

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan UMKM di Indonesia berjalan dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan jumlah pelaku UMKM dengan pelaku usaha besar. Berdasarkan data *Kementerian Koperasi dan UMKM* Republik Indonesia pada web [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), selama 3 tahun terakhir UMKM memiliki jumlah yang jauh lebih banyak dari pada Usaha Besar (UB). Perkembangan jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan tercatat sebanyak 1.271.440 UMKM pada tahun 2018. Kemudian, jumlah UMKM ini terus bertambah hingga 1.271.529 pada tahun 2019. Dengan kedua fenomena dan fakta tersebut, maka potensi UMKM untuk mendukung perekonomian di Indonesia menjadi sangat besar.

Wilayah Sumatera Barat merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan UMKM yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan data Dinas Koperasi dan UMKM yang menunjukkan bahwa di provinsi ini tercatat jumlah UMKM pada tahun 2017 sebanyak 108.558 UMKM, meningkat pada tahun 2018 menjadi 110.201 UMKM, dan tahun 2019 menjadi 112.458 UMKM. Sayangnya pada tahun 2020, Indonesia dilanda wabah penyakit yang mendunia yaitu Pandemi Covid-19. Data [www.covid19.go.id](http://www.covid19.go.id) pada 10 Januari 2021 di Indonesia telah terkonfirmasi 846.765 kasus positif covid-19. Hal ini juga dirasakan oleh masyarakat di Sumatera Barat terdapat 24.599 kasus positif covid-19 berada di Sumatera Barat ([corona.sumbarprov.go.id](http://corona.sumbarprov.go.id)).

Untuk mencegah meluasnya wabah pandemi covid-19 pemerintah provinsi Sumatera Barat kemudian mengeluarkan Peraturan Gubernur Nomor 20 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan maksud membatasi aktivitas sosial demi mencegah penyebaran Corona virus (COVID-19). Namun, Hardilawati (2020) menyebutkan bahwa penetapan PSBB mengakibatkan terbatasnya kegiatan operasional UMKM, membuat menurunnya daya beli konsumen, sulitnya memperoleh bahan baku, terhambatnya distribusi & produksi sehingga UMKM akan terancam mengalami kerugian. Bahkan dari informasi yang dikutip pada [Sumatera.bisnis.com](http://Sumatera.bisnis.com) menyebutkan bahwa tidak sedikit pelaku UMKM yang harus menutup usahanya karena tidak mampu bertahan semenjak pandemi Covid-19. Terpukulnya sektor UMKM ini menyebabkan turunnya perekonomian karena UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam

perekonomian nasional (Djkn.kemenkeu.go.id). Dilansir dari Kominfo.go.id berdasarkan survei yang dilakukan oleh katadata insight center (KIC), menemukan bahwa 82.9% UMKM terpukul akibat pandemi covid. Bahkan 56.8% di antaranya berada dalam kondisi buruk. Hanya 5.9% saja UMKM yang mampu memetik untung saat PSBB pertama diterapkan di beberapa kota di Provinsi Sumatera Barat pada Juni 2020. Akibatnya, Sumatera Barat mengalami pertumbuhan ekonomi yang negatif, menurut keterangan resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Sumbar, perekonomian daerah selama triwulan II tahun 2020 tumbuh minus 4,91 persen, terkontraksi dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya 5,05 persen ([www.sumbar.bps.go.id](http://www.sumbar.bps.go.id)).

UMKM harus mampu menyesuaikan diri agar dapat bertahan di tengah pandemi-covid 19. Sok & Cass (2011) menyebutkan bahwa untuk menjaga kinerja UMKM tetap optimal, UMKM dapat menerapkan strategi dengan mengelola sumber daya yang ada. Salah satu teori yang membahas mengenai sumber daya pada usaha adalah Teori *Resource Based View* (RBV) (Hansen & Wernerfelt, 1989) yang menyebutkan pelaku usaha harus memanfaatkan sumber daya internal maupun eksternal serta menjaga kemampuan kapabilitas untuk menjaga kinerja tetap optimal dan meningkatkan daya saing. Kerangka RBV memiliki banyak pilihan sumber daya yang relevan secara strategis yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan perusahaan (Spillan & Parnel, 2006). Odoom et al. (2017) menyebutkan bahwa salah satu sumber daya yang dapat digunakan oleh UMKM untuk meningkatkan kinerja adalah teknologi informasi dengan cara memanfaatkan media sosial dan situs jejaring sosial. Media sosial telah menjadi platform ujung tombak untuk membangun dan mengelola aktivitas transaksional dan relasional dalam membantu aktivitas bisnis (Kaplan & Haenlein, 2010; Kumar et al., 2016). Dengan demikian, para pelaku UMKM dapat memanfaatkan sumber daya media sosial untuk meningkatkan kinerja usahanya sekaligus sebagai strategi bertahan agar tetap optimal di tengah pandemi covid-19 (Hardilawati, 2020).

Kegunaan media sosial untuk membantu aktivitas bisnis pelaku usaha telah banyak dibahas pada penelitian sebelumnya. Michaelidou et al. (2011), dan Ashley & Tuten (2015) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa kegunaan media sosial dalam membantu aktivitas bisnis diantaranya adalah menarik pelanggan baru, membina hubungan, meningkatkan kesadaran, mengkomunikasikan merek dagang secara online, serta

menerima umpan balik dari pelanggan dan mitra bisnis. Secara empiris, Kwok & Yu (2013) telah menemukan bukti bahwa penggunaan media sosial Facebook dapat meningkatkan penjualan suatu restoran di US. Temuan mereka menunjukkan terdapat peningkatan kunjungan pelanggan di 12 restoran berjenis restoran cepat saji, setelah restoran tersebut memposting status, video, foto, dan link di akun Facebook mereka. Senada dengan itu, Odoom et al. (2017) berhasil membuktikan bahwa penggunaan media sosial Facebook dan Twitter menawarkan UKM pilihan berbiaya rendah sehingga pelaku UKM di Ghana dapat memperoleh keuntungan dari mempromosikan usahanya dan mendapat manfaat kinerja yang lebih baik.

Purwiantoro et al. (2016), dan Akhmad (2015) telah menjabarkan secara deskriptif bahwa Facebook, Instagram, Whatsapp dan Twitter merupakan media sosial yang paling sering dimanfaatkan pelaku UMKM di Indonesia untuk mengembangkan bisnis mereka. Mereka menyebutkan bahwa media sosial ini banyak digunakan oleh pelaku UMKM karena kemudahan serta dapat diakses secara gratis selain itu, media sosial ini populer di masyarakat sehingga para konsumen juga menggunakan media sosial yang sama.

Selain memanfaatkan penggunaan media sosial, pelaku UMKM juga dapat melakukan inovasi pada kegiatan usahanya. Kim & Mauborgne (2005) mengungkapkan bahwa inovasi adalah salah satu solusi untuk bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. Rosenbusch et al. (2011) melakukan meta-analisis untuk mengidentifikasi hubungan inovasi dengan kinerja UMKM di 42 studi empiris pada 21.270 UMKM. Temuan mereka berhasil mengidentifikasi bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Mereka menyebutkan hal ini dikarenakan struktur organisasi UMKM lebih sederhana sehingga mereka fleksibel untuk mengimplementasikan inovasi pada usahanya, selain itu UMKM dapat menyesuaikan diri dengan cepat pada perubahan lingkungan. Oleh sebab itu, dengan adanya perubahan kondisi lingkungan seperti terbatasnya aktivitas sosial akibat pandemi covid-19 pelaku usaha UMKM dapat secara cepat pengambilan keputusan untuk menerapkan strategi inovasi pada usahanya.

UMKM dapat melakukan inovasi pada usahanya dengan cara melakukan inovasi yang paling umum mencakup penawaran produk baru atau perbaikan produk yang sudah ada (Oke et al., 2007). Cooper & Kleinschmidt (2015) menyatakan bahwa produk baru yang sangat inovatif dan inkremental dalam perusahaan produk industri akan

menghasilkan kinerja yang unggul. Kemudian, UMKM dapat melakukan inovasi layanan komunikasi atau operasi administratif (Khazanchi et al., 2007). UMKM dapat memanfaatkan Inovasi jenis ini untuk menyampaikan produk baru kepada konsumen, mengganti sistem pembayaran tunai dengan menggunakan sistem *e-payment* (Sfenrianto, 2015), dan menerapkan sistem *delivery order* yang dinilai tepat dilakukan pada masa PSBB (Hardilawati, 2020).

Dokumentasi penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya pengaruh antara penggunaan media sosial dengan kinerja UKM di beberapa negara seperti Malaysia (Ainin et al, 2015), Ghana (Odoom et al., 2017), dan US (Kwok & Yu, 2013). Kemudian, Rosenbusch et al. (2011) telah menjabarkan sebagian besar peneliti telah menemukan pengaruh antara inovasi dengan kinerja UKM di beberapa penelitian di negara bagian Eropa, US, Korea, China, dan Singapura. Di Indonesia penelitian tentang UMKM yang telah dilakukan oleh Akhmad (2015), dan Purwadiantoro et al. (2016). Purwantini & Anisa (2018) temuan mereka membuktikan pengaruh kuat pada kinerja layanan, dan mereka berfokus pada motivasi UMKM untuk menggunakan media sosial. Oleh sebab itu, peneliti akan melakukan penelitian pengaruh penggunaan media sosial dengan kinerja UMKM. Pertama, peneliti akan menyelidiki bagaimana pengaruh Media sosial dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menyelidiki salah satu faktor ini. Terakhir, penelitian ini mengangkat pengambilan latar waktu di mana pandemi covid-19 sedang berlangsung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan media sosial oleh UMKM mempunyai pengaruh terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19?
2. Apakah inovasi UMKM mempunyai pengaruh terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19?
3. Apakah penggunaan media sosial oleh UMKM dan inovasi UMKM mempunyai pengaruh terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh penggunaan media sosial oleh UMKM terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19.
2. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh inovasi UMKM terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19.
3. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh penggunaan media sosial oleh UMKM dan inovasi UMKM terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

#### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah *literature* atau kajian teoritis mengenai pengaruh media sosial dan inovasi terhadap kinerja UMKM pada masa Covid-19 .

#### 2. Secara Praktis

##### a. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu pengaruh media sosial dan inovasi terhadap kinerja UMKM pada masa pandemi Covid-19.

##### b. Bagi pengusaha UMKM sebagai masukan dalam upaya meningkatkan pendapatan usahanya.

### 1.5 Sistematika Penelitian

Sebagai pedoman dalam penelitian ini dibuat sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1 Berisi tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab II membahas dasar atau teori-teori yang akan digunakan di dalam melakukan pembahasan yang telah dikemukakan, kemudian berisi telaah penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis. Bab III Berisi metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini mencakup jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, teknik analisa data. Bab IV



menjelaskan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan, serta menginterpretasikan hasil penelitian. Bab V berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, berisi saran-saran bagi peneliti, bagi pelaku UMKM, pihak pemerintah, serta bagi peneliti selanjutnya. Kemudian pada bab ini terdapat penjelasan mengenai keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

