

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak dapat dipisahkan dari perkembangan ekonomi Indonesia. Jenis usaha ini telah terbukti memiliki daya tahan tinggi terhadap berbagai tekanan, termasuk saat Indonesia mengalami krisis akibat pandemi Covid-19 pada tahun 2020 (Hidayat, 2023). UMKM memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) kontribusi 64,2 juta UMKM pada tahun 2024 tercermin melalui Produk Domestik Bruto (PDB) nasional hingga 60,51%, penyerapan hampir 97% dari total tenaga kerja, dan tingkat kemiskinan berhasil ditekan bersamaan dengan faktor lainnya hingga sekitar 8,57%. Dampak positif ini tidak hanya dirasakan oleh masyarakat luas, tetapi juga memberikan manfaat signifikan bagi negara, terutama dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kesadaran akan kontribusi strategis UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan peningkatan kesejahteraan masyarakat mendorong pemerintah untuk memberikan perhatian serius terhadap pengembangan sektor ini. Pemerintah mulai menggagas berbagai kebijakan yang berorientasi pada penguatan UMKM. Program ini dikenal dengan istilah ‘UMKM naik kelas’, istilah ini mulai dikenal luas sejak diselenggarakannya Kongres UMKM pada 25–26 Mei 2016 di Yogyakarta, yang diprakarsai oleh Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI).

Kongres tersebut sekaligus menjadi ajang Temu Nasional Pendamping II yang mempertemukan berbagai pemangku kepentingan dari seluruh Indonesia untuk merumuskan langkah-langkah strategis demi kemajuan UMKM (Jega, 2024). Program UMKM naik kelas merupakan upaya sistematis untuk mendorong transformasi skala usaha, yakni dari usaha mikro menjadi kecil, kecil menjadi menengah, dan selanjutnya menuju skala besar. Transformasi ini tidak sekadar dilihat dari aspek ukuran usaha, tetapi juga ditandai oleh peningkatan signifikan dalam kapasitas finansial, efisiensi operasional, serta kemampuan manajerial dalam menjalankan usaha.

Namun, hingga kini, jumlah UMKM yang benar-benar berhasil naik kelas masih tergolong rendah (Ibrahim, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan kapasitas UMKM melalui berbagai aspek, termasuk akses pemasaran, pembiayaan, perizinan, dan teknologi dalam konteks ekosistem dengan target berpotensi ekspor belum cukup dalam mendorong transformasi skala usaha secara berkelanjutan. Intervensi semacam ini lebih bersifat sebagai faktor eksternal yang berfungsi sebagai katalis, namun belum cukup menjadi penggerak utama dalam proses transformasi usaha (Irvan, 2024). Keterbatasan hasil dari berbagai intervensi eksternal tersebut menegaskan bahwa transformasi skala usaha tidak dapat hanya bergantung pada faktor lingkungan semata. Justru, dalam memanfaatkan peluang eksternal sangat dipengaruhi oleh kapasitas internal untuk mengolah faktor eksternal. Salah satu faktor internal yang menentukan adalah kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku UMKM, yang memainkan peran kunci dalam memanfaatkan dan mengoptimalkan peluang eksternal yang tersedia.

Pendekatan ini sejalan dengan *Resource-Based Theory* (RBV) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi bersumber dari aset dan kapabilitas internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan sulit digantikan (Robb et al., 2024). Dalam konteks UMKM, hal ini mencakup kemampuan manajerial, *entrepreneurial orientation*, serta penguasaan teknologi yang mendukung digitalisasi usaha. Namun, hanya memiliki sumber daya tidak cukup untuk menghadapi lingkungan bisnis yang terus berubah. Oleh karena itu, *dynamic capabilities* hadir sebagai pelengkap dari RBV, dengan menekankan pentingnya kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi, berinovasi, dan mengubah strategi secara berkelanjutan (Sun et al., 2024). Dengan kata lain, *dynamic capabilities* menjelaskan bagaimana UMKM dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya internal yang dimiliki agar tetap relevan dan kompetitif. Maka, membangun kekuatan internal tidak hanya penting untuk pertumbuhan, tetapi juga menjadi syarat agar peluang dan dukungan dari luar dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam proses transformasi skala usaha.

