

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

UMKM menjadi salah satu sektor yang memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Keberadaan UMKM berdampak pada peningkatan pendapatan nasional maupun daerah serta kemampuannya dalam proses penyerapan tenaga kerja, dengan begitu angka kemiskinan dan pengangguran dapat dimimalisirkan. Pada krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada beberapa tahun lalu, UMKM menjadi sektor yang paling tangguh jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya. Peran UMKM dalam ekonomi nasional sangat signifikan, baik dalam menciptakan lapangan kerja, berkontribusi terhadap devisa, maupun dalam pertumbuhan PDB. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga signifikan, mencapai 60,5% atau sekitar Rp 8.573 Triliun setiap tahunnya. Di samping itu, UMKM juga memainkan peran penting dalam menyerap tenaga kerja, mencapai 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, setara dengan sekitar 116 juta orang. Dalam kontribusi ekspornya meningkat dari 14,37% pada tahun 2020 menjadi 15,69% pada tahun 2021 (Kadin Indonesia, 2024)

Pada tahun 2017, UMKM mendominasi pasar dengan pangsa sekitar 99,99%, setara dengan 62,9 juta unit bisnis, sementara usaha besar hanya menyumbang sekitar 0,01%, atau sekitar 5400 unit. UMKM menjadi penyedia lapangan kerja utama dengan menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja, mencakup sekitar 89,2% dari total tenaga kerja. Usaha Kecil menyumbang sekitar 5,7 juta tenaga kerja (4,74%) dan Usaha Menengah sebesar 3,73 juta (3,11%). Di sisi lain, Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3,58 juta tenaga kerja. Secara keseluruhan, UMKM di Indonesia memberikan pekerjaan bagi sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, sementara usaha besar hanya menyerap sekitar 3% (Marlinah, 2020). Di tahun 2018, jumlah pelaku UMKM mencapai 64,2 juta, yang merupakan 99,99% dari total pelaku usaha di Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 117 juta orang, yang merupakan sekitar 97% dari total tenaga kerja di sektor usaha. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) mencapai

61,1%, sedangkan pelaku usaha besar hanya menyumbangkan 38,9% dari PDB, meskipun jumlah mereka hanya sekitar 5.550 atau 0,01% dari total pelaku usaha (Sasongko, 2020). Pada tahun berikutnya 2021, meskipun dalam situasi pandemi covid-19 jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta, yang berkontribusi sebesar 61,07% atau Rp8.573,89 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM juga mampu menyerap sekitar 97% dari total angkatan kerja dan mengumpulkan sekitar 60,4% dari total investasi di Indonesia (Sulastri, 2022).

Pada Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam informasi yang disajikan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM, pada periode 2019-2020, tercatat peningkatan sebanyak 25.552 pelaku UMKM (Jogja Dataku, 2021). Sementara itu pada periode 2021, 2022 dan 2023 data perkembangan UMKM di Provinsi DIY sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data UMKM di Provinsi DIY**

Kabupaten	2021	2022	2023
Bantul	90.611,00	86.986,00	91.775,00
Gumung Kidul	55.429,00	53.960,00	57.761,00
Kulon Progo	36.954,00	36.141,00	37.398,00
Sleman	84.756,00	113.962,00	86.129,00
Kota Yogyakarta	39.021,00	32.793,00	39.807,00
KTP Luar	30.289,00	19.082,00	29.716,00
Total	337.060,00	342.924,00	342.586,00

Sumber: Jogja Dataku

Dari data diatas terlihat bahwa perkembangan pelaku UMKM di DIY pada periode 2021-2022 mengalami peningkatan sebesar 5.864, sementara pada periode 2022-2023 jumlahnya mengalami penurunan sebesar 338 pelaku UMKM, namun jika dilihat berdasarkan di setiap wilayah kabupaten dari rentang waktu 2021-2023 terjadi peningkatan yang positif kecuali di Kabupaten Sleman dan KTP luar DIY yang mengalami penurunan pada periode 2022-2023. Ada sekitar 340 ribu UMKM

yang beroperasi di wilayah DI Yogyakarta. Informasi ini didasarkan pada registrasi UMKM di aplikasi Sibakul Jogja. Tingkat pertumbuhan UMKM di Provinsi D.I. Yogyakarta mencapai 38%, angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi lain Kepala Bidang Usaha Mikro Dinas Koperasi dan UKM Yogyakarta (Deny, 2024).

