dengan adanya kemunculan teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat merupakan fenomena yang tidak bisa dihindari dan berdampak pada sebagian besar pekerjaan yang menggunakan keterampilan dan manual akan tergantikan oleh digitalisasi dan otomatisasi (Darmanto et al., 2022; Natasha & Surya, 2018; Saragih, 2019; Adha, 2020; Handayanti & Mahmuda, 2019). Salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran adalah melalui penciptaan lapangan kerja melalui kegiatan kewirausahaan. Kewirausahaan telah terbukti memiliki dampak signifikan terhadap momentum pertumbuhan suatu bangsa dan memperkuat kesejahteraan sosial dengan merangsang pengentasan kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja bagi populasi pengangguran (Farouk et al., 2014; Sutter et al., 2019; Hossain & Al Asheq, 2020; Anjum et al., 2020; Agu & Nwachukwu, 2020). Disamping itu, masyarakat juga perlu melihat peluang baru dari adanya tantangan perkembangan teknologi, yang mana justru dapat dimanfaatkan dalam kelangsungan bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Transformasi teknologi digital telah mengubah proses kewirausahaan dan membawa pertumbuhan pada kewirausahaan digital sebagai peluang dalam menciptakan inovasi dan startup baru, yang dapat mengoptimalkan pemanfaatan digitalisasi di setiap kegiatan manusia (Setyawan & Sishadiyati, 2023; Astuti et al., 2023). Saat ini, para pengusaha beralih ke platform digital karena teknologi digital telah menurunkan biaya operasional bisnis, memberikan peluang untuk mengeksplorasi peluang bisnis yang belum dimanfaatkan, dan mencapai pasar yang lebih luas (Wang et al., 2020; Lingappa et al., 2020; Astuti et al., 2023).

Saat ini perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitas dan kuantitas, terutama dengan adanya dukungan pemerintah dengan berbagai pihak untuk mendorong para pelaku UMKM masuk ke ranah digital.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa tercatat 64,2 juta UMKM pada tahun 2023, memberikan sumbangan 61,07 persen atau 8.573,89 triliun rupiah kepada PDB saat ini. Pihak pemerintah maupun swasta juga berupaya untuk meningkatkan perkembangan UMKM atau wirausaha digital di kawasan Kota Tangerang Selatan. Pernyataan ini didukung berdasarkan dari CNBC Indonesia (2023) yang mengatakan bahwa PT HM Sampoerna Tbk (Sampoerna) mendapatkan penghargaan karena telah berhasil membantu sekitar 211 UMKM dari total sebanyak 140 ribu yang tercatat dalam data Entrepreneur Data Center (EDC) di Kota Tangerang Selatan dalam program pengembangan UMKM Indonesia untuk Transformasi Digital. Program ini menawarkan pelatihan berbagai materi yang berguna untuk meningkatkan kapasitas mereka, seperti melakukan pemasaran melalui platform digital dan menerapkan sistem pembayaran digital, sehingga UMKM di Kota Tangerang Selatan memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing, beradaptasi, dan berkembang lebih lanjut. Program ini juga mendukung tujuan pemerintah Indonesia untuk membuat 30 juta usaha kecil dan menengah (UMKM) Go Digital pada tahun 2024.

Tidak hanya UMKM di kawasan Tangerang Selatan, para UMKM di Indonesia secara keseluruhan saat ini juga sudah mulai banyak yang mengadopsi digitalisasi dalam berbisnis. Dapat dilihat berdasarkan hasil dari laporan riset yang dilakukan oleh lembaga The Institute for Development of Economics and Finance (INDEF):



Gambar 1. 1 Data Proporsi Responden UMKM Berdasarkan Tempat Berjualan Utama Tahun 2023

