

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam struktur ekonomi Indonesia, UKM memainkan peran yang sangat berarti. UKM memberi sumbangan penting terhadap PDB dan penciptaan lapangan pekerjaan sekaligus inovasi (Braune et al., 2016). Namun, dengan semakin sengitnya persaingan dan pesatnya perkembangan teknologi, UKM dihadapkan pada kesulitan untuk menjaga daya saingnya (Sung et al., 2020). Dalam era globalisasi dengan persaingan yang semakin ketat, usaha kecil dan mikro (UKM) dihadapkan pada tantangan untuk beradaptasi dan berinovasi. Untuk menghadapi tantangan ini, UKM perlu fokus pada peningkatan inovasi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia serta teknologi, serta memperluas jangkauan pasar. Langkah-langkah ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk UKM di pasar global, khususnya dalam menghadapi produk luar negeri yang semakin hadir di Indonesia melalui pusat-pusat industri dan manufaktur. UKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional dengan kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar (Sedyastuti et al., 2021). Dalam situasi ini, semangat wirausaha dan kemampuan untuk mengadopsi teknologi digital merupakan hal yang penting yang bisa berdampak pada kesuksesan usaha kecil dan mikro kedepannya.

Kemampuan digitalisasi telah menjadi elemen krusial dalam

perkembangan bisnis, terutama di era transformasi digital yang pesat. Digitalisasi telah diidentifikasi sebagai elemen yang mendorong internasionalisasi UKM. Akan tetapi, integrasi teknologi digital memerlukan investasi dan perubahan dalam praktik internal perusahaan melalui mobilisasi sumber daya baru, serta dengan menerapkan kemampuan khusus untuk mengelolanya (Dethine et al., 2020).

Dalam konteks UKM (Usaha Kecil dan Mikro), perlu dipersiapkan untuk beradaptasi dengan lingkungan teknologi baru mereka agar tetap kompetitif atau bahkan terlibat dengan pasar baru (Safar et al., 2018). UKM memerlukan panduan dalam mengembangkan strategi digitalisasi mereka agar dapat mengikuti perkembangan teknologi. Hal ini dapat terjadi dengan memprioritaskan tindakan untuk memungkinkan transisi digital yang efektif dan efisien (Goerzig & Bauernhansl, 2018). Oleh karena itu, transformasi digital merupakan jenis tantangan baru bagi UKM, yang memerlukan strategi transformasi digital global yang berdampak pada seluruh organisasi perusahaan (Dethine et al., 2020).

Digitalisasi menawarkan peluang bagi UKM untuk mengatasi kendala sumber daya tradisional dan meraih peluang pertumbuhan baru (Bouwman et al., 2019). Meskipun perkembangan teknologi sangat pesat, teknologi digital terus memainkan peran sentral dalam strategi digital saat ini untuk UKM (Mandviwalla & Flanagan, 2021). Selain itu, platform digital memiliki peran penting dalam memungkinkan UKM untuk melakukan digitalisasi melalui dampak transformatif pada bisnis (Asadullah

et al., 2018, Bouwman et al., 2019, Vial, 2021) dan terkait dengan peningkatan kinerja perusahaan (Cenamor et al., 2019).

Namun, meskipun potensi digitalisasi besar, tidak semua UKM mampu mengadopsinya dengan baik. Adopsi teknologi digital dapat menghadirkan tantangan termasuk perlunya investasi awal yang besar, masalah privasi data, dan kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja. (Pfister & Lehmann, 2023) mencermati lebih dekat keuntungan dari digitalisasi di UKM, dengan menekankan pentingnya memahami berbagai dimensi yang berkontribusi terhadap keberhasilan inisiatif ini. Cakupannya bahkan lebih luas, seperti yang diungkapkan (Song et al., 2022) mengeksplorasi transformasi digital pasar tradisional menjadi ekosistem kewirausahaan. Pergeseran dinamis ini mengarah pada transformasi masyarakat yang lebih luas yang didorong oleh digitalisasi. UKM perlu mengikuti tren digitalisasi saat ini, terlepas dari posisi yang mereka hadapi. Agar UKM tetap bertahan, pemilik dan manajer harus menyesuaikan model bisnis, proses, dan infrastruktur mereka dengan realitas digital baru (Becker & Schmid, 2020).

