

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah sektor yang memegang peran krusial pada bidang perekonomian Indonesia. Sebagai salah satu tulang punggung ekonomi nasional, UMKM tidak hanya mampu mendukung pendistribusian pendapatan masyarakat secara lebih merata, tetapi juga berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembukaan lapangan kerja bagi masyarakat, mulai dari tenaga kerja terampil hingga yang kurang terampil, sehingga menjadi solusi dalam mengatasi masalah pengangguran.

Sebagian besar tenaga kerja di Indonesia bergantung pada sektor UMKM, menjadikannya pilar penting dalam menciptakan stabilitas ekonomi, terutama di tengah tantangan global seperti krisis ekonomi. Keberhasilan Indonesia dalam mempertahankan stabilitas ekonominya sebagian besar didukung oleh keberadaan UMKM yang tangguh dan adaptif terhadap perubahan.

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlah mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, serta Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja (Kadin Indonesia, 2023).

Data UMKM 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	65	66
Pertumbuhan (%)		1.98%	-2.24%	2.28%	-0,70%	1,52%

*Diolah dari berbagai sumber

Gambar 1.1 Data UMKM 2018-2023

Sumber: Kadin.id

Dengan adanya kontribusi yang signifikan, UMKM di Indonesia belum berhenti berhadapan dengan beragam kesulitan yang menghambat pertumbuhan juga daya saingnya. Beberapa di antaranya meliputi kurangnya akses terhadap sumber daya finansial, minimnya penguasaan teknologi, serta keterbatasan dalam strategi pengelolaan dan pengembangan bisnis. Tantangan ini semakin kompleks di era digitalisasi dan globalisasi, di mana UMKM dituntut untuk lebih adaptif ketika berhadapan dengan persaingan yang kian sengit, baik di skala lokal maupun global.

Tantangan UMKM yang perlu diselesaikan bersama oleh seluruh stakeholders mencakup aspek inovasi dan teknologi, keterbatasan literasi digital, produktivitas yang masih belum maksimal, keterbatasan dalam legalitas atau perizinan, akses pembiayaan yang sulit, kurangnya kemampuan dalam branding dan pemasaran, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, belum terpenuhinya standarisasi dan sertifikasi produk, serta ketidakmerataan akses terhadap pembinaan, pelatihan, dan fasilitas yang mendukung pengembangan usaha. Selain itu, belum terbangunnya basis data tunggal yang terintegrasi juga menjadi hambatan dalam menganalisis dan merancang kebijakan strategi yang efektif untuk UMKM.

Namun, tidak sedikit pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berhadapan dengan masalah krusial dalam mengelola serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital secara efisien, meskipun teknologi ini membawa potensi besar untuk mengembangkan bisnis mereka. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam menggunakan teknologi digital, seperti e-commerce dan media sosial untuk pemasaran. Mereka sering kesulitan memanfaatkan fitur-fitur e-commerce untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pasar yang lebih luas, serta belum memahami cara mengelola konten dan analitik pemasaran di media sosial. Selain itu, kekhawatiran terhadap risiko keamanan dan penipuan dalam transaksi online menjadi penghalang. Banyak pelaku UMKM merasa tidak aman dalam melakukan transaksi digital dan khawatir dengan potensi penipuan yang dapat merugikan bisnis mereka.

Dengan transisi dari praktik bisnis tradisional ke penggunaan teknologi digital juga penuh tantangan, terutama karena keterbatasan infrastruktur dan sumber daya. Banyak juga UMKM yang kekurangan tenaga kerja terampil yang dapat mengelola teknologi digital, sementara biaya pelatihan dan pengembangan keterampilan menjadi hambatan tambahan. Selain itu, mereka sering kali tidak memiliki pemahaman yang cukup dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk dalam mengidentifikasi audiens yang tepat dan memanfaatkan data untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, UMKM membutuhkan pelatihan dan pendampingan yang dapat membantu mereka memahami dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, serta membangun kepercayaan terhadap sistem digital yang ada.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, pemerintah Indonesia terus berupaya mendorong peningkatan kinerja UMKM melalui berbagai strategi, termasuk

digitalisasi bisnis. Transformasi ke arah strategi bisnis digital tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal tetapi juga untuk menciptakan UMKM yang mampu berkompetisi di tingkat global.



