

BAB I

PENDAHULUAN

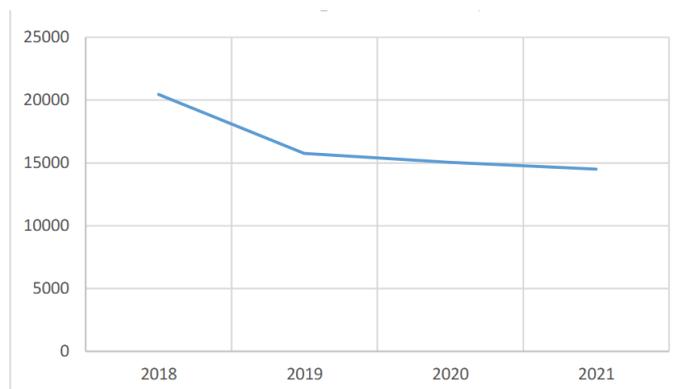
1.1. Latar Belakang

Suatu negara yang berada pada tahap membangun dan belum memanfaatkan sumber-sumber ekonomi, penduduk, dan teknologi secara maksimal merupakan definisi negara berkembang, salah satunya Indonesia. Bagian yang memiliki peran yang cukup besar terhadap perekonomian di negara Indonesia ialah UMK atau usaha mikro kecil. Hal tersebut dikarenakan adanya peran penting yang dimiliki UMK terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Dengan peran tersebut dapat mempengaruhi pendistribusian pendapatan masyarakat dan bermanfaat serta mengembangkan perekonomian negara (Aliyah, 2022). Secara signifikan UMK berkontribusi terhadap ketersediaan lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat dan pertumbuhan serta untuk mengurangi ketimpangan ekonomi (Lisnawati, 2024).

Data yang disampaikan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, dari total PDB terdapat sekitar 60,4% berasal dari UMK dan dari total tenaga kerja pada tahun 2021 UMK menyerap 97% ketenagakerjaan. (Kemenkeu, 2021). Meskipun kontribusi terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja tinggi, produktivitas UMK di Indonesia, jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya Indonesia termasuk golongan rendah. Data dari Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2021) menunjukkan bahwa produktivitas tenaga kerja di sektor UMK Indonesia hanya sekitar 40% dari produktivitas rata-rata ASEAN. Produktivitas UMK muncul sebagai indikator keberlangsungan eksistensi dalam jangka panjang. Saat ini, UMK masih mengalami kurangnya akses terhadap teknologi, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta keterbatasan dukungan program pemerintah dan infrastruktur. Faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap rendahnya produktivitas (Nawang Sari dkk., 2023; Vedhathiri, 2020; Endris & Kassegn, 2022).

Pada masa pandemi Covid-19 yang pertama kali terkena dampak Covid-19 akibat dari kebijakan pemerintah yang berusaha mengurangi penularan Covid-19

di masyarakat merupakan UMK. Dengan cara mengurangi aktivitas masyarakat mulai dari kebijakan PSBB hingga PPKM. Hal ini menyebabkan berkurangnya kemampuan produksi karena pemerintah mewajibkan perusahaan yang berada di zona merah atau wilayah yang tingkat penyebaran virusnya tinggi untuk memberikan tindakan atau aktivitas WFH (*Work From Home*). Hal ini diberikan kepada karyawan yang bekerja di lokasi tersebut. Sehingga berdampak pada penurunan kinerja perusahaan bahkan beresiko terjadinya pemberhentian atau perusahaan menjadi tidak beroperasi sama sekali. Survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) di Jabodetabek terdapat sejumlah 206 UMK, UMK harus menghadapi resiko negatif akibat terjadinya pandemi Covid-19 dengan persentase sebesar sekitar 82,9% dan UMK juga merasakan pertumbuhan yang positif dengan sebesar 5,9%. Kondisi tersebut juga telah menyebabkan UMK yang mengalami penurunan omzet lebih dari 30% dan UMK yang omzetnya meningkat hanya sebesar 3,8% ini hanya sebesar 63,9% dari total UMK (Bahtiar, 2021).



