

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perekonomian Indonesia telah lama bergantung pada peran penting Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menyokong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional (Windusancono, 2021). UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, tetapi juga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi, terutama setelah menghadapi krisis ekonomi (Hapsari, 2014). Lebih jauh lagi, UMKM membuka peluang kerja yang besar bagi warga negara Indonesia, menciptakan lapangan kerja yang beragam, dan memberikan kesempatan untuk berwirausaha.

UMKM meliputi Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Usaha Kecil adalah jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, dan memenuhi kriteria Usaha Kecil (Suci, 2017). Usaha Menengah adalah jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil, dan memiliki jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tertentu (Halim, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 bahwa kemiskinan adalah kondisi sosial ekonomi seseorang atau sekelompok orang yang tidak terpenuhinya hak-hak dasarnya untuk mempertahankan dan mengembangkan kehidupan yang bermartabat”. Kebutuhan dasar yang menjadi hak seseorang atau sekelompok orang

meliputi kebutuhan pangan, kesehatan, pendidikan, pekerjaan, perumahan, air bersih, pertanahan, sumber daya alam, lingkungan hidup, rasa aman dari perlakuan atau ancaman tindak kekerasan, dan hak untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial dan politik. Menurut Badan Pusat Statistika (2020) kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan bukan makanan yang diukur dari sisi pengeluaran.

Ketidakmampuan UMKM dalam mengadopsi praktik digital marketing yang efektif dapat menjadi hambatan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, perlu adanya intervensi yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan strategi digital marketing yang unggul. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan solusi konkrit dengan menyelenggarakan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM di Desa Mekarmukti. Dengan demikian, diharapkan UMKM dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola pemasaran digital, meningkatkan daya saing, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Pentingnya peningkatan keterampilan digital marketing di kalangan UMKM tidak hanya memberikan manfaat bagi para pelaku usaha sendiri, tetapi juga berpotensi mendukung pertumbuhan ekosistem bisnis di wilayah Jakarta Barat secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membangun praktik digital marketing unggul untuk pemasaran UMKM di lingkungan kota yang dinamis ini.

Perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital,

UMKM yang belum mengadopsi praktik digital marketing dapat mengalami keterbatasan dalam mencapai target pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang holistik, melibatkan pelatihan dan pendampingan, agar UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan ini dan mengoptimalkan potensi pemasaran digital. Dimana Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu dan kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk, jasa, dan ide untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Mariam, 2023). Perilaku konsumen menjadi sangat penting dalam dunia bisnis, karena dapat membantu perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Perilaku konsumen sangat penting dalam dunia bisnis karena membantu perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sejalan dengan meningkatnya teknologi, maka hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka keberbagai pelosok konsumen secara online. Untuk itu peningkatan kualitas sumber daya manusia Indonesia mutlak diperlukan. SDM unggul menjadi modal bangsa untuk menciptakan negara Indonesia yang maju dan meningkatkan kesejahteraan bangsa. Sumber daya manusia Indonesia harus terbuka dan adaptif dengan teknologi-teknologi yang muncul di era revolusi industri 4.0, termasuk teknologi digital sehingga mampu berdayasaing. Kualitas sumber daya manusia pemegang faktor kunci utama dalam revolusi industri 4.0, dengan demikian SDM Unggul adalah mutlak diperlukan untuk membuat bangsa Indonesia tinggal landas menuju Indonesia maju.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki beberapa point aturan yang berkaitan erat dengan implementasi Keuangan Berkelanjutan di Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 menetapkan Peraturan Pemerintah tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Sedangkan Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 4 Tahun 2023 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Nomor 6 Tahun 2022 Tentang Pelaksanaan Pengelolaan Terpadu Usaha Mikro Dan Usaha Kecil Berupa Rumah Produksi Bersama Melalui Dana Tugas Pembantuan.