Sejalan dengan kerangka teoritis tersebut, faktor-faktor seperti *entrepreneurial orientation*, *digital transformation*, dan *innovation performance* merupakan elemen internal yang krusial untuk diperkuat dalam mendorong transformasi usaha. Aspek-aspek ini mencerminkan kemampuan adaptif, inovatif, dan strategis yang memungkinkan pelaku UMKM merespons perubahan lingkungan bisnis secara efektif (Soetjipto et al., 2022). Dengan penguatan pada aspek-aspek tersebut, UMKM memiliki potensi yang lebih besar untuk naik kelas secara nyata dan berkelanjutan di tengah dinamika pasar dan tekanan eksternal yang terus berkembang.

Penelitian oleh Elfahmi & Jatmika (2019) menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan daya saing dan keberhasilan UMKM dalam naik kelas. Inovasi yang mencakup keunggulan, keunikan, dan efisiensi produk mampu meningkatkan omzet, jumlah karyawan, dan aset, yang merupakan indikator utama naik kelasnya sebuah usaha. Sementara itu, dalam studi Tondo (2024) yang menegaskan bahwa *digital transformation* melalui sistem manajemen terintegrasi mampu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kemampuan adaptif UMKM di tengah tantangan pasar yang semakin kompleks. Secara keseluruhan, bukti empiris tersebut menegaskan bahwa *innovation performance* dan *digital transformation* bukan hanya alat bantu teknis, melainkan strategi krusial dalam proses akselerasi pertumbuhan UMKM menuju skala usaha yang lebih besar.

Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) telah menyoroti pentingnya dukungan riset dan digitalisasi bagi pelaku UMKM, termasuk di dalamnya wirausaha (BRIN, 2024). Riset memiliki peran strategis untuk membuka wawasan terhadap tren pasar, perilaku konsumen, hingga peluang efisiensi dalam proses produksi yang selama ini mungkin belum tergarap secara optimal. Melalui pendekatan berbasis riset, UMKM dapat mulai mengidentifikasi kebutuhan konsumen secara lebih spesifik, mengembangkan diferensiasi produk, serta menyusun strategi bisnis yang lebih tepat sasaran dan berorientasi pada pertumbuhan (Kassa & Mirete, 2022). UMKM dapat melakukan riset sederhana melalui obrolan langsung dengan pelanggan, polling di media sosial, serta pengamatan tren pasar untuk mengetahui produk yang diminati, harga pasaran, dan strategi promosi pesaing. Selain itu,

pencatatan dan analisis data penjualan harian juga menjadi cara efektif untuk mengenali pola permintaan dan menentukan strategi produksi yang lebih tepat.

Proses riset sederhana ini akan menghasilkan berbagai ide yang dapat dikembangkan menjadi inovasi. Ide tersebut bisa berupa modifikasi produk yang lebih sesuai dengan selera pasar, peningkatan layanan agar lebih responsif, atau strategi pemasaran baru yang lebih efektif. Inovasi yang lahir dari hasil riset berbasis realitas pasar ini memiliki peluang besar untuk meningkatkan nilai tambah usaha, memperkuat posisi produk di tengah persaingan, dan membuka akses ke segmen pasar yang lebih luas (Zastempowski, 2022). Nilai tambah inilah yang kemudian tercermin dalam *innovation performance*, yakni ukuran keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan serta menerapkan inovasi yang diwujudkan dalam bentuk produk, layanan, maupun proses yang lebih baik serta mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan daya saing, efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan (Agazu & Kero, 2024). Dengan demikian, *innovation performance* menjadi indikator kunci dalam menilai kesiapan UMKM untuk naik kelas, karena inovasi yang berhasil tidak hanya menciptakan nilai tambah, tetapi juga memperkuat fondasi pertumbuhan usaha jangka panjang.