UKM Indonesia masih sedikit memahami pentingnya teknologi digital namun beberapa studi sebelumnya menemukan UKM dapat termotivasi menerima teknologi digital dengan kesadaran adanya manfaat ekonomi (Ritz et al., 2019) memberi layanan aman, murah dan berisiko rendah (Hess et al., 2016) adanya motivasi dan norma perilaku yang terbentuk (Astuti & Nasution, 2014; Caniels et al., 2015) adanya

kepentingan dari konsumen, pemasok dan bisnis lainya (Camilleri, 2019). Sebenarnya pemerintah dan lembaga non pemerintah sebagai lingkungan eksternal mampu mempersiapkan UKM untuk menerima perkembangan teknologi, namun studi sebelumnya (Kumar Bhardwaj et al., 2021; Nugroho, 2015) terdapat kelemahan pada pemerintah tidak dapat memperkuat kesiapan UKM menerima tehnologi. Padahal pemerintah memiliki banyak program pemberdayaan untuk mendorong UKM menggunakan tehnologi digitaliasi (Chen et al., 2021; Maksum et al., 2020). Maka dari itu, kemampuan digitalisasi harus dilihat sebagai kemampuan strategis yang memerlukan dukungan, baik dari internal usaha itu sendiri maupun dari ekosistem bisnis yang lebih luas, termasuk pemerintah.

Jiwa entrepreneur mencerminkan kemampuan individu untuk mengenali peluang bisnis, mengambil risiko, dan mengelola sumber daya secara efektif. Di sisi lain, kemampuan digitalisasi mencakup pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, pemasaran, dan pengembangan produk (Z. Wang et al., 2023). Namun, meskipun kedua faktor ini penting, dukungan pemerintah juga memegang peran vital keberhasilan UKM entrepreneur, kemampuan digitalisasi, dan kesuksesan UKM.

Jiwa entrepreneur memiliki arti penting dalam dunia kewirausahaan. Memiliki semangat berwirausaha dapat memberikan keuntungan baik dari aspek internal maupun eksternal. Salah satu keuntungan secara internal yaitu dapat menumbuhkan *skill* untuk selalu belajar hal-hal baru. Adapun salah

satu keuntungan secara eksternal yakni dalam penciptaan lapangan kerja dan mengatasi masalah pengangguran serta sekaligus mengembangkan pertumbuhan ekonomi. Dalam satu dekade terakhir, kewirausahaan dikenal luas sebagai pendorong utama yang mendasari pertumbuhan ekonomi (Acs et al., 2009).

Zimmerer menyatakan bahwa entrepreneur, atau yang dikenal dengan istilah kewirausahaan, adalah proses di mana kreativitas dan inovasi diterapkan untuk menyelesaikan masalah serta menemukan peluang untuk meningkatkan kualitas hidup. Berikut adalah beberapa ciri dan sifat seorang wirausahawan: 1) percaya diri, mengacu pada keyakinan, sifat mandiri, individualis, dan sikap optimis; 2) fokus pada tugas dan hasil, memiliki dorongan untuk mencapai prestasi, berorientasi pada keuntungan, teguh dan ulet, serta mempunyai tekad kuat, bekerja keras, motivasi tinggi, penuh energi, dan inisiatif; 3) pengambilan risiko, yang berarti memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan dan bersedia mengambil risiko wajar; 4) kemampuan kepemimpinan, bertindak sebagai seorang pemimpin, bersosialisasi dengan orang lain, dan responsif terhadap masukan serta kritik; 5) keaslian, yang mencerminkan sikap yang inovatif, kreatif, dan fleksibel; 6) pandangan ke depan, yaitu mempunyai perspektif atau pola pikir yang jauh ke depan (Suryana, 2001). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Entrepreneur atau wirausahawan adalah individu yang memiliki inisiatif sendiri dan menjalankan usaha, sekecil apapun, atau mengembangkan ide, konsep, atau produk yang baru dan kreatif untuk

menciptakan nilai lebih yang nantinya dapat dimanfaatkan oleh orang lain dan diperdagangkan dengan uang.

