

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia merupakan UMKM. Pada tahun 2023, jumlah pelaku UMKM diperkirakan mencapai 66 juta. UMKM juga memberikan kontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), atau sekitar Rp.9580 triliun, serta menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, yang mencakup 97% dari total angkatan kerja di Indonesia.<sup>1</sup> Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian nasional, baik sebagai penyumbang utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) maupun sebagai penyerap terbesar tenaga kerja di Indonesia.

Kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan berinovasi menjadikannya tetap eksis di tengah tantangan ekonomi global, sehingga sektor ini memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan guna memperkuat perekonomian nasional.<sup>2</sup> Tren pertumbuhan UMKM juga terlihat jelas di Kota Solok, di mana jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terus meningkat dari tahun ke tahun berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Perdagangan dan UMKM Kota Solok. Di daerah ini berkembang berbagai jenis industri olahan kuliner serta usaha berskala kecil hingga menengah, sehingga Kota Solok menjadi salah satu pusat pertumbuhan UMKM di Sumatera Barat.

---

<sup>1</sup> "UMKM Indonesia - Kadin Indonesia," accessed June 22, 2025, <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

<sup>2</sup> Fitri Nurul Aftitah et al., "Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah Mendukung UMKM Melalui Program Seperti Kredit Usaha Rakyat ( KUR ), Meskipun Penyalurannya Tahun 2023 Belum Memenuhi Target . UMKM Kini Terus" 3 (2025): 32–43.

Meskipun UMKM memegang peranan strategis dalam perekonomian nasional, pelaksanaan usahanya tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan yang masih dihadapi oleh para pelaku usaha, sehingga kinerjanya belum sepenuhnya optimal. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia dalam hal pengetahuan dan keterampilan pengelolaan usaha, keterbatasan akses permodalan, kurangnya sarana dan prasarana pendukung, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran produk.<sup>3</sup> Dalam konteks digitalisasi dan meningkatnya persaingan global, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi melalui penerapan inovasi serta strategi usaha yang lebih efisien dan adaptif.<sup>4</sup> Oleh karena itu, untuk dapat bertahan dan memanfaatkan peluang yang ada, UMKM perlu meningkatkan daya saing, baik dari sisi pengelolaan usaha maupun kualitas produk yang ditawarkan.

Daya saing merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha. Melalui daya saing yang baik, pelaku usaha termasuk UMKM dapat terdorong untuk terus berinovasi, baik dalam produk maupun strategi bisnis, dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang ada di pasar. Namun, daya saing bersifat relatif karena nilainya sangat bergantung pada kondisi pesaing. Artinya, sebuah usaha mungkin memiliki daya saing yang tinggi pada satu waktu, tetapi jika muncul pesaing baru yang lebih kompeten, maka tingkat daya saing usaha tersebut bisa menurun.<sup>5</sup> Persaingan dalam dunia usaha dapat menjadi pemicu munculnya daya saing yang berdampak positif terhadap kemajuan UMKM. Kondisi ini mendorong pelaku usaha

---

<sup>3</sup> Ida Nirwana et al., "Strategi Inovasi Umkm : Bidang Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif Umkm Innovation Strategy : Culinary Field Based on Creative," *Menara Ekonomi X*, no. 2 (2024): 27–34.

<sup>4</sup> Asyifah Fauzah Delfira et al., "Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian Di Indonesia," 2025.

<sup>5</sup> Regina Octavia Ibrahim, Tineke Wolok, and Zulfia K Abdussamad, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Marketplace Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo", *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS* P-ISSN 2620-9551 JAMBURA : Vol 7, no. 1 (2024): 324–34.

untuk terus meningkatkan kualitas usahanya dari berbagai aspek serta berusaha memperbaiki kelemahan yang ada agar mampu bersaing secara optimal.