Sejalan dengan pernyataan BRIN, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) secara aktif mendorong UMKM untuk mengadopsi digitalisasi sebagai strategi dalam meningkatkan kapasitas usaha dan memperluas jangkauan distribusi produk (Komdigi RI, 2024). Dorongan ini merupakan respons terhadap perubahan lanskap bisnis yang semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan

komunikasi. Bagi UMKM, *digital transformation* bukan lagi sebuah pilihan, melainkan kebutuhan agar tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang semakin dinamis. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat mengoptimalkan proses bisnis, mempercepat akses ke pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan inovasi produk dan layanan yang memiliki nilai tambah. Dalam konteks ini, *digital transformation* menjadi fondasi penting bagi UMKM untuk naik kelas, karena mampu mengatasi berbagai keterbatasan konvensional yang selama ini menghambat pertumbuhan usaha (Purnomo et al., 2024). Dengan dukungan teknologi, mereka dapat memperluas pasar melalui platform daring, menerapkan sistem pencatatan digital yang efisien, dan membangun interaksi yang lebih dekat dengan pelanggan melalui media sosial dan layanan digital lainnya. Jika diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan, *digital transformation* tidak hanya memperkuat ketahanan usaha, tetapi juga membuka peluang nyata bagi UMKM untuk berkembang menjadi usaha kecil bahkan menengah, mendukung terwujudnya agenda UMKM naik kelas.

Meningkatnya *innovation performance* dan kemampuan *digital transformation* tersebut tidak bisa dilepaskan dari *entrepreneurial orientation* wirausahanya. UMKM dengan *entrepreneurial orientation* yang tinggi ditandai oleh keberanian mengambil risiko, sikap proaktif, dan inovatif lebih cenderung menciptakan ide-ide baru, merespons kebutuhan pasar dengan cepat, serta mengambil langkah strategis yang diperlukan untuk mendorong *innovation performance*. Tanpa keberanian dan orientasi semacam ini, ide-ide inovatif seringkali mandek atau tidak terealisasi secara optimal (Sedyowidodo, 2022). Hal ini

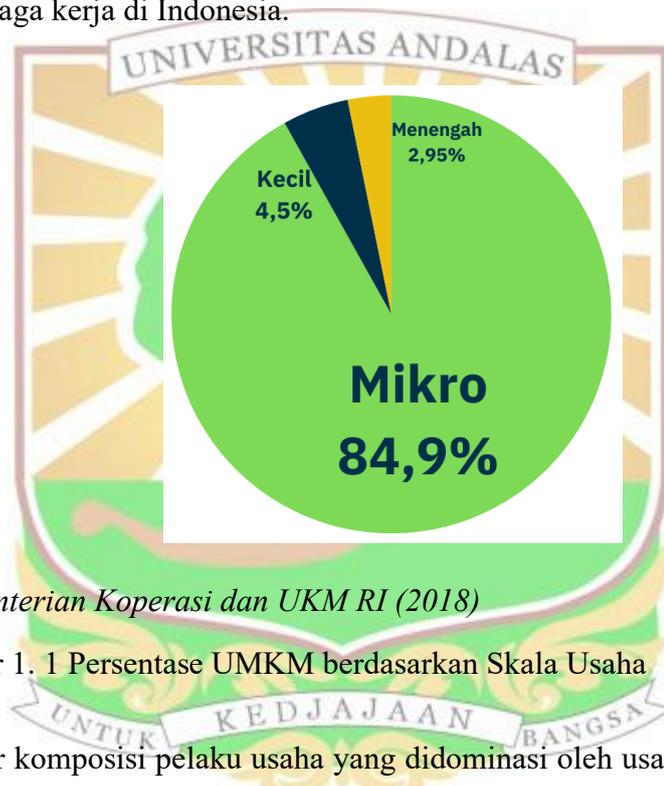
menunjukkan bahwa *entrepreneurial orientation* bukan hanya faktor perilaku, tetapi juga merupakan fondasi strategis yang mendorong terjadinya proses inovasi secara berkelanjutan. UMKM yang memiliki orientasi ini cenderung lebih siap dalam menghadapi ketidakpastian pasar, serta mampu menavigasi berbagai tantangan bisnis dengan pendekatan yang kreatif dan adaptif.