Entrepreneur tidak hanya terbatas pada mereka yang memiliki usaha besar, melainkan juga mencakup individu yang memiliki karakteristik khusus seperti inovasi, potensi pengambilan risiko, dan proaktif (Lassen et al., 2006). Karakteristik ini mendorong individu entrepreneur untuk bertahan selama perjalanan kewirausahaan. Hal ini juga memungkinkan individu untuk mengendalikan takdir mereka serta menghadapi berbagai tantangan yang muncul setiap hari selama proses tersebut berkontribusi besar untuk meningkatkan pertumbuhan pribadi (Gholami & Al Tahoo, 2021). Dengan berfokus pada pengembangan ide-ide baru dan berusaha untuk terus memperbaiki produk atau layanan mereka, wirausahawan dapat menciptakan solusi yang relevan dan bernilai bagi masyarakat. Hal ini menciptakan siklus yang tidak hanya membawa keuntungan finansial, namun juga memberikan dampak ekonomi dan social yang positif bagi komunitas di sekitarnya.

Dukungan pemerintah dalam bentuk penyediaan infrastruktur digital, program pelatihan, dan regulasi yang mendukung sangat diperlukan untuk mendorong UKM agar mampu memanfaatkan digitalisasi secara efektif. Mengingat UKM memiliki banyak keterbatasan, termasuk keterbatasan akses terhadap pendanaan, kurangnya keterampilan manajerial, kurangnya kemampuan teknologi, terbatasnya akses terhadap bahan baku dan terbatasnya ketersediaan infrastruktur menghambat mereka untuk

memperluas dan mengembangkan usahanya (Coluzzi et al., 2015; ) & (Y. Wang, 2016). Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengkaji peran pemerintah dalam meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan usaha kecil. Hasilnya menunjukkan bahwa dukungan pemerintah terhadap usaha kecil sangatlah penting (Chen et al., 2021).

Dukungan pemerintah merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan dan keberhasilan Usaha Kecil dan Mikro (UKM), terutama di tengah tantangan modernisasi dan digitalisasi. Pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan UKM melalui kebijakan, regulasi, serta program-program yang mendukung. Dalam konteks perkembangan UKM di era digital, pemerintah diharapkan dapat memberikan bantuan, baik dalam bentuk regulasi yang mempermudah akses teknologi maupun penyediaan infrastruktur yang memungkinkan UKM berpartisipasi aktif dalam ekonomi digital. Selain itu Pemerintah juga disarankan untuk membuat platform pembelajaran digital untuk meningkatkan kemampuan digital bisnis jasa kecil. Selain itu, bisnis kecil harus berurusan dengan sumber daya manusia dan masalah teknis untuk mencapai keberhasilan transformasi digital. Pemerintah juga dapat mendukung transformasi digital dalam bisnis kecil dengan membangun platform digital untuk bisnis kecil untuk kolaborasi dan jaringan. Pemerintah dapat menggunakan temuan ini untuk menentukan peran, kebijakan, dan program untuk mendukung transformasi digital dalam bisnis jasa kecil. Saran ini juga konsisten dengan kebijakan pemerintah untuk mendukung

bisnis kecil dalam meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka, yang akan berdampak pada pertumbuhan dan keberlanjutan ekonomi bangsa (Chen et al., 2021).

Dengan dukungan yang tepat dari pemerintah, UKM akan memiliki kesempatan yang lebih luas untuk berkembang dan bersaing dengan lebih efektif, terutama dalam memanfaatkan digitalisasi sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing mereka. Pemerintah dapat berperan sebagai katalisator perubahan, membantu UKM mengatasi berbagai hambatan struktural dan memastikan bahwa transformasi digital tidak hanya menjadi kesempatan bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi UKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dukungan pemerintah berperan penting menciptakan lingkungan kondusif bagi perkembangan UKM melalui kebijakan dan program untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dan akses pasar bagi pelaku usaha kecil.

