

**KESIAPAN UMKM MENGAHADAPI DIGITALISASI DIKABUPATEN
BULUNGAN**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

APRILIANA NONA ARISTA
NPM.201942007



**JURUSAN PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
2023**

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

KESIAPAN UMKM MEGHADAPI DIGITALISASI DIKABUPATEN BULUNGAN

(STUDI KASUS : PADA UMKM MENGHADAPI DIGITALISASI DIKABUPATEN BULUNGAN)

Disusun Oleh Apriliana Nona Arista. NPM : 201942007 telah disetujui dan
dipertahankan.

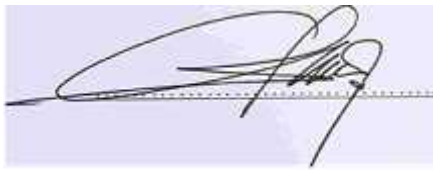
Di depan dewan penguji pada tanggal 28 Juli 2023

TIM PENGUJI

Pembimbing : Nurus Soimah, S.Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01



Penguji 1 : Machmud Al Amrie, S.E., M.Pd.
NIDN: 11.040469.01



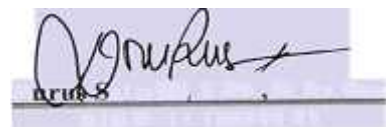
Penguji 2 : Aslan, M.Ec.Dev
NIDN: 11.171286.01

Universitas Kaltara
Program Sarjana
Ketua Jurusan

Universitas Kaltara
Program Sarjana
Dekan Fakultas Ekonomi



Dewi Qomariah Imelda, S.E., M.M.Ak
NIND: 11.050573.02

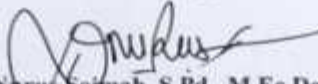


Nurus Soimah, S.Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01

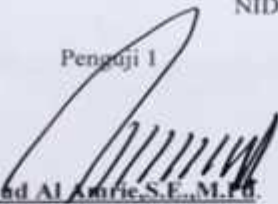
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : KESIAPAN UMKM MEHADAPI
DIGITALISASI DI KABUPATEN BULUNGAN
Nama Mahasiswa : Apriliana Nona Arista
NPM : 201942007
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Pembangunan

Tim Penguji Skripsi :
Pembimbing


Nurus Soimah, S.Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01

Penguji 1


Machmud Al Amrie, S.E., M.Pd.
NIDN: 11.040469.01

Penguji 2

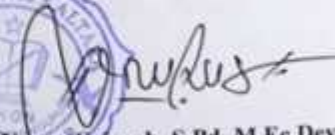

Aslan, M.Ec.Dev
NIDN: 11.171286.01

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi


Dewi Omariah Imelda, S.E., M.M.Ak.
NIDN: 11.050573.02

Ketua Jurusan


Nurus Soimah, S.Pd., M.Ec.Dev
NIDN: 11.150490.01

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan yang sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan di sebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dan gelar Sarjana Ekonomi atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 27 Juli 2023

Mahasiswa



APRILIANA NONA ARISTA

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan yang sebenar-benarnya bahwa di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan di sebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dan gelar Sarjana Ekonomi atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 27 Juli 2023

Mahasiswa



APRILIANA NONA ARISTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

Ayahanda Audax dan Ibunda Ermiana Rohati tercinta
yang sudah banyak mengasihiku Dan memotivasiku tanpa hentinya.

Suamiku Yohanes Bulu Ama Dan Anakku Gracia yang tersayang
yang sudah memotivasiku dan menjadi penyemangatku.

Saudara-saudara: Buat kakakku Beata Beatris dan Cristina

Dan isna yang sudah banyak membantu ku.

Buat

Dosen Pembimbingku yang udah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran
agar dapat terselesainya skripsi ini.

Teman-temanku yang sudah banyak mendukung

Dan memotivasi selesainya skripsi ini.

Dan juga untuk almamaterku

yang menjadi kebanggaanku.

Semoga pengorbanan yang telah

Diberikan untukku bernilai ibadah

dan mendapat balasan pahala

yang berlipat dari Allah ,

amiiin.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul Kesiapan UMKM menghadapi Digitalisasi Di Kab.Bulungan Dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program sarjana (SI) pada Universitas Kaltara Tanjung Selor.

Pada kesempatan ini penulis banyak memperoleh bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Didi Adriansyah,S.T.P.,M.M. Tselaku Rektor Universitas Kaltara Tanjung Selor.
2. Ibu Dewi Qomariah Imelda, S.E.,M.M. A.K, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara Tanjung Selor.
3. Ibu Nurus Soimah,S.Pd.,M.Ec.Dev selaku Ketua Program Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Univeritas Kaltara Tanjung Selor.
4. Ibu Nurus Soimah,S.Pd.,M.Ec.Dev, selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan senantiasa sabar memberikan pengarahan, bimbingan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Staf administrasi Fakultas Ekonomi yang telah memfasilitasi dan melayani penulis selama studi di Fakultas Ekonomi sampai selesainya skripsi ini.

6. Ibunda, ayahanda dan keluarga saya tercinta yang selalu memberikan motivasi sehingga selesainya skripsi ini.

7. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang senantiasa membantu dan memberi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis miliki. Oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang telah membacanya.

Tanjung Selor, 27 Juli 2023

Penulis



APRILIANA NONA ARISTA

ABSTRAK

Pengembangan UMKM dalam memasuki industri , tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Teknologi di gunakan tidak hanya dalam pemasaran tetapi juga dalam proses lainnya seperti produksi dan keuangan. Untuk itu, pelaku usaha perlu mempersiapkan diri dalam mengadopsi teknologi. Sehebat dan sebaik apapun teknologi jika sumber daya manusia yang akan menggunakan tidak siap maka tidak akan berhasil. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, Kesiapan UMKM dalam Menghadapi Digitalisasi di Kabupaten Bulungan. Penelitian ini menggunakan *Technology Readiness Index* (TRI) untuk mengukur kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi dengan empat pendekatan yaitu optimisme, inovasi, ketidaknyamanan dan keamanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan angket dan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Kabupaten Bulungan berada dalam tahap sedang atau medium di ukur dengan *Technology Readiness Index*. Pemilik UMKM memiliki optimisme dan mau melakukan inovasi bahwa teknologi dan digital dapat mengubah usaha mereka ke arah yang lebih baik dan tidak keberatan mencoba hal baru. Namun, mereka masih merasa kewalahan dalam proses belajar dan merasa kurang aman saat bertransaksi melalui digital.

Kata Kunci : UMKM, Digitalisasi, Kesiapan Teknologi

ABSTRACT

The development of MSMEs in entering the industry cannot be separated from technology. Technology is used not only in marketing but also in other processes such as production and finance. For this reason, business actors need to prepare themselves in adopting technology. No matter how great and good the technology is, if the human resources that will use it are not ready, it will not work. So the purpose of this study is to find out, the Readiness of MSMEs in Facing Digitalization in Bulungan Regency. This study uses the Technology Readiness Index (TRI) to measure the readiness of MSMEs in adopting technology with four approaches, namely optimism, innovation, inconvenience and security. This study uses a quantitative and qualitative approach using questionnaires and questionnaires. The results of this study indicate that SMEs in Bulungan Regency are in the medium or medium stage as measured by the Technology Readiness Index. MSME owners have optimism and are willing to innovate that technology and digital can change their business for the better and don't mind trying new things. However, they still feel overwhelmed in the learning process and feel insecure when transacting via digital.

Keywords: MSME, Digitalization, Technology Readiness

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	..ix
<i>ABSTRACT</i>	..ix
DAFTAR ISI.....	..x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Usaha UMKM.....	14
2.1.1 Definisi UMKM	14
2.1.2 Peran UMKM	16
2.1.3 Permasalahan UMKM	16
2.1.4 Peranan Strategi UMKM	17

2.2 <i>Technologi Readines Index (TRI)</i>	18
2.3 Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu	20
2.4 Digitalisasi	21
2.5 Pengertian Digital Economi.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Tingkat Kesiapan	37
3.4 Angket.....	38
3.5 Jenis Data.....	38
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.7 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas.....	39
3.8 Pengupulan Data dan Analisis Data	41

BABA IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum UMKM di Kab.Bulungan	43
4.2 Deskripsi Responden	46
4.3 Kesiapan	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Menurut H.,Hum.,M.Kn. dan Letkol (Mar)Dr.MS. Noorman,SSos, MTr. Oprsla,M.Tr. Han. (2018). UMKM telah diakui dalam pespektif dunia yang memiliki suatu peran yang sangat vital dalam pembangunan ekonomi disuatu negara yang sedang berkembang maupun negara- negara maju sekalipun. Di negara-negara maju, UMKM sangat penting tidak hanya karena kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan dengan usaha besar (UB). Di negara –negara yang sedang berkembang misalkan di Afrika Selatan, Asia, Amerika Latin dan lain –lain mengatakan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perspektif mencari kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi sekelompok orang, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan suatu negara serta pembangunan ekonomi dipedesaan.

Negara –negara berkembang yang mulai mengubah orientasi ketika melihat pengalaman yang dilakukan di beberapa negara tentang peran dan sumbangsi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi.untuk mengkaji ulang peranan usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM) . ada beberapa kesimpulan, yang dapat ditarik mengenai hal-hal tersebut yaitu ; pertama, pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat sebagaimana terjadi di jepang, telah dikaitka dengan besaran sektor usaha kecil; kedua, dalam penciptaan lapangan

kerja di Amerika Serikat sejak perang dunia II , sumbangan UMKM ternyata tak bisa diabaikan.

Dalam perkembangan UMKM di negara yang sedang berkembang dan negara maju dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan Ekspor Non-Migas, khususnya produk-produk manufaktur, dan inovasi serta perkembangan teknologi, peran UMKM di Negara yang sedang berkembang relative rendah, dan ini sebenarnya perbedaan yang paling mencolok dengan UMKM di negara maju. Menurut Ananda dan Susilowati (2018) kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya. Tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) perja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana. UMKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik di tinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto.

Kabupaten Bulungan merupakan kabupaten induk di provinsi Kalimantan Utara, yang merupakan gerbang terluar negara Indonesia. Berdasarkan data Disprindakop Kabupaten Bulungan per Januari 2021, di antara 3.480 unit UMKM di Kabupaten Bulungan, baru sekitar 173 UMKM yang telah mendaftarkan usahanya, dan 200 UMKM yang telah menjadi binaan PLUT-KUMKM Kabupaten Bulungan yang terdiri dari beberapa sektor

perikanan, perkebunan, pertanian, perternankan, kelautan, kerajinan, home industri, industry tekstil, jasa cuci busana, penjualan kue, dan percetakan . (Soimah 2017)

Industri kecil dan menengah terdapat di daerah Kabaupaten Bulungan pada umumnya masi dikelola secara tradisional baik teknis produksi maupun menejemen produksinya hingga sampai dengan sekarang manejemen pemasarnya, yang masi perlu pengembangan peningkatan variabel –variabel produk tersebut sehingga terjadinya pengembangan produk dan pengembangan pasar tujuan produk. Dalam rangka penerapan dan penguasaan teknologi industri kecil dan menengah, Disprindakop dan UKM Kabupaten Bulungan yang merupakan salah satu instansi teknis yang membina sektor ekonomi daerah telah dan akan melakukan upaya-upaya baik bagi industri yang baru maupun yang sudah berkembang.

Menurut Soimah dan Octaviana (2021). Selain berdampak pada kesehatan, covid-19 berdampak pada perekonomian di Indonesia. Nasution, dkk (2020) menyatakan bahwa dampak covid-19 menyebabkan rendahnya sentiment investor terhadap pasar yang pada akhirnya membawa pasar kearah yang cenderung negatif. Langkah strategis terkait fiksaldan moneter sangat dibutuhkan untuk memberikan rangsangan ekonomi, Pandemi covid-19 juga berdampak kepada perlambatan ekspor Indonesia ke China yang berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

Menurut Firmansyah (2018) UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun Negara. UMKM merupakan usaha kecil

masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang, sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Kenyataannya UMKM bermanfaat sumber daya alam yang ada di daerah untuk dimanfaatkan secara maksimal. *Laporan Organisation For Economic Co-Operation and Development (OECD)* ada beberapa cara virus corona mempengaruhi perekonomian khususnya UMKM baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Dari sisi penawaran, perusahaan mengalami pengurangan pasokan tenaga kerja. Dari sisi permintaan virus ini dapat mempengaruhi likuiditas UMKM karena hilangnya permintaan konsumen secara tiba-tiba. OECD juga melaporkan bahwa lebih dari separuh UMKM menghadapi kerugian besar dalam hal pendapatan. Sepertiga UMKM takut akan keluar dari bisnis dalam kurun waktu 1 bulan jika tanpa dukungan dari pemerintah, dan 50 persen UMKM akan keluar dari bisnisnya dalam kurun waktu 3 bulan.

Berdasarkan publikasi BPS tentang hasil SE2016-Lanjutan, jumlah UMKM mencapai lebih dari 26 juta usaha atau 98,68 persen dari total usaha non pertanian di Indonesia, UMKM mampu menyerap tenaga kerja Indonesia mencapai lebih dari 59 juta orang. Di masa pandemi covid-19 ini UMKM memiliki tantangan yang berat, mulai dari minimnya akses perbankan, kemampuan dan pengetahuan SDM yang rendah, pengelolaan administrasi yang masih sederhana hingga keterbatasan penggunaan teknologi. Pada Juli 2020 BPS melaporkan 62,21 persen UMKM menghadapi kendala keuangan terkait dengan pegawai dan operasional.

33.23 persen UMKM mengurangi jumlah pegawai dan 84.20 persen UMKM mengalami penurunan pendapatan.

Menurut Amri (2020) industri pariwisata merupakan salah satu industri yang terdampak oleh penyebaran virus ini. Lesunya sektor wisata ternyata memiliki efek domino terhadap sector UMKM. berdasarkan P2E LIPI, dampak penurunan aktivitas sector pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dibidang usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1.77%, dan usaha menengah sebesar 0.01%. sementara itu ,konsumsi rumah tangga juga terkoreksi antara 0.5% hingga 0.8%.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan sektor yang penting dan memiliki kontribusi besar untuk mencapai tujuan pembangunan ekonomi nasional, seperti pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, dan pembangunan ekonomi daerah (Ariani, Yuyetta & Hardiningsih,2020. Permasalahan UMKM dapat dilihat dari dua sisi yaitu internal dan eksternal (Deck & Levine, 2007).dari sisi internal, faktor penghambatnya adalah keterbatasan modal, jaringan usaha yang lemah, dan kemampuan penetrasi pasar. Dari sisi eksternal, faktor penghambatnya adalah iklim usaha yang kurang kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana, implikasi otonomi daerah, sifat produk dengan umur pendek, dan akses pasar yang terbatas (Hamza &Suhardi, 2019). Permodalan UMKM merupakan masalah yang selalu ada meskipun pemerintah telah

mengeluarkan berbagai kebijakan untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut (Insani,2013).

Menurut Firmansyah (2018) faktanya,terdapat 3 masalah klasik yang sering terjadi dalam dunia UMKM yaitu akses pasar, modal dan teknologi. Secara keseluruhan,terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan terhadap UMKM, antara lain kondisi kerja, promosi usaha baru, akses informasi, akses pembiayaan, akses pasar, peningkatan kualitas produk dan SDM, ketersediaan layanan pengembangan usaha, pengembangan cluste,jaringan bisnis, dan kompetisi.

Soimah (2017) menyampaikan bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada UMKM Di Kabupaten Bulungan adalah keterbatasan dalam produks, kecilnya akses UMKM terhadap akses keuangan yang menjadi penyebab permasalahan permodalan,jangkauan pemasarannya yang kurang luas akibat kurang memanfaatkan e- marketing , dan permasalahan perizinan.

Tahun 2020 menjadi tahun yang berat bagi perekonomian Indonesia. Guncangan akibat adanya pandemi *corona virus disease* (covid-19) tidak hanya menyerang kesehatan masyarakat namun juga menyerang sendi perekonomian erkecil negara berdasarkan laporan OEDC di tahun 2020 pada sisi penawaran UMKM mengalami permasalahan yang terkait dengan tenaga kerja yang merupakan dampak dari pemberlakuan

kebijakan penanggulangan pandemi seperti Pembatasan Social Berskala Besar (PSBB) . Sedangkan permasalahan yang dihadapi UMKM pada sisi permintaan merupakan permasalahan yang terkait dengan berkurangnya permintaan akan produk dan jasa sehingga menyebabkan penurunan omset usaha. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di masa pandemic covid-19 yaitu penurunan penjualan akibat adanya pandemic maupun akibat kebijakan penanggulangannya menyebabkan menurunnya omset usaha yang berakibat pada perputaran modal yang sedikit terhambat. Selain itu juga adanya permasalahan hambatan distribusi produk dan sulitnya mendapat bahan baku usaha.

Revolusi Industri 4.0 telah memperkenalkan teknologi pada semua aktifitas manusia. Revolusi industri ini di tandai dengan terobosan pada teknologi yang belum pernah terjadi sebelumnya, terutama oleh *Internet-of-Things*, komunikasi *Machine-to -Machine*, pencetakan 3-D, robotika otonom, kecerdasan buatan, dan bisnis digital (Moni dkk, 2019). Revolusi industri mampu mengintegrasikan proses produksi, operasi, keuangan dan pemasaran melalui otomatisasi. Perkembangan teknologi yang cepat membuat para pelaku usaha juga harus cepat untuk menyesuaikan dengan perubahan tersebut, salah satu bentuk teknologi yang banyak di manfaatkan oleh masyarakat adalah media social. Begitupula dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pengembangan UMKM dalam memasuki industri 4.0 di perlukan sebuah kesiapan pelaku UMKM. Menilai kesiapan suatu usaha untuk mengadopsi inovasi baru merupakan

prasyarat penting untuk berkembang dan mengikuti perkembangan pasar, teknologi informasi dan komunikasi sangatlah berperan penting pada dunia bisnis dan industri. *E-readiness* merupakan salah satu alat untuk mengevaluasi kesiapan suatu usaha dengan cara terintegrasi untuk mengadopsi, menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi, sehingga dapat dikembangkan untuk merasionalisasikan tindakan, meningkatkan daya saing, dan mengelola Sumber Daya Manusia secara efisien pada UMKM.

Adanya digitalisasi UMKM ini bukan hanya memberikan peluang namun juga memberikan tantangan bagi para UMKM karena tingkat persaingannya sangat ketat. Sehingga hal ini mengharuskan bagi para UMKM untuk berinovasi dan mencari strategi penjualan agar mampu menarik minat konsumen. Manfaat digitalisasi UMKM bagi pelaku usaha bukan hanya memberikan peluang, namun juga memberikan tantangan bagi para UMKM karena tingkat persaingan sangat ketat. Sehingga hal ini mengharuskan bagi para UMKM untuk berinovasi dan mencari strategi penjualan agar mampu menarik minat konsumen. Sebanyak 64 juta UMKM di Indonesia tercatat hanya 13% yang sudah menggunakan aspek digital dalam kegiatan usahanya, sebaiknya 87% sisanya masih bergantung pada interaksi fisik (Money).

Hal ini terjadi karena pada pelaku UMKM yang berusia lanjut cenderung kurang memahami cara menggunakan media digital, sehingga membutuhkan peran dari pemerintah dan pihak lainya terkait untuk

membantu dalam pembinaan pelaku UMKM agar mampu memahami mengenai menggunakan media digital untuk diterapkan sebagai media penjualan. Director Riset Katadata Insigh Center (KIC) Mulya Amri mengatakan bahwa tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam perdagangan digital adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan teknologi atau platform digital (Annur,2020).

Adanya digitalisasi produk usaha UMKM di tingkat pedesaan ini memberikan kemudahan kepada para UMKM untuk lebih maju. Digitalisasi bagi para perusahaan besar, tentunya tidak akan mengalami kendala dikarenakan karakteristik perusahaan besar yang cenderung memiliki kesiapan karena dukungan sumber daya manusia yang cukup. Sedangkan pada tingkat UMKM, digitalisasi membutuhkan banyak persiapan yang lama dan dorongan dari pihak lain untuk mendukung proses digitalisasi produk usaha UMKM ditingkat Desa . Guna mendorong dan mempermudah UMKM dalam menghadapi perubahan yang terjadi, pemerintah telah meningkatkan kemudahan akses dan melakukan transfer teknologi kepada pelaku UMKM agar mampu bertahan di dalam persaingan bisnis (Slamet et al, 2016). Hal ini sesuai dengan peningkatan pelayanan pembuatan ijin usaha yang bisa dilakukan melalui media online dan dalam proses dapat di akses dengan cepat. Melakukan kegiatan pemasaran menggunakan media digital atau teknologi digital dengan tujuan meraih pangsa pasar yang lebih luas, memperbaiki kualitas produk dan layanan konsumen agar nantinya menciptakan hubungan yang baik dan

loyal antara pelaku usaha dan konsumen, menerapkan strategis pemasaran hubungan pelanggan (*costomer relationship marketing*) dengan tujuan menumbuhkan kepercayaan konsumen sehingga konsumen dapat berthan dengan produk (Afin, 2021).

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), di kabupaten bulungan menjadi salah satu sector usaha yang cukup mendominasi di jalankan oleh pelaku usaha. salah satu sumber daya oraganisasi yang memiliki peran penting dalam mencapai tujuan adalah Sumber Daya Manusia, perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat menuntut peran sumber daya manusia dalam keunggulan bersaing (bangun,2012). Sumber daya manusia menjadi kunci menghadapi era ekonomi digitalisasi. Industri 4.0 yang tertumpu pda perkembangan teknologi, mengharuskan Kabupaten Bulungan untuk mempersiapkan terbangunnya Sumber Daya Manusia yang handal.

Digitalisasi marketing adalah salah satu jenis kegiatan dalam pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan atau memasarkan suatu produk atau jasa dan untuk menjangkau para calon konsumen dengan menggunakan media digital. Menurut Afrina(2015) digital marketing adalah salah satu jenis pemasaran yang banyak digunakan untuk promosikan produk atau jasa dan untuk menjangkau produk konsumen menggunakan saluran digital. Di era globalisasi sangat penting menerapkan digitamarketing karena cangkupan yang luas dan mudah digunakan. Digital marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan informasi antara

perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi pemasaran internet atau digital dapat berupa web site, search engine marketing, web baneer, social networking, viral marketing, e-mail marketing dan affiliate marketing.

UMKM perlu memanfaatkan digital marketing karena memiliki beberapa keunggulan ,antara lain, a) target bias diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan, b) hasil cepat terlihat sehingga pemasaran dapat melakukan tindakan oreksi atau perubahan apabila dirasa tidak sesuai, c) biaya jauh leih murah daripada pemasaran konvensional, d) jangkauan lbih luas karena tidak terbatas geografis , e) dapat diakses kapanpun tida terbatas waktu, f) hasil dapat diukur misalnya jumlah pengunjung situs dan konsumen yang melakukan pembelian online, g) kampanye bias dipesonalisasi, h) bias melakukan engagement atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konumen.

Disisi lain, digital marketing pu memiliki kelemahan, diantaranya , a) muda ditiru oleh pesaing, b) dapat disalah gunakan le pihak –pihak yang tidak bertanggung jawab , c) reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negative, d) belum semua orag mengnukan teknologi internet atau digital

1.2.Rumusan Masalah

Persoalan mendasar yang hendak di teliti adalah :

1. Bagaimana kesiapan para pelaku usaha UMKM dalam menghadapi digitalisasi yang ada di kabupaten bulungan

1.3.Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kesiapan UMKM dalam menghadapi digitalisasi .

1.4.Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha UMKM

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bahwa digitalisasi sangat penting bagi perkembangan usaha.

Manfaat dari penelitian ini agar pelaku usaha UMKM sudah tidak perlu mengeluarkan dana besar untuk beriklan di media Koran ataupun majalah karena digitalisasi atau promosi online jauh lebih terjangkau dan mudah dengan berbagai pilihan seperti instagram, facebook atau Platform digital lainnya.

2. Bagi peneliti

Di harapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai kompetensi pengembangan karir (UMKM), kinerja dan motivasi kerja dalam usaha mikro kecil menengah.(pentingnya digitalisasi terhadap perkembangan umkm)

3. Bagi praktisi

Hasil penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai kompesasi pengembangan usaha UMKM dalam kesiapanya terhadap digitalisasi ,agar meningkatnya kenerja UMKM

4. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini dihrapakan dapat menambah pengetahuan para pembaca maupun sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wacana keilmuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

2.1.1. Definisi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya pembedaan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, usaha besar umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun, definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Oleh karena itu memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Di Indonesia definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonsia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang-perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana telah

diatur dalam UU tersebut. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang- perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, maka definisi dari masing-masing usaha adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha dengan kekayaan bersih kurang dari 50 juta rupiah atau menghasilkan penjualan kurang dari 300 juta rupiah selama satu tahun.
- b. Usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan antara 50 sampai 500 juta rupiah atau menghasilkan penjualan antara 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah selama satu tahun.
- c. Usaha menengah adalah usaha dengan kekayaan antara 500 juta sampai 10 miliar rupiah atau menghasilkan penjualan antara 2,5 hingga 50 miliar rupiah selama satu tahun.

2.1.2. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Diakui bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan

pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga dinegara-negara maju. Di negara maju UMKM sangat penting, tidak hanya karena kelompok usahanya tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan dan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusinya dari usaha besar.

Berdasarkan kontribusi UMKM terhadap PDB per sektor dapat diketahui bahwa kontribusi UMKM terbesar berada di sektor PPKP dengan unit UMKM sebesar 49.58 %, disusul dengan sektor PHR dengan 29.56 %. Industri pada sektor ini sangat potensial dikembangkan sejak dari mikro, dan ada peluang dikembangkan untuk menjadi industri besar.

2.1.3 Permasalahan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Perkembangan UMKM di negara sedang berkembang dihalangi oleh banyak hambatan. Hambatan-hambatan tersebut bisa berbeda antara satu daerah dan daerah lain, atau antar pedesaan dan perkotaan, atau antar sektor, atau antar sesama perusahaan di sektor yang sama. Masalah- masalah tersebut antara lain adalah:

- a. Terbatasnya modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan.
- b. Masih rendahnya kualitas SDM pelaku usaha. Kemampuan manajerial para pelaku UMKM perlu ditingkatkan. Begitu pun

sistem kadrisasi perlu dibangun. Sering kali dijumpai UMKM hanya *one man show*, sehingga dibutuhkan tim solid yang mampu mewarisi UMKM dari pendirinya.

- c. Kemampuan pemasaran yang terbatas. Meskipun media *online* telah berkembang, akan tetapi media ini belum dimanfaatkan secara optimal oleh UMKM.
- d. Akses informasi usaha yang masih rendah.
- e. Belum berjaln kemitraan yang baik yang saling menguntungkan antar pelaku UMKM, usaha besar, dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).
- f. Distribusi dan pengadaan bahan baku dan input lainnya

2.1.4 Peranan Strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia.

Bisnis UMKM memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia adapun peranan strategis tersebut antara lain :

- a. Keduduknya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sector;
- b. Penyediaan lapangan kerja yang terbesar;
- c. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi local dan pemberdayaan masyarakat ;
- d. Penciptaan pasar baru dan sumber inovasi ;
- e. Sumbangan dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor;

2.2 *Technology Readiness Index (TRI)*

Kesiapan teknologi mengacu pada kecenderungan orang untuk merangkul dan menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan dalam kehidupan rumah tangga dan ditempat kerja. Konstruk dapat dilihat sebagai keseluruhan keadaan pikiran yang dihasilkan dari gestalt mental Enabler dan Inhibitor yang secara kolektif menentukan kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi baru.

Technology Readiness Index (TRI) yang diperkenalkan oleh A.Parasuraman pada Tahun 2000 Terdiri dari 36 Atribut yang mengukur konstruk dan komponennya. Versi yang disederhanakan dan diperbaharui dengan 16 atribut, “TRI 2,0”, Diperkenalkan oleh parasuraman dan Colby pada tahun 2015. Model kesiapan Teknologi berbeda dari model penerimaan yang terkenal seperti model penerimaan teknologi (TAM) dimana TRI mengukur keyakinan yang dimiliki seseorang tentang teknologi muktahir secara umum sementara model TAM mengukur penerimaan terhadap teknologi tertentu. Kesiapan teknologi adalah psikografis multimensi membangun, menawarkan cara untuk mengelompokkan konsumen berdasarkan keyakinan teknologi positif dan negative yang mendasarinya.

Kesiapan Teknologi Memiliki 4 Dimensi mendasar :

- 1) Optimisme, pandangan positif tentang teknologi, dan keyakinan bahwa teknologi menawarkan control, Veksibilitas dan Evisiensi yang lebih besar kepada orang-orang.
- 2) Inovatif, kecenderungan untuk menjadi pelopor Tekonologi dan pemimpin pemikiran.
- 3) Ketidaknyamanan, persis kurangnya kendali atas teknologi dan perasaan kewalahan karenanya .
- 4) Ketidakamanan, ketidakpercayaan terhadap teknologi dan skeptisisme tentang kemampuannya untuk bekerja dengan baik.

Sementara optisme dan inovasi merupakan contributor kesiapan teknologi, ketidaknyamanan dan ketidakamanan adalah penghambat. Model menangkap paradox bahwa individu dapat secara bersamaan memegang kedua keyakinan positif dan negative.

2.3. Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian sebelumnya mengenai produk UMKM, diantaranya:

1. Edy dan Susilo, penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data

sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten atau kota di DIY.

2. Dani, penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai informasi yang berkaitan dengan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Semarang dalam rangka merumuskan solusi untuk pengembangannya. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM kreatif di Kota Semarang belum dapat dijadikan sebagai penopang utama perekonomian di Kota Semarang.

3. Pradytia, penelitian ini masalah yang diidentifikasi adalah belum adanya

Lembaga Keuangan Mikro yang disediakan oleh pemerintah Kota Tangerang belum mengatasi permodalan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan UMKM di Kota Tangerang sudah baik, namun masih perlu pembenahan dalam berbagai aspek. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: tidak adanya Lembaga Keuangan Mikro di Kota Tangerang, tidak adanya sentra oleh-oleh Kota Tangerang sebagai wadah promosi, kurangnya sumber daya manusia yang ada di

Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi, belum adanya database UMKM di Kota Tangerang.

4. Dadan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan strategis sektor usaha mikro, dan merumuskan strategi dalam upaya mengatasi permasalahan pemasaran usaha mikro. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

2.4. Digitalisasi

Istilah digitalisasi mengacu pada penggunaa teknologi dan data digital untuk meningkatkan bisnis, pendapatan, dan menciptakan budaya digital. Dalam praktiknya, data digital jadi pendukung utama seluruh proses tersebut. Teknologi digital berangkat dari perkembangan teknologi informasi dan internet.

Kini tedapat berbagai fasilitas digital untuk membantu berbagai kegiatan sehari – hari seperti , *e-commerce* (perdagangan elektronik), *e-banking* (perbankan elektronik), *e-learning* (pembelajaran elektronik), *e-money* (uang elektronik), *e-toll* (tol elektronik). Serta sebagai peralatan praktis hasil rekayasa perangkat lunak yang digunakan untuk kegiatan seperti aplikasi perkantoran, aplikasi bisnis, aplikasi *entertainment*, aplikasi untuk kesehatan dan lain sebagainya. Hal ini dapat di kembangkan untuk meningkatkan daya saing UMKM. (buku ajaran UMKM go digital syariah, 2021).

a. Fungsi Manajemen & Teknologi Digital

1. Fungsi keuangan

- Sistem pembayaran: OVO, Gopay, linkaja dll
- Funding / pembiayaan: p2p *lending*, *Equity Crowdfunding*
- Laporan keuangan: buku warung, buku kas dll

2. Fungsi pemasaran

- *Marketplace / E-commerce*
- Social media (facebook, Instagram, Whatsap dll)

3. Fungsi SDM

- Rekrutmen karyawan: Geek Hunter, LinovHR

4. Fungsi produksi (khususnya untuk jasa)

- Industri wisata / travel: tiket. Com, traveloka, agoda
- Industri transportasi: gojek, grab, maxim,
- *Financial technology*

b. Perkembangan Teknologi Digital

1. Era Komputerisasi

Periode ini dimulai sekitar 1960-an ketika *minicomputer* dan *mainframe* diperkenalkan perusahaan seperti IBM ke dunia industri. Kemampuan menghitung yang sangat cepat menyebabkan banyak sekali perusahaan memanfaatkannya untuk keperluan pengolahan data.

2. Era Teknologi Informasi

Pada era ini komputer memasuki babak baru, yaitu sebagai suatu fasilitas yang dapat memberikan keuntungan kompetisi bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa.

3. Era Digital

Pada era ini berbagai perusahaan pun sudah tidak terikat pada batasan fisik. Melalui dunia maya, seorang dapat mencari pelanggan diseluruh lapisan masyarakat dunia yang terhubung dengan jaringan internet. Seluruh transaksi perdagangan dapat dengan mudah dilakukan di *cyberspace* melalui transaksi elektronik dengan pembayaran secara elektronik pula (elektronik payment)

Dari keempat era di atas terlihat bagaimana alam kompetisi dan kemajuan teknologi informasi yang muncul sejak penggunaan komputer dalam industri sehingga terkait erat satu dengan yang lainnya pada saat ini. Memasuki babak informasi berarti memasuki dunia dengan teknologi informasi.

2.5. Pengertian Digital Ekonomi

Hadion Wijoyo, Istilah ekonomi digital (digital ekonomi) yang di kenal oleh Don Tapscott (tahun 1995) pada bukunya yang berjudul *The Digital Economy: promise and peril in the Age of Networked Intelligence*. Ekonomi digital yang didasarkan pada teknologi digital internet ekonomi digital disebut juga dengan sebutan *internet Economy*,

Web Economy, Digital- based Economy, New Ecoomy Knowledge, atau New Economy .

Era digital economy atau *era new economy* muncul sewaktu organisasi mulai mengawinkan produktifitas TI dari sumber daya aktiva dengan knowledge dari sumber daya mausia untuk menjangkau transaksi global lintas batas dalam bentuk connected economy. Di new economy, organisasi memanfaatkan TI sebagai *enabler* dan *strategic weapon*. Di era ini pertanyannya bukan lagi *What is your business* tetapi lebih ke *how is your digital business model*, dan ekonomi digital mempunyai 12 atribut yaitu . (Don Tapsott).

- a. *Knowledge*, di ekonomi digital *power of the knowledge* diterjemahkan menjadi invasi dan inovasi lewat kesempatan – kesempatan terbaru untuk menciptakan keunggulan kompetitif.
- b. *Digitization*, transaksi bisnis menggunakan digital technology dan digital ifomation, pelanggan – pelanggan sebagai digital customer menggunakan digital device untuk melakuka transaksi dengan perusahaan – perusahaan penjualan barang dan jasa sebagai digital *interprises*
- c. *Virtualization*, di ekoomi digital di mungkinkan untuk merubah barang fisik menjadi barang virtual. Modal intelektual dikonversikan menjadi modal digital.

- d. *Molecularization*, di ekonomi digital *Heavy organization* di organisasi tradisional berubah menjadi *light organization* yang fleksibel. *M – from organization* (organisasi multidivisional) bergeser menjadi *e-from organization* atau *ecosystem from organization* yang muda beradaptasi dengan lingkungan .
- e. *Internetworking*, menggunakan jaringan internet untuk membangun interkoneksi membentuk jaringan ekonomi.
- f. *Disintermediation*, tidak perlu lagi perantara transaksi dapat dilakukan langsung *peer-to-peer*
- g. *Convergence*, konvergensi komputasi, komunikasi, dan konten bersama – sama membentuk multimedia interaktif yang menjadi platform yang penting
- h. *Innovation*, imajinasi dan kreativitas manusia merupakan sumber – sumber nilai utama membentuk *innovation economy*
- i. *Prosumption*, di ekonomi lama aspek – aspek kunci adalah masa production, sedangkan di ekonomi digital adalah masa *customization*. Perbedaan antara produser dan customer menjadi kabur, setiap customer di *information highway* dapat juga menjadi produser.
- j. *Immediacy*, perbedaan waktu saat memesan barang dengan saat di produksi dan dikirim menyusut secara drastis disebabkan kecepatan proses digital technology.

- k. *Globalization*, menurut Piter Drucker “ knowledge knows no boundaries..” tidak ada batas untuk transaksi global.
- l. *Discordance*, akan muncul jurang pemisah antara yang memahami teknologi dengan yang tidak memahami teknologi. Supaya survive semua pemain di ekonomi digital harus *technologically literati* yaitu mampu mengikuti technological shift menuju interaksi dan integrasi dalam bentuk *internet worked economy*.

Berikut merupakan beberapa kutipan dari para ahli tentang pengertian digitalisasi digitalisasi menurut Yoo dan Lyytine (2010) yang di kutip oleh Gustafsson dan Westbergh dalam *Catching The Wave Or Digitalization: Digital innovation at a local newspaper*, mengatakan bahwa digitalisasi terbagi menjadi tiga (3) gelombang. Gelombang pertama munculnya digitalisasi merupakan gelombang yang memiliki perubahan struktur di masyarakat yang berubah dari analog mejadi menggunakan teknologi digital. Perubahan struktur dari analog menjadi digital mengharuskan penggunaanya mengeluarkan tambahan biaya pada prosesnya meskipun terdapat perubahan yang signifikan pada proses dari analog menjadi digital, namun proses ini tidak mengubah bisnis yang ada.

Sehingga proses perubahan analog kedigital ini menjadi nilai tambahan yang dapat memudahkan proses serta aktivitas yang ada di dalam bisnis tanpa mengubah bentuk bisnis yang ada di gelombang ke-2 dari kemunculan digitalisasi ini adalah kemunculan, Alat, jasa, serta jaringan

yang dapat memudahkan koneksi perubahan analog menjadi digital. Hal yang di tandai dengan kemunculan berbagai jasa serta alat tambahan yang dapat memudahkan proses digitalisasi tersebut.

Bukti konkrit yang membuktikan hal ini adalah adanya jaringan maupun alat yang dapat mengirimkan buku, filem, maupun music melalui jaringan maupun alat yang berbeda. Gelombang ke tiga (3) dari kemunculan digitalisasi adalah munculnya alat terbaru yang dapat meningkatkan efisiensi dari digitalisasi yang sebelumnya telah ada penggunaan alat untuk melakukan digitalisasi yang semakin marak pun menjadi salah satu hal yang muncul di tahap ke tiga digitalisasi ini. Kreativitas, Inovasi, serta kemampuan teknologi menjadi penting pada tahap ini untuk dapat meningkatkan kemampuan alat dalam melakukan digitalisasi.

Barann.dkk (2019) Digitalisasi merupakan sebuah proses yang dapat meningkatkan kemampuan suatu bisnis untuk menghadapi pesaing bisnisnya. Dengan adanya digitalisasi ini mampu meningkatkan pola hubung antara konsumen dengan produsen yang menjadi nilai tambah untuk menyebarkan informasi produk. Kemudian menurut Gierlich (2018), yang mengutip dari pandangan Banaert dan Hewitt- Dundas mengatakan bahwa, sumber daya manusia (SDM) manajemen bahan baku serta budaya merupakan hal yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan keberlangsungan dalam melakukan digitalisasi.

Kesimpulan dari ke tiga paragrah ahli adalah digitalisasi merupakan suatu proses perubahan ke arah yang serba online dan aksesnya lebih mudah. Sedangkan untuk proses digitalisasi UMKM adalah proses perbaikan dunia jual atau penjualan yang tadinya manual berubah menjadi serba online serta dalam pola hubungan dan penyebaran informasi mengenai UMKM dapat lebih mudah tersebar dalam hitungan detik. Secara umum bisnis digital terbagi menjadi tiga bagian, bisnis digital murni, versi digital dari bisnis nondigital, fasilitator digital dari bisnis nondigital, dan Hybrid. Disini kita akan membahas satu persatu.

- a. Versi digital dari bisnis nondigital adalah bisnis yang menawarkan versi digital dari barang / jasa yang biasanya dijual dalam bentuk fisik, seperti menjual e- book, e- journal, dan e- comic.
- b. Fasilitator digital dari bisnis nondigital adalah bisnis yang memfasilitasi bisnis barang dan jasa menggunakan teknologi digital, seperti online shop.
- c. Hybrid, merupakan kombinasi penggunaan berbagai jenis bisnis digital untuk memaksimalkan pendapatan .

A. jenis – jenis bisnis digital

Memahami jenis – jenis bisnis digital itu sangatlah penting, karena setiap jenisnya memiliki cara pemasaran dan target pasar yang berbeda sehingga diperlukan strategi yang sesuai. Bisnis digital juga memiliki *basic service* yang berbeda seperti media social (*social media*), pencarian dan analisis (*search and analytics*), pengaturan konten web (

web content managemen), *digital content provider*, distribusi dan pengiriman (*distribution and delivery*), aplikasi hiburan dan lain – lainya.

Unsur unsur pada E-business, I antaranya yakni sebagai berikut :

1. Pelaku Bisnis; Di antarnya yakni seperti organisasi, produsen atau perusahaan, supplier, rekan bisnis, konsumen dll.
2. Alat ; media atau juga sumber daya yang digunakan di antaranya seperti informasi serta juga komunikasi (computer, internet, dll)
3. Kegiatan dan sasaranya; di antaranya seperti aktivitas / kegiatan dan juga proses bisnis (pelayanan, penjualan, & transaksi) dan juga oprasi bisnis utama.
4. Tujuan ; Diantaranya seperti komunikasi, koordinasi, pengolahan organisasi, transformasi proses bisnis serta juga berbagai informasi.
5. Beberapa keunggulan yang biasa di dapatkan; di antaranya seperti dengan pendekatan yang relative aman, peningkatan keuntungan, lebih fleksibel, efisien, peningkatan produktivitas, dan bisnis yang terintergrasi dll.

B. Contoh – contoh e- business

Bebrapa contoh dari business saat ini yakni Koran atau media cetak yang sudah berbasis onlinenya. Jadi tidak hanya dengan media cetaknya saja, namun banyak sekali media cetak yang juga menjalankan bisnisnya tidak hanya melalui, media online di internet serta tentunya banyak sekali keuntungan yang dapat di dapatkan contoh seperti,; (1) berita biasa di akses kapan saja oleh seluruh masyarakat serta juga berita yang lebih apdet dan lainya,dan (2) toko – toko fhsion yang tidak hanya juga

menjalankan bisnisnya di dunia nyata namun tetapi mereka juga menjalankan bisnisnya itu dengan cara online.

Adapun manfaat digitalisasi UMKM, seiring perkembangan teknologi yang cukup pesat, persaingan usaha baik usaha kecil maupun usaha menengah juga cukup ketat. Saat ini usaha kecil maupun menengah berlomba – lomba melakukan digitalisasi usaha, hal itu bertujuan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin menjadi. Banyak UMKM yang mengembangkan usahanya menggunakan teknologi berbasis internet seperti membuat, Website untuk melakukan digital marketing sampai dengan memiliki E-commerce, nyatanya digitalisasi UMKM dinilai memiliki banyak manfaat , (Kemen Kominfo).

Berikut adalah empat (4) manfaat digitalisasi bagi UMKM (kemen kominfo bandung ,2022)

1. Memperluas jangkauan

Digitalisasi UMKM memungkinkan pelaku usaha memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai ke pelosok negeri. Selain itu UMKM juga dapat menjangkau penggunaan smartphone yang semakin marak.

Seperti yang kita ketahui, perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai belanja online dibandingkan konvensional membawa keuntungan tersendiri bagi UMKM. Artinya UMKM dapat

menggunakan website dan aplikasi mobile sebagai sarana untuk memasarkan produknya.

2. Meningkatkan pendapatan

Pastinya, semakin luas jangkauan pemasaran suatu bisnis maka penghasilan pun akan meningkat. Hal tersebut karena semakin luas jangkauan pemasaran akan diiringi dengan peningkatan penjualan apalagi jika pelaku bisnis UMKM menggunakan media social untuk memasarkan produknya.

3. Mempermudah transaksi

Pembayaran digital akan memudahkan UMKM dalam konsumsen.

4. Mengikuti trend

Digitalisasi membuat UMKM beradaptasi dengan kebiasaan masyarakat sehingga lebih kekinian

Jumlah umkm yang masuk ke Ekosistem digital di Indonesia (Monavia ayu rizaty, 2022), kementrian koprasi dan UKM mencatat, jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem tersebut mencapai 20,76 juta unit pada tahun 2022. Jumlah itu sudh meningkat 26,6% di bandingkan pada tahun yang lalu sebanyak 16,4 juta UMKM.

Itu berarti sudah ada 32,44% dari 16,4 juta unit UMKM yang telah memasuki ekosistem digital. Kemenkopukm pun menargetkan UMKM yang bisa memasuki pasar digital baka naik menjadi 24 juta unit pada tahun depan. jumlahnya pun akan kembali meningkat hingga 30 juta

unit pada tahun 2024. Demi bisa mencapai target tersebut, kemenkopukm menginisiasi transformasi digital. UMKM melalui program pahlawan digital, Kemenkopukm akan memanfaatkan pusat layanan usaha terpadu. Selain itu, bakal dilakukan pendampingan UMKM di kota- kota sekunder. Kemenkopukm pun bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan platform digital yang cocok dengans UMKM.

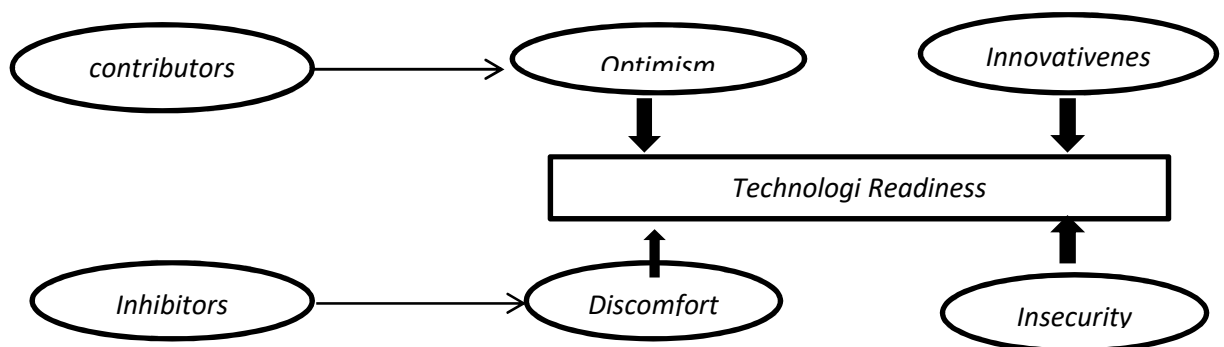
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Beberapa metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesiapan (readiness) diantara Teknologi Readiness Index (TRI). Dalam penelitian ini, penulis memilih metode Teknologi Readiness Index (TRI) sebagai metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kesiapan, di samping lebih mudah dipahami menurut penulis metode ini sudah cukup untuk mengetahui tingkat kesiapan UMKM menghadapi digitalisasi di Kabupaten Bulungan.

Technologi Readiness atau tingkat kesiapan mengacu kepada kecenderungan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi baru dalam mencapai tujuan mereka baik dalam kehidupan sehari-hari, maupun dalam dunia usaha. Variabel dari teknologi Readiness (TRI).



Gambar 3.1 Technology Readiness Index

(Sumber : Parasuraman A.,2000)

Ada 3 kategori dalam penerapan Technology Readiness Index yang dikembangkan oleh (Parasuraman A.,2000) Yaitu :

1. Low Technology Readiness : TRI dianggap rendah jika TRI sama atau kurang dari 2.89 ($TRI \leq 2.89$).
2. Medium Technology Readiness : TRI dianggap ada pada tahap medium jika TRI ada diantar 2.90 sampai 3.51 ($2.90 \leq TRI \leq 3.51$).
3. High Technology Readiness : TRI dapat dikatakan tinggi jika TRI diatas 3.51 ($TRI > 3.51$).

Ada empat komponen penting yang dapat mempengaruhi tingkat kesiapan pengguna dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi , Yaitu :

a. Optimism

Dibutuhkan pandangan-pandangan yang positif terhadap teknologi. Selalu percaya bahwa dengan adanya teknologi , dapat meningkatkan control, fleksibilitas dan efisiensi di dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam dunia pekerjaan.

b. Innovativeness

Perlu adanya kecenderungan , sifat dan kebiasaan untuk menjadi pelopor dalam penggunaan teknologi terbaru dan dapat menggunakan teknologi yang terus terbaru.

c. Discomfort

Ada rasa ketidaknyamanan dalam penggunaan teknologi keseharian atau dunia pekerjaan kecenderungan masih menggunakan cara-cara tradisional.

d. Insecurity

Ada rasa ketidak amanan dari para pengguna dalam menggunakan teknologi salah satunya karena alasan pribadi atau *privacy*.

Metode perhitugan nilai TRI dihitung dari nilai mean dari masing-masing kuesioner yang dikalihkan dengan bobot tiap pernyataan . Tiap variabel mempunyai bobot terhadap total sebesar 25%. Bobot terhadap total tersebut kemudian dibagi dengan jumlah pernyataan dari masing-masing Variabel. Setelah mendapatkan bobot masing-masing pernyataan , lalu nilai mean dari pernyataan tersebut dikalikan dengan bobot masing-masing pernytaan untuk mendapatkan skor total untuk setiap pernyataan. Skor variabel didapatkan dari jumlah total skor pernytaan yang ada pada variabel teresebut. Skor total TRI didapatkan dari jumlah nilai seluruh variabel. Proses perhitungan nilai TRI maing-masing variabel dapat dilihat dari persamaan 3.1, persamaan 3.2, persamaan 3.3, persamaan 3.4.

$$\text{Bobot pernyataan} = \frac{25\%}{\sum \text{pernyataan variabel}} \dots\dots\dots (3.1)$$

$$\text{Nilai Pernyataan} = \frac{\sum (\text{Jumlah jawaban} \times \text{Skor Jawaban})}{\text{Jumlah Responden}} \times \text{Bobot pernyataan} \dots\dots\dots (3.2)$$

$$\text{Nilai Variabel} = \sum \text{nilai Pernyataan} \dots\dots\dots (3.3)$$

$$\text{Nilai TRI} = \sum \text{Skor Variabel} \dots\dots\dots (3.4)$$

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-dat peneiti yang akurat . Dalam penentuan Lokasi penelitian , Moleong (2007:132) menentukan cara terbaik untuk

ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan menjajaki lapangan dan mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada dilapangan . Lokasi yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan sengaja (Purposive) , yang dilakukan di Kabupaten Bulungan . Dengan berbagai timbangan dan alasan antara lain :

- 1) Pertimbangan tenaga , biaya dan waktu. Keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian dalam hal tenaga, biaya dan waktu menjadi salah satu pertimbangan pemilihan lokasi .
- 2) Kabupaten Bulungan berada disalah satu gerbang terluar Indonesia dimana menjadi salah satu jalur perdagangan internasional. Selain itu Kecamatan Tanjung Selor menjadi Ibu Kota Provinsi Kalimantan Utara.
- 3) Pertumbuhan UMKM yang semakin bertambah tahun semakin besar khususnya dikabupaten bulungan , sehingga memunculkan berbagai spekulasi didalam dunia usaha, mengingat UMKM sebagai motor penggerak perekonomian di Kabupaten Bulungan maupun Provinsi Kalimantan Utara.

3.3. Tingkat Kesiapan

Technology Readiness Index (TRI) digunakan sebagai metode dalam penelitian ini karena TRI merupakan parameter untuk mengukur kesiapan pengguna (Individu) dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi baru. TRI mengacu kepada kecenderungan seseorang menggunakan dan memanfaatkan teknologi baru untuk mencapai tujuan baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam dunia pekerjaan.

3.4. Angket (*Questionnaire*)

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan oleh pengguna kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai pertanyaan yang diajukan . Kuesioner atau angket jika dilihat dari cara menjawab dibedakan menjadi 2 jenis Yaitu :

1. Kuesioner Terbuka, yang memberi kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimat sendiri.
2. Kuesioner Tertutup, yang sudah disediakan jawabanya sehingga responden tinggal memilih.

Pada kuesioner tertutup terdapat pertanyaan atau pernyataan yang pilihan dari responden sudah disediakan oleh peneliti. Hal ini memudahkan peneliti dalam memetakan atau menganalisa data hasil kuesioner yang sudah didapatkan dari responden. Sedangkan pada kuesioner terbuka memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban atau tanggapan , biasanya diberikan sebuah pertanyaan dan responden dapat menulis sendiri jawaban berupa uraian.

3.5. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan.
- b. Data Sekunder , merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari sumber informasi yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Sumber data

sekunder adalah sumber-sumber seperti artikel, internet, jurnal, dan bacaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan , jadi responden yang menjadi target pengumpulan data ada 28 pelaku usaha UMKM dan sebanyak itu jangkauan penyebaran angketnya dalam bentuk form elektronik.

b. Sampel Penelitian

Untuk teknik pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling dimana purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiona,(2016:85). Alasan menggunakan Teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian Kuantitatif,atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan . Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan memang untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dilakukan untuk menguji tiap instrumen kuesioner agar dapat diketahui apakah instrumen yang digunakan benar-benar tepat untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu pengujian dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika pengujian tersebut dalam menjalankan fungsi ukuranya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan

akurasi sesuai dengan maksud dilakukannya pengujian menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah. Tinggi rendahnya validitas rendah. Tinggi rendahnya validitas suatu kuesioner dihitung dengan teknik *correlation product moment*. *Correlation product moment* merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (Uji hubungan) dua variabel jika datanya berskala interval atau rasio. Proses perhitungan *correlation product moment* dapat dilihat pada persamaan dibawah ini :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2) \cdot (n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= Koefesien <i>correlatioan product moment</i> (r hitung)
X	= Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
Y	= Skor total yang diperoleh seluruh item
$\sum x$	= jumlah skor dalam distribusi x
$\sum y$	= jumlah skor dalam distribusi y
$\sum x^2$	= jumlah kuadrat dalam skor distribusi x
$\sum y^2$	= jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

Dalam uji validitas nilai, r hitung (*correlation product mment*) menjadi dasar pengambilan keputusan dengan aturan sebagai berikut :

1. Jika nilai r hitung > nilai r table, maka instrument dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung < nilai r table, maka instrumen angka derajat kebebasan (*degrees of freedom*) . *Degress of freedom* diartikan sebagai jumlah total pengamatan dalam sampel (=N) dikurangi banyak kendali (linier) bebas atau pembatasab (restriksi) yang diletakan atas pengamatan . Angka *degress of freedom* didapatkan

dari jumlah responden dari jumlah penelitian dikurangi dua ($df = IN-2$).

a. Uji Reliabilitas

Metode pengujian reliabilitas instrumen ini dapat dilakukan dalam berbagai cara antara lain :

Belah dua (slipt half) dan spearman brown , Kuder Ricahardson-20 (K-20), KR-21, Anova Hoyt dan alpha . dalam hal ini yang akan saya terapkan adalah , metode Alpha. Berikut adalah rumus yang digunakan :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = Nilai Relibilitas

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t^2 = varians total

k = Jumlah item

3.8. Pengumpulan Data dan Analisis Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket, dalam hal ini menggunakan fasilitas online form. Untuk melakukan angket secara langsung dirasa tidak memungkinkan maka penulis memutuskan untuk menggunakan fasiliats form elektroni dari google yaitu google Form sebagai media untuk medapatkan data dalam penelitian ini.

Analisis Data metode yang digunakan adalah Tekhnnology Readiness Index (TRI) dimana metode ini adalah metode yang pertama kali dikembangkan oleh

Parasuraman pada tahun 2000 seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dalam metode ini terdapat empat variabel yang akan digunakan sebagai tolak ukur dalam kesiapan UMKM menghadapi digitalisasi di Kabupaten Bulungan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum UMKM di Kab. Bulungan

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) hingga kini terus didorong oleh Pemerintah Daerah, melalui Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi (Disperindagkop) dan UMKM Bulungan. Karena diyakini, kemajuan UMKM memberikan kontribusi besar untuk pertumbuhan ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki persentase serta kontribusi yang besar di Indonesia termasuk Kabupaten Bulungan. Kelebihan dari kelompok usaha ini adalah kemampuan adaptif atau tahan terhadap berbagai macam guncangan ekonomi. Meskipun di masa pandemi UMKM menjadi salah satu sektor yang sangat terdampak, namun kontribusinya bagi pembangunan daerah tidak bisa dipandang sebelah mata. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Sudah terbukti UMKM memiliki kontribusi atau peranan cukup besar, yaitu: perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, Pembentukan PDRB serta penyediaan jarring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

Tabel 4.1 Jumlah unit usaha di Kabupaten Bulungan

Jumlah UMKM Kab/Kota	2017	2018	2019	2020	Satuan
Kab. Bulungan	3.480	3.480	3.480	3.480	UMKM
Kab.Malinau	1.144	1.144	919	919	UMKM
Kab.Nunukan	2.535	2.535	2.756	2.756	UMKM
Kab.Tana Tidung	896	896	652	652	UMKM
Kota Tarakan	4.451	4.451	13.427	6.578	UMKM

Sumber : Dinas Perindustrian, Perdagangan, koperasi dan UKM

Meskipun dari sisi skala bisnis yang ditargetkan oleh bisnis UMKM masih relatif tidak sebesar perusahaan dengan skala besar, namun banyak masyarakat yang nyaman melakukan bisnis dalam skala ini karena keunggulan yang ditawarkan pada bisnis usaha mikro dan kecil menengah serta keunggulan tersebut sulit didapatkan pada skala bisnis yang lebih besar. Salah satu keunggulan yang utama pada sektor UMKM adalah kemudahan dalam mengadopsi dan mengimplementasikan teknologi baru dan inovasi dalam bisnis. Adopsi teknologi terbaru menjadi lebih mudah dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing bisnis UMKM karena tidak memiliki birokrasi yang rumit dan struktur organisasi masih relatif ramping sehingga kordinasi dan komunikasi antar managerial level cenderung untuk mudah dilakukan. Selain kemudahan aplikasi teknologi, keunggulan lainnya yang dimiliki sektor UMKM adalah dalam hal menjaga hubungan baik antar karyawan, hal ini dikarenakan secara jumlah karyawan masih lebih kecil, dan yang terakhir adalah dalam hal fleksibilitas bisnis yang dapat lebih mudah untuk menyesuaikan bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis.

Dalam menjalankan bisnis, kondisi internal dan eksternal pasti akan mempengaruhi kinerja dari bisnis yang dijalankan, baik itu usaha UMKM maupun usaha skala besar, oleh karenanya, kunci penting untuk menjadikan bisnis tersebut dapat

berkembang adalah dengan merencanakan dan mengimplementasikan strategi yang tepat dan sesuai dengan perkembangan di masyarakat. Dalam masa seperti sekarang revolusi industri sudah sampai 4.0 dimana teknologi sangat dijunjung tinggi, bahkan dapat dikatakan bahwa teknologi saat ini menjadi salah satu pilar penting bagi kemajuan UMKM.

Pengguna media sosial juga semakin meningkat merupakan sebuah potensi besar bagi UMKM untuk naik kelas. Kehadiran e-commers sebagai wadah bagi para UMKM dalam menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman dan juga teknologi harus ditangkap dengan baik agar UMKM dapat bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin terbuka.

Kabupaten Bulungan sebagai ibukota dari Provinsi Kalimantan Utara yang menjadi pusat pemerintahan memiliki peluang besar dalam pengembangan UMKM. Tetapi saat ini, dengan globalisasi segala sektor, menuntut UMKM untuk segera naik kelas jika tidak ingin justru tertinggal dan kembali menjadi penonton. Berdasarkan data dari Disperindagkop Kabupaten Bulungan (2021) terdapat setidaknya 163 UMKM aktif yang dibina oleh instansi tersebut tahun 2018 - 2020. Jenis UMKM tersebut juga sangat beragam, seperti agroindustri (olahan hasil pertanian), makanan dan minuman, advertising (percetakan), asesoris/kerajinan, retail/sembako dan sektor jasa lainnya.

4.2. Deskripsi Responden

Memiliki usaha yang telah berjalan lama dalam pelaksanaan usaha bisa sangat beragam dan berpengaruh positif terhadap kesuksesan bisnis. Hal ini terkait dengan pengalaman dan pembelajaran, reputasi dan kepercayaan, jaringan dan relasi, stabilitas keuangan serta pengetahuan pasar.

Table 4.2 Lama usaha responden

Lama Usaha	Jumlah UMKM	Persentase
1-3 tahun	11	39.29 %
4-6 tahun	11	39.29 %
>6 tahun	6	21.43 %
Jumlah	28	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Seperti yang kita ketahui dari table diatas bahwa responden memiliki lama usaha berkisar 6 bulan – 10 tahun.

Table 4.3 Jumlah responden yang mengadopsi teknologi digital dalam usaha

Penggunaan Teknologi	Jumlah UMKM	Persentase
Ya, Sepenuhnya	14	50.00 %
Ya, Sebagian	11	39.29 %
Belum Sama Sekali	3	10.71 %
Jumlah	28	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Mengadopsi teknologi digital adalah langkah penting bagi pelaku usaha dalam era modern ini. Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis dan memberikan berbagai manfaat bagi mereka yang siap untuk memanfaatkannya. Pada penelitian ini adopsi teknologi dibatasi kepada teknologi yang digunakan dalam transaksi pembayaran dan pemasaran. Berdasarkan table diatas dapat kita ketahui bahwa 50 % responden telah mengadopsi sepenuhnya teknologi dalam transaksi dan pemasaran digital. Adapun

transaksi pembayaran digital biasa dilakukan dengan transfer maupun QRIS. Sedangkan pemasaran digital sebatas melalui media sosial dan *e-commerce* lokal.

Table 4.4 Keikutsertaan UMKM dalam organisasi atau komunitas UMKM

Penggunaan Teknologi	Jumlah UMKM	Persentase
Iya, Aktif	15	53.57 %
Iya, Tidak aktif	13	46.43 %
Tidak	-	-
Jumlah	28	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Pelaku usaha yang mengikuti organisasi atau komunitas UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dapat mengalami banyak manfaat yang berharga diantaranya ; 1) akses akan informasi dan pengetahuan, 2) jaringan dan koneksi bisnis, 3) pelatihan dan pengembangan keterampilan, 4) promosi dan pemasaran, 5) dukungan emosional dan motivasi dari sesama pelaku usaha. Berdasarkan table diatas dapat kita ketahui bahwa seluruh responden ikut serta dalam organisasi atau komunitas UMKM. Dapat kita asumsikan bahwa responden memiliki akses atau informasi yang sama terkait dengan perkembangan teknologi dalam pelaksanaan usaha.

4.3. Kesiapan UMKM Kab Bulungan terhadap Digitalisasi

4.3.1. Indikator Optimisme

Indikator **Optimisme**, mengukur persepsi pemilik UMKM mengenai optimisme mereka bahwa penggunaan digital dapat membantu mereka

meningkatkan penjualan, optimismes mereka mengenai pengetahuan baru, ketrampilan baru yang bisa diperoleh melalui teknologi dan optimisme mereka bahwa mereka mampu meningkatkan kompetensi mereka melalui teknologi.



Kategori Skor	Persentase
Tinggi	28.57
Sedang	64.29
Rendah	7.14

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan table dan grafik diatas dapat kita ketahui bahwa pelaku UMKM mayoritas memiliki tingkat optimisme sedang sebesar 64.29%. Dari 28 sampel, dan nilai rata- rata/ mean 3,21 mempunyai tingkat optimisme sedang bahwa teknologi dapat membantu mereka meningkatkan usaha mereka, pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelolah usaha dan meningkatkan penjualan.

4.3.2. Indikator Inovasi

Indikator **Inovasi**, mengukur kecenderungan untuk menjadi pengguna pertama sebuah teknologi baru inovasi yang diperlukan dalam pengelolaan usaha serta pemasaran seperti menciptakan kampanye iklan yang kreatif dan menarik,

menggunakan media social untuk mempromosikan produk atau layanan, atau menciptakan program loyalitas pelanggan. Keberanian mencoba sesuatu yang baru dan tidak takut mengambil risiko menggunakan teknologi baru.



Kategori Skor	Persentase
Tinggi	13.39
Sedang	80.36
Rendah	6.25

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan table dan grafik diatas dapat kita ketahui bahwa pelaku UMKM mayoritas memiliki tingkat optimisme sedang sebesar 80.36%. dari 28 sampel dan nilai rata- rata/ mean 3,07 mempunyai tingkat persepsi terhadap inovasi sedang. Artinya pelaku UMKM bersedia dan siap melakukan inovasi yang dibutuhkan untuk dapat meningkatkan usahanya. Kemauan untuk mencoba sesuatu yang baru yang selama ini belum pernah dilakukan.

4.3.3. Indikator Ketidaknyaman

Indikator Ketidaknyaman, Mengukur perasaan kewalahaan dan ketidakmampuan mengendalikan teknologi baru, bisa berwujud seperti perasaan tidak berdaya, tidak mampu dan putus asa karena tidak mampu mengendalikan, menggunakan atau memanfaatkan teknologi baru yang didapatkan.



Kategori Skor	Persentase
Tinggi	10.71
Sedang	80.36
Rendah	8.93

Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan table dan grafik (pilih salah satu) diatas dapat kita ketahui bahwa pelaku UMKM mayoritas memiliki tingkat optimisme sedang sebesar 80.36% dari 28 sampel dan nilai rata – rata 3,02 artinya sebagian besar sampel masi merasa kewalahan dalam proses pengadopsian dan menggunakan teknologi baru, dan tingkat kesiapan medium.

4.3.4. Indikator Ketidakamanan

Mengukur ketidakpercayaan sampel terhadap teknologi baru karena alasan keamanan dan privasi, merasa bahwa internet membuat transaksi tidak aman, dan membahayakan sehingga mereka lebih suka bertransaksi secara langsung.



Sumber : data diolah (2023)

Berdasarkan table dan grafik (pilih salah satu) diatas dapat kita ketahui bahwa pelaku UMKM mayoritas memiliki tingkat optimisme sedang sebesar 78.57% dan 10.71% merasa sangat aman dari 28 sampel dan nilai rata – rata 3.00. Rasa percaya akan keamanan menggunakan teknologi dalam transaksi, proses produksi dan pemasaran membuat pelaku UMKM akan semakin siap mengadopsi dan menggunakan teknologi sepenuhnya.

4.3.5. Kesiapan UMKM Kabupaten Bulungan terhadap Digitalisasi

Berdasarkan hasil perhitungan *Technology readiness index* menunjukan bahwa tingkat kesiapan adopsi teknologi pada UMKM di Kabupaten Bulungan dalam kategori medium.

4.5. Table TRI index

Indikator	Skor	Keterangan
Optimisme	3.21	Sedang
Inovasi	3.07	Sedang
Ketidaknyamanan	3.02	Sedang
Ketidakamanan	3.00	Sedang
Rata- rata	3.08	Sedang

Sumber : data diolah (2023)

Secara keseluruhan tingkat kesiapan UMKM Kab.Bulungan untuk mengadopsi teknologi digital tinggi pada indicator optimism dan inovasi . Sedangkan jika dilihat dari indicator ketidakamanan maka tingkat kesiapan UMKM Kab.Bulungan dalam tingkat medium, secara keseluruhan , nilai mean TRI adalah 3.08 atau *Medium Technology Index* atau kesiapan pengguna dianggap pada tahun medium

Ketakutan karena ketidakamanan transaksi bisa jadi timbul karena adanya pemberitaan mengenai penipuan yang terjadi melalui digital dan media social. Hal ini, diminimalisir dengan edukasi yang baik kepada UMKM bagaimana menjaga keamanan saat berinteraksi, informasi apa yang boleh dan tidak boleh kita bagi. Hal ini bisa menjadi masukan bagi pemerintah setempat dan para pendamping UMKM, agar menyelipkan materi keamanan *cyber* saat melakukan pelatihan digital bagi pelaku usaha.

Sedangkan ketidaknyamanan pelaku usaha muncul karena perasaan kewalahan dan kesulitan mereka saat mempelajari teknologi baru. Hal ini dapat diatasi dengan melakukan pendampingan secara konsisten. Sehingga pelaku usaha dapat terus bertanya jika mengalami kesulitan dalam proses adopsi teknologi ini. Hal ini juga konsisten dengan karakteristik responden yang sebagian besar wanita, sehingga mungkin saja mereka kurang akrab dengan teknologi dan sejenisnya. Namun, jika dilihat dari indicator optimisme dan inovasi terlihat bahwa UMKM Kabupaten Bulungan, sudah memiliki kesadaran bahwa mereka harus segera beradaptasi dengan digitalisasi.

Mereka optimis bahwa teknologi dan digital dapat mengubah usaha mereka kearah yang lebih baik. Mereka juga tidak keberatan dengan inovasi – inovasi baru dalam pemasaran maupun proses produksi. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang telah di lakukan oleh (Achjari dkk, 2011; Kusnidar, 2018; Roziqin & Darmawan, 2021).

BAB V

Kesimpulan Dan Saran

5.1. Kesimpulan

Dari analisa dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kab.Bulungan berada dalam tahap sedang dan medium diukur dengan Technology Readiness Index atau kesiapan pengguna dianggap pada tahap medium. Pemilik UMKM memiliki optimism dan mau melakukan inovasi bahwa teknologi dan digital dapat mengubah usaha mereka kearah yang lebih baik dan tidak keberatan mencoba hal baru. Namun, Mereka masih kurang merasa kewalahan dalam proses belajar dan merasa kurang amat saat bertransaksi melalui digital. Dua hal ini menjadi masukan bagi pemerintah daerah setempat untuk memberikan pendamping pada proses adaptasi teknologi. Tidak hanya memberikan pelatihan digital yang didapatkan dapat diimplementasikan dan adopsi dengan lancer.

5.2. Saran

Rekomendasi yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini perlu dilanjutkan untuk mengetahui secara mendalam kendala yang dialami UMKM di Kabupaten Bulungan dari sisi ekstranalnya, karena penelitian ini masih berfokus pada sisi internalnya saja. Dan perlu adanya penambahan jenis usaha.

2. Setelah mengetahui kondisi UMKM di Kabupaten Bulungan perlu diadakan pendampingan terhadap pelaku usaha khususnya dibidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- A Parasuraman, (2000) “*Technology Redines Index (Tri) : A Multiplen-Item Scale To Measure Readiness To Embrace New Technology*,” J. Serv. Res.,Vol. 2, PP. 307-320.
- Achjari, D., Abdillah, W.,Suryaningsum, S.,& Suratman, S. (2011). *Kesiapan usaha mikro, kecil dan menengah industri kreatif untuk mengadopsi teknologi infomasi. Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, 15(2)
- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, kaniz Fatema. 2015. Effectiveness Of Digital Marketing In The Challenging Age.*internasional journal of management science and business administration. Volume 1, Issue 5, April 2015 page 69-80*
- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Internet Indonesia*, 1 (8), 1543-1552.
- Ananda,A. D., dan Susilowati, D (2018). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Eknomi*.1(1) hlm 120-142
- Andri Amri. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal BRAND vol 2 (1)* 123-130
- Ariani, N., Yuyetta, E.N.A.,& Hardiningsih,P. (2020). The Support Of Sharia Rural Banks Financing on National Financial Inclusion. *International Journal Of Islamic Business and Economics (IJBEC)*, 4(1), 40-50
- Bagianto, A., & Zulkarnaen,W. (2020). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pembangunan Ekonomi. *Journal Ilmiah MEA (Manejemen, Ekonomi, & Akutansi)*,4 (1),316-332.
- Bank Indonesia . (2024). *Booklet Keuangan Inklusif*. Jakarta : Dapertemen pengembangan Akses Keuangan dan UMKM
- Beck, D. K., & Levine. (2007). Finance, Inequality and The Poor: Cross-Country Evidenc. *Journal of Econmic Growth* 12 (1): 27-49

- BPS. 2020. Analisis Isu Terkini 2020. <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/15/9a3bc3.a1f990e919a6e05ba/d/analisis-isu-terkini-2020.html> (diakses pada januari 2021)
- Dewi , Amalia Indah Kusuma. (2016). Pengaruh Pelatihan Usaha Mikro dan Kecil terhadap Pendapatan (Studi kasus pada Koperasi Wanita Flamboyan Malang). *Journal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. 5 n0 2
- Firmasyah, A.I. (2018). Pengaruh Pertumbuhan UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi DI Tulungagung. Skripsi. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/8370> (diakses pada November 2020)
- Insani, F. A. (2023). Family Funding Dan Formal Funding Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Jepara. Thesis.
- Irawati. (2018). *Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan terhadap pengembangan Usaha Kecil*. *Jurnal JIBEKA*, 12(1). Hlm 74-82
- Karnawati, T. A., Fathorrahman. (2016). Kajian tentang Faktor Internal dan Eksternal yang Mendukung Pengembangan Usaha Produk Unggulan Lokal Sulam dan Bordir Kabupaten Malang. *Seminar Nasional Riset Inovatif (SENARI)* 4 hlm 572-580
- Money +, T. (2020). Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Nasution, Dito Aditia, dkk. (2020). Dampak pandemic Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita* 5(2). 212-224.
- Nengsih, N. (2015). Peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif di Indonesia. *Jurnal Etikonomics*, 14(2).
- Purwarna, D., Rahmi, & Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1-17
- Putri, H. K. (2019). Analisis pengaruh literasi dan inklusi keuangan terhadap kinerja pelaku usaha kecil dan menengah (ukm) (studi khusus khusus

pelaku usaha kecil dan menengah kota malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).

Rosita. Rahmi (2020). Pengaruh pandemic covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal literasi bisnis* 9(2). 109-120

Soimah, Nurus (2017) The Readinees of SMEsin Bulungan to Face ASEAN Economic community (AEC). *JESP* 9(2). 146-155

Soimah, Nurus., Octviana, Sari. (2021). Dampak Covid-19 terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Bulungan. *Journal of Empowerment Community and Education*. Vol 1 Nomor 4. Hlm 339-344.

Lampiran 1.

**KUESIONER KESIAPAN UMKM MENGHADAPI DIGITALISASI DI
KABUPATEN BULUNGAN**

Dengan hormat

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang penulis lakukan di

Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara Tanjung Selor, maka Penulis melakukan penelitian

dengan judul : “Kesiapan UMKM Menghadapi Digitalisasi Di Kabupaten Bulungan ”.

Adapun salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner

pada responden. Untuk penulis mengharapkan kesediaan Bapak / Ibu / Saudara sekalian untuk

mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan digunakan penelitian. Jawaban yang anda

berikan semata – mat a hanya untuk kepentingan akademis. Atas kesediaan dan kerjasamanya, penulis ucapkan terimakasih.

**KUESIONER KESIAPAN UMKM MENGHADAPI
DIGITALISASI DI KABUPATEN BULUNGAN**

A. Petunjuk Penyelesaian

1. Pilihlah pernyataan ini sesuai pendapat Bapa /Ibu/ Saudara tentang pengukuran

kinerja di Fakultas Ekonomi dalam hal pelayanan yang diberikan oleh fakultas

ekonomi kepada mahasiswa. Yang telah dialami dan di rasakan oleh Bapak/

Ibu/ saudara dalam lingkungan fakultas Ekonomi Universitas Kaltara .

2. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda centang pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Bapak/ Ibu/ Saudara alami. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju