

BAB I

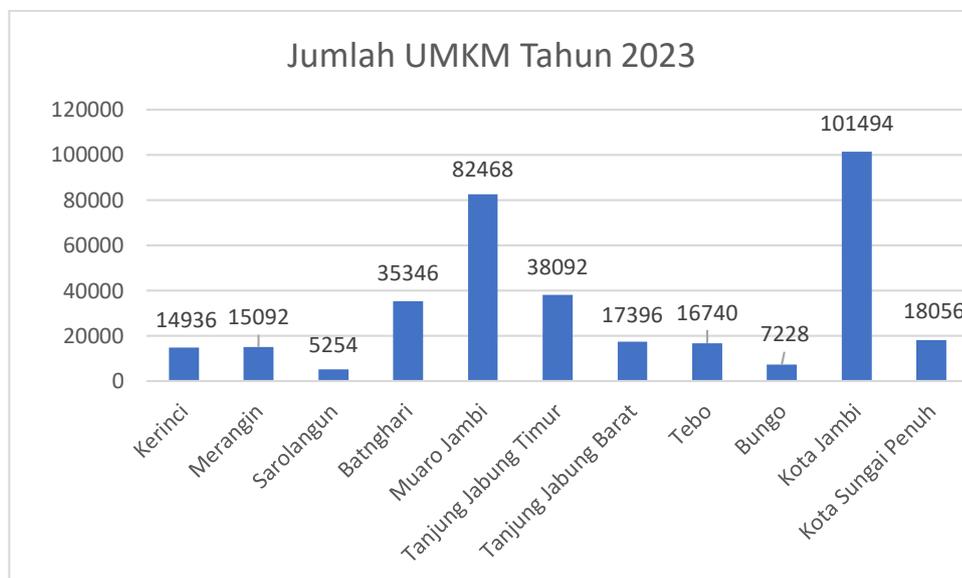
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era digitalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Pentingnya UMKM dalam Ekonomi yaitu sebagai Pendorong Pertumbuhan dan Stabilitas Ekonomi Nasional. UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, yang menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% dari total tenaga kerja, dengan jumlah mencapai lebih dari 65 juta unit usaha. Kontribusi ini tidak hanya terlihat dalam angka, tetapi juga dalam kemampuan UMKM untuk menyediakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Haryo Limanseto, 2023). Sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Wilantara, 2016). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan bagian yang cukup besar dalam perekonomian negara, karena sangat berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat (Vinatra, 2023).

Usaha kecil menengah pada umumnya dalam kegiatannya tidak memperhatikan aspek fungsional perusahaan yang meliputi manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen pemasaran. Sebagai ujung tombak perekonomian negara, sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan efektivitas usahanya. Pengelolaan yang baik terhadap aspek fungsional perusahaan akan berdampak pada efektivitas usaha. Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) atau Perusahaan Kecil juga salah satu penunjang roda perekonomian negara. Sektor ini mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam

pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, sektor ini juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM memiliki peran penting dalam pengembangan usaha di Indonesia. UMKM juga merupakan awal dari tumbuhnya usaha besar. Hampir semua usaha besar berawal dari UMKM dengan begitu UMKM harus terus ditingkatkan dan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar. Jika tidak, UMKM di Indonesia tidak akan bisa maju dan berkembang. (Hakiki et al., 2020). Dengan demikian, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu dilakukan pemberdayaan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mengurangi kendala yang dialami Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik), 2024

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Provinsi Jambi 2023

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran krusial sebagai salah satu sektor strategis dalam mempertahankan kestabilan ekonomi negara, terutama karena sektor ini berpotensi besar dalam menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas. Dengan kapasitasnya yang fleksibel, usaha kecil dan menengah mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang signifikan, sehingga berkontribusi secara langsung pada penurunan

tingkat pengangguran dan pengentasan kemiskinan. Selain itu, UMKM lebih responsif terhadap perubahan kondisi ekonomi dibandingkan dengan perusahaan besar, karena ukuran mereka yang lebih kecil memungkinkan adaptasi yang lebih cepat terhadap perubahan permintaan pasar atau kondisi ekonomi yang fluktuatif (Rahmi, 2021).