Gambar 1. 2 Jumlah UMKM

Sumber : Kadin.id

Untuk mewujudkan hal ini, pelatihan kewirausahaan memegang peranan kunci dalam membantu pelaku UMKM memahami dan mengimplementasikan strategi digital, mengelola sumber daya secara lebih efisien, serta mengembangkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan visi mendukung transformasi UMKM Rumah BUMN Bandung hadir sebagai platform kolaboratif yang dibentuk oleh BUMN untuk mendukung terciptanya *Digital Economy Ecosystem*. Melalui program pembinaan, pelatihan, dan pendampingan, Rumah BUMN Bandung bertujuan membantu pelaku UMKM untuk *Go Modern*, *Go Digital*, dan *Go Online*. Langkah ini memberikan ruang yang lebih luas bagi UMKM untuk "naik kelas," meningkatkan kapasitas, dan mengembangkan kapabilitas mereka agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Sebagai upaya untuk mendukung kemajuan ekonomi UMKM, Rumah BUMN Bandung berfokus pada transformasi digital dan *e-commerce*, dua aspek penting dalam menghadapi persaingan di era digital. Inisiatif ini sejalan dengan visi BUMN untuk mengembangkan perekonomian Indonesia dan meningkatkan kualitas UMKM di tingkat nasional. Dengan bekerja sama dengan Bank Rakyat Indonesia (BRI), Rumah BUMN Bandung berkomitmen untuk mendukung pertumbuhan UMKM melalui berbagai program pelatihan.

Juni 2024										
Tanggal	Hari	Waktu	Kelas	PIC - MC	Nama Pelatihan	Narasumber	Jabatan	Jenis Kemitraan	Poster	Publikasi
03.06.2024	Senin	09.30 - 12.00	Offline	Alif - Telkom	Pelatihan Fotografi Produk UMKM	Justia Pierre				
04.06.2024	Selasa	09.00 - 12.00	Offline	Ivan - Mitra	Peminjaman Coworking Space - Pegadaian	Pegadaian				
04.06.2024	Selasa	14.00 - 16.00	Offline	Novia - Syifa	Clay Mincer From Workshop	Adisa Feni				
05.06.2024	Rabu	13.00 - 16.00	Offline		Product Market Fit	Gunawan	Founder SBM			
05.06.2024	Kamis	13.00 - 16.00	Offline		BMS Concept (Branding, Marketing, Selling)	M. Indra	Founder SBM			
07.06.2024	Jumat	09.00 - 12.00	Offline	Laili - Novia	Make a Good Financial Report & Pricing Strategy	Rola Manjalani	Founder SBM			
07.06.2024	Jumat	13.00 - 16.00	Offline		Create Winning Pitchdeck	Gunawan	Founder SBM			
10.06.2024	Senin	09.00 - 12.00	Offline		Basic Manual Communication and Negotiation Skill	Gunawan	Founder SBM			
10.06.2024	Senin	13.00 - 16.00	Offline		Workshop Pitching Simulation Sesi 1	Gunawan	Founder SBM			
11.06.2024	Selasa	09.00 - 12.00	Offline		Workshop Pitching Simulation Sesi 2	Gunawan	Founder SBM			
11.06.2024	Selasa	12.30 - 16.00	Offline		Accelerating Growth - Keys To Scale Up Your Business	Gunawan	Founder SBM			
12.06.2024	Rabu	09.00 - 12.00	Offline	Kang Supri	Strategi Memaksimalkan Layanan pengiriman					
12.06.2024	Rabu	09.00 - 12.00	Offline	Sifa - Ikhwan	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi UMKM di Era Serba Digital	Aditya Rama Putra	Graphic Designer			
12.06.2024	Rabu	13.00 - 16.00	Offline	Ivan - Ikhwan	Strategi Memaksimalkan Layanan pengiriman Sesi 1					
12.06.2024	Rabu	13.00 - 16.00	Offline		The Art Of Personal Branding For Business Excellence	Avis Kafabih	CEO Of Walkforest			
12.06.2024	Rabu	13.00 - 16.00	Offline		Strategi Memaksimalkan Layanan pengiriman Sesi 2					
13.06.2024	Kamis	09.30 - 12.00	Offline	Lala - Rola	Body Butter Workshop - Membuat Pelembab Kulit	Sisca Dewi Ayudya				
13.06.2024	Kamis	13.00 - 16.00	Offline		Strategi Memaksimalkan Layanan pengiriman Sesi 3					
13.06.2024	Kamis	14.00 - 16.00	Online	Ivan - Alif	Futurepreneur - Langkah Awal Memulai Bisnis Dari Usia Muda	Naufal Muhammad Abdullah Rahim & Dzaky	Owner BurgerCalli			
14.06.2024	Jumat	09.00 - 11.30	Offline	Alif - Lala	Workshop Tanah Liat - Membuat Hias Bunga	Risa Alodia	Owner Tanah Liat Studio			
14.06.2024	Rabu	09.30 - 12.00	Offline		Strategi Pengembangan Usaha dan Penjualan Online dengan	Muhammad Fakhriyad	Merchant			