Namun, memiliki *entrepreneurial orientation* saja tidak cukup. Diperlukan kapasitas internal yang bersifat dinamis pada diri wirausaha yakni kemampuan untuk secara aktif merespons perubahan, belajar dari pengalaman, serta menyesuaikan strategi dan sumber daya secara tepat sesuai dengan dinamika pasar. Kemampuan inilah yang dalam literatur manajemen strategis dikenal sebagai *dynamic capability* (Zhu, 2023). *Dynamic capability* tercermin dari bagaimana pelaku usaha mampu mengenali peluang baru, menyerap informasi dari lingkungan eksternal, dan kemudian mengkonversinya menjadi aksi nyata baik dalam bentuk adopsi teknologi, modifikasi produk, maupun pergeseran pendekatan pemasaran. UMKM yang memiliki *dynamic capability* cenderung lebih adaptif dan tangguh dalam menghadapi tekanan pasar, serta lebih proaktif dalam melakukan pembaruan usaha secara berkelanjutan (D. Teece et al., 2016). Dengan demikian, dalam agenda besar UMKM Naik Kelas, keberadaan *dynamic capability* menjadi faktor kunci yang menjembatani antara tantangan lingkungan eksternal dengan upaya internal UMKM untuk bertransformasi (Jie et al., 2025). Kemampuan ini memperkuat ketahanan usaha, mempercepat adaptasi digital, serta meningkatkan *innovation performance* yang berorientasi pada pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Penelitian Eninggarini et al. (2022) menyatakan bahwa UMKM memiliki peluang untuk naik kelas jika mampu mengembangkan *entrepreneurial orientation*, *dynamic capabilities*, *innovation performance* dan *digital transformation*. Kemampuan tersebut menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Meskipun demikian, terdapat perbedaan kapasitas antar skala usaha dalam hal penerapan dan penguatan keempat aspek tersebut. Usaha kecil dan menengah umumnya telah memiliki struktur dan sumber daya yang relatif lebih mapan, sehingga lebih kuat dalam mengadopsi serta mengimplementasikan kemampuan-kemampuan tersebut secara konsisten. Sebaliknya, tidak semua pelaku usaha mikro menunjukkan kesiapan yang sama.

Usaha mikro mencakup berbagai jenis pelaku usaha, mengingat peranannya sebagai alternatif ekonomi bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah dalam upaya keluar dari jerat kemiskinan. Kategori usaha mikro meliputi pedagang kecil, pelaku usaha rumahan (*home industry*), pelaku usaha di sektor jasa informal, hingga wirausaha mikro yang menjalankan aktivitas bisnis secara mandiri maupun dalam skala terbatas. Hanya sebagian usaha mikro yang dikelola oleh individu dengan karakteristik kewirausahaan. Dalam konteks ini, kategori usaha mikro yang dikelola secara aktif dan progresif oleh pelaku berjiwa wirausaha selanjutnya disebut sebagai wirausaha mikro, yang memiliki peluang lebih besar untuk naik kelas apabila difasilitasi dengan pendekatan penguatan kapabilitas yang tepat. Usaha mikro penting untuk mendapatkan perhatian khusus mengingat proporsinya yang sangat dominan dalam struktur usaha di Indonesia.

Kementerian Koperasi dan UKM RI (2018) mencatat bahwa dari total sekitar 64,2 juta unit usaha yang ada di Indonesia, 99,99% merupakan UMKM. Dari jumlah tersebut, sebanyak 99,6% merupakan usaha mikro yang memberikan kontribusi paling signifikan dengan menyerap sekitar 114,2 juta jiwa (84,9%), diikuti oleh usaha kecil sebesar 6,1 juta jiwa (4,5%), dan usaha menengah sebanyak 3,9 juta jiwa (2,95%). Data ini menunjukkan bahwa usaha mikro menjadi tulang punggung penyerapan tenaga kerja di Indonesia.



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI (2018)

Gambar 1. 1 Persentase UMKM berdasarkan Skala Usaha

Struktur komposisi pelaku usaha yang didominasi oleh usaha mikro sebesar 99,6% dari total UMKM menunjukkan adanya ketimpangan yang cukup signifikan dalam ekosistem kewirausahaan di Indonesia. Ketimpangan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih terjebak dalam skala mikro dan belum mampu tumbuh ke jenjang usaha kecil maupun menengah. Fenomena ini dikenal sebagai *missing middle*, yaitu kondisi di mana terjadi kekosongan atau kelangkaan pelaku usaha pada level menengah akibat minimnya transformasi dari skala usaha

mikro ke jenjang yang lebih tinggi (Arora et al., 2024). Hal ini menegaskan bahwa upaya mendorong UMKM naik kelas tidak hanya penting, tetapi juga mendesak untuk mengatasi ketimpangan struktural yang menghambat pertumbuhan wirausaha nasional secara berkelanjutan.