Kontribusi Usaha Kecil dan Mikro (UKM) dalam pembangunan perekonomian dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia sangatlah signifikan. Dengan pesatnya perkembangan zaman dan kemajuan ekonomi yang terus meningkat, dunia usaha kini dihadapkan persaingan yang semakin ketat. Penting bagi bisnis untuk mengambil langkah strategis guna tetap tumbuh dan bersaing dalam iklim yang dinamis ini. Provinsi Jambi sebagai provinsi yang memiliki berbagai macam usaha kecil dan mikro ikut andil dalam menciptakan lapangan kerja guna melanjutkan kehidupan di masa depan. Berikut disajikan tabel jumlah UKM Kota Jambi Tahun 2024 :

**Tabel 1.1 Rekapitulasi Data UKM Kota Jambi Tahun 2024**

<b>NO</b>	<b>KECAMATAN</b>	<b>JUMLAH</b>
1	TELANAIPURA	4226
2	JAMBI SELATAN	5865
3	JAMBI TIMUR	6520
4	PASAR JAMBI	925
5	PELAYANGAN	1637
6	DANAU TELUK	2076
7	KOTA BARU	5271
8	JELUTUNG	4776
9	ALAM BARAJO	4584
10	DANAU SIPIN	4532
11	PAAL MERAH	6584
<b>JUMLAH</b>		<b>46996</b>

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kota Jambi, 2024

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa total Usaha Kecil dan Mikro (UKM) Kota Jambi Tahun 2024 sebanyak 46.996 yang tersebar di setiap kecamatan dalam Kota Jambi. Dari tabel tersebut jumlah UKM terbanyak di Kota Jambi terdapat di Kecamatan Paal Merah dan jumlah UKM paling sedikit di Kota Jambi terdapat di Kecamatan Pasar Jambi. Data ini mencakup komunitas UKM di bawah binaan dan tanpa binaan sekaligus memberikan gambaran sebaran UKM di tiap kecamatan, dengan variasi jumlah yang cukup signifikan antarwilayah. Dalam menghadapi persaingan komersial yang ketat, perusahaan kecil harus mengoptimalkan praktik manajemen mereka untuk menjalankan tugas operasional seproduktif dan seefisien mungkin (Medhika et al., 2018). Mengetahui hal tersebut, maka diperlukan adanya

karakter jiwa enterpreneur pada setiap pelaku usaha di Kota Jambi agar usaha yang sedang dijalani dapat terus berlanjut. Selain membutuhkan karakter jiwa entrepreneur, pelaku UKM juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar yang dinamis. Hal ini penting, mengingat tantangan yang dihadapi UKM saat ini tidak hanya berasal dari persaingan lokal, tetapi juga dari ekspansi usaha digital, perubahan perilaku konsumen, dan integrasi pasar secara global.

Digitalisasi membantu UKM meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat keterlibatan pelanggan melalui otomasi, saluran digital, serta komunikasi yang lebih efektif (Rizki Agam Syahputra, 2023). Di Kota Jambi saat ini sedang mengalami perkembangan pesat dalam hal digitalisasi, terutama di kalangan para calon entrepreneur yang semakin ramai memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis mereka. Aktivitas berbasis digitalisasi ini mencakup berbagai sektor, mulai dari pemasaran melalui media sosial hingga penjualan produk di platform *e-commerce*. Para pengusaha muda ini melihat digitalisasi sebagai peluang untuk mengakses pasar yang lebih luas, tidak hanya di Jambi tetapi juga di luar daerah tersebut, sekaligus membangun keterlibatan yang lebih kuat dengan pelanggan. Fenomena ini menunjukkan antusiasme masyarakat Kota Jambi dalam memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan inovasi lokal.

Untuk mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing pelaku UKM, diperlukan peran berbagai pihak, termasuk komunitas yang

dapat menjadi tempat berbagi pengetahuan, pengalaman, dan dukungan. Komunitas semacam ini tidak hanya membantu UKM dalam mengatasi tantangan usaha, tetapi juga mendorong kolaborasi antar pelaku usaha untuk menciptakan inovasi dan peluang baru.

Jumlah komunitas UKM yang tersebar di Kota Jambi sebanyak 10 kelompok yang terdiri dari 384 orang. Berikut disajikan data komunitas UKM Kota Jambi:

**Tabel 1.2**  
**Data Komunitas UKM Kota Jambi Tahun 2024**  
**Binaan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kota Jambi**

No	Nama Kelompok	Nama Ketua Kelompok	Jumlah Anggota
1.	Komunitas Muslimah Kreatif (KMK)	Winni Wardani Watir	40
2.	Setuju	Zuraida	48
3.	Berkah Jaya Bersama (BJB)	Titi Gustriani	47
4.	Garuda Mandiri Jaya	Feny Titania	48
5.	Berkah Mak Mak (BMM)	Dewi Sulistio Wati	33
6.	Laskar Abbasy	Yesi Novita Sari	28
7.	Sahabat Sehati	Dahlia	47
8.	Teratai	Rusmini	20
9.	Sinergi Bersama	Hapsari Reno Widuri	32