Sumber: databoks.katadata.co.id

Pada bulan Desember 2023, INDEF melakukan survei terhadap 254 sampel UMKM di seluruh Jabodetabek (30 persen), Pulau Jawa non-Jabodetabek (50 persen), dan luar Pulau Jawa (20 persen). Hasil survei menunjukkan bahwa 33,86 persen responden UMKM sebelumnya hanya berjualan secara *offline* dan saat ini sudah bergerak ke ranah bisnis *online*, dan 61,02 persen responden telah menggunakan kedua media promosi *online* dan *offline* sejak memulai bisnis mereka. Selain itu, 5,12 persen responden UMKM menggunakan saluran digital sebagai salah satu platform berjualan. Dari seluruh UMKM yang disurvei oleh INDEF, ditemukan juga bahwa sebagian besar menggunakan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce* untuk berjualan (34,25%). Namun, walaupun persentase UMKM yang menggunakan platform digital tinggi, selisih persentase UMKM yang sudah menggunakan platform digital dengan UMKM yang lebih suka berjualan secara *offline* hanya sedikit, yaitu di ruko (32,28%) dan toko kelontong (18,11%), yang mana dapat dibilang masih banyak juga UMKM yang belum menggunakan platform digital dalam kelangsungan bisnisnya. Para UMKM yang berjualan secara *offline* masih bergantung pada pemasaran konvensional (Kompas, 2023)

Hal ini juga didukung oleh Kementerian Keuangan (Kemenkeu) yang mengatakan bahwa masih ada UMKM yang mengalami berbagai tantangan, yang mana salah satunya adalah akses digitalisasi (Kemenkeu, 2023). Ditunjukkan dari data laporan Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa dari 119,6 juta pelaku UMKM, hanya 17,5 juta yang memanfaatkan platform digital dan *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas, berikut laporan datanya:



Gambar 1. 2 Persentase Usaha yang Tidak Melakukan eCommerce menurut Alasan Tahun 2023

Sumber: BPS (2023)

Berdasarkan hasil dari Survei eCommerce 2023 yang dilakukan oleh BPS menunjukkan bahwa mayoritas usaha di Indonesia masih belum memanfaatkan platform *e-commerce*. Dari 4.252 Blok Sensus di 302 Kabupaten/Kota, 78,12% pengusaha lebih memilih berjualan secara langsung. 29,94% tidak tertarik berjualan *online*, dan 27,83% pengusaha tidak memiliki pengetahuan atau keahlian yang cukup untuk menggunakan *e-commerce*. Hal ini juga didukung dari hasil survei yang dilakukan oleh Kemenkop UKM pada tahun 2022, bahwa hanya sebanyak 20% UMKM yang sudah memanfaatkan penggunaan teknologi digital, 40% UMKM mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi digital. Selain itu, 30% UMKM tidak memahami manfaat digitalisasi dan 30% lainnya kekurangan sumber daya untuk menerapkannya (bisnis.solopos.com, 2023).

Berdasarkan hasil data survei yang dilakukan oleh BPS pada gambar 1.2 dan Kemenkop UKM, bahwa tidak sedikit juga UMKM yang masih memiliki kendala atau kesulitan mengadopsi teknologi digital dalam berbisnis, hal ini disebabkan karena adanya beberapa alasan yang mana salah satunya adalah rendahnya pengetahuan (*digital knowledge*) dan kompetensi (*digital competence*) terhadap teknologi digital. Seorang wirausahawan yang tidak memiliki pengetahuan dan kompetensi yang diperlukan, mereka tidak akan memiliki rasa percaya diri dalam menjalankan bisnisnya. Pengetahuan kewirausahaan merupakan dasar pembentukan kecerdasan seseorang yang dapat membentuk kepercayaan diri dalam melakukan aktivitas kewirausahaan dan wirausahawan yang sukses memiliki kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu (Hägg & Kurczewska, 2019; Teixeira & Ferreira, 2019) dalam (Firdaus et al., 2023). Pemahaman mengenai digitalisasi atau pemanfaatan teknologi dalam berbisnis sangatlah diperlukan bagi setiap wirausaha untuk membangun perilaku wirausaha digital agar dapat terus berkembang dan bersaing dengan kemunculan bisnis-bisnis digital lainnya (Darmanto et al., 2023).