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Solok**

| No | Tahun | Jumlah UMKM |
|----|-------|-------------|
| 1. | 2020  | 4.043       |
| 2. | 2021  | 4.497       |
| 3. | 2022  | 5.965       |
| 4. | 2023  | 6.034       |
| 5. | 2024  | 6.141       |

*Sumber : Database Dinas Koperasi dan UKM Kota Solok*

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Solok, jumlah UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga 2024. Kondisi ini tidak terlepas dari peran UMKM sebagai alternatif kegiatan ekonomi bagi masyarakat di tengah keterbatasan lapangan kerja formal.<sup>6</sup> Banyak pelaku ekonomi memilih membuka usaha skala kecil sebagai sumber pendapatan, sehingga jumlah UMKM terus bertambah. Namun, bertambahnya jumlah UMKM tersebut menyebabkan persaingan usaha semakin ketat, terutama pada jenis usaha yang sejenis. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang kuat agar mampu bertahan dan berkembang.

Modal merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi daya saing UMKM. Modal dibutuhkan tidak hanya untuk mendirikan usaha baru, tetapi juga untuk mengembangkan usaha yang telah ada. Modal dibutuhkan untuk membantu kelancaran

---

<sup>6</sup> Jurnal Ekonomi Bisnis et al., "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia" 2, no. 3 (2023).

proses produksi dan operasional usaha, sehingga berpengaruh terhadap pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku UMKM.<sup>7</sup> Dengan demikian, Ketersediaan modal menjadi salah satu faktor penentu kemampuan UMKM dalam bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Namun, Permasalahan yang paling sering dihadapi oleh pelaku UMKM di Kota Solok adalah keterbatasan modal yang dimiliki.<sup>8</sup> Keterbatasan modal menyulitkan pemilik UMKM untuk mengoperasikan atau memperluas usahanya, sehingga menghambat peningkatan output dan pendapatan usaha.<sup>9</sup> Akibatnya, daya saing UMKM menjadi rendah. Selain itu, keterbatasan modal yang disertai dengan pengelolaan keuangan yang kurang optimal menyebabkan pelaku UMKM kesulitan memenuhi peningkatan permintaan pasar dan berpotensi mengalami penurunan kinerja usaha bahkan gulung tikar.<sup>10</sup> Oleh karena itu, keterbatasan modal menjadi faktor utama yang menghambat peningkatan pendapatan dan daya saing UMKM di Kota Solok.

Selain itu, inovasi produk merupakan salah satu aspek fundamental dalam membentuk keunggulan bersaing bagi UMKM. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk yang sepenuhnya baru, tetapi juga mencakup upaya pengembangan dan penyempurnaan terhadap produk yang telah ada agar lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi pasar.<sup>11</sup> Dalam konteks UMKM, inovasi produk berperan sebagai sarana strategis untuk menciptakan nilai tambah, membedakan usaha dari para

---

<sup>7</sup> "Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 3, no. 12 (2014): 576–85, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/9916>.

<sup>8</sup> Ibu Aulia, wawancara karyawan DPKUKM Kota Solok

<sup>9</sup> Devianti Safira et al., "Jurnal Bhakti Karya Dan Inovatif" 4, no. 2 (2023): 43–47, <http://dx.doi.org/10.37278/bhaktikaryadaninovatif>.

<sup>10</sup> "Sosialiasi Akses Permodalan Bagi UMKM Di Kota Solok," accessed October 15, 2025, <https://infopublik.solokkota.go.id/artikel/sosialiasi-akses-permodalan-bagi-umkm-di-kota-solok>.

<sup>11</sup> Romadia Romadia et al., "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Di Kota Pangkalpinang," *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 1 (2025): 49, <https://doi.org/10.33087/eksis.v16i1.500>.

pesaing, memperluas mangsa pasar, serta meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk yang. Dengan demikian, inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan UMKM.

Inovasi produk dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keunikan, variasi, serta gaya atau desain produk.<sup>12</sup> Inovasi umumnya dilakukan sebagai respons terhadap tren pasar yang berkembang dan kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi. Proses ini biasanya didasarkan pada hasil riset pasar dan masukan dari konsumen. Selain itu, persaingan usaha juga mendorong pelaku bisnis untuk menciptakan produk baru dengan fitur atau keunggulan yang lebih baik guna menarik minat pelanggan. Dengan demikian, kemampuan suatu produk untuk menembus dan bertahan di pasar regional sangat bergantung pada tingkat daya saing atau keunggulan kompetitif yang dimilikinya.