10.	Bersinar	Osmaria	42
<b>TOTAL KESELURUHAN</b>			<b>384</b>

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi, dan UKM Kota Jambi (2024)

Berdasarkan data komunitas usaha kecil dan mikro (UKM) yang aktif di wilayah ini, tercatat sebanyak 10 kelompok dengan total keseluruhan anggota mencapai 384 orang di tahun 2024. Jumlah ini mencerminkan tingginya partisipasi masyarakat dalam kegiatan usaha berbasis komunitas. Meskipun sebagian besar kelompok memiliki anggota di atas 30 orang, hal ini tidak serta-merta menjamin keberhasilan usaha yang dijalankan.

Dari data pada tabel 1.2 ada hal yang menarik khususnya pada komunitas UKM Sahabat Sehati. Berdasarkan hasil survey ke komunitas Sahabat Sehati ditemui jumlah UKM sebanyak 150 orang, tentu hal ini ada perbedaan antara data komunitas Sahabat Sehati yang sesungguhnya dengan data yang tercantum di Dinas Tenaga kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi sebanyak 47 orang. Tenaga ini diperkirakan bahwa perkembangan jumlah komunitas Sahabat Sehati tidak *diupgrade* di Dinas Tenaga kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi. Berdasarkan kondisi tersebut dan banyaknya jumlah UKM Sahabat Sehati menjadi bahan rujukan untuk menentukan bahwa penelitian ini jatuh pada komunitas Sahabat Sehati dengan alasan untuk menilai apakah seluruh UKM dengan jumlah yang besar dapat sukses dengan memiliki jiwa enterpreneur dan kemampuan digitalisasi.

Komunitas UKM ‘‘Sahabat Sehati’’ hadir sebagai wadah untuk mendukung pelaku usaha kecil dan mikro di Kota Jambi dalam menghadapi

tantangan tersebut. Salah satu program unggulannya adalah mentoring bisnis sekaligus membimbing anggota komunitas dalam menyusun strategi bisnis yang berkelanjutan. Dengan adanya dukungan ini, komunitas berperan penting dalam membentuk pelaku usaha yang memiliki karakter jiwa entrepreneur yang kuat, sesuai dengan tantangan persaingan di era modern. Berikut disajikan tabel jumlah anggota komunitas ‘‘Sahabat Sehati’’:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Jenis Usaha UKM ‘‘Sahabat Sehati’’ Kota Jambi**  
**Tahun 2024**

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Kuliner	141
2	Fashion	3
3	Jasa	6
<b>Total</b>		150

Sumber: Komunitas UKM Sahabat Sehati (diolah)

Dari tabel 1.3 dijelaskan komunitas ini beranggotakan 150 orang yang tersebar di berbagai sektor usaha, seperti kuliner, fashion, dan jasa yang berdomisili di Kota Jambi. Sebagian besar anggotanya berasal dari sektor kuliner, yang mendominasi dengan jumlah 141 pelaku usaha. Dominasi sektor kuliner menunjukkan bahwa bidang ini memiliki potensi yang besar dalam komunitas, baik dari segi jumlah maupun kontribusinya terhadap kegiatan ekonomi lokal. Sementara itu, meskipun jumlah pelaku usaha di sektor fashion dan jasa relatif lebih kecil, keberadaannya tetap penting untuk menciptakan keberagaman usaha dalam komunitas ini. Data ini menjadi dasar bagi komunitas dalam merancang program yang spesifik dan sesuai kebutuhan setiap jenis usaha agar dapat berkembang secara optimal.

