

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam menopang pertumbuhan dan pembangunan ekonomi negara. Di Indonesia, UMKM merupakan salah satu aspek pendukung perekonomian nasional. UMKM memiliki peluang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih adil dan merata (Rita, 2021).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) salah satu sektor utama yang mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65 juta unit. UMKM ini tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, fashion, kerajinan tangan, hingga teknologi digital (Supriyanto, 2024).

UMKM sebagai tulang punggung perekonomian dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks di era digital. Perkembangan teknologi yang pesat menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan perilaku konsumen. Berdasarkan Resource-Based View (RBV), keberlanjutan dan daya saing UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam memanfaatkan sumber daya strategis yang dimiliki, termasuk literasi digital, digital marketing, dan inovasi.

Literasi digital telah menjadi kebutuhan dasar yang tidak terhindarkan di era digital. Kemampuan untuk memahami, menggunakan,

dan mengelola teknologi informasi dan komunikasi dalam transaksi bisnis adalah salah satu komponen literasi digital. Kemampuan ini memungkinkan UMKM untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi dalam operasional bisnis, pemasaran, dan pengembangan produk.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital menjadi salah satu kunci mendorong keberhasilan kinerja UMKM di era digital. Misalnya, penelitian (Tenri Ampa et al., 2023) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Tsani Farhan et al., 2022) dan (Aurelyca et al., 2024) yang menyoroti dampak positif literasi digital di sektor kuliner. Namun, temuan berbeda disampaikan oleh (Rosifa et al., 2024) yang menyatakan bahwa literasi digital tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa literasi digital mungkin bergantung pada karakteristik sektor, lokasi, dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi.

Digital marketing telah menjadi strategi pemasaran yang esensial dalam memperluas pasar UMKM di era digital. Dengan memanfaatkan teknologi dan platform digital, UMKM dapat melakukan berbagai kegiatan promosi yang lebih efektif dan efisien dibandingkan metode tradisional. Media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan sosial media lainnya memungkinkan UMKM untuk menjangkau target yang lebih luas melalui konten visual yang menarik dan interaksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, memiliki website sebagai wajah digital

usaha memberikan kredibilitas sekaligus kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi produk atau layanan. Platform digital juga memberikan peluang bagi UMKM untuk menjual produk mereka ke pasar nasional maupun internasional tanpa perlu membuka toko.

Fadillah et al., (2023) menyatakan bahwa digital marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kecamatan Medan Johor. Hasil serupa ditemukan oleh (Padli, 2022) di Kota Ambon, di mana digital marketing berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan dan jangkauan pasar UMKM. Namun, tidak semua penelitian mendukung temuan ini. (Fitri & Halik, 2023) menemukan bahwa di beberapa sektor, digital marketing tidak selalu memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM.

Inovasi produk juga menjadi faktor dalam meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi tidak hanya mencakup pengembangan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas produk untuk memenuhi standar yang lebih tinggi. Selain itu, menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi memungkinkan penggunaan inovasi dalam proses produksi, mengurangi biaya, dan menjaga konsistensi kualitas. Dengan terus berinovasi, UMKM dapat memperkuat posisinya di pasar, menciptakan nilai tambah, dan merespons perubahan yang dinamis dalam lingkungan bisnis.

Agus Sulistiy,(2022) menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Inovasi memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perubahan permintaan pasar dan

menghadirkan nilai tambah bagi konsumen. Namun, Komariah et al. menemukan hasil yang berbeda, di mana inovasi tidak selalu berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur yang mampu menunjukkan pertumbuhan pesat dalam sektor UMKM, menjadikannya pusat aktivitas ekonomi yang semakin dinamis dan berdaya saing. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah UMKM di Kabupaten Ponorogo meningkat dari 31.328 unit pada tahun 2019 menjadi 35.025 unit pada tahun 2020, meskipun berada di tengah pandemi. Peningkatan ini terus berlanjut, dengan jumlah UMKM mencapai 38.387 unit pada tahun 2021 dan 39.650 unit pada tahun 2022 (Newroom, 2023).

Pertumbuhan yang pesat ini menunjukkan potensi besar UMKM di Ponorogo sebagai pendorong ekonomi lokal. Namun, peningkatan jumlah UMKM juga menghadirkan tantangan baru, terutama dalam hal adaptasi terhadap digitalisasi dan daya saing di pasar yang lebih luas. Banyak pelaku UMKM di Ponorogo masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi digital dan strategi pemasaran modern. Saat ini aspek kehidupan manusia akan diubah oleh kemajuan teknologi digital yang sangat cepat. Untuk menciptakan masyarakat yang lebih cerdas dan berkelanjutan, Indonesia sedang mempersiapkan dan melaksanakan revolusi industri 5.0 yang digagas oleh Jepang. Revolusi ini akan menggabungkan dunia digital dan fisik.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, terlihat bahwa masih terdapat kesenjangan antara potensi dan kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo. Kendala dalam literasi digital, penerapan digital marketing, dan inovasi produk menjadi tantangan utama yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi **“Pengaruh Literasi Digital, Digital Marketing, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Ponorogo”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *literasi digital* berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo ?
2. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo ?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh *literasi digital* terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo.

3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo.

b. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam dunia bisnis digital guna menganalisis kinerja UMKM di kabupaten ponorogo. Harapanya, hasil penelitian ini dapat menjadikan pedoman atau referensi untuk penelitian masa depan, terutama yang berkaitan dengan kinerja UMKM. Diharapkan mampu memberikan wawasan tentang pengaruh *literasi digital*, *digital marketing* dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Bahwa dalam melakukan penelitian ini menambah wawasan dan pengetahuan dalam membandingkan teori manajemen dengan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini juga memberikan kesempatan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *literasi digital*, *digital marketing*, dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Ponorogo.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas koleksi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan menjadikan referensi penting dalam ilmu, terutama dalam bidang bisnis digital.

c. Bagi UMKM

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pelaku UMKM Kabupaten Ponorogo memiliki semangat yang lebih tinggi dan memiliki kemampuan serta inisiatif diri yang baik sehingga mampu meningkatkan kinerja dalam mencapai keberhasilan usahanya.