Sumber: (Rizkiyah & Nurhayati, 2022)

Gambar 1.1 Penurunan Kinerja Penjualan UMK Akibat Covid-19

Hasil grafik penelitian pada gambar 1.1 yang dilakukan di salah satu lokasi di Jawa Barat ini menunjukkan bahwa terjadinya penurunan perkembangan UMK rentan tahun 2018-2021 secara sangat signifikan. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa perkembangan UMK tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dengan indikator PDRB di Kabupaten Indramayu, namun ini terdapat korelasi sebesar 34%. Sehingga terdapat perkembangan UMK dengan besaran 34%, memiliki kaitan namun tidak langsung dengan pertumbuhan ekonomi yang diukur dengan indikator PDRB sebesar 34%. Sebaliknya, jika

perkembangan UMK mengalami penurunan sebesar 34%, maka pertumbuhan ekonomi yang diukur dengan indikator PDRB mengalami penurunan sebesar 34%.

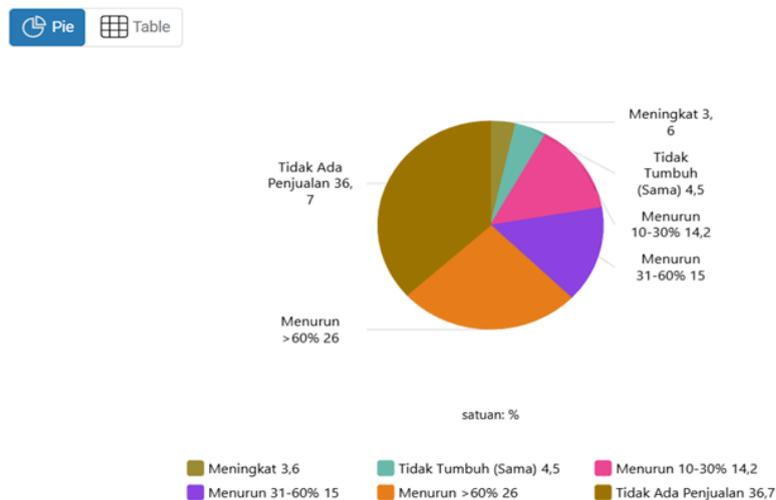
Penurunan kinerja UMK tidak berhenti di tahun 2021. Namun masih berlanjut hingga tahun-tahun berikutnya. Beberapa indikator yang mempengaruhi terjadinya penurunan kinerja UMK ini yaitu jumlah UMK, omzet, pengolahan, akomodasi dan daya beli. Penurunan kinerja UMK ini berlangsung hingga tahun 2025 yang dapat dilihat dalam tabel 1.1

Tabel 1.1. Penurunan Kinerja UMK 2022-2025

No	Indikator	Nilai / Data	Tahun / Periode	Sumber
1	Jumlah unit UMK	667.795 unit	Tahun 2022	Open Data Jabar
2	Jumlah unit UMK	641.639 unit (-3,91% dari 2022)	Tahun 2023	Open Data Jabar
3	Penurunan omzet UMK menurut pelaku usaha	Rata-rata -30% hingga -50%	Tahun 2023 (paruh akhir)	Open Data Jabar
4	Omzet turun pada sektor makanan-minuman	-40% hingga -60%	Tahun 2024	Pikiran Rakyat
5	Okupansi hotel dan restoran	Turun dari 50% (April) ke 35% (Mei)	Tahun 2025 (Q2)	WJES / Reddit
6	Industri pengolahan (q-to-q)	-0,22%	Q1 2025 vs Q4 2024	BI Jabar, LPP Feb 2025
7	Konstruksi (q-to-q)	-1,96%	Q1 2025 vs Q4 2024	BI Jabar, LPP Feb 2025
8	Akomodasi & makanan-minuman (q-to-q)	-4,24%	Q1 2025 vs Q4 2024	BI Jabar, LPP Feb 2025
9	Penurunan omzet menurut pelaku (testimoni)	-50%-80% bulan ke bulan	Awal 2025	Reddit Finansial
10	Keluhan daya beli rendah → omzet tertekan	Disampaikan IUMK secara nasional	Tahun 2025	DetikFinance

Sumber: BPS, 2024

Di sisi lain United Nations Development Programme (UNDP) dan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI) telah melakukan survei dengan hasil, UMK mengalami masalah pada bagian bahan baku sebesar 48%, kehilangan pendapatan UMK sebesar 77%, kehilangan permintaan produk atau konsumen sebesar 88%, dan juga terjadinya kehilangan nilai aset UMK dengan presentasi yang tinggi sebesar 97% (Lisnawati, 2024).