Di tengah arus perkembangan teknologi yang semakin pesat, pengusaha UKM Sahabat Sehati menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan digitalisasi. Sebelum memasuki era digital, banyak pelaku UKM masih menerapkan bisnis secara tradisional. Mereka lebih banyak mengandalkan alat sederhana seperti *smartphone* untuk komunikasi serta strategi pemasaran yang digunakan cenderung konvensional, seperti menyebarkan informasi dari mulut ke mulut atau memasang spanduk di sekitar tempat usaha. Operasional bisnis pun dilakukan sepenuhnya secara offline, sehingga jangkauan pasar mereka terbatas pada lingkungan sekitar. Akibatnya, keterbatasan akses internet dan rendahnya literasi digital menjadi penghalang utama. Tingkat literasi yang belum merata di kalangan pelaku usaha memerlukan perhatian serius, dan salah satu solusinya adalah dengan meningkatkan kapasitas mereka melalui program literasi digital. Dalam upaya mempercepat digitalisasi di kalangan UKM, penting untuk mengoptimalkan program-program yang dikembangkan dengan konsep sinergi antara berbagai lembaga. Dengan demikian, diharapkan dampak yang dihasilkan dapat lebih luas, serta mendukung pengembangan UKM yang merata di seluruh penjuru tanah air (Indra Surya Permana, Nur Aziz, 2024). Banyak dari mereka tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mengoperasikan perangkat digital atau memahami manfaat dari pemasaran secara *online* hingga mereka kesulitan bersaing dengan perusahaan besar yang telah lebih dulu memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

Namun, seiring berjalannya waktu, pelaku UKM Sahabat Sehati mulai menyadari pentingnya digitalisasi. Melalui pelatihan dan program-program yang disediakan, mereka mulai menjelajahi dunia media sosial dan platform *e-commerce*. Dalam pandangan ke depan, harapan bagi pengusaha UKM Sahabat Sehati adalah terciptanya ekosistem yang mendukung digitalisasi secara menyeluruh. Bayangkan sebuah dunia di mana setiap pelaku UKM memiliki akses internet yang cepat dan stabil, memungkinkan mereka untuk menjalankan bisnis secara online tanpa hambatan. Pendidikan dan pelatihan berkelanjutan menjadi bagian integral dari perjalanan mereka, sehingga setiap pengusaha tidak hanya paham cara menggunakan teknologi tetapi juga mampu mengembangkan strategi inovatif untuk menarik pelanggan.

Sebelum membangun jiwa entrepreneur yang kuat, pengusaha UKM Sahabat Sehati cenderung menjalankan bisnis secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Kebanyakan dari mereka terjun ke dunia usaha karena keterbatasan peluang kerja atau kebutuhan ekonomi, bukan karena visi atau misi yang terarah. Pola pikir mereka sering kali berorientasi pada keuntungan jangka pendek, dengan fokus utama pada kelangsungan usaha sehari-hari. Inovasi dan pengambilan risiko masih sangat minim, karena mereka lebih memilih menjalankan pola usaha yang aman dan sudah terbukti. Hal ini membuat daya saing mereka cenderung rendah, terutama saat menghadapi tantangan pasar atau kompetitor baru. Ketidakmampuan dalam bersaing dan rendahnya tingkat manajemen perilaku kewirausahaan

menjadi tantangan UKM dalam upaya mereka untuk tumbuh dan berkembang menuju kemandirian usaha. Oleh karena itu, penting untuk menumbuhkan UKM yang berlandaskan nilai-nilai dan semangat kewirausahaan. Dengan demikian, diharapkan perilaku UKM dapat bertransformasi, sehingga mereka dapat berperan aktif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional (Yusi, 2022). Selain itu, rasa percaya diri untuk mengeksplorasi potensi usaha di luar zona nyaman juga masih kurang.

Namun, setelah program pemberdayaan atau pelatihan jiwa entrepreneur, terjadi perubahan signifikan. Para pengusaha UKM mulai memiliki pola pikir yang lebih visioner dan terbuka terhadap perubahan. Mereka menyadari pentingnya inovasi dalam menciptakan nilai tambah pada produk atau layanan mereka. Berkat pelatihan, mereka menjadi lebih berani mengambil risiko yang terukur untuk memperluas pasar atau mencoba model bisnis baru. Meski demikian, tantangan tetap ada, seperti ketergantungan pada mentor atau kurangnya pengalaman untuk menghadapi situasi yang lebih kompleks.