Gambar 1. 3 Daftar jadwal pelatihan di Rumah BUMN

Sumber : *event plan* Rumah BUMN

Salah satu langkah konkret yang dilakukan adalah membantu pelaku UMKM dalam proses registrasi data, baik secara offline maupun online. Data ini digunakan sebagai basis untuk memberikan berbagai fasilitas dan pelatihan yang dirancang khusus sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Pelatihan mencakup pengelolaan bisnis berbasis digital, pengembangan strategi pemasaran daring, dan optimalisasi penggunaan teknologi untuk mendukung produktivitas usaha. Melalui pendekatan ini, Rumah BUMN Bandung tidak hanya berperan sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai mitra strategis dalam perjalanan transformasi UMKM menuju ekosistem ekonomi digital yang berkelanjutan.

Salah satu upaya strategis yang dapat dilakukan adalah melalui program pelatihan kewirausahaan. Program ini dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan wawasan kepada pelaku UMKM agar dapat mengelola usahanya dengan lebih baik. Pelatihan kewirausahaan tidak hanya membantu pelaku UMKM memahami konsep dasar bisnis, tetapi juga memberikan panduan praktis dalam merancang dan menerapkan strategi bisnis yang jelas, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan adanya pelatihan ini UMKM diharapkan mampu memanfaatkan potensi yang dimiliki secara optimal dan meningkatkan daya saing mereka, baik di pasar lokal maupun internasional.

Pelatihan kewirausahaan tidak hanya memberikan wawasan teori kepada pelaku UMKM, tetapi juga berupaya membangun kemampuan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam pengelolaan usaha mereka. Dengan strategi bisnis yang lebih matang, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan mengoptimalkan potensi usaha mereka untuk mencapai keberlanjutan.

Melalui pelatihan kewirausahaan, pelaku UMKM diajarkan untuk merancang strategi bisnis yang matang dan berbasis data, sehingga mereka dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan strategi yang lebih terarah, UMKM diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha mereka, baik dalam skala produksi maupun kualitas layanan. Selain itu, pelatihan kewirausahaan juga membantu UMKM memperluas pasar dengan memanfaatkan teknologi digital dan platform *e-commerce* untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun global.

Pelatihan kewirausahaan juga memberikan dukungan kepada UMKM untuk mengoptimalkan potensi usaha mereka sehingga mampu mencapai keberlanjutan. Hal

ini dilakukan dengan menanamkan prinsip-prinsip pengelolaan bisnis yang berkelanjutan, termasuk inovasi produk, efisiensi sumber daya, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Dengan demikian, pelaku UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat, tetapi juga berkembang menjadi usaha yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Dengan demikian, efektivitas dari program pelatihan kewirausahaan ini masih menjadi pertanyaan yang penting untuk ditelaah, terutama dalam kaitannya dengan pengembangan strategi bisnis digital UMKM. Sejauh mana pelatihan ini benar-benar berdampak pada perubahan pola pikir dan tindakan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya? Apakah pelatihan tersebut mampu memberikan dampak jangka panjang yang signifikan terhadap perkembangan usaha mereka?

Selain itu, penting untuk mengevaluasi apakah pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menghasilkan dampak jangka panjang yang signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Hal ini mencakup kemampuan UMKM untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif, meningkatkan daya saing mereka baik di tingkat lokal maupun internasional, serta berkontribusi secara konsisten terhadap penguatan ekonomi nasional. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme evaluasi yang komprehensif untuk mengukur sejauh mana program pelatihan ini mampu memberikan perubahan substantif bagi pelaku UMKM, baik dari segi kualitas manajemen, produktivitas, maupun ekspansi pasar mereka.

Dengan melihat pentingnya peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional, serta urgensi untuk meningkatkan kualitas pengelolaan bisnis mereka di tengah persaingan yang semakin kompetitif, penelitian ini berfokus pada

mengkaji dampak program pelatihan kewirausahaan terhadap pengembangan strategi bisnis digital UMKM, khususnya di Rumah BUMN Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis mendalam mengenai sejauh mana program pelatihan tersebut mampu meningkatkan kapabilitas pelaku UMKM dalam merancang dan menerapkan strategi bisnis digital yang lebih inovatif, efektif, dan berkelanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam merumuskan strategi bisnis digital yang lebih efektif, dengan fokus pada penguatan program pelatihan untuk UMKM. Tidak hanya untuk mengevaluasi efektivitas program pelatihan, namun juga untuk mengidentifikasi peluang perbaikan yang dapat memperkuat pemberdayaan UMKM dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di dunia digital. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan dapat muncul rekomendasi strategis yang berguna bagi pemangku kepentingan untuk merancang kebijakan yang lebih adaptif, yang dapat meningkatkan daya saing UMKM baik di pasar lokal maupun global.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menjadi dasar bagi pengembangan program pelatihan yang lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan UMKM di era digital. Dengan demikian, program pelatihan tersebut akan membantu UMKM tidak hanya dalam menghadapi tantangan yang ada, tetapi juga dalam memanfaatkan peluang yang muncul di dunia digital, seperti pemasaran online, *e-commerce*, dan digitalisasi proses bisnis. Strategi bisnis digital yang terbentuk dari penelitian ini akan memberikan UMKM alat yang dibutuhkan untuk bertransformasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas pasar mereka, sehingga mereka dapat bersaing dengan lebih baik di kancah global.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menilai efektivitas pelatihan kewirausahaan di Rumah BUMN Bandung dalam meningkatkan strategi bisnis digital dan keberlanjutan UMKM, serta mengkaji dampaknya terhadap keterampilan, pemanfaatan teknologi digital.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana program pelatihan kewirausahaan di Rumah BUMN Bandung?
2. Bagaimana pengembangan strategi bisnis digital UMKM di Rumah BUMN Bandung?
3. Bagaimana program pelatihan kewirausahaan berperan terhadap peningkatan bisnis UMKM melalui pengembangan strategi bisnis digital di Rumah BUMN Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui bagaimana program pelatihan kewirausahaan di Rumah BUMN Bandung
2. Untuk mengetahui pengembangan strategi bisnis digital UMKM di Rumah BUMN Bandung
3. Untuk mengetahui program pelatihan kewirausahaan berperan terhadap peningkatan bisnis UMKM melalui pengembangan strategi bisnis digital di Rumah BUMN Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan, khususnya dalam memahami analisis pelatihan kewirausahaan terhadap pengembangan strategi bisnis digital UMKM. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperkaya literatur mengenai peran pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing UMKM, serta memberikan wawasan baru tentang efektivitas program pelatihan dalam mendukung pengembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang hubungan antara pelatihan kewirausahaan dan keberlanjutan bisnis UMKM di era digital.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti: Penelitian ini bermanfaat sebagai kontribusi ilmiah dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB). Penelitian ini juga memberikan wawasan baru terkait penerapan pelatihan kewirausahaan pada UMKM, serta pengembangan strategi bisnis yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM di lapangan.
- b. Bagi Perusahaan: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna untuk evaluasi dan perbaikan program pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh Rumah BUMN Bandung. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang program yang lebih efektif dalam mengembangkan strategi bisnis UMKM yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan perkembangan zaman.

