
PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK, KREATIVITAS DAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP KESIAPAN DIGITALISASI UMKM DI KAVLING DPR SIDOARJO

Isaam Fajar Maulana, Anom Maruta , Sri Andayani
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Email : isaamfajar@gmail.com

Keywords: ABSTRACT

Keywords:
Intrinsic
Motivation,
Creativity,
Information &
Communication
Technology,
and
Digitalization
Readiness

One of the impacts of the growth of digitalization is the expansion of business operations one-commerce platforms, especially the growth and development of digital-based businesses that penetrate into wholesale and retail trade and other service industries such as transportation and warehousing. The purpose of this study is to ascertain the impact of Intrinsic Motivation, Creativity and Knowledge of Information and Communication Technology on the Readiness of Digitalization of MSMEs in the Sidoarjo DPR Lot and also for other MSME players so that they can appeal to how important Digitalization is at this time. For the government, which is expected to participate in the Digitalization process in MSMEs throughout Indonesia. This type of research uses a census research method with a sample of 45 MSME players in the Sidoarjo DPR Lot. The findings of this study indicate that partially the intrinsic motivation variable has a negative effect on the readiness of digitalization of MSMEs in the Sidoarjo Dpr Lot, while the creativity and information and communication technology variables have a positive and significant effect on the readiness of digitalization of MSMEs in the Sidoarjo Lot. Overall, the independent variables have a significant effect on the readiness of digitalization of MSMEs in the Sidoarjo Dpr Lot.

PENDAHULUAN

Dampak revolusi industri keempat mulai terlihat di sejumlah industri, terutama industri UMKM. Untuk bersaing dan bertahan di dunia modern, organisasi berskala kecil, menengah, dan besar mulai menggunakan teknologi digital. Saat ini para pelaku usaha sudah memakai formula terbaru yaitu basis “teknologi” yang dimana formula ini dapat di aplikasikan di berbagai sektor dalam bisnis, mulai dari sistem pembayaran, pembukuan, pemasaram, transaksi, dan lainnya. Transisi teknologi dari cetak ke digital disebut sebagai digitalisasi. Salah satu dampak dari pertumbuhan digitalisasi adalah perluasan operasi bisnis pada platform e-commerce, khususnya pertumbuhan dan perkembangan bisnis berbasis digital yang merambah ke perdagangan grosir dan ritel serta industri jasa lainnya seperti transportasi dan pergudangan. Dampak ekonomi dan sosial dari transisi digital sangat rumit dan saling berhubungan. Hal ini mendorong berbagai pihak, termasuk pembuat kebijakan sektor publik dan pebisnis sektor swasta, untuk mengembangkan metode pengembangan strategi bisnis baru. Kehadiran era digital ini memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM dalam berbagai cara. Kemampuan untuk menjangkau pelanggan secara online dengan lebih mudah, biaya yang lebih rendah (seperti biaya promosi, pengiriman, dan penyimpanan), dan kemampuan untuk memperluas jaringan pemasaran ke daerah-daerah lain dan bahkan ke seluruh negara, menurut

Sekretaris Kementerian Koperasi dan UMKM (Kemenkop UMKM). Para pelaku bisnis dipaksa untuk bereaksi terhadap perubahan ini secara tidak sengaja oleh mekanisme model bisnis yang berpacu menuju digitalisasi. Bisnis berskala besar tentu saja tidak menentang pergeseran pola bisnis ke arah digitalisasi karena mereka memilikisarana dan kapasitas untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kondisi bisnis baru ini. sumber daya yang dapat dengan cepat beradaptasi dengan keadaan komersial saat ini.