Idealnya, jiwa entrepreneur bagi pengusaha UKM Sahabat Sehati harus mencerminkan kombinasi antara keberanian, kreativitas, dan ketangguhan. Diharapkan pengusaha memiliki kemampuan berpikir jangka panjang, dengan visi bisnis yang jelas dan terukur. Mereka juga perlu memiliki mindset untuk terus belajar dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi serta tren pasar yang selalu berubah. Dalam kondisi ideal, para pengusaha ini mampu menciptakan inovasi yang berkelanjutan, baik dalam

produk maupun strategi pemasaran. Selain itu, mereka seharusnya mampu membangun tim yang solid dengan kepemimpinan yang inspiratif, sehingga usaha mereka tidak hanya bergantung pada satu individu saja. Jiwa entrepreneur yang matang juga mencakup kemampuan mengelola emosi dan menghadapi situasi negatif dengan sikap yang positif sekaligus menghargai setiap momen sebagai kesempatan untuk belajar dan berkembang.

Dukungan pemerintah terhadap pembinaan UKM Sahabat Sehati memiliki peran penting dalam membantu pelaku usaha mengatasi berbagai tantangan. Sebelum adanya dukungan yang terarah, kebanyakan pengusaha UKM menjalankan bisnis mereka secara mandiri tanpa banyak bimbingan. Informasi terkait program bantuan sering kali tidak tersampaikan dengan baik, sehingga pelaku UKM kurang memahami atau memanfaatkan peluang yang tersedia. Pelatihan teknis atau pengembangan kapasitas juga masih jarang dilakukan, sehingga banyak UKM yang sulit berkembang atau bersaing di pasar yang lebih besar.

Sejauh ini pemerintah dinilai memiliki sumber daya yang cukup untuk memberikan bantuan dalam meningkatkan kemampuan UKM dalam hal inovasi hingga dampak positif mulai dirasakan oleh para pengusaha (Najib et al., 2021). Selain itu, pemerintah juga menyelenggarakan pelatihan keterampilan bisnis, mulai dari pemasaran digital hingga manajemen keuangan, untuk meningkatkan kapasitas para pelaku UKM. Program pendampingan atau mentoring, yang melibatkan praktisi berpengalaman, membantu para pengusaha memahami cara menghadapi tantangan pasar.

Tidak hanya itu, fasilitas untuk memperluas pasar juga diberikan, seperti pameran produk lokal, promosi melalui platform digital, hingga peluang ekspor melalui program kemitraan. Meski demikian, ada beberapa kendala yang masih dirasakan, seperti kurang meratanya akses ke program ini, terutama bagi pengusaha di daerah terpencil, serta birokrasi yang terkadang lambat.

Idealnya, dukungan pemerintah terhadap UKM Sahabat Sehati perlu lebih terintegrasi dan berkelanjutan. Selain itu, penting untuk memperluas jangkauan program ini ke daerah-daerah yang sulit dijangkau, misalnya melalui kolaborasi dengan pemerintah daerah atau komunitas setempat. Program pelatihan dan pendampingan sebaiknya lebih fokus pada kebutuhan spesifik UKM, seperti digitalisasi, inovasi produk, dan pengelolaan sumber daya manusia. Dukungan terhadap akses pasar juga perlu diperkuat dengan menyediakan platform *e-commerce* lokal yang terintegrasi dengan program pemerintah, sehingga UKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas tanpa biaya tinggi. Melalui dukungan ini, diharapkan komunitas UKM Sahabat Sehati tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang menjadi pelaku usaha yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing tinggi.

Dari penjelasan di atas, diketahui bahwa UKM berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi hingga mengurangi angka pengangguran seiring berjalannya waktu. Tentu hal ini juga berdampak pada pertumbuhan pribadi yakni jiwa entrepreneur yang dimiliki setiap individu yang sedang