- c. Bagi Umum: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas, terutama dalam meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya pelatihan kewirausahaan sebagai sarana untuk mengembangkan strategi bisnis UMKM. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pelatihan kewirausahaan dapat membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan daya saing, dan memanfaatkan teknologi untuk keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang tertarik dalam pemberdayaan UMKM, seperti lembaga pendidikan, lembaga pelatihan, serta masyarakat yang ingin memulai usaha atau mengembangkan bisnis mereka. Bagi UMKM, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pelatihan kewirausahaan dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan pelatihan kewirausahaan untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan daya saing mereka.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai Latar Belakang Penelitian, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Sistematika Penulisan, Lokasi dan Waktu Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Terdiri dari Rangkuman Teori XYZ, Kajian/Penelitian Terdahulu yang relevan, dan Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari Pendekatan Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Informan Kunci, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Teknik Keabsahan Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

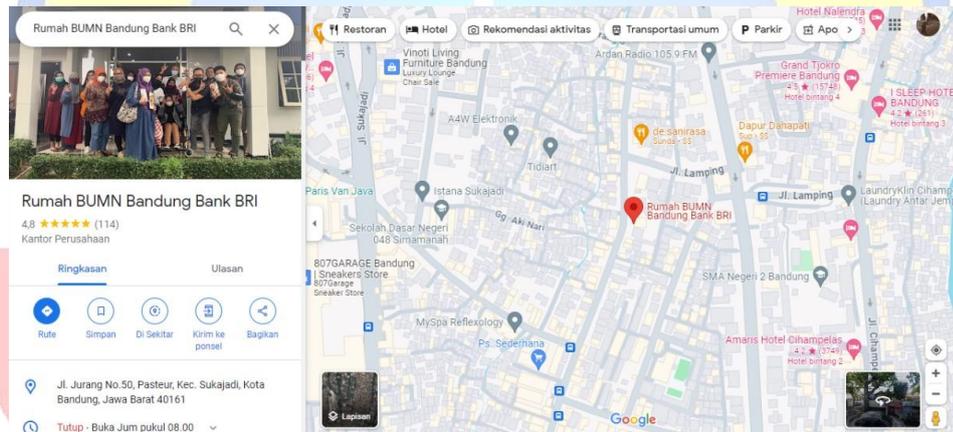
Terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUPAN

Terdiri dari Simpulan dan rekomendasi/saran.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

A. Lokasi Penelitian



Gambar 1. 4 Titik Lokasi

Sumber : *Google Maps*

Berlokasi di Rumah BUMN Bandung yang beralamat di Jalan Jurang No. 50, Kelurahan Pasteur, Kecamatan Sukajadi Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan penulis memilih lokasi ini karena strategis di Kota Bandung juga mendukung kelancaran proses penelitian. Akses transportasi yang mudah memungkinkan penulis untuk lebih efektif dalam mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan.