Tabel 1. 1 UMKM di Indonesia, Filipina, Malaysia dan Brunei Darussalam

Unit Usaha	Indonesia	Filipina	Malaysia	Brunei Darussalam
UMKM	99,99%	99,6%	96,9%	93,4%
Usaha Mikro	98,7%	90,5%	67,5%	39,2%
Usaha Kecil Menengah	0,37%	9,1%	29,4%	54,2%
Usaha Besar	0,01%	0,4%	3,1%	6,6%

Sumber: (ERIA/OECD, 2024)

Tantangan struktural ini menjadi semakin jelas ketika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya. Berdasarkan data proporsi UMKM 2022 Filipina memiliki proporsi usaha mikro sebesar 90,5%. Malaysia dengan proporsi usaha mikro hanya sebesar 67,5%, dan di Brunei Darussalam sebesar 39,2%. Sementara itu, di Indonesia, proporsinya mencapai 98,7%. Jika ingin menyesuaikan struktur UMKM Indonesia agar setara dengan Filipina, maka Indonesia perlu mengurangi proporsi usaha mikro sebesar 8,2%, atau sekitar 5,18 juta unit usaha.

Perbandingan ini menegaskan bahwa Indonesia menghadapi tantangan besar. Rendahnya tingkat mobilitas vertikal pelaku usaha mikro menunjukkan adanya hambatan struktural maupun non-struktural yang menghalangi akselerasi pertumbuhan skala usaha, Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan struktural tersebut, perlu ada upaya strategis yang mendorong mobilitas vertikal wirausaha mikro agar mampu naik kelas.

Pemerintah mulai mengintensifkan pelaksanaan program akselerasi UMKM Naik Kelas sebagai bagian dari strategi jangka panjang dalam mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045 (Zuhdi, 2024). Program UMKM Naik Kelas tahun 2024 berfokus kepada pengembangan SDM untuk lebih berakselerasi dalam perluasan usaha melalui akses pemasaran, akses pembiayaan, akses perizinan, dan teknologi dalam konteks ekosistem dengan target berpotensi ekspor (Irvan, 2024). Secara kelembagaan, usaha mikro berada di bawah kewenangan pemerintah daerah kota atau kabupaten, sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Pemerintah Kota Padang, melalui Dinas Koperasi dan UKM, telah merespons kebijakan ini dengan menginisiasi berbagai program pengembangan usaha mikro.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Padang tahun 2022, terdapat sekitar 41.787 unit UMKM yang tersebar di berbagai kecamatan, yang mayoritas pelaku usahanya masih berada pada skala mikro dengan tingkat produktivitas yang relatif terbatas. Program-program tersebut dirancang untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dari berbagai aspek. Keempat kemampuan *entrepreneurial orientation*, *dynamic capabilities*, *innovation performance*, dan *digital transformation* memiliki keterkaitan erat dengan intervensi pemerintah tersebut, terutama dalam mendorong kesiapan internal pelaku usaha untuk merespons berbagai peluang eksternal secara optimal sehingga terwujud mobilitas vertikal pelaku usaha mikro.

Namun demikian, belum banyak riset yang secara empiris mengkaji bagaimana variabel-variabel internal tersebut, khususnya *innovation performance*, *digital*

*transformation*, dan *entrepreneurial orientation* saling berinteraksi dalam mendorong proses naik kelas wirausaha mikro. Selain itu, peran *dynamic capabilities* sebagai kapasitas adaptif yang menjembatani antara orientasi wirausaha dan transformasi usaha juga belum banyak dieksplorasi secara mendalam dalam konteks wirausaha mikro di Kota Padang. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji hubungan antar variabel secara sistematis, sekaligus memberikan dasar empiris bagi pengambilan kebijakan dan perancangan program pemberdayaan yang lebih tepat sasaran dan berbasis bukti.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **Analisis Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* terhadap *Innovation Performance* dan *Digital Transformation* Wirausaha Mikro Kota Padang Dengan *Dynamic Capabilities* sebagai Variabel Mediasi**. Penelitian ini juga menawarkan kebaruan dengan menyatukan keempat variabel tersebut ke dalam satu model konseptual yang komprehensif, yang belum banyak dikaji secara terpadu, khususnya dalam konteks lokal di Kota Padang.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian maka diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *innovation performance* wirausaha mikro di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *digital transformation* wirausaha mikro di Kota Padang?