menjalankan bisnisnya. Dalam penelitian Wahab et al., tahun 2023 terungkap ada dampak positif signifikan antara jiwa entrepreneur terhadap keberhasilan UKM Milenial Muslim. Namun, hasil temuan terdahulu dari Utari & Yusrik tahun 2021 mengatakan bahwa jiwa entrepreneur belum mampu mempengaruhi keberhasilan UKM karena permasalahan belum berani mengambil risiko. Begitu juga dengan kemampuan digitalisasi yang berdampak positif signifikan terhadap keberhasilan UKM yang dapat dibuktikan dengan penelitian dari Abu Hasan et al., 2022 digitalisasi sangat penting bagi kelangsungan jangka panjang UKM dalam ekonomi baru. Seiring dengan percepatan digitalisasi global, UKM Malaysia harus merangkul ekonomi digital agar tetap kompetitif dan membantu memacu pertumbuhan ekonomi. UKM cenderung lebih rentan dan biasanya memiliki lebih sedikit sumber daya internal, serta kurang mampu mengatasi kesenjangan likuiditas dan dengan cepat mengadaptasi model bisnis, prosedur operasi, dan saluran pemasaran mereka. Oleh karena itu, bisnis digital merupakan pengubah permainan bagi UKM dengan kehadiran daring.

Penelitian lainnya menunjukkan bahwa Pemerintah dapat memberikan kontribusi dengan membantu meningkatkan kesadaran akan panutan wirausahawan yang sukses, menghilangkan hambatan birokrasi terhadap usaha rintisan, dan mengurangi stigma sosial atas kegagalan (Wang dan Wong, 2004). Dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, dan iklim sosial semuanya berkontribusi terhadap identifikasi peluang

kewirausahaan di kalangan orang dewasa (Bulan dan Kim, 2018). Semakin kuat pengaruh dukungan kewirausahaan terhadap efikasi diri wirausaha, maka akan semakin mendorong kewirausahaan (Malebana, 2017). Hal ini juga sesuai Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dimana dukungan pemerintah memiliki peran penting melalui upayanya dalam menghilangkan hambatan birokrasi yang sering kali menjadi kendala bagi wirausaha baru. Dukungan ini mencakup penyederhanaan proses perizinan dan penyediaan fasilitas pelatihan kewirausahaan. Perlindungan hukum bagi pelaku usaha kecil dan mikro agar mereka dapat beroperasi dengan aman dan terjamin serta pendidikan kewirausahaan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku UKM. Pendidikan ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha serta kemampuan manajerial yang diperlukan dalam menjalankan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengadakan penelitian yang mengkaji lebih lanjut permasalahan tersebut serta mencoba mencari berbagai alternatif pemecahan masalah terkait kemampuan digitalisasi dan jiwa enterpreneur terhadap keberhasilan UKM yang tertuang dalam judul : **‘Pengaruh Kemampuan Digitalisasi dan Jiwa Enterpreneur terhadap Keberhasilan Usaha Kecil dan Mikro (UKM): Analisis Dukungan Pemerintah sebagai Variabel Moderasi’**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang penelitian diatas, masalah pokok yang dapat dirumuskan dan diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Kemampuan Digitalisasi terhadap Keberhasilan UKM?
2. Bagaimana Pengaruh Jiwa Entrepreneur terhadap Keberhasilan UKM?
3. Bagaimana Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Keberhasilan UKM?
4. Apakah Dukungan Pemerintah memperkuat pengaruh Jiwa Entrepreneur terhadap Keberhasilan UKM?
5. Apakah Dukungan Pemerintah memperkuat pengaruh Kemampuan Digitalisasi terhadap Keberhasilan UKM?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis Pengaruh Kemampuan Digitalisasi terhadap Keberhasilan UKM.
2. Untuk menganalisis Pengaruh Jiwa Entrepreneur terhadap Keberhasilan UKM.
3. Untuk menganalisis Dukungan Pemerintah terhadap Keberhasilan UKM.
4. Untuk menganalisis Dukungan Pemerintah memperkuat pengaruh Jiwa Entrepreneur terhadap Keberhasilan UKM

5. Untuk menganalisis Dukungan Pemerintah memperkuat pengaruh Kemampuan Digitalisasi terhadap Keberhasilan UKM.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan terdiri dari dua yakni :

1. Manfaat Keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperluas teori-teori Kemampuan Digitalisasi dan Jiwa Entrepreneur dalam memperkuat hubungannya dengan dukungan pemerintah. Serta dapat menjadi bahan referensi dengan melanjutkan penelitian atau menambah variabel lain diluar penelitian yang ada yang dapat mempengaruhi Keberhasilan UKM.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi pemerintah dalam merancang kebijakan yang mendukung pengembangan UKM, serta memberikan wawasan bagi pelaku UKM untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan kemampuan digitalisasi guna mencapai kesuksesan bisnis di era yang semakin digital.