Pada Kabupaten Sleman mengalami trend pertumbuhan UMKM yang positif dari tahun ke tahun. Ini terjadi karena adanya program dari pemerintah DIY yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan di Kabupaten Sleman. Program tersebut mengutamakan pengembangan sektor UMKM dengan harapan dapat menciptakan lapangan kerja yang besar dan mengurangi tingkat kemiskinan di kabupaten tersebut. Di bawah ini terdapat tabel yang menunjukkan perkembangan UMKM di Kabupaten Sleman dari 2016-2023:

**Tabel 1.2**  
**Data UMKM di Kabupaten Sleman**

Kabupaten	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sleman	44.005	44.225	48.653	50.852	55.209	84.756	113.962	86.129

Sumber : Jogja Dataku

Dari data yang tercantum, terlihat bahwa jumlah UMKM terus meningkat dari tahun 2016-2022, Sedangkan pada tahun 2023 jumlah pelaku UMKM mengalami penurunan sebesar 27.833. Namun secara keseluruhan rata-rata pertumbuhannya mencapai 12,37% dari rentang periode tersebut, menunjukkan bahwa UMKM menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang diminati oleh masyarakat dan memegang peranan penting dalam meningkatkan perekonomian di Kabupaten Sleman.

Meskipun demikian perkembangan UMKM seringkali terhambat dari kemampuan daya saingnya. (Damanik & Purba, 2020) Daya saing merupakan suatu kriteria sebagai penentu keberhasilan dan pencapaian dari sebuah tujuan kearah yang lebih baik dari suatu negara untuk dalam rangka peningkatan pendapatan dan



pertumbuhan ekonomi. Menurut World Economic Forum Daya saing merupakan kombinasi antara institusi, kebijakan serta faktor penentu produktivitas dalam suatu negara. Dimana tingkat produktivitas sebagai penentu tingkat kemakmuran yang bisa dicapai oleh suatu negara. Selain itu tingkat produktivitas dapat menentukan tingkat pengembalian pada investasi yang merupakan pendrong secara fundamental pada pertumbuhan perekonomian. Negara yang memiliki kemampuan daya saing cenderung mengalami pertumbuhan ekonomi yang cepat.

Tingkat daya saing suatu organisasi atau komunitas dapat dilihat dari kapasitas keberlanjutan perusahaan, yaitu ketahanannya, yang diukur dengan pangsa pasar, profitabilitas, dan keuntungan (Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey, 2014). Berdasarkan riset dari (Naully, et al., 2022) yang berjudul "Sosialisasi Peningkatan Daya Saing UMKM Olahan Kripik Singkong Rasa Gurih Pedas Melalui Kemasan dan Digital Marketing MBKM Program KKN Tematik di Desa Petanang" Menemukan problem daya saing UMKM yaitu dalam proses pemasarannya, UMKM di Desa Petanang masih menggunakan teknologi sederhana dengan menggunakan Handphone dengan didominasi penggunaan media Whatsapp dan Facebook, selain itu masih banyak juga para pelaku UMKM yang menjalankan usahanya tanpa bantuan teknologi. Selanjutnya dalam riset yang dilakukan oleh (Adibah, 2018) yang berjudul "Peningkatan Daya Saing UMKM Kabupaten Pasuruan Untuk Menopang Perekonomian Nasional Dalam Menghadapi Persaingan Global" Ditemukan bahwa penyebab lemahnya daya saing UMKM di Kabupaten Pasuruan yaitu adanya keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah yang berkaitan dengan perizinan dan birokrasi serta tingkat pungutan yang begitu tinggi.

Lebih lanjut di Kabupaten Sleman Mayoritas pelaku UMKM belum memiliki daya saing dikarenakan belum memperhatikan terkait masalah pemasaran, pengemasan serta manajemen yang baik (Danar, 2019). Hal tersebut senada dengan permasalahan UMKM pada mitra Rumah Kreatif Sleman hal pertama yaitu, mitra kurang mampu mengenali minat pasar terhadap produknya. Kedua, mereka memiliki keterbatasan dalam memahami produk yang diminati pasar secara luas

dan sesuai dengan bisnis mereka. Ketiga, mereka tidak cukup peka terhadap peluang permintaan pasar terhadap produk tertentu. Keempat, mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup dalam merencanakan diversifikasi produk sebagai bagian dari strategi pengembangan bisnis (Nuswantoro, Rohmah, Rahmawati, Purwansyah, & Aisyah, 2024). Masalah tersebut pasti akan mengakibatkan pelaku UMKM tertinggal, yang pada gilirannya akan berdampak pada perekonomian lokal. Sebagai upaya mengatasi berbagai tantangan dalam hal daya saing, Pemerintah Kabupaten Sleman telah mendirikan Rumah Kreatif Sleman sejak tahun 2017, yang diinisiasi oleh Bank Negara Indonesia (BNI) dengan kerja sama dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sleman. Rumah Kreatif Sleman bertujuan memberikan platform bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka (Tomi, 2017).

RKS mengusung motto *Go Online, Go Digital, Go Modern, dan Go Global* mencerminkan semangat UKM Sleman untuk meraih kesuksesan hingga tingkat global. Adapun beberapa kegiatan yang dilaksanakan Rumah Kreatif Sleman yaitu memberikan bimbingan kepada Usaha Mikro Kecil Menengah serta memfasilitasi kegiatan forum *group discussion*. Rumah Kreatif Sleman juga mengadakan pelatihan dan kebutuhan konsultasi serta pendampingan. Terdapat ada beberapa kategori pengelompokkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu *fashion, aksesoris, craft, makanan, furniture*, dan yang terbaru memunculkan kategori jasa (Mamengko, 2022).

Untuk mengatasi tantangan zaman dan mengimbangi beragam jenis UMKM yang tergabung di bawah naungan RKS, kolaborasi menjadi kunci. RKS senantiasa menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk akademisi dan praktisi, untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan anggotanya, sehingga mereka dapat meningkatkan kemajuan usahanya. Beberapa hambatan ditemui oleh anggota yang dibina oleh RKS, seperti kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk/jasa mereka, serta kekurangan pengetahuan tentang strategi untuk meningkatkan profitabilitas usaha

Adapun factor yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam inovasi menurut (Rahayu, 2013) yaitu inovasi sebagai event (*Ideas*), inovasi sebagai process (*deliverable*) dan Inovasi Sebagai Capability (*environment*). Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Inovasi Program Rumah Kreatif Sleman (RKS) Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Sleman. Inovasi merupakan sebagai sebuah kemampuan yang dimiliki (kapabilitas) (Rahayu, 2013). Dalam (Emery, Rousseau, Valoggia, & Nielsen, 2016) Inovasi merupakan proses pengenalan atau penerapan yang dilakukan secara sengaja dalam suatu peran, kelompok atau organisasi berdasarkan gagasan, proses, produk atau prosedur yang baru bagi unit penerapan yang relevan, yang dirancang dengan tujuan untuk memberikan manfaat secara signifikan kepada suatu individu, kelompok, organisasi maupun masyarakat luas.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana keberhasilan inovasi dalam program Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Sleman?
2. Apa saja bentuk inovasi yang dilakukan dalam program Rumah Kreatif Sleman?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi kemampuan dan keberhasilan inovasi program, merinci kontribusi terhadap perkembangan UMKM, dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian teoritis tentang inovasi Program Rumah Kreatif Sleman dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Sleman dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman teoritis dalam bidang pengembangan UMKM dan inovasi regional. Dengan menganalisis kerangka konseptual, teori-teori terkait inovasi, pengembangan UMKM, dan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing, penelitian tersebut dapat membantu dalam memperkuat dasar teoritis yang mendukung efektivitas program tersebut.



Ini juga dapat membuka pintu untuk penelitian lanjutan dan pengembangan konsep dalam konteks pengembangan ekonomi lokal dan regional.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian kualitatif tentang Inovasi Program Rumah Kreatif Sleman dapat memberikan pemahaman mendalam tentang efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Sleman. Ini bisa meliputi pemahaman tentang faktor-faktor yang mendukung kesuksesan program, tantangan yang dihadapi oleh UMKM, dan dampak nyata dari program tersebut. Dengan demikian, penelitian tersebut dapat memberikan wawasan praktis yang dapat digunakan untuk meningkatkan strategi dan kebijakan yang mendukung perkembangan UMKM di wilayah tersebut.

### 1.4 Sistematika Penulisan

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan tentang Latar Belakang masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan dan Manfaat serta Sistematika Penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada ini berisi tentang teori-teori atau pendapat ahli yang terkait dengan topik yang akan diteliti antara lain, Inovasi, Program Rumah Kreatif Sleman (RKS), Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah serta penelitian terdahulu.

#### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Validasi data, dan Teknik Analisis data.

#### **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan tentang analisis data yang berisikan hasil penelitian dan pembahasan.

## **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan, hasil penelitian.