Selain itu, Pemanfaatan *e-commerce* dalam kegiatan pemasaran produk berperan strategis dalam meningkatkan potensi serta memperluas jangkauan pasar bagi pelaku UMKM. Integrasi teknologi digital ke dalam proses pemasaran memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan berpartisipasi secara lebih efektif dalam pasar yang semakin terhubung secara global.<sup>13</sup> *E-commerce* berpotensi mengurangi biaya operasional dalam kegiatan perdagangan dan pemasaran, sekaligus mempermudah pelaksanaan strategi promosi bagi para produsen.

Dalam upaya mengembangkan hasil produksi UMKM, Pemerintah Daerah Kota Solok Melalui Dinas Perdagangan, Koperasi, Dan Usaha Kecil Dan Menengah telah

---

<sup>12</sup> Neng Feby Helsanti, Deni Muhammad Danial, and Faizal Mulia. Z, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Daya Saing Terhadap Kinerja UMKM," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 6, no. 5 (2025): 3905–14, <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i5.5671>.

<sup>13</sup> Widiya Indah Lestari et al., "Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Bisnis Pada UMKM," *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 1 (2024): 319–30, <https://doi.org/10.71456/sur.v3i1.1113>.

memberikan dukungan dengan memanfaatkan media digital. Salah satu bentuk dukungan tersebut adalah penggunaan akun media sosial resmi Instagram @dpkukm\_kotasolok.<sup>14</sup>



Gambar 1.1 Akun Instagram Resmi DPKUKM Kota Solok

Akun Instagram DPKUKM Kota Solok digunakan sebagai media promosi produk lokal UMKM dan IKM sekaligus sebagai sarana layanan informasi bagi masyarakat. Melalui akun ini, pemerintah berharap dapat membantu para pelaku UMKM mempromosikan produk mereka secara gratis dan menjangkau pasar yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial ini juga menjadi salah satu upaya untuk mendukung digitalisasi pemasaran agar pelaku UMKM lebih mudah dikenal dan bersaing di era bisnis modern.

Selain media sosial, Pemerintah Daerah Kota Solok juga menyediakan Website e-UMKM Manjua untuk mempromosikan produk UMKM berbasis online sehingga mempermudah bagi konsumen yang tidak dapat berkunjung langsung untuk membeli produk. Hal ini merupakan salah satu solusi bagi Pemerintah Kota Solok Khususnya Dinas Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dalam memasarkan

<sup>14</sup> <http://scholar.unand.ac.id/210505/5/Bab%20I.pdf> diakses 28 november 2025, 19.34

produk UMKM. Namun, tidak semua pelaku UMKM mendaftarkan produknya ke website e-UMKM Manjua karena keterbatasan pemahaman terhadap cara penggunaannya.

Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen saat ini lebih tertarik mencari produk melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook.<sup>15</sup> Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan jual beli dikenal sebagai *social commerce*, yaitu bagian dari *e-commerce* yang menggunakan media sosial sebagai platform utama transaksi. Melalui *e-commerce* berbasis *social commerce*, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya promosi yang relatif rendah. Sehingga pelaku UMKM cenderung lebih fokus menggunakan platform media sosial dibandingkan website resmi.

Namun dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kesulitan dalam beradaptasi dengan perkembangan ekosistem teknologi, seperti penggunaan *e-commerce*, sistem pembayaran digital, maupun strategi pemasaran melalui media sosial.<sup>16</sup> Kondisi tersebut menyebabkan potensi transformasi digital di sektor UMKM belum dapat dimanfaatkan secara optimal, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing dan lambatnya pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, variabel *e-commerce* dalam penelitian ini penting untuk dikaji karena mencerminkan pemanfaatan media sosial sebagai bentuk *social commerce* yang mendukung perkembangan dan daya saing UMKM.

---

<sup>15</sup> Wawancara pelaku UMKM

<sup>16</sup> Buci Morisson and Aula Ahmad Hafidh Saiful Fikri, "Digitalisasi UMKM Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Era Ekonomi Digital," *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 18, no. 1 (2025): 289–99, <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>.

Penelitian Nani Ernawati menegaskan bahwa kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM di Sleman.<sup>17</sup> Hasil serupa juga ditemukan oleh Alya Sakinah Mulidamena Hsb yang meneliti pengaruh tingkat pendidikan, modal, dan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM.<sup>18</sup> Penelitian lain oleh Mustafa Zaidan dan Erwin Saputra Siregar menjelaskan bahwa modal, lokasi, dan inovasi produk berpengaruh terhadap daya saing UMKM kuliner di Jambi Timur.<sup>19</sup> Sedangkan Kwik Kianggi menemukan bahwa teknologi informasi dan inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di Bandung.<sup>20</sup> Namun, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan di wilayah perkotaan besar yang memiliki akses lebih mudah terhadap modal, teknologi, dan pasar.

Penelitian mengenai pengaruh modal, inovasi produk, dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM di wilayah berkembang seperti Kota Solok masih jarang dilakukan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*), baik dari segi lokasi maupun kombinasi variabel yang diteliti. Sebagian penelitian terdahulu hanya meneliti satu atau dua faktor saja, sehingga belum memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut secara bersama terhadap daya saing UMKM.

Pentingnya penelitian ini memuat dua hal, yang pertama pertumbuhan jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Solok terus meningkat. Yang kedua pertumbuhan sektor UMKM di Kota Solok yang berpotensi memberikan kontribusi

---

<sup>17</sup> Nani Ernawati, "" Skripsi, 2017, 1–171.

<sup>18</sup> Alya Sakinah Mulidamena " *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Modal, E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Padang*", Skripsi, 2024

<sup>19</sup> Mustafa Zaidan and Erwin Saputra Siregar, "Pengaruh Modal , Lokasi , Dan Inovasi Terhadap Daya Saing UMKM Kuliner Di Jambi Timur" 9 (2025): 23349–55.

<sup>20</sup> K Kianggi, "Pengaruh Teknologi Informasi Dan Inovasi Produk Terhadap Daya Saing Di Pusat Oleh-Oleh Makanan Khas Bandung," Skripsi 2021, 167–86.

positif terhadap perkembangan perekonomian daerah. Usaha tersebut tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi pemiliknya, tetapi juga berperan penting dalam membantu mengurangi tingkat pengangguran.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Modal, Inovasi Produk, dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat dikemukakan rumusan masalah di antaranya :

1. Bagaimana pengaruh modal terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok?
3. Bagaimana pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok?

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis membatasi pembahasan atas permasalahan yang akan dikaji, yaitu mengenai daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di kota Solok. Penelitian ini difokuskan pada usaha yang menggunakan pemanfaatan *e-commerce* media sosial, seperti facebook, instagram, dan tiktok sebagai bagian dari *sosial commerce*.

## **D. Tujuan**

Dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Solok.

#### **E. Manfaat.**

##### **1. Pelaku UMK**

Bagi pelaku UMK di Kota Solok, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya modal, inovasi produk, dan pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing, sehingga dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan usaha secara lebih efektif dan berkelanjutan.

##### **2. Pemerintah**

Bagi pemerintah daerah, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan dalam penyusunan kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan Usaha, terutama terkait permodalan, inovasi produk, dan penguatan pemanfaatan *e-commerce* sehingga Usaha Mikro Kecil dapat lebih berdaya saing dan berkontribusi terhadap perekonomian daerah.

#### **F. Sistematika penulisan**

Sistematika merupakan uraian secara garis besar mengenai isi dari suatu penelitian. Penulisan sistematika ini akan disajikan secara menyeluruh untuk memudahkan dalam

melakukan penulisan dan memahami penelitian ini ditulis. Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini terdiri dari landasan teori, hubungan antar variable, penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, objek penelitian dengan mengemukakan tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, tahap-tahap penelitian dan analisis data.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas hasil penelitian dan hasil pembahasan.

**BAB V : KESIMPULAN**

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran penulis

UIN IMAM BONJOL  
PADANG