Sumber: Databooks.katadata.co.id, 2024

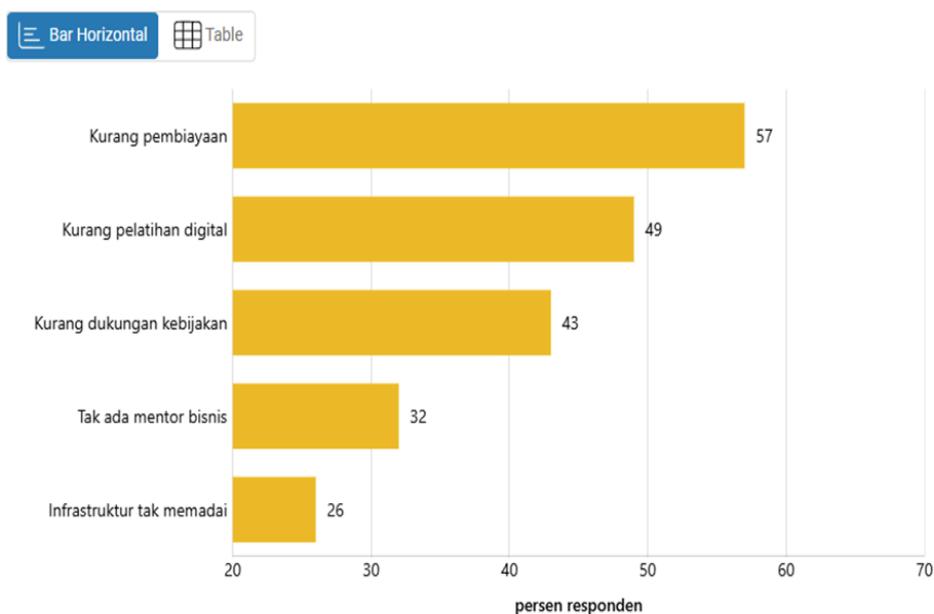
Gambar 1.2 Penurunan Penjualan Sektor UMK Akibat Covid-19

Gambar 1.2 menunjukkan dampak pandemi pada UMK adalah menurunnya penjualan hampir seluruh UMK di Indonesia. UMK menyatakan bahwa tidak ada pemasukan atau penjualan sama sekali sebesar 36,7%. Kemudian terdapat responden sebanyak 26% merasakan terjadinya penurunan penjualan diatas 60%. Selain itu UMK yang merasakan kenaikan penjualan sebesar 3,6%. Data tersebut didapat dari Asosiasi Business Development Services Indonesia (ABDSI) yang melakukan survey pada UMK sebagai responden sebanyak 6.405. dengan wilayah responden mencakup bagian Jawa dan Bali sebesar 50%, dilakukan di dibagian-bagian Indonesia secara menyeluruh (Jayani, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa UMK mengalami kondisi menurun pada dua tahun pertama terjadinya pandemi Covid-19 secara berturut-turut yaitu tahun 2020-2021. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, maka UMK perlu meningkatkan kelas lebih modern.

Alif Ringga Persada, 2025

MODEL EKOSISTEM INKUBASI DIGITAL ENTREPRENEUR DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS USAHA MIKRO KECIL (UMK) DI LINGKUNGAN PESANTREN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Sumber: databooks.katadata.co.id, 2024