Selain *digital knowledge* dan *digital competence*, dalam mengembangkan UMKM kearah digital yang sukses juga diperlukan keberanian seorang wirausahawan untuk mengambil risiko (*risk propensity*) dalam menghadapi tantangan. Hal ini dikarenakan, seorang wirausaha selalu dihadapkan dalam mengambil keputusan yang tentunya memiliki potensi risiko muncul, karena itu karakteristik wirausaha yang penting untuk dapat berhasil dan bertahan dalam usaha adalah keberanian dalam mengambil risiko (Galuh Oktavia DS & Eny Trimeiningrum, 2018). Untuk itu, individu yang ingin memulai usaha mereka sendiri harus merasa siap untuk mengambil risiko, seperti siap menghadapi kemungkinan kerugian finansial, bersedia mengatasi tantangan yang ada, dan mampu memanfaatkan setiap kesempatan yang muncul (Laksono et al., 2022). Menurut Darmanto et al (2023), faktor *risk propensity* dan *knowledge of entrepreneurship* merupakan variabel yang dapat mewakili aspek kepribadian dan modal manusia yang banyak digunakan untuk menguji pengaruhnya terhadap perilaku wirausaha, sedangkan *digital competence* merupakan variabel yang perlu diteliti karena faktor ini menjadi dasar penelitian perilaku (*behavior*) secara spesifik untuk perilaku wirausaha digital.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, *risk propensity* ditemukan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan (Setiawan et al., 2023), sedangkan dalam penelitian lain, ditemukan *risk propensity* tidak mempengaruhi niat dan perilaku kewirausahaan (Antoncic et al., 2018). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *entrepreneurship knowledge* berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku berwirausaha (Elistia, 2020; Farani et al., 2017). Namun penelitian lain menunjukkan bahwa *entrepreneurship knowledge* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku berwirausaha (Putra et al., 2018; Kusumawardani & Richard, 2020). *Digital competence* terbukti mempengaruhi perilaku kewirausahaan secara signifikan (Darmanto et al., 2023), sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Sitinjak (2019) menyatakan bahwa *digital competence* tidak mempengaruhi perilaku kewirausahaan secara signifikan.

Melihat adanya kesenjangan penelitian atau ketidakkonsistenan terhadap hasil penelitian terdahulu, maka menurut Darmanto et al (2023) diperlukan

mediator sebagai solusi yang berperan menjembatani pengaruh kepribadian, human capital, dan kompetensi untuk mendorong terbentuknya perilaku wirausaha digital. *Entrepreneurial self-efficacy* diketahui sebagai variabel yang mempunyai pengaruh paling kuat dalam mewujudkan keinginan berwirausaha seseorang (Pihie & Bagheri, 2011). Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa faktor *entrepreneurial self-efficacy* dapat memediasi aspek latar belakang, seperti kepribadian, sumber daya manusia, dan lingkungan serta perilaku kewirausahaan (Darmanto & Yuliari, 2018; Onjewu et al., 2021). Namun, hanya sedikit yang meneliti terkait perilaku kewirausahaan digital (digital entrepreneurial behavior) khususnya di Kota Tangerang Selatan yang sudah banyak UMKM mengikuti pelatihan terkait digitalisasi.

Maka dari itu, sangat penting untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mendorong atau mempengaruhi UMKM dalam memaksimalkan penggunaan teknologi atau digitalisasi dalam berbisnis, yang mana ini juga upaya solusi untuk pemerintah dalam meningkatkan perkembangan UMKM Go Digital di era digital. Memahami faktor-faktor yang membantu pengusaha dalam mengadopsi teknologi baru menjadi penting untuk mendorong dinamika usaha kewirausahaan yang lebih inovatif dan adaptif (Troise et al., 2022). Penelitian ini mendasari pengembangan Theory of Planned Behavior sebagai teori pokok dengan menggunakan faktor latar belakang berupa kepribadian (*risk propensity*), modal manusia (*digital knowledge*), dan pembelajaran (*digital competence*) untuk terbentuknya perilaku kewirausahaan digital, karena teori ini dapat digunakan untuk memahami niat dan perilaku seseorang dalam menerima teknologi baru (Halder & Goel, 2019). Peran faktor latar belakang terutama aspek kepribadian, pembelajaran kewirausahaan, dan lingkungan dalam meningkatkan niat dan perilaku berwirausaha juga telah dibahas dalam beberapa penelitian yang menggunakan perkembangan model dari *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2005) dalam (Darmanto et al., 2023).