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) terdapat 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya, dari jumlah 59,2 juta atau berkisar 8% dari total pelaku UMKM. Pelaku UMKM diharapkan menjadi pemain utama dari perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Pemberdayaan UMKM, dapat dilakukan dengan membantu memberikan akses keuangan dan memastikan produk yang dihasilkan layak bersaing dengan kapasitas yang cukup sehingga mendapatkan kepercayaan dari sumber pendanaan. Dalam rangka memasuki bisnis online ini, perlu pembenahan-pembenahan meliputi kualitas produk, standarisasi produk, peningkatan SDM dan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan. Diperlukan kolaborasi antara pemerintahan dan E-commerce dalam merealisasikan visi bersama menjadikan Indonesia sebagai Digital Energy of Asia pada 2020 mendatang. Jumlah UMKM di Jawa Barat pada tahun 2020 sebesar

5.892.792 sedangkan pada tahun 2021 jumlah UMKM di Jawa Barat sebesar 6.257.390. Dari jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat selama 2 tahun terakhir UMKM mengalami peningkatan walaupun ditengah pandemi covid-19 yang artinya UMKM mampu bertahan ditengah Covid-19.

Peningkatan kapasitas UMKM penting dilakukan karena dapat mendorong peningkatan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat. Diperlukan pendampingan dan keterlibatan pemerintah daerah maupun berbagai pihak termasuk perguruan tinggi untuk mewujudkan peningkatan taraf hidup masyarakat dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam mengoptimalkan peran dan kemampuan masyarakat pelaku UMKM sebagai penunjang ekonomi keluarga.

Kinerja organisasi merupakan totalitas hasil kerja yang dicapai suatu organisasi dengan pencapaian tujuan organisasi. Kinerja usaha dapat diukur berdasarkan berbagai macam indikator, misalnya keberlangsungan usaha, peningkatan volume penjualan, pendapatan dan keuntungan, keunggulan bersaing, pengembangan wilayah pemasaran, maupun penambahan tenaga kerja (Suryana, 2021). Peningkatan kinerja sangat diperlukan untuk dapat menumbuhkan inovasi dalam memproduksi barang dan jasa serta menumbuh kembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru bagi UKM di era paska pandemi ini. Kinerja organisasi adalah tanda yang menunjukkan kapasitas organisasi untuk mencapai tujuan secara efisien, salah satu elemen yang dapat dinilai adalah kinerja karyawan (Parji, 2019).

Motivasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Motivasi berpengaruh secara positif pada kinerja karyawan dan

juga untuk membantu mengurangi atau meminimalkan inefisiensi dalam suatu organisasi (Olusadum, 2018). Motivasi adalah faktor moneter (gaji, bonus, dan insentif) dan non moneter (kondisi kerja, status pekerjaan, keamanan kerja, pengayaan pekerjaan) yang mendorong karyawan melakukan pekerjaan (Zameer, 2014). Jika suatu organisasi dapat memotivasi karyawan dengan baik, maka kinerja organisasi akan meningkat yang akhirnya usaha yang dijalankan akan meningkat pula. Tidak sedikit juga UMKM yang tidak mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya bukan dikarenakan dari persaingan bisnis, tetapi karena jiwa bersaing pengusaha UMKM yang masih rendah (Syarifah, 2020). Pada sebuah usaha termasuk UMKM, kompetensi wirausahanya akan sangat mempengaruhi kinerja bisnisnya. Sedangkan kompetensi wirausaha ini tidak sepenuhnya terpisah dari karakteristik pribadi pengusaha, sifat, dan juga motivasi kerjanya.

Berdasarkan manfaat pekerja sosial dapat mengembangkan, mempertahankan dan memperkuat sistem kesejahteraan sosial sehingga dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia. Menjamain terpenuhinya standard kehidupan yang layak bagi semua orang. Memungkinkan seseorang berfungsi sosial secara optimal. Memberikan dukungan dan meningkatkan kemampuan tatanan sosial dan struktur institusional masyarakat. Membantu memfungsikan dan mengembangkan pelayanan institusi sosial. Mengimplementasikan standarisasi adaptasi sosial dan perubahan yang terukur sehingga tercipta stabilitas sosial. Mencegah dan mengatasi konflik sosial dan masalah sosial. Mengelola dan mengendalikan penyimpangan perilaku dan disorganisasi sosial (Pujileksono, 2018).

Dalam era yang terus berubah dan berkembang ini, *capacity building* untuk

menghadapi tantangan baru dan memanfaatkan peluang menjadi sangat penting (Carter, 2015). *Capacity building* ini mencakup pengetahuan, keterampilan, sumber daya, dan proses yang memungkinkan individu, organisasi, dan masyarakat untuk tumbuh, beradaptasi, dan mencapai hasil yang diinginkan (Angelidou, 2017). Tantangan yang dihadapi individu, organisasi, dan masyarakat semakin kompleks dan beragam. Tantangan tersebut meliputi teknologi yang berkembang pesat, perubahan kebutuhan dan permintaan pasar, isu sosial yang kompleks, dan isu lingkungan yang mendesak. Untuk berhasil menghadapi tantangan tersebut, diperlukan kapasitas yang kuat (Stephan, 2016).

Permasalahan di Desa Mekarmukti hanya sebatas sosialisasi pada pelaku usaha terkait pentingnya penggunaan *E-Commerce*, namun seiring perkembangan teknologi digital, desain tersebut saat ini memiliki kelemahan serta keterbatasan dan belum bisa menjadi satu-satunya desain yang efektif. Beberapa faktor yang dapat berperan dalam kesulitan yaitu:

1. Anggaran Terbatas: UMKM Desa Mekarmukti seringkali memiliki anggaran pemasaran yang terbatas dibandingkan dengan perusahaan besar. Keterbatasan dana dapat membatasi kemampuan untuk melibatkan kampanye iklan yang luas atau menggunakan strategi pemasaran berbayar yang mahal.
2. Kurangnya Pengetahuan Pemasaran: Pemilik UMKM Desa Mekarmukti mungkin memiliki pengetahuan produk atau layanan yang tinggi, tetapi mungkin kurang memahami strategi pemasaran modern. Ini termasuk penggunaan media sosial, pemasaran konten, dan strategi pemasaran digital lainnya yang dapat efektif tetapi memerlukan pemahaman khusus.

3. Kurangnya Fokus pada Branding: Beberapa UMKM Desa Mekarmukti mungkin lebih fokus pada operasional sehari-hari daripada pada pengembangan merek. Pemilik usaha mungkin terlalu sibuk menangani tugas-tugas sehari-hari sehingga melupakan pentingnya membangun identitas merek yang kuat.
4. Tingkat Persaingan yang Tinggi: Terutama dalam industri yang ramai dan penuh persaingan, menciptakan keberbedaan dan mendapatkan perhatian konsumen dapat menjadi tugas yang sulit. UMKM Desa Mekarmukti harus berinovasi dan menemukan cara kreatif untuk membedakan diri dari pesaing.
5. Kualitas Produk atau Layanan yang Belum Terbukti: Jika kualitas produk atau layanan belum terbukti atau belum diakui oleh pasar, konsumen mungkin ragu untuk mencoba merek tersebut. Membangun kepercayaan membutuhkan waktu dan upaya konsisten.
6. Kurangnya Visibilitas di Media Massa: Media massa sering kali lebih fokus pada perusahaan besar dan merek terkenal. UMKM Desa Mekarmukti mungkin kesulitan mendapatkan liputan media yang signifikan, yang dapat menjadi faktor penting dalam membangun *brand awareness*.
7. Kurangnya Strategi Pemasaran Digital: Pemasaran digital memiliki peran besar dalam dunia bisnis saat ini. UMKM Desa Mekarmukti yang tidak hadir secara online atau tidak memanfaatkan platform digital untuk membangun kehadiran mereka dapat kehilangan kesempatan untuk mencapai lebih banyak konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang di Desa Mekarmukti, penulis menyesuaikan antara kebutuhan, permasalahan, dan potensi yang ada di desa Mekarmukti, maka



