

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

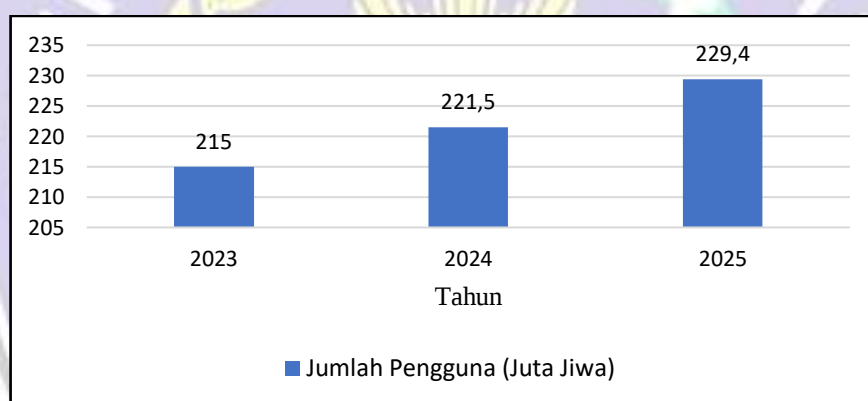
Era transformasi digital telah mendisrupsi paradigma kewirausahaan tradisional menjadi lanskap yang lebih dinamis dan kompleks. Kemajuan teknologi digital saat ini menuntut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga mengintegrasikan *Digital Entrepreneurial Orientation* (DEO) sebagai motor penggerak inovasi untuk mencapai *Business Performance* yang berkelanjutan. Hal ini guna merespons ketidakpastian pasar dan menciptakan nilai tambah yang kompetitif di tengah persaingan global (Jang & Lee, 2025).

Untuk menghadapi pergeseran paradigma tersebut, salah satu strategi fundamental yang dapat diterapkan oleh UMKM adalah melalui penguatan DEO. Secara konseptual, DEO diadaptasi dari *Entrepreneurial Orientation* (EO) mencakup dimensi *Proactiveness*, *Risk Taking*, dan *Innovativeness* (Lumpkin & Dess, 1996). Apabila ditarik ke dalam ranah digital, *Digital Proactiveness* menuntut pelaku usaha untuk selalu selangkah lebih maju dalam mengantisipasi tren teknologi, sementara *Digital Risk Taking* mencerminkan kesediaan UMKM untuk berkomitmen pada investasi teknologi yang memiliki tingkat ketidakpastian tinggi (Kraus et al., 2023). Lebih lanjut, *Digital Innovativeness* hadir sebagai kapasitas usaha untuk mendukung gagasan baru, kebaruan, serta proses kreatif yang dimungkinkan oleh integrasi teknologi digital (Khin & Ho, 2019), yang menurut Linton (2019) menjadi faktor krusial untuk menentukan sejauh mana UMKM mampu mentransformasi teknologi menjadi solusi atau layanan unik yang

memberikan nilai tambah kompetitif. Namun, tantangan utama yang sering dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya UMKM, adalah adanya latensi atau hambatan dalam menerjemahkan niat strategis tersebut ke dalam peningkatan *Business Performance* yang konkret (Khin & Ho, 2019).

Apabila meninjau realitas pasar nasional yang menunjukkan lonjakan penetrasi internet secara masif di Indonesia, sebagaimana tercermin dalam data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang memproyeksikan jumlah pengguna akan mencapai 229,4 juta jiwa pada tahun 2025, yang disajikan dalam grafik berikut:

Gambar 1 Penetrasi Pengguna Internet 2023-2025



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

peningkatan konsisten ini menandai transformasi perilaku masyarakat yang kini semakin mengandalkan ekosistem digital untuk berbagai aktivitas, mulai dari komunikasi hingga transaksi ekonomi (AJII, 2025). Perubahan perilaku pasar yang terjadi secara cepat dan dinamis tersebut menuntut setiap UMKM untuk memiliki kapabilitas dinamis (*Dynamic Capabilities*) agar mampu mengintegrasikan serta mengonfigurasi ulang sumber daya perusahaan guna mempertahankan keunggulan kompetitif (Teece et al., 1997). Oleh karena itu, implementasi model bisnis yang

adaptif terhadap teknologi digital kini telah menjadi faktor utama bagi keberlanjutan usaha di abad ke-21 (Kraus et al., 2019).

Fenomena pertumbuhan digital di tingkat nasional tersebut tercermin pula pada profil ekonomi Kabupaten Ponorogo. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor Perdagangan Besar dan Eceran merupakan kontributor ekonomi terbesar kedua di Kabupaten Ponorogo dengan sumbangsih terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 18,19 persen. Sejalan dengan itu, potensi pasar digital di wilayah ini sangat signifikan, di mana tercatat sebesar 71,02 persen penduduk usia 5 tahun ke atas telah aktif menggunakan internet (BPS, 2025).

Meskipun didukung oleh penetrasi internet yang tinggi dan infrastruktur digital yang memadai, UMKM di Ponorogo masih menghadapi hambatan struktural yang serius. Dokumen Rencana Strategis (Renstra) Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo, mengidentifikasi bahwa rendahnya produktivitas, mutu produk yang kurang kompetitif, serta lemahnya jaringan informasi pasar dan promosi masih menjadi masalah pokok pembangunan ekonomi daerah (Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo, 2021).

Selain kendala operasional, hambatan internal dalam perilaku manajerial pemilik UMKM di Ponorogo juga menjadi faktor krusial. Keterbatasan dalam jaringan informasi pasar dan promosi sering kali bersumber dari kurangnya inisiatif pelaku usaha untuk mengeksplorasi tren teknologi terbaru (Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo, 2021) dan (Linton, 2019). Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingkat *Digital Proactiveness* atau kemampuan

untuk mengantisipasi perubahan pasar digital belum optimal, sehingga menghambat pertumbuhan *Business Performance* secara jangka panjang (Shan et al., 2016). Di sisi lain, dominasi metode pemasaran konvensional yang masih kuat menunjukkan adanya resistensi terhadap perubahan, yang mencerminkan rendahnya *Digital Risk Taking* dalam mengadopsi platform digital (Kraus et al., 2023).

Tanpa adanya dorongan *Digital Proactiveness* dan *Digital Risk Taking*, UMKM akan kehilangan kapasitas *Digital Innovativeness* untuk bereksperimen dan mencari cara kreatif dalam memanfaatkan teknologi (Khin & Ho, 2019). Hal ini menciptakan hambatan dalam menghasilkan nilai tambah yang kompetitif, mengingat *Digital Innovativeness* merupakan mekanisme transformatif atau “missing link” yang diperlukan untuk mengonversi niat strategis menjadi hasil kinerja yang nyata (Shan et al., 2016). Akibatnya, UMKM di Ponorogo akan sulit keluar dari keterbatasan jangkauan pasar yang menghambat pertumbuhan *Business Performance* secara jangka panjang (Kiyabo & Isaga, 2020).

Penempatan *Digital Innovativeness* sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini merupakan respons strategis terhadap fenomena paradoks digital di Kabupaten Ponorogo, di mana tingginya penetrasi internet penduduk belum mampu dikonversi secara maksimal menjadi keunggulan ekonomi yang nyata oleh pelaku UMKM. Secara teoretis, dimensi DEO seperti *Digital Proactiveness* dan *Digital Risk Taking* dikategorikan sebagai "atribut proses" atau perilaku strategis yang membutuhkan mekanisme transformasi khusus agar dapat menghasilkan luaran kinerja yang konkret (Linton, 2019). Dalam kerangka ini, *Digital Innovativeness*

diposisikan sebagai "mediator" yang berperan sebagai jembatan untuk mengubah niat strategis dan informasi pasar menjadi solusi kreatif yang mendatangkan keuntungan ekonomi (Khin & Ho, 2019).

Tanpa adanya *Digital Innovativeness* yang kuat, tindakan proaktif dalam memantau tren serta keberanian mengalokasikan modal pada teknologi hanya akan menjadi beban biaya operasional tanpa menghasilkan nilai tambah kompetitif (Khin & Ho, 2019). Oleh karena itu, variabel tersebut menjadi "*missing link*" untuk memastikan orientasi UMKM benar-benar membuahkan hasil bisnis yang unggul serta sulit direplikasi di tengah persaingan pasar disruptif (Shan et al., 2016).