UMKM menjadi sangat penting dan membutuhkan perhatian khusus karena berkontribusi dalam hal penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu adanya pengembangan UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan dan persaingan yang ada yang pada akhirnya mampu bertahan. Kemampuan UMKM dalam menghadapi terpaan arus persaingan global perlu mendapat perhatian serius agar tetap bertahan demi stabilitas ekonomi (Hendratmoko, 2023). Sampai saat ini begitu banyak permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM, Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sering menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat perkembangan usaha mereka. Salah satu tantangannya adalah keterbatasan dalam akses teknologi dan inovasi yang menjadi masalah serius, karena banyak UMKM tidak memiliki pengetahuan atau sumber daya untuk memanfaatkan teknologi terkini yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka di era digitalisasi. Pelaku UMKM juga sering mengalami kesulitan dalam pemasaran dan promosi, di mana kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern menyebabkan produk mereka sulit dikenal oleh konsumen. Selain itu, manajemen keuangan yang buruk sering kali terjadi, di mana pelaku UMKM tidak memisahkan keuangan pribadi dari usaha, sehingga mengganggu penghitungan laba dan pengelolaan biaya (Musyaffa, 2022).

Melihat tantangan tersebut, BUMN yang memiliki peran sebagai *agent of development*, terus memainkan peran aktif serta berupaya dalam mendorong dan mendukung perkembangan UMKM melalui berbagai program, inisiatif, dan kolaborasi yang melibatkan instansi dan lembaga lainnya, seperti instansi pemerintah dan lembaga keuangan, antara lain Bank Mandiri dengan program Wirausaha Muda Mandiri, Bank BNI dengan Kampong BNI Nusantara, Bank BRI dengan program Teras BRI dan Telkom Indonesia dengan 2 juta UKM

tereger melalui program Kampung UKM Digital di seluruh Indonesia (Rumah BUMN, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN, salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat. Dengan demikian, Rumah BUMN merupakan implementasi dari amanat undang-undang ini, bertujuan untuk mendampingi dan mendorong para pelaku UMKM dalam menjawab tantangan utama pengembangan usaha mereka, seperti peningkatan kompetensi, akses pemasaran, dan kemudahan akses permodalan.

Dalam upaya pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM), Kementerian BUMN bersama perusahaan milik negara membangun Rumah BUMN sebagai pusat kolaborasi yang memfasilitasi kerjasama antara berbagai BUMN dan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Konsep ini dirancang untuk mendekatkan BUMN kepada masyarakat, meningkatkan inovasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dengan memberikan dukungan kepada UMKM. Oleh karena itu, Rumah BUMN berfungsi sebagai pusat kegiatan yang mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh BUMN, sehingga dapat digunakan secara kolektif dalam mendorong aktivitas ekonomi (adminjadibumn, 2024).

Dengan begitu digitalisasi dan pemanfaatan media sosial merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang menjadi sangat penting karena memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM, terutama dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan keterlibatan pelanggan (Herlina et al., 2022). Rumah BUMN memiliki tujuan untuk mendorong para pelaku UMKM untuk naik kelas melalui digitalisasi. Bentuk digitalisasi yang dilakukan oleh Rumah BUMN mencakup beberapa tahapan yang telah disusun seperti Go Modern, Go Digital, Go Online. Program 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online) adalah inisiatif untuk mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor BUMN di Indonesia (Rahmi, 2021). Rumah BUMN PLN Jambi

memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di wilayahnya. Hingga saat ini, terdapat 804 UMKM binaan yang terdaftar di Rumah BUMN PLN Jambi, dengan sektor usaha yang beragam, seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, fashion, serta jasa (Rumah BUMN PLN Jambi, 2024)

Namun, hingga saat ini belum banyak penelitian yang menganalisis apakah program ini benar-benar penting, khususnya di Rumah BUMN PLN Jambi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmi (2021) mengemukakan bahwa Rumah BUMN dalam pemberdayaan UMKM melalui program 3 Go (Go Modern, Go Digital, Go Online) di Kota Parepare sudah berperan baik terbukti dari kegiatan yang sering dilakukan di Rumah BUMN kota Parepare. Namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yang hanya membahas tentang implementasi program, tanpa mengevaluasi apakah program ini efektif membantu UMKM untuk berkembang, dan apakah pelatihan dan pembinaan yang diberikan benar-benar dirasakan oleh Pelaku UMKM. Selain itu, penelitian dari Musyaffa (2022) serta Naswanda (2024) telah mengkaji pemberdayaan UMKM melalui program Rumah BUMN. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya melihat dari sisi pelaksanaan program dan belum mengangkat persepsi langsung dari pelaku UMKM. Selain itu, belum ada penelitian yang menggunakan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) sebagai alat untuk menganalisis kesenjangan antara kepentingan dan kinerja Program. Maka dari itu, dengan menggunakan metode Importance and Performance Analysis (IPA) ini sangat tepat karena nantinya penelitian ini akan menggali persepsi langsung dari UMKM sebagai penerima manfaat program. Ini memberikan sudut pandang yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya melihat dari sisi pelaksanaan program bahan. Selain itu, belum ada penelitian yang menggunakan metode Importance and Performance Analysis (IPA) untuk memahami apa yang penting bagi UMKM dan bagaimana kinerja program ini di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program 3 GO dan juga memberikan rekomendasi apa saja yang perlu diperbaiki agar hasil program tersebut lebih maksimal. Dengan begitu hasil dari penelitian ini akan berdampak