Dalam melihat kepentingan ini, penulis ingin meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan digital pada UMKM yang sudah mengadopsi digital di Kota Tangerang Selatan melalui acuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darmanto, S., Ekopriyono, A., Hikmah, & Ratnawati, A. T. (2023) dengan 4 faktor yang diteliti yaitu, *Risk Propensity*, *Digital*

Entrepreneurial Knowledge, Digital Competence, dan Digital Entrepreneurial Self-Efficacy. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan penulis dapat mengetahui dan membantu para pemangku kepentingan mengidentifikasi faktor-faktor penting yang dapat menjadi solusi untuk mendorong dan meningkatkan perkembangan wirausaha digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan latar belakang yang telah disampaikan terkait perilaku kewirausahaan digital, maka berikut adalah pertanyaan-pertanyaan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apakah *Risk Propensity* berpengaruh signifikan terhadap *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*?
2. Apakah *Digital Entrepreneurial Knowledge* berpengaruh positif terhadap *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*?
3. Apakah *Digital Competence* berpengaruh positif terhadap *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*?
4. Apakah *Risk Propensity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*?
5. Apakah *Digital Competence* berpengaruh positif terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*?
6. Apakah *Digital Entrepreneurial Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan ilmiah berdasarkan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Risk Propensity* terhadap *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Entrepreneurial Knowledge* terhadap *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Competence* terhadap *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Risk Propensity* terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Competence* terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Akademisi

Penulis berharap melalui penelitian ini, dapat menambah wawasan akademis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan digital yaitu dengan pengaruh variabel *Risk Propensity*, *Digital Entrepreneurial Knowledge*, *Digital Competence*, *Digital Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap *Digital Entrepreneurial Behavior*. Sehingga dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Bagi Pemangku Kepentingan

Penulis berharap melalui hasil penelitian ini, dapat membantu lembaga pendidikan dalam mengembangkan kurikulum yang lebih relevan dengan kebutuhan industri di era *digital*, dengan memasukkan materi tentang *Digital Entrepreneurial Behavior* dan keterampilan digital serta dapat membantu organisasi non-pemerintah dalam mengembangkan program pembinaan wirausaha yang lebih efektif, dengan fokus pada pengembangan *Digital Entrepreneurship* atau UMKM Go Digital.

1.5 Batas Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan ruang lingkup yang dibatasi untuk fokus pada variabel penelitian yang dibutuhkan. Hal ini dilakukan agar hasil

penelitian lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang ingin dikaji oleh penulis. Berikut adalah batasan-batasan pada penelitian ini:

1. Penelitian ini memiliki objek responden yang terbatas yaitu kepada pelaku UMKM yang sudah menggunakan atau mengadopsi digitalisasi di Tangerang Selatan.
2. Variabel yang diteliti juga terbatas, hanya terdiri dari 3 variabel independen yaitu *Risk Propensity*, *Digital Entrepreneurial Knowledge*, dan *Digital Competence* terhadap 1 variabel dependen yaitu *Digital Entrepreneurial Behavior*, melalui variabel mediasi yaitu *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*.
3. Kuesioner yang akan disebarakan kepada responden dilakukan secara online melalui Google Form.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan *Digital Entrepreneurial Behavior* pada UMKM Yang Mengadopsi *Digital* di Kota Tangerang Selatan. ” yang akan terbagi menjadi 5 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I, akan menjelaskan terkait latar belakang penelitian yang akan dilanjutkan dengan pertanyaan rumusan masalah terhadap fenomena yang terjadi, sehingga muncul tujuan penelitian yang akan dicapai dan manfaat penelitian yang diharapkan. Lalu, terdapat batasan-batasan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada BAB II, akan menjelaskan terkait teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu seputar variabel-variabel yang diteliti seperti *Risk Propensity*, *Digital Entrepreneurship Knowledge*, *Digital Competence*, *Digital Entrepreneurial Self-efficacy*, dan *Digital*

Entrepreneurial Behavior yang nantinya juga akan diperkuat dengan acuan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III, akan menjelaskan secara detail mengenai objek penelitian yang ingin diteliti, metodologi penelitian yang akan diterapkan, termasuk variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik sampling, dan teknik analisis data serta uji hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV, akan menjelaskan terkait hasil dari analisa yang sudah diteliti serta pembahasan detail mengenai hasil survei dan data yang diperoleh. Hasil analisa untuk menjawab pertanyaan penelitian didapatkan dari penggunaan aplikasi atau program SMART-PLS.

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN

Pada BAB V, akan menjelaskan terkait kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang sudah diteliti, kemudian saran yang bermanfaat bagi berbagai pihak, seperti perusahaan, pemerintah, individu, dan peneliti lain yang ingin melakukan penelitian serupa.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA