BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era Industri 4.0 dan menuju Society 5.0, perkembangan teknologi digital telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dunia usaha. Seluruh pelaku usaha, baik skala besar maupun kecil, kini dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar tetap dapat bersaing di pasar global (Schwab, 2017). Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah UKM terbesar di dunia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (KemenkopUKM, 2024), terdapat sekitar 65,46 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja di Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian tentang media sosial khususnya Instagram menjadi populer secara bertahap seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna yang berkembang. Hal ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk menggunakan media sosial sebagai alat kampanye, khususnya untuk membangun citra suatu produk melalui kampanye di media sosial, (Fitria Setyanningrum 2022).

UKM kerajinan tangan memiliki peran penting dalam ekonomi kreatif nasional karena sektor ini menggabungkan unsur ekonomi, seni, dan budaya. Produk kerajinan tidak hanya memiliki nilai jual, tetapi juga mencerminkan identitas dan nilai budaya lokal yang menjadi kebanggaan masyarakat daerah. Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf, 2023), subsektor kerajinan

memberikan kontribusi sekitar 14,9% terhadap total Produk Domestik Bruto ekonomi kreatif nasional, menjadikannya salah satu sektor unggulan selain kuliner dan fesyen. Produk kerajinan seperti batik, tenun, anyaman bambu, ukiran kayu, hingga perhiasan tradisional memiliki daya tarik tinggi baik di pasar domestik maupun internasional. Selain itu, UKM kerajinan juga menjadi sumber penghasilan masyarakat pedesaan dan berperan dalam mendukung pariwisata daerah melalui penjualan produk khas lokal.

Walaupun memiliki potensi besar, pelaku UKM kerajinan tangan menghadapi sejumlah tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, di antaranya: Rendahnya literasi digital Banyak pelaku UKM belum memahami cara memanfaatkan media digital seperti marketplace, media sosial, atau sistem pembayaran online secara optimal, Keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur, Kurangnya tenaga kerja yang memiliki keterampilan digital dan keterbatasan akses internet di beberapa daerah menjadi hambatan utama (BPS, 2024), Biaya investasi digital yang relatif tinggi, Untuk memulai digitalisasi, dibutuhkan biaya tambahan seperti pembelian perangkat, promosi digital, atau pelatihan karyawan (Rachmawati et al., 2023**).**

Meskipun terdapat berbagai hambatan seperti keterbatasan pengetahuan digital, peluang penerapan teknologi digital di sektor kerajinan tangan sangat besar. Melalui pemasaran digital di media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok*, pelaku UKM dapat memperkenalkan produk dan menjangkau konsumen lebih luas. Penggunaan *e-commerce* seperti *Shopee dan Tokopedia* juga membantu UKM memasarkan produk tanpa batas wilayah. Selain itu, aplikasi desain digital

seperti *Canva* dan *CorelDraw* memudahkan inovasi produk agar lebih menarik. Kolaborasi dengan influencer atau komunitas kreatif dapat meningkatkan promosi dan citra merek. strategi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional UKM hingga 30% dan memperluas jangkauan pasar dua kali lipat dibandingkan metode konvensional (Hidayat, 2023).

Beberapa UKM kerajinan tangan di Indonesia telah berhasil mengadopsi teknologi digital dengan hasil yang positif. Contohnya, Batik Trusmi (Cirebon) dan Tenun Troso (Jepara) mampu memperluas pasar ekspor dengan memanfaatkan e-*commerce* dan media sosial. Namun, masih banyak UKM kerajinan yang tertinggal dalam proses digitalisasi karena keterbatasan akses, sumber daya, dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan digital antar pelaku UKM di Indonesia, yang menarik untuk diteliti lebih dalam agar dapat ditemukan solusi peningkatan daya saing yang berkelanjutan (Santoso, 2024).

Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti digitalisasi pada sektor kuliner atau perdagangan umum, sedangkan sektor kerajinan tangan masih jarang dikaji secara spesifik. Selain itu, sebagian besar penelitian bersifat kuantitatif, sedangkan penelitian eksploratif yang membahas faktor sosial, budaya, dan perilaku pelaku UKM terhadap teknologi digital masih minim (Wibowo & Astuti, 2022).

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan pergeseran yang signifikan dalam paradigma pemasaran, membawa konsep pemasaran dari ranah tradisional dan konvensional ke dalam lingkungan digital yang dinamis dan

terhubung secara global (Ascharisa, 2018).

Dalam era di mana teknologi telah menjadi tulang punggung aktivitas sehari-hari, pendekatan pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital telah menjadi kunci bagi pertumbuhan dan kelangsungan UKM. Digital marketing, sebuah konsep yang merangkum berbagai strategi pemasaran yang interaktif dan terintegrasi, telah membuka pintu bagi interaksi yang lebih dekat antara produsen, perantara pasar, dan konsumen (Purwana et al, 2017).

Tujuan dan urgensi penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penerapan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing UKM kerajinan tangan di Indonesia, serta mengidentifikasi berbagai faktor pendukung dan hambatan dalam proses digitalisasi yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Penelitian ini juga memiliki urgensi akademik dan praktis, yaitu memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai digitalisasi usaha kecil serta menjadi acuan bagi pemerintah dan pelaku usaha dalam menyusun strategi pemberdayaan UKM kreatif agar mampu bersaing di era transformasi digital (Hidayat, 2023)

Desa Junrejo, yang terletak di wilayah Kota Batu, dikenal sebagai salah satu sentra pengrajin dengan berbagai produk kerajinan tangan yang memiliki nilai seni dan budaya tinggi. UKM di desa ini memiliki potensi ekonomi yang besar karena produknya diminati tidak hanya oleh wisatawan lokal, tetapi juga oleh pasar luar daerah. Namun, dalam menghadapi era digital dan persaingan yang semakin ketat, banyak UKM kerajinan di Desa Junrejo masih menghadapi

berbagai kendala, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha.

Sebagian besar pelaku UKM di daerah ini masih mengandalkan cara konvensional dalam pemasaran, produksi, dan manajemen usahanya. Padahal, adopsi teknologi digital seperti media sosial, *e-commerce*, sistem pencatatan digital, dan promosi online dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat citra produk lokal. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana UKM kerajinan tangan di Desa Junrejo mampu beradaptasi dengan perubahan digital tersebut dan sejauh mana hal itu berpengaruh terhadap peningkatan daya saing usaha mereka. Selain itu, pemilihan lokasi ini juga didasarkan pada karakteristik UKM-nya yang beragam dan memiliki tingkat kesiapan digital yang berbeda-beda, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tantangan dan strategi adaptasi yang dilakukan pelaku usaha. Dengan meneliti UKM kerajinan tangan di Desa Junrejo, diharapkan dapat ditemukan bentuk-bentuk penerapan teknologi digital yang efektif serta faktor-faktor yang mendukung peningkatan daya saing berkelanjutan di sektor kerajinan lokal.

Berdasarkan Uraian latar belakang diatas maka peneliti ini mengambil judul "**Analisis Penerapan Teknologi Digital Daya Meningkatkan Daya Saing UKM Di Desa Junrejo Kota Batu"**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif agar peneliti dapat memilih data yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian

(Moleong, 2010). Penelitian ini difokuskan pada **penerapan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UKM di Desa Junrejo Kota Batu**. Fokus ini meliputi bagaimana pelaku UKM memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka, sejauh mana teknologi tersebut berdampak pada peningkatan daya saing, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapannya. Dengan fokus ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai peran teknologi digital dalam memperkuat posisi UKM di pasar yang semakin kompetitif.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penerapan teknologi digital oleh UKM kerajinan Tangan saat ini?
2. Faktor- Faktor apa saja yang mendorong dan menghambat Penerapan Teknologi Digital pada UKM kerajinan Tangan?
3. Bagaimana Dampak Penerapan Teknologi Digital Terhadap Peningkatan Daya Saing UKM kerajian Tangan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan teknologi digital pada UKM kerajinan tangan
2. Menganalisis faktor-faktor kunci yang mendorong dan menghambat penerapan teknologi digital pada UKM kerajinan tangan
3. Mengetahui dampak penerapan teknologi digital terhadap peningkatan daya saing UKM kerajinan tangan.

1.5 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan adalah paradigma kualitatif interpretatif. Paradigma ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam makna, pengalaman, dan pandangan para pelaku UKM terhadap penerapan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Menurut Moleong,(2010)**,** paradigma kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks alamiah serta memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Melalui paradigma ini, peneliti berupaya menafsirkan bagaimana pelaku UKM memaknai penggunaan teknologi digital sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing di tengah perkembangan ekonomi digital.

Pendekatan interpretatif ini menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam menggali makna di balik tindakan, keputusan, dan pengalaman subjek penelitian (Sugiyono, 2019). Dengan demikian, paradigma ini dianggap paling sesuai untuk menggambarkan secara mendalam realitas sosial dan ekonomi yang dihadapi pelaku UKM di Desa Junrejo, serta memahami bagaimana penerapan teknologi digital dapat memengaruhi peningkatan daya saing mereka.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
    a. Penelitian ini memberikan prinsip terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, kewirausahaan, dan teknologi digital, khususnya dalam konteks penerapan teknologi pada sektor UKM.

b. Menambah literatur akademik dan menjadi referensi ilmiah dalam kajian mengenai transformasi digital dan peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat terpenting adalah kesempatan untuk menghasilkan tulisan yang relevan dan berdampak nyata, karena menganalisis isu strategis ekonomi digital yang dapat dijadikan acuan oleh pemerintah maupun pelaku usaha lain.

b. Bagi Pelaku UKM

Manfaat terpenting adalah peningkatan pendapatan melalui jangkauan pasar yang lebih luas, karena teknologi digital (seperti *e-commerce* dan media sosial) memungkinkan produk terjual ke mana saja tanpa batas geografis.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah batasan atau cakupan dari suatu penelitian yang mencakup aspek-aspek penting seperti objek penelitian, subjek penelitian, variabel yang diteliti, serta lokasi penelitian, sehingga pembahasan penelitian menjadi lebih terarah dan fokus. Objek dalam penelitian ini adalah UKM kerajinan tangan yang berlokasi di Desa Junrejo, Kota Batu, dengan fokus pada penerapan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini menelaah bagaimana pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, digital marketing, dan sistem pembayaran digital, dapat mendukung inovasi produk, pemasaran, serta pelayanan kepada konsumen. Variabel yang

digunakan dalam penelitian ini terdiri dari teknologi digital sebagai variabel independen dan daya saing UKM sebagai variabel dependen. Teknologi digital dipahami sebagai pemanfaatan perangkat dan platform digital untuk menunjang aktivitas usaha, sedangkan daya saing UKM mencakup kemampuan usaha dalam menciptakan keunggulan bersaing, menerapkan strategi bersaing, serta meningkatkan kinerja usaha. Subjek penelitian ini adalah pelaku UKM kerajinan tangan, khususnya pemilik atau pengelola usaha yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan penerapan teknologi digital. Lokasi penelitian dilakukan di tempat usaha UKM yang meliputi area produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha sebagai pusat aktivitas penelitian.