Gambar 1.3 Kategori Permasalahan Utama yang Dihadapi UMK

Gambar 1.3 merupakan permasalahan utama yang dihadapi UMK dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori utama. Kurangnya pembiayaan operasional iklan dan promosi digital, sebanyak 57% responden menyatakan bahwa kurangnya pembiayaan adalah masalah utama yang mereka hadapi. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMK kesulitan mengakses kredit atau modal kerja yang memadai, Kedua yaitu, kurangnya pelatihan digital marketing yang memadai. Hampir setengah dari responden sebesar 49% menyoroti kurangnya pelatihan digital sebagai kendala utama. Permasalahan ini mencerminkan ketertinggalan UMK dalam mengadopsi teknologi digital yang esensial untuk bertahan dan berkembang di era digital, seperti *e-commerce*, *affiliate marketing*, dan pengelolaan bisnis berbasis aplikasi. Berikutnya adalah kurangnya dukungan kebijakan, sebanyak 43% responden merasa tidak mendapatkan cukup dukungan dari kebijakan pemerintah, khususnya terkait persaingan harga dan masuknya barang import. Ini dapat berupa regulasi yang kurang mendukung, minimnya insentif pajak, atau kurangnya akses terhadap fasilitas dan program pendampingan bagi UMK. Karena ketidaksesuaian ini dapat

berdampak pada keberhasilan atau kegagalan penerapan pemasaran digital dalam konteks UMK (Wijaya & Padmanegara, 2021). Secara tidak langsung UMK dipaksa untuk melakukan inovasi secara terus menerus dalam upaya mempertahankan di kondisi persaingan yang kuat, karena dapat terjadinya suatu inovasi yang telah dimiliki pelaku usaha dapat ditiru (Hadi & Purwati, 2020).

Secara empiris, literatur dan data-data yang mengukur efektivitas inkubasi digital di lingkungan pesantren baik dari sisi keberlanjutan, pengaruh terhadap kinerja bisnis UMK maupun integrasi nilai spiritual dalam strategi bisnis digital, masih sangat terbatas. Padahal, pengembangan pendekatan berbasis bukti sangat dibutuhkan untuk mengembangkan model inkubasi yang tidak hanya fungsional tetapi juga kontekstual dengan karakter komunitas pesantren. Oleh karena itu, terdapat *empirical gap*, yakni dengan menyusun model dan strategi ekosistem inkubasi *digital entrepreneur* pesantren yang relevan secara teoritis, aplikatif dan nilai.

BLKK Inkubator merupakan Balai Latihan Kerja Komunitas (BLKK) yang berfokus pada pengembangan bisnis. BLKK menawarkan program inkubasi yang terintegrasi, termasuk pelatihan, pendampingan dan fasilitasi pengembangan usaha. BLKK ini dapat digunakan sebagai solusi dalam upaya menyelesaikan berbagai masalah yang terdapat di dalam UMK. Definisi lain menyatakan bahwa BLKK inkubator wirausaha merupakan binaan Direktorat Jenderal Pembinaan Pelatihan Vokasi dan Produktivitas dengan waktu selama 2 (dua) tahun dan dibina oleh Direktorat Jenderal Pembinaan dan Penempatan Tenaga Kerja dan Perluasan Kesempatan Kerja sehingga melalui BLK Komunitas yang menjadi Inkubator Wirausaha. Hal tersebut berdasarkan Peraturan Menteri Ketenagakerjaan No. 11 Tahun 2021 tentang Indikator Kinerja Utama Kementerian Ketenagakerjaan Tahun 2020-2024.

Beberapa studi menunjukkan bahwa inkubasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan keberhasilan startup. Penelitian oleh Amezcua dkk. (2013) menemukan bahwa startup yang mengikuti atau berpartisipasi dalam program inkubasi memiliki tingkat ketahanan dan perkembangan yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak mengikuti program tersebut. Selain itu,

program inkubasi juga berperan dalam mempercepat proses inovasi dan meningkatkan kesiapan pasar dari produk atau layanan yang dikembangkan.

Inkubasi *digital entrepreneur* dapat menyediakan akses infrastruktur digital yang lebih merata dengan memanfaatkan jaringan kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta dan akademisi. Kolaborasi ini bisa mencakup pengembangan infrastruktur internet di daerah terpencil serta penyediaan perangkat dan teknologi yang dibutuhkan oleh UMK untuk digitalisasi. Inkubasi *digital entrepreneur* semakin mendapat perhatian, seiring dengan upaya pemerintah dan berbagai institusi untuk mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk UMK. Program inkubasi ini dapat membantu UMK untuk meningkatkan suatu efisiensi operasional, menjangkau pasar yang lebih luas dan menumbuhkan nilai tambah yang lebih besar dengan memanfaatkan teknologi digital (Hurriati, Ulafah, & Rosita, 2024).

Banyak dari penelitian sebelumnya telah mengusulkan kerangka kerja *Diffusion of Innovation Theory* (DOI), menggarisbawahi bagaimana UMK pesantren merangkul inovasi digital. Di sisi lain dalam konfigurasi sosial Indonesia yang sarat dengan keberagaman budaya dan struktur komunitas local tidak seluruh komunitas memiliki tingkat kesiapan yang setara dalam merespons perubahan ekonomi global, pesantren tampil sebagai entitas yang tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pendidikan keagamaan, tetapi juga telah menunjukkan peran signifikan dalam bidang sosial-ekonomi. Pesantren yang berakar kuat dalam kehidupan masyarakat sekitar secara historis telah mengembangkan beragam inisiatif pemberdayaan ekonomi, seperti pendirian koperasi santri, unit-unit usaha produktif, dan pelatihan keterampilan berbasis kebutuhan lokal.

Secara teoretis, pesantren memiliki potensi strategis sebagai katalisator transformasi digital UMK yang dapat dipahami melalui berbagai pendekatan konseptual lintas disiplin. *Diffusion of Innovation Theory* menjelaskan bahwa adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh keberadaan agen perubahan yang memiliki otoritas simbolik dan kepercayaan sosial, dua elemen yang secara historis dan kultural telah melekat kuat pada institusi pesantren. Sementara itu, *Resource-Based View (RBV)* menekankan bahwa sumber daya tak berwujud seperti nilai spiritual, jejaring sosial berbasis keumatan, serta reputasi kolektif

pesantren merupakan aset strategis yang dapat dikonversi menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam kerangka *Social Exchange Theory (SET)*, praktik kolaboratif dan pertukaran sosial yang telah menjadi bagian dari kultur pesantren membuka peluang besar untuk membangun kemitraan berbasis kepercayaan dalam ekosistem kewirausahaan digital. Namun demikian, meskipun teori-teori tersebut telah banyak diadopsi dalam studi inovasi dan bisnis, pemanfaatannya masih didominasi oleh korporasi dan komunitas modern, sementara pesantren yang sarat nilai-nilai spiritual, struktur sosial religius dan peran keummatan cenderung terabaikan. Dengan demikian, terdapat *theoretical gap* yang signifikan, yakni belum ada formulasi konseptual yang secara sistematis mengintegrasikan spiritual capital dan legitimasi sosial pesantren ke dalam model ekosistem inkubasi *digital entrepreneur*.

Hakikat kewirausahaan dalam pesantren berpijak pada pandangan bahwa manusia ditugaskan sebagai khalifah di bumi dengan potensi akal dan teknologi untuk menciptakan kemaslahatan. *digital entrepreneur* dalam lingkungan pesantren tidak sekadar aktivitas ekonomi, melainkan bentuk aktualisasi nilai spiritual dan sosial. Pesantren kini berfungsi sebagai lembaga pendidikan keagamaan juga berevolusi menjadi entitas sosial-ekonomi yang berperan dalam mencetak santri yang mandiri secara finansial. Dalam era disrupsi digital, pesantren mulai mengambil posisi strategis sebagai ekosistem kewirausahaan berbasis nilai-nilai spiritual Islam. Konsep *santripreneur* mencerminkan pergeseran paradigma bahwa santri mampu berkontribusi dalam pengembangan UMK melalui digital marketing, tanpa meninggalkan nilai-nilai seperti khidmah, amanah, istiqamah, dan barakah sebagai pilar etika berwirausaha. Beberapa pesantren telah mempraktikkan pendekatan ini, seperti Pesantren Nurul Jalal di Muara Tebo yang membangun model inkubasi syariah berbasis tarbiyah ekonomi dengan menanamkan pemahaman akad bisnis syariah dalam unit-unit usaha pesantren. Contoh lainnya adalah Pesantren Al Muawanah di Lamongan yang membekali santri dengan pelatihan digital marketing, menghasilkan peningkatan signifikan dalam keterampilan digital dan kemandirian pasca-pesantren. Berbagai inisiatif *digitalpreneur* pesantren di berbagai daerah menunjukkan bahwa santri, meskipun berasal dari lingkungan tradisional, mampu menjadi agen perubahan

ekonomi digital yang tetap berakar pada nilai-nilai Islam (Nuraini, 2024; Fatimah & Wahyuni, 2023; Syaifulloh, 2023; Rizqon, 2024).

Pemilihan pesantren sebagai lokus model ekosistem inkubasi *digital entrepreneur* tidak sekadar karena identitas keagamaannya, melainkan karena posisinya yang strategis dalam struktur sosial masyarakat, khususnya di wilayah perdesaan. Pesantren memiliki kekuatan sosial-kultural sebagai *center of trust* melalui otoritas moral kiai, yang mampu memobilisasi perubahan berbasis nilai. Kepercayaan kolektif ini bersifat operasional dalam membangun jejaring sosial dan kewirausahaan komunitas, menjadikannya lebih kuat dibanding lembaga seperti BUMDes atau koperasi desa yang cenderung administratif. Komunitas pesantren juga bersifat berkelanjutan melalui santri, pengajar, alumni, dan jamaah, memungkinkan mentoring dan pembelajaran digital berjalan terus-menerus. Secara empiris, Pesantren Sidogiri, Al-Ittifaq, dan Daarut Tauhiid telah menunjukkan keberhasilan sebagai agen inovasi ekonomi digital. Nilai-nilai seperti amanah, ukhuwah, dan barakah yang mereka internalisasi menjadikan inkubasi berbasis pesantren lebih tangguh secara spiritual dan etis. Berbeda dengan lembaga lain, pesantren menggabungkan kontinuitas komunitas, kekuatan nilai, dan adaptasi digital dalam satu ekosistem yang resilien dan berorientasi kemaslahatan.

Pengembangan model ini menjadi bagian dari strategi jangka panjang dalam membangun kemandirian ekonomi umat berbasis pesantren. Peran santri, alumni, dan masyarakat sekitar difasilitasi untuk tumbuh sebagai pelaku usaha mikro kecil yang melek digital namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman. Tujuan model tidak sebatas pada peningkatan performa bisnis, tetapi juga pembentukan karakter pelaku usaha yang adil, jujur, dan berorientasi pada maslahat. Aktivitas kewirausahaan berbasis digital dimaknai sebagai instrumen distribusi nilai Islam, promosi produk halal, dan penguatan solidaritas ekonomi umat. Dalam perspektif aksiologis, model ini diarahkan untuk menjadi sarana tazkiyah ekonomi pembersihan dan pemurnian niat usaha serta sebagai upaya menghadirkan sistem ekonomi Islam yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Karakter kewirausahaan, dalam studi Yani, Rakib, dan Syam (2020) menunjukkan bahwa karakter kewirausahaan lebih menentukan performa UMK

dibandingkan literasi kewirausahaan. Pinho dan Sampaio de Sá (2014) juga menegaskan bahwa motivasi dan kemampuan adaptif menjadi faktor kunci keberhasilan bisnis. Meski demikian, sebagian besar penelitian hanya membahas karakter kewirausahaan secara terpisah dan belum menggambarkan secara utuh bagaimana karakter tersebut dibentuk dan berperan dalam peningkatan kinerja usaha. Selain itu, masih minim penelitian yang merancang pola penguatan karakter kewirausahaan secara sistematis melalui proses pendampingan atau inkubasi. Hal ini menandakan *research gap* yang penting, yaitu belum tergambarinya secara jelas mekanisme pembentukan dan peran strategis karakter kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha mikro kecil di era yang terus berubah.

Budaya IT yang kuat menjadi pondasi penting dalam mendorong inovasi dan kolaborasi di kalangan digital entrepreneur. Abubakre, Zhou, dan Zhou (2022) menemukan bahwa pengalaman dalam proyek TI dapat memoderasi dampak budaya IT terhadap kesuksesan bisnis digital, namun efeknya bisa positif atau negatif tergantung motivasi dan orientasi pengguna teknologi. Basly dan Hammouda (2020) juga menegaskan bahwa motivasi karyawan dalam menggunakan teknologi berhubungan erat dengan peningkatan keterampilan digital dan kapasitas inovