

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

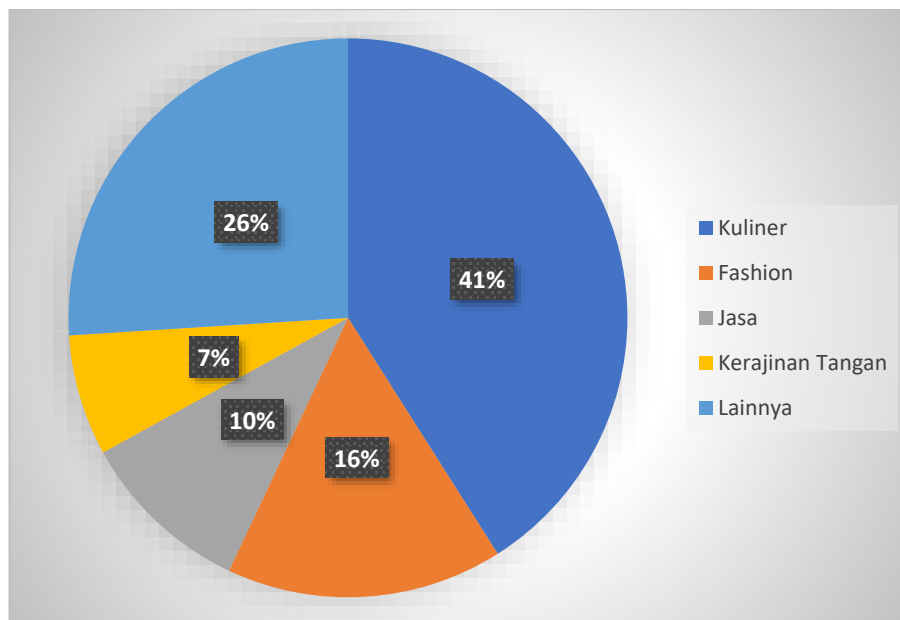
Persaingan ketat pada abad globalisasi, inovasi teknologi serta persaingan bisnis yang ketat ini memaksa perusahaan-perusahaan untuk mengubah strategi mereka menjalankan bisnisnya. Perusahaan-perusahaan yang ada saat ini harus secara cepat mengubah strateginya dari bisnis yang didasarkan oleh tenaga kerja (*laborbased business*) menuju bisnis berdasarkan pengetahuan (*knowledge based business*) agar terus dapat bertahan. Hal ini pun berlaku pada Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) karena di satu sisi kesuksesannya bergantung pada pengetahuan, pengalaman, keterampilan pemilik dan karyawan (Giampaoli, 2019).

Kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dicapai oleh UMKM pada periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu serta menyesuaikan dengan peran atau tugas dari tujuan UMKM (Pramestiningrum & Iramani, 2020).

UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan asset yang dimiliki (Sudratno, 2022). Jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 61,07% atau senilai dengan Rp 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (Hartarto, 2022).

Salah satu kota di Indonesia yang memiliki jumlah UMKM terbanyak adalah Kota Bandung. Berdasarkan data UMKM rumah bumn bank bri Kota Bandung terdapat 6.000 UMKM di Kota Bandung. Jumlah tersebut terdiri dari kuliner sebanyak 41%, fashion 16%, jasa 10%, kerajinan tangan 7%, lainnya 26%, (Data rumah bumn bank bri kota bandung).

DATA UMKM RUMAH BUMN BANK BRI KOTA BANDUNG (2025)



Gambar 1. 1 Diagram Data UMKM Rumah BUMN Bank Bri Kota Bandung

Definisi kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dicapai oleh UMKM pada periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu serta menyesuaikan dengan peran atau tugas dari tujuan UMKM Pramestiningrum & Iramani, (2020)

Fenomena mengenai kinerja UMKM dapat ditemukan pada tahun 2025, saat 15% UMKM binaan Bio Farma gagal usaha, sejak diluncurkannya program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) pada tahun 1992, PT Bio Farma telah

membina sebanyak 2300 usaha mikro kecil dan menengah. Dana sebesar Rp 29,8 Miliar telah dikucurkan sebagai bantuan modal UMKM mitra binaan. Penyebab kegagalan usaha ini beragam. Mulai dari terkena musibah hingga pemilik meninggal dunia. Selain itu faktor terbesarnya adalah UMKM yang salah Kelola sehingga usahanya gagal. Tidak fokusnya jenis usaha yang ditekuni merupakan contoh kecil dari salah pengelolaan yang berdampak dari gagalnya UMKM. Kegagalan usaha ini membuat UMKM akhirnya harus gulung tikar dan berimbas kepada ketidakmampuan UMKM memenuhi kewajiban mengembalikan modal yang disalurkan melalui PKBL.