Hal ini selaras dengan perspektif *Resource-Based View* (RBV) yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan hanya dapat dicapai melalui kapabilitas yang memenuhi kriteria VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, dan Non-substitutable*), di mana kebaruan digital berperan sebagai aset imaterial yang sulit ditiru kompetitor (Barney, 1991). Terlebih lagi, penelitian yang dilakukan Jang & Lee (2025) dan Hidayati et al. (2025), memberikan landasan empiris yang kuat mengenai peran krusial kapabilitas dan inovasi digital dalam menjembatani orientasi strategis terhadap peningkatan kinerja bisnis secara berkelanjutan. Meskipun penelitian-penelitian tersebut memperlakukan DEO sebagai konstruk tunggal, temuan mereka secara konsisten mengonfirmasi bahwa tanpa adanya jalur inovasi atau kapabilitas digital yang nyata, orientasi strategis tidak akan mampu memberikan dampak maksimal pada *Business Performance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Jang & Lee (2025) mengkaji *Digital Entrepreneurial Orientation* (DEO) sebagai sebuah konstruk tunggal dan

melibatkan variabel *Technology Absorptive Capacity* sebagai faktor pendukung kinerja bisnis. Celah penelitian dalam penelitian ini terletak pada keputusan untuk melakukan dekonstruksi terhadap dimensi DEO, yaitu dengan memisahkan *Digital Proactiveness* dan *Digital Risk Taking* secara mandiri guna menganalisis pengaruh spesifik masing-masing terhadap *Digital Innovativeness*. Selain itu, penelitian ini diarahkan secara khusus pada unit analisis UMKM di tingkat lokal (Kabupaten Ponorogo) untuk menjawab dinamika ekonomi daerah, yang berbeda dengan cakupan industri yang lebih umum dalam penelitian tersebut.

Penelitian dari Hidayati et al. (2025) berfokus pada keterkaitan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kapabilitas pemasaran digital (*Digital Marketing Capabilities*) di pasar negara berkembang. Perbedaan utama dengan penelitian ini adalah penekanan pada *Digital Innovativeness* sebagai mekanisme mediasi utama yang menghubungkan sikap strategis digital dengan kinerja bisnis. Fokus penelitian ini tidak terbatas pada aspek pemasaran semata, melainkan pada kapasitas transformasi organisasi secara menyeluruh melalui integrasi teknologi secara kreatif dalam seluruh operasional bisnis UMKM.

Penelitian oleh Linton (2019) menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus pada perusahaan rintisan (startups) untuk mengeksplorasi dimensi EO sebagai atribut proses yang independen. Penelitian ini memberikan kontribusi yang berbeda dengan menggunakan pendekatan kuantitatif (*Partial Least Squares-Structural Equation Modeling*) pada unit analisis UMKM yang sudah stabil (berjalan minimal 1 tahun) di wilayah Ponorogo. Selain itu, *innovativeness* dalam penelitian ini ditempatkan secara eksplisit sebagai variabel mediasi yang

menjembatani pengaruh sikap strategis terhadap hasil kinerja, bukan sekadar dimensi yang diposisikan sejajar.

Khin & Ho (2019) dalam penelitiannya memposisikan orientasi digital dan kapabilitas digital sebagai pendorong utama kinerja organisasi melalui mediasi *Digital Innovativeness*. Celah yang diisi oleh penelitian ini adalah fokus pada aspek perilaku strategis atau orientasi manajerial pemilik usaha (*Digital Proactiveness* dan *Digital Risk Taking*) sebagai anteseden utama pendorong inovasi (Hidayati et al., 2025) dan (Linton, 2019). Pendekatan ini lebih menekankan pada sisi perilaku dan pengambilan keputusan pelaku usaha dalam menggerakkan sumber daya strategis dibandingkan sekadar ketersediaan infrastruktur teknologi fisik (Hidayati et al., 2025) dan (Linton, 2019).

Penelitian Shan et al. (2016) mengidentifikasi kecepatan inovasi (*Innovation Speed*) sebagai variabel mediasi yang menghubungkan orientasi kewirausahaan konvensional dengan kinerja perusahaan. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengadopsi kerangka teori terapan *Digital Entrepreneurial Orientation* (DEO) yang jauh lebih spesifik dan relevan untuk konteks transformasi digital UMKM saat ini. Variabel mediasi yang dipilih adalah *Digital Innovativeness* yang mencakup kapasitas kreativitas dan eksperimentasi berbasis teknologi, sehingga memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai mekanisme eksekusi strategi digital pada skala usaha mikro dan kecil.