3. Bagaimana pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *innovation performance* wirausaha mikro di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *digital transformation* wirausaha mikro di Kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *dynamic capabilities*?
6. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *innovation performance* melalui *dynamic capabilities* pada wirausaha mikro di Kota Padang?
7. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *digital transformation* melalui *dynamic capabilities* pada wirausaha mikro di Kota Padang?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah *entrepreneurial orientation* memiliki pengaruh terhadap *innovation performance* wirausaha mikro di Kota Padang.
2. Mengetahui apakah *entrepreneurial orientation* memiliki pengaruh terhadap *digital transformation* wirausaha mikro di Kota Padang.
3. Mengetahui apakah *dynamic capabilities* memiliki pengaruh terhadap *innovation performance* wirausaha mikro di Kota Padang.
4. Mengetahui apakah *dynamic capabilities* memiliki pengaruh terhadap *digital transformation* wirausaha mikro di Kota Padang.

5. Mengetahui apakah *entrepreneurial orientation* memiliki pengaruh terhadap *dynamic capabilities*.
6. Mengetahui apakah *entrepreneurial orientation* memiliki pengaruh terhadap *innovation performance* melalui *dynamic capabilities* pada wirausaha mikro di Kota Padang.
7. Mengetahui apakah *entrepreneurial orientation* memiliki pengaruh terhadap *digital transformation* melalui *dynamic capabilities* pada wirausaha mikro di Kota Padang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan secara teoritis dan praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Bagi mahasiswa dan akademis

Penelitian ini memberikan pemahaman konseptual yang mendalam mengenai hubungan antara *entrepreneurial orientation*, *dynamic capabilities*, *innovation performance*, dan *digital transformation* dalam konteks wirausaha mikro.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan yang ingin mengembangkan model serupa, baik dengan menambahkan variabel lain, memperluas wilayah kajian, atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda, misalnya longitudinal atau kualitatif.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi pelaku wirausaha mikro

Penelitian ini memberikan wawasan bahwa penguatan *entrepreneurial orientation* dan kapabilitas adaptif merupakan kunci untuk meningkatkan inovasi dan adopsi teknologi digital. Temuan ini dapat dijadikan panduan bagi pelaku usaha untuk melakukan transformasi internal dalam menghadapi perubahan pasar.

### b. Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan

Penelitian ini memberikan dasar empiris untuk merancang kebijakan dan program pemberdayaan UMKM yang lebih tepat sasaran. Penekanan pada penguatan kapabilitas internal, seperti pelatihan berbasis *entrepreneurial mindset* dan pendampingan digitalisasi usaha mikro, dapat menjadi arah baru dalam mendukung agenda UMKM Naik Kelas secara berkelanjutan.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian yang ditulis oleh penulis mengikuti sistematika kepenulisan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Merupakan bab yang menjelaskan berbagai hal mengenai latar belakang, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian latar belakang, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai variabel, landasan teori, dan hal lain terkait dengan penelitian seperti kerangka pemikiran dan pemikiran terdahulu.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Merupakan bab yang menjelaskan metode dalam penelitian, definisi operasional variabel, pengambilan sampel, analisis data, teknik pengumpulan data, dan pengujian hipotesis.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Merupakan bab yang menjelaskan analisis penulis terkait hasil penelitian yaitu mengenai pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *innovation performance* dan *digital transformation* wirausaha mikro kota padang dengan *dynamic capabilities* sebagai variabel mediasi. Bab ini juga memuat beberapa hal terkait keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan saran.

## **BAB V PENUTUP**

Merupakan bab yang menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, implikasi, dan saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada berbagai pihak terkait seperti Pemerintah Kota Padang, UMKM, dan peneliti yang nantinya akan mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini dimasa yang akan datang nantinya.