Sumber:

<https://nasional.kompas.com/read/2009/04/01/20501325/15.persen.umkm.binaan.bio.farma.gagal.usaha>

Fenomena yang lain dapat dilihat pada tahun 2025. Penurunan daya beli Masyarakat selama Ramadhan dan lebaran 2025 dirasakan sangat signifikan oleh pelaku UMKM di Kota Bandung. Momen yang biasanya menjadi peluang besar untuk peningkatan penjualan justru berubah menjadi tantangan berat. Banyak pelaku usaha mikro dan kecil yang melaporkan penurunan omzet hingga 40–60% dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya. Konsumen cenderung menunda pembelian, mengutamakan kebutuhan pokok, dan mengurangi belanja sekunder seperti makanan olahan, pakaian, dan kerajinan lokal. Dampak ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga psikososial. Banyak pelaku UMKM mengalami stres, kebingungan dalam pengambilan keputusan, hingga rasa takut menghadapi kebangkrutan. Dalam wawancara mendalam, beberapa responden menyampaikan

bahwa mereka harus mengurangi jumlah tenaga kerja, bahkan menutup gerai fisik dan hanya mengandalkan penjualan daring untuk bertahan. Situasi ini memperlihatkan betapa rentannya UMKM terhadap gejolak daya beli masyarakat. Tanpa dukungan akses pembiayaan, perlindungan pasar, dan stabilitas ekonomimakro, pelaku UMKM menghadapi risiko stagnasi hingga gulung tikar.

Sumber :

<https://doi.org/10.52166/humanis.v17i2.9533>

Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, *Intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja UMKM merupakan faktor yang menentukan kesuksesan perusahaan. Pengembangan teori di bidang *intellectual capital* didasarkan pada penelitian antar disiplin ilmu. Secara umum, para peneliti mengidentifikasi tiga konstruk utama dari *intellectual capital*, yaitu: *human capital (HC)*, *structural capital (SC)*, dan *customer capital (CC)*. (Sari & Pramuki, 2021) dalam (Bontis et al., 2000).

Intellectual capital merupakan sekelompok asset tidak berwujud seperti sumber daya, kapabilitas kompetensi dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menciptakan nilai perusahaan (Aljuboori et al., 2021). *intellectual capital* merupakan sumber daya tak berwujud bagi organisasi yang dapat menciptakan nilai di masa depan (Abdul Rehman et al., 2022). *Intellectual Capital* adalah asset yang sangat penting dalam ekonomi yang dibangun di atas pengetahuan (Akuba & Hasmirati, 2021).

E-commerce adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan computer, televisi, www, dan jaringan

internet lainnya. *E-commerce* juga melibatkan transfer dana elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis (Harmayani *et al.*, 2020). *E-commerce* merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan computer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *e-commerce* (Akbar & Alam, 2020).

Untuk menyebarluaskan usaha dengan efisien dan meraih pasar lebih luas, pelaku usaha dapat memanfaatkan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya. Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan untuk menunjang sistem penjualan adalah *e-commerce*. *E-Commerce* merupakan sebuah konsep berupa jual beli bahkan pertukaran (barter) barang atau produk dan jasa melalui jaringan internet. Transaksi pada *e-commerce* dapat dilakukan antara Perusahaan dan pembeli sebagai konsumen, semakin banyak masyarakat yang menggunakan *e-commerce* semakin berkembang pula perusahaan yang menyediakan bisnis untuk layanan *e-commerce*. Dalam praktiknya, *e-commerce* lebih mudah digunakan dan di akses kapanpun dan dimanapun, sehingga target pasar bisa meluas hingga seluruh Indonesia bahkan dunia.

Berdasarkan databoks (2023) di Indonesia terdapat 5 *marketplace* terbesar dalam platform penjualannya berdasarkan jumlah pengunjung setiap bulannya di tahun 2023 adalah Shopee (2,35 miliar), Tokopedia (1,25 miliar), Lazada (762,4 juta), Blibli (337,4 juta), Bukalapak (168,2 juta). Ada beberapa juga UMKM yang sukses melenggangkan bisnisnya di *e-commerce*, salah satunya adalah keripik singkong pedas Maicih. Berdasarkan data di atas, Indonesia sangat berpotensi

tinggi dalam perkembangan *e-commerce* karena popularitas pasar konvensional yang dikit demi sedikit menurun. Hal ini dikarenakan masyarakat yang mengenal *e-commerce* semakin meluas dan menilai *e-commerce* lebih efisien dibandingkan perdagangan konvensional.

Berdasarkan penelitian terdahulu, *intellectual capital* dan *penerapan e-commerce* telah terbukti memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Pramuki (2021) menunjukkan bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM karena kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya berbasis pengetahuan. *Intellectual capital* dalam hal ini mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, serta kemampuan yang dimiliki oleh pelaku usaha maupun karyawan. Ketika sumber daya pengetahuan tersebut dikelola dengan baik, pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi proses produksi, serta kemampuan dalam menghadapi persaingan usaha. Selain itu, penelitian tersebut juga menekankan pentingnya sistem organisasi yang mendukung proses bisnis, seperti penerapan prosedur kerja yang jelas, pemanfaatan teknologi, serta hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra usaha. Sistem organisasi yang baik akan membantu pelaku UMKM dalam memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki secara lebih efektif sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja usaha. Dengan demikian, semakin baik pengelolaan *intellectual capital* dalam suatu UMKM, maka semakin besar pula potensi peningkatan kinerja usaha yang dihasilkan.. Selain itu, penelitian Tiandra et al. (2019) menyatakan bahwa penerapan *e-commerce* mampu

memperluas jangkauan pasar dan menjadi alternatif strategi pemasaran bagi pelaku UMKM.

Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya perbedaan temuan. Beberapa penelitian menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, sementara penelitian lain menunjukkan pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya meneliti pengaruh masing-masing variabel secara terpisah dan belum banyak yang mengkaji secara simultan antara *intellectual capital* dan penerapan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, khususnya pada sektor kuliner.

Di sisi lain, penelitian yang mengkaji UMKM yang terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung masih relatif terbatas, padahal Rumah BUMN merupakan salah satu program strategis pemerintah dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui pembinaan dan digitalisasi usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut terkait bagaimana *intellectual capital* dan penerapan *e-commerce* secara bersama-sama mempengaruhi kinerja UMKM, khususnya pada UMKM bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung.

Dari uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian dengan menganalisis pengaruh *intellectual capital* dan penerapan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM secara simultan, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan kinerja UMKM.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Intellectual Capital* dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja *UMKM* (Survei Pada *UMKM* Bidang Kuliner Yang Terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung).**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya serta untuk mendapatkan kejelasan terhadap masalah yang akan dibahas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *intellectual capital* pada *UMKM* Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung.
2. Bagaimana penerapan *e-commerce* pada *UMKM* Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung.
3. Bagaimana kinerja *UMKM* Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja *UMKM* Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja *UMKM* Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh *intellectual capital* dan *e-commerce* terhadap kinerja *UMKM* Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan *intellectual capital* pada UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan *e-commerce* pada UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja pada UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *intellectual capital* dan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahanan dalam memperbanyak pengetahuan yang mendalam yang berhubungan dengan pengaruh *intellectual capital* dan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah pengetahuan dengan

menerapkan ilmu yang diperoleh dalam keberlangsungan UMKM di Indonesia. Selain itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah referensi atau sebagai sumber informasi baik bagi pihak-pihak yang tertarik pada topik sejenis, serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi cerminan bagi semua pelaku usaha yang ada, sehingga pelaku usaha menjadi jauh lebih baik dan lebih bertanggung jawab dari sebelumnya.

2. Bagi pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan yang akan menjadi dasar untuk menyumbangkan pikiran dan saran-saran yang dapat membantu untuk meningkatkan kualitas dan kinerja UMKM dalam menjalankan usahanya.

3. Bagi Instansi Pendidikan

Bagi instansi Pendidikan khususnya Universitas Pasundan Program Studi Akuntansi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mahasiswa dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi khususnya SIA.

4. Bagi pihak lain

Dapat dijalankan sebagai bahan tambahan, pertimbangan, dan pemikiran dalam penelitian lebih lanjut dalam kinerja pelaku usaha atau UMKM, yaitu *intellectual capital* dan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM.

1.5 Lokasi dan Waktu

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian kepada pelaku UMKM Bidang kuliner yang terdaftar di Rumah BUMN Kota Bandung. Untuk memperoleh data yang diperlukan sesuai dengan objek yang akan diteliti