Urgensi penelitian ini berakar pada paradoks digital yang tengah dialami oleh UMKM di Kabupaten Ponorogo. Di satu sisi, menurut BPS (2025) ketersediaan infrastruktur dan tingginya tingkat penetrasi internet penduduk sebesar

(71,02%), menunjukkan adanya peluang pasar digital yang sangat menjanjikan. Namun di sisi lain, menurut Dinas Perdagangan Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Ponorogo (2021) tingginya akses teknologi tersebut belum mampu dikonversi menjadi keunggulan ekonomi yang nyata, mengingat sektor perdagangan lokal masih dibayangi oleh rendahnya produktivitas dan lemahnya daya saing produk. Tanpa adanya pemahaman mendalam mengenai peran *Digital Innovativeness* sebagai mekanisme eksekusi, UMKM di Ponorogo berisiko terjebak pada pengadopsian teknologi yang bersifat konsumtif semata tanpa penciptaan nilai tambah (value creation). Mengingat menurut APJII (2025) lonjakan pengguna internet nasional sebesar 229,4 juta pada tahun 2025, ketidakmampuan UMKM lokal untuk mentransformasi orientasi strategis menjadi inovasi nyata akan mengakibatkan ketertinggalan ekonomi yang semakin lebar di tengah persaingan pasar global yang disruptif (BPS, 2025). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat mendesak untuk dilakukan guna memberikan peta jalan strategis bagi UMKM dalam membangun sumber daya untuk memenuhi kriteria VRIN demi menjamin keberlangsungan usaha jangka panjang (Barney, 1991).

Berangkat dari fenomena dan permasalahan yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, peneliti bermaksud melakukan kajian mendalam melalui penelitian berjudul “**Peran Digital Innovativeness Memediasi Pengaruh Digital Proactiveness Dan Digital Risk Taking Terhadap Business Performance UMKM Ponorogo**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Digital Proactiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Digital Innovativeness* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?
2. Apakah *Digital Risk Taking* berpengaruh signifikan terhadap *Digital Innovativeness* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?
3. Apakah *Digital Innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?
4. Apakah *Digital Proactiveness* berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?
5. Apakah *Digital Risk Taking* berpengaruh signifikan terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?
6. Apakah *Digital Innovativeness* mampu memediasi pengaruh *Digital Proactiveness* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?
7. Apakah *Digital Innovativeness* mampu memediasi pengaruh *Digital Risk Taking* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Digital Proactiveness* terhadap *Digital Innovativeness* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.
- b) Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Digital Risk Taking* terhadap *Digital Innovativeness* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.
- c) Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Digital Innovativeness* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.
- d) Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Digital Proactiveness* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.
- e) Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Digital Risk Taking* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.
- f) Untuk menganalisis dan membuktikan peran *Digital Innovativeness* dalam memediasi pengaruh *Digital Proactiveness* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.
- g) Untuk menganalisis dan membuktikan peran *Digital Innovativeness* dalam memediasi pengaruh *Digital Risk Taking* terhadap *Business Performance* pada UMKM di Kabupaten Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif, baik dari segi pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapan praktis di lapangan, dengan rincian sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai *Digital Entrepreneurial Orientation* (DEO), khususnya dalam memperjelas bagaimana dimensi *Digital Proactiveness* dan *Digital Risk Taking* bekerja dalam ekosistem digital.
- b) Memberikan bukti empiris mengenai peran *Digital Innovativeness* sebagai variabel mediasi. Hal ini mendukung teori Linton (2019) bahwa *Proactiveness* dan *Risk Taking* memerlukan *Innovativeness* yang nyata untuk menghasilkan *Business Performance*.
- c) Menjadi referensi tambahan dalam penerapan teori *Dynamic Capabilities* dari Teece et al. (1997) pada skala Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di pasar negara berkembang (*Emerging Markets*).

b. Manfaat Praktis

- a) Bagi Pelaku UMKM Ponorogo: Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan strategis bagi pemilik UMKM agar tidak hanya memiliki "niat" digital, tetapi juga berani mengeksekusi inovasi kreatif.

- b) Bagi Pemerintah Kabupaten Ponorogo: Memberikan masukan bagi Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro dalam merumuskan program pelatihan atau kebijakan pemberdayaan. Rekomendasi dapat difokuskan pada penguatan daya inovasi digital, bukan sekadar literasi digital dasar, guna mengatasi hambatan struktural produktivitas UMKM lokal.
- c) Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan bagi peneliti yang ingin mendalami topik kewirausahaan digital atau menggunakan model mediasi serupa dengan cakupan wilayah atau sektor industri yang berbeda.