Ada banyak tempat di mana UMKM berkembang pesat. Menurut informasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah total UMKM di Indonesia diperkirakan akan mencapai 8,71 juta unit usaha pada tahun 2022. Pulau Jawa adalah pemimpin industri di sini. Jawa Barat menduduki peringkat teratas dengan 1,49 juta propertikomersial, diikuti oleh Jawa Tengah dengan 1,45 juta. Dengan 1,15 juta, Jawa Timur berada di urutan ketiga. Tanpa menyertakan tanah dan bangunan komersial, kekayaan bersih perusahaan menengah lebih besar dari Rp. 500 juta dan yang tertinggi Rp. 10 miliar. Selain itu, hal ini terlihat dari penjualan tahunan yang rata-rata lebih dari Rp. 2,5 miliar dan terkadang mendekati Rp. 50 miliar (Santika, 2022). Selain itu, daerah yang terkenal dengan UMKM-nya yang sangat besar dan berekspansi ke mancanegara adalah Kabupaten Sidoarjo.

Pemerintah saat ini sedang berusaha untuk berkonsentrasi pada pengembangan SDM sebagai mesin utama pertumbuhan ekonomi negara. Kita, bangsa Indonesia telah lama dijajah oleh negara lain karena perbedaan cara pandang antara mereka dan bangsa Indonesia. Maka dari itu pemerintah tidak akan lagi mengandalkan semua aspek kehidupan dengan mengandalkan Sumber Daya Alam saja, tetapi Sumber Daya Manusia akan sangat berperan penting dalam aspek-aspek kehidupan mulai dari penggerak ekonomi negara, pengelolaan sumber daya alam, dan masih banyak lainnya. Dalam menunjang perekonomian Indonesia, tentu saja ada beberapa faktor yang akan menopangdalam memperbaiki perekonomian Indonesia yaitu dengan mengembangkan kewirausahaan di Indonesia yang berdampak positif dari perluasan yaitu untuk menopang perekonomian masyarakat yang tentunya berpengaruh dengan perekonomian negara. Perluasan sektor kewirausahaan tentu tidak jauh dari kata kreativitas, karena dengan adanya kreativitas akan mampu menunjang suatu usaha ke jenjang yang lebih lama dan dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Pebisnis kreatif dapat mengubah peluang menjadi usaha yang menguntungkan yang juga mengarah pada penciptaan lapangan kerja baru. "Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang". Topik kreativitas penting bagi semua bisnis dan operasi komersial, tidak hanya untuk mereka yang baru memulai sebagai pengusaha.

Sebagai pendorong utama dari sebagian besar kegiatan informasi, otomatisasi, dan transfer pengetahuan universitas, teknologi informasi memainkan peran penting dalam merealisasikan strategi tersebut. Penciptaan nilai bisnis dan TI di perusahaan saat ini bergantung pada pengembangan strategi sistem informasi yang didukung oleh strategi bisnis. UMKM belum menguasai seni dalam menciptakan dan mengimplementasikan strategi TI yang sukses karena TI dan lingkungan bisnis yang terus berkembang. Pengetahuan TIK mempengaruhi kreativitas perusahaan UMKM, yang berdampak pada seberapa siap UMKM dalam menghadapi digitalisasi. Tingkat kesiapan TI perusahaandilaporkan dipengaruhi oleh kompetensi TI pemilik UMKM. Kesenjangan pengetahuan TIK berdampak pada bagaimana UMKM di negara berkembang mengadopsi teknologi baru. Banyak penelitian telah meneliti teknik pemasaran konvensional dan elektronik; namun, hanya sedikit penelitian yang berkonsentrasi pada teknik pemasaran

UMKM dan penerapan teknik pemasaran TI. Kesimpulan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik UMKM tidak memiliki pilihan antara menggunakan alat konvensional atau teknik pemasaran TI, mayoritas lebih memilih untuk menggunakan keduanya.. Namun, menurut pemilik UMKM, mayoritas taktik pemasaran yang digunakan dan dinilai paling efektif difokuskan pada pemanfaatan strategi TI. Beberapa penelitian menyatakan bahwa TI memiliki dampak yang lebih langsung terhadap bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya. Peserta UMKM dapat memanfaatkan TI untuk mengenal rekan kerja, sponsor, karyawan, dan pemasok. Produktivitas dapat meningkat secara signifikan dengan memanfaatkan teknologi informasi di semua jenis bisnis (Hadadi & Almsafir, 2013).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian membuat suatu perumusan masalah tersebut dengan judul : **“Pengaruh Motivasi Intrinsik, kreativitas dan Pengetahuan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM di Kavling DPR Sidoarjo”**

METODE PENELITIAN

Jenis survei eksplanatif asosiatif adalah pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut (Burhan 2001).Survei eksplanatif adalah penelitian yang berusaha menjelaskan hubungan antara satu dengan variabel yang lain untuk menguji hipotesis. Sedangkan menurut (Kriyantono, 2020) survei yang dimaksudkan untuk menentukan apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu dan apa yang menyebabkan terjadinya sesuatu dikenal sebagai survei eksplanatif. Hubungan antara dua atau lebih variabel yang dijelaskan dengan menggunakan kuesioner eksplanatif yang bersifat asosiatif. Selain itu, penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel bebas dan terikat, sehingga asosiatif kausal dipilih sebagai tipe asosiatif. penelitian ini terdiri dari tiga variabel, antara lain :

1. Motivasi Intrinsik
2. Kreativitas
3. Pengetahuan Teknologi Informasi dan Komunikasi
4. Digitalisasi

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM

Kesimpulan dari analisis uji t menunjukkan bahwa variabel Motivasi Intrinsik secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi. Hal ini terbukti dari hasil uji t dan tingkat signifikan yang artinya (H_a) di terima tetapi berbanding terbalik karena nilai dari t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu Motivasi Intrinsik berpengaruh negatif signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Dapat disimpulkan bahwa Motivasi Intrinsik yang meningkat justru menurunkan kesiapan digitalisasi. Namun berdasarkan hasil uji F atau secara simultan bersama variabel dependen lainnya, Motivasi Intrinsik berpengaruh terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Dari pernyataan variabel Motivasi Intrinsik yang tertinggi yaitu “Saya sangat bersemangat dalam menjalankan bisnis” dengan pernyataan “Saya ingin memperluas bisnis untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan” pada indikator kemungkinan untuk

tumbuh yang mengakibatkan Motivasi Intrinsik berpengaruh negatif terhadap Kesiapan Digitalisasi. Bisa diambil kesimpulan variabel motivasi intrinsik berpengaruh negatif terhadap kesiapan digitalisasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sufi & Suharti, 2021) dengan judul penelitian Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan TIK terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM dengan Faktor Demografi sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada UMKM Kuliner di Salatiga). Penelitian tersebut menyebutkan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh terhadap kesiapan digitalisasi UMKM di Kota Salatiga.

2. Pengaruh Kreativitas terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM

Berdasarkan hasil dari uji t menunjukkan variabel Kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi. Hal ini terbukti dari hasil uji t (H_a) di terima, dan disimpulkan variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Dari pernyataan variabel Kreativitas yang tertinggi yaitu “Mencoba menggabungkan produk lain agar produk saya lebih bermanfaat” pada indikator inovasi produk yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tersebut didukung oleh para responden. Bisa diambil kesimpulan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh positif terhadap kesiapan digitalisasi.

Penelitian berikut sejalan dengan yang dilakukan oleh (Yasir et al., 2022) dengan judul Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa Kreativitas sangat berpengaruh terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil.

3. Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM

Variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi dikatakan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi, sesuai dengan hasil penelitian uji t. Hal ini terbukti dari hasil uji t (H_a) di terima, dan disimpulkan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Dari pernyataan variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi yang tertinggi yaitu “Saya menggunakan perangkat digital pada sistem kasir” pada indikator Infrastruktur TIK. Pernyataan diatas menunjukkan bahwa para responden setuju dengan pernyataan ini. Bisa diambil kesimpulan bahwa variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi berpengaruh positif terhadap kesiapan digitalisasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Basry & Sari, 2018) dengan judul penelitian Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut laporan tersebut, UMKM harus menggunakan TIK untuk meningkatkan daya saing mereka. Penggunaan TIK juga akan memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan peluang yang akan meningkatkan bisnis mereka.

4. Pengaruh Motivasi Intrinsik, Kreativitas dan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM

Berdasarkan analisis uji F dikatakan bahwa Motivasi Intrinsik, Kreativitas dan Teknologi Informasi dan Komunikasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM di Kavling Dpr Sidoarjo. Hal ini menyatakan bahwa

Motivasi Intrinsik, Kreativitas dan Teknologi Informasi dan Komunikasi berpengaruh terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM di Kavling Dpr Sidoarjo

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

Pertama, Motivasi Intrinsik melalui dengan berbagai uji dinyatakan bahwa variabel Kesiapan Digitalisasi UMKM dipengaruhi secara signifikan oleh motivasi intrinsik. Hal ini dikarenakan temuan uji t menunjukkan bahwa variabel motivasi intrinsik secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesiapan UMKM untuk melakukan digitalisasi. Diduga penelitian hipotesis satu diterima.

Kedua, Kreativitas melalui dengan berbagai uji dinyatakan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Hal ini dikarenakan hasil dari uji t menyatakan bahwa Kesiapan Digitalisasi UMKM secara signifikan dan parsial dipengaruhi oleh variabel Kreativitas. Diduga penelitian hipotesis dua diterima.

Ketiga, Teknologi Informasi dan Komunikasi melalui dengan berbagai uji dinyatakan bahwa variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Hal ini dikarenakan hasil dari uji t menyatakan bahwa variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM. Diduga penelitian hipotesis tiga diterima

Keempat, Motivasi Intrinsik, Kreativitas dan Teknologi Informasi dan Komunikasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM di Kavling Dpr Sidoarjo.

REKOMENDASI

Berdasarkan kesimpulan penelitian dan temuan analisis pembahasan, ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan sebagai hasil dari penelitian ini. yaitu:

1. Terkait dengan variabel Motivasi Intrinsik bagi para pelaku UMKM harus ditingkatkan dengan cara tetapkan tujuan bisnis dengan jelas pada diri sendiri, karena akan berdampak baik saat menjalankan proses digitalisasi.
2. Terkait dengan variabel Kreativitas bagi para pelaku UMKM harus ditingkatkan dengan cara berkumpul dengan orang yang kreatif, juga bisa dengan melihat konten- konten kreatif yang bisa dijadikan sebagai referensi. Mengingat pada era digitalisasi pun sifat kreatif sangat dibutuhkan untuk kelangsungan suatu usaha.
3. Terkait dengan variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi bagi para pelaku UMKM harus ditingkatkan dengan cara menambah infrastuktur TIK. Dimana ini akan memudahkan pelaku dalam memanajemen bisnis melalui TIK.
4. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan dan lebih beragam dari penelitian ini dengan memperluas variabel dan pengukuran variabel penelitian serta dapat meneliti motivasi intrinsik, kreativitas, dan teknologi informasi dan komunikasi yang mempengaruhi kesiapan digitalisasi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. 2022. "5 Kendala Terbesar UMKM Indonesia Dalam Melakukan Transformasi Digital (Agustus 2022)."
- Asmani, J. M. (2011). Tips Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Dunia Pendidikan. DIVA Press.
- Cendyta, G. P., Novaria, R., & Andayani, S. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–21.
- Nur Laili, E., Ch Nasional, U., & Tjahjono, E. (2018). pengaruh motivasi dan sikap pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang (studi kasus pada reny swalayan-ku di surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–8. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/2256>
- Putra, Aditya Kamajaya, and Agus Frianto. 2018. "Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kepuasan Kerja." *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)* 6(1):59. doi: 10.26740/bisma.v6n1.p59-66.
- Sari, W., & Bakhri, S. (2022). Pemberdayaan melalui pelatihan dan digitalisasi UMKM dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di masa pandemic covid-19. *Islamic Management and ...*, 4(1), 1–18. <https://doi.org/10.18326/imej.v4i1.1-18>
- Sufi, R. A., & Suharti, L. (2021). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Pengetahuan teknologi informasi komunikasi terhadap Kesiapan Digitalisasi UMKM dengan Faktor Demografi sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada UMKM Kuliner di Salatiga). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 107–120. <https://doi.org/10.14710/jab.v10i2.39311>
- Yasir, J. R., Ilham, & Padli, K. (2022). Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. *Journal of Islamic Economic and Business*, 04(01), 23–36.