kepada pengembangan UMKM untuk bisa menghadapi perubahan zaman yang semakin kompetitif. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara khusus dilakukan di Rumah BUMN PLN Jambi yang mengevaluasi pelaksanaan Program 3 GO.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pelatihan Program 3 GO untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang dilakukan oleh Rumah BUMN PLN Jambi, dengan fokus pada beberapa aspek penting dan atribut yang ada. Dengan begitu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kinerja program 3 Go bagi pelaku UMKM. Hal ini meliputi analisis tentang program yang dijalankan untuk UMKM di Rumah BUMN. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi tentang pelatihan yang diberikan kepada UMKM Binaan Rumah BUMN. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang kinerja Program 3 Go Rumah BUMN. Dengan demikian, program ini berusaha untuk mendeskripsikan dan memberikan solusi yang tepat untuk perbaikan program 3 go sehingga program ini dapat lebih efektif dalam mendukung perkembangan UMKM. Melalui evaluasi yang mendalam dengan mengidentifikasi aspek-aspek penting yang perlu ditingkatkan, Berdasarkan paparan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan lebih jauh dengan judul **“ANALISIS KEPENTINGAN DAN KINERJA PROGRAM 3 GO RUMAH BUMN PLN JAMBI”**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Tingkat Kepentingan Program 3 Go Rumah BUMN PLN Jambi?
2. Bagaimana Tingkat Kinerja program 3 Go Rumah BUMN PLN Jambi?
3. Atribut-atribut program 3 Go mana saja yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan berdasarkan analisis IPA?

4. Bagaimanakah strategi perbaikan pelatihan program 3 Go Rumah BUMN yang dapat diterapkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja pelatihan berdasarkan analisis IPA?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis Tingkat Kepentingan Program 3 Go di Rumah BUMN PLN Jambi.
2. Menganalisis Tingkat Kinerja Program 3 Go di Rumah BUMN PLN Jambi.
3. Mengidentifikasi atribut-atribut program 3 Go yang perlu menjadi fokus perbaikan atau prioritas pengembangan berdasarkan hasil analisis IPA.
4. Merumuskan rekomendasi strategi pelatihan yang sesuai dengan tingkat kepentingan dan kinerja pelatihan program 3 Go di Rumah BUMN PLN Jambi berdasarkan hasil analisis IPA.

1.4.Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah berupa literatur ilmiah terkait evaluasi program 3 go untuk pengembangan UMKM di Indonesia. Dengan mengintegrasikan konsep manajemen pemasaran seperti branding, pemasaran digital, inovasi produk. Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif untuk UMKM di era digital. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan atau referensi bagi akademisi dan peneliti dalam melakukan kajian lebih lanjut terkait pengembangan UMKM di masa mendatang.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan menambah wawasan dan literatur mengenai peran program 3 go untuk pengembangan UMKM yang sejalan dengan teori manajemen pemasaran. Dengan fokus pada aktivitas pemasaran yang

dilakukan khususnya di lingkup Rumah BUMN PLN Jambi. Hasil penelitian dapat menambah literatur terkait pengembangan UMKM dengan melakukan aktivitas pemasaran yang efektif.

3. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini akan memberikan wawasan untuk UMKM dalam memanfaatkan program 3 go, sehingga dapat mengoptimalkan strategi yang sesuai untuk pengembangan usaha mereka
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki selama pelaksanaan program 3 go. Rekomendasi dari penelitian ini akan membantu Rumah BUMN untuk menyempurnakan strategi pembinaan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM.
- c. Penelitian ini menjadi bahan evaluasi yang memberikan informasi yang berguna dalam merancang kebijakan dan program yang lebih tepat sasaran untuk mendukung pengembangan UMKM di tingkat regional dan nasional, terutama dalam menghadapi tantangan era digital.