peneliti membuat rancangan inisiatif berupa desain pengembangan teknologi desain model *Motivational collaborative learning* dan *capacity building* bagi UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat. Desain yang dipilih oleh peneliti berkaitan dengan upaya peningkatan kapasitas sumber daya manusia bagi para pelaku UMKM di Desa Mekarmukti. Atas dasar hal tersebut, untuk mengatasi keterbatasan desain pengembangan teknologi sebelumnya, dan berdasarkan masukan serta rekomendasi dari tim ahli, sehingga muncul penyesuaian dan peneliti memunculkan suatu teknologi pengembangan dengan pembaharuan dari desain sebelumnya. Oleh sebab itu, untuk mendukung uji kelayakan pada desain yang telah dimodifikasi, peneliti akan melaksanakan penerapan desain tersebut pada kegiatan model *Motivational collaborative learning* dan *capacity building* bagi pelaku usaha mikro di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

Peneliti telah melakukan praktikum pengubahan komunitas di Desa Mekarmukti, dan berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan praktikum pengubahan komunitas, diketahui bahwa permasalahan peningkatan *capacity building* yang sudah pernah dilakukan di desa Mekarmukti belum menjawab persoalan di lapangan sehingga peneliti mencoba untuk memunculkan inovasi baru berkaitan dengan peningkatan model *Motivational collaborative learning* dan *capacity building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti sebagai hasil rekayasa yang dihasilkan oleh peneliti. Atas dasar tuntutan inovasi dalam praktik pekerjaan sosial dalam pemecahan suatu permasalahan sosial dalam suatu komunitas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan Model *Motivational*

*Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat” dengan beberapa sub problematik, sebagai berikut :

1. Bagaimana Desain Awal Model *Motivational Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimana Kebutuhan untuk Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat?
3. Bagaimana Perencanaan Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat?
4. Bagaimana Implementasi Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat?
5. Bagaimana Desain Akhir dari Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning Dalam Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan beberapa tujuan diantaranya ialah tujuan umum dan tujuan khusus, sebagai berikut :

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan dan menyempurnakan “Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat”.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah mengkaji tentang:

1. Menganalisis Desain Awal Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
2. Menganalisis Kebutuhan yang Diperlukan dalam Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
3. Mendiskripsikan Perencanaan Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
4. Menimplementasikan Desain Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat
5. Mendiskripsikan Gambaran tentang Kondisi Setelah Implementasi

Pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

6. Mendiskripsikan Desain Akhir Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* Bagi Pelaku UMKM di Desa Mekarmukti Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan dalam ilmu pekerjaan sosial.
2. Secara Praktis, penelitian diharapkan memberikan manfaat sebagai referensi bagi Organisasi / NGO, para perencana kebijakan dan program dalam menyusun rancangan pengembangan peningkatan kapasitas bagi pelaku UMKM yang ada di masyarakat. Menjadi referensi bagi para pekerja sosial dalam melakukan pemberdayaan masyarakat berbasis peningkatan perekonomian.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berpedoman pada pedoman tesis Program Studi Pekerjaan Sosial Program Magister Terapan tahun 2022 dengan muatan:

**BAB I PENDAHULUAN**, Memuat tentang latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

- BAB II** **TINJAUAN TEORI**, Memuat tentang penelitian terdahulu, dasar teori, kerangka pikir penelitian.
- BAB III** **METODE PENELITIAN**, Memuat tentang desain penelitian, penjelasan istilah, latar penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, pemeriksaan keabsahan data, analisis data dan langkah dan jadwal penelitian
- BAB IV** **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, memuat tentang gambaran tentang kondisi awal Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building*. Kebutuhan yang diperlukan dalam pengembangan Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building*. Konsep Model *Capacity Building* sebagai pengembangan bagi pelaku usaha mikro. Perencanaan pengembangan teknologi desain Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building*. Kondisi setelah implementasi pengembangan teknologi Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building* dan Konsep akhir pengembangan teknologi desain Model *Motivational Collaborative Learning* Dalam *Capacity Building*.
- BAB V** **IMPLIKASI PENELITIAN**, memuat tentang nama teknologi, tujuan, sasaran pelaksana, langkah-langkah, strategi, dan teknik.
- BAB VI** **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**, memuat kesimpulan dan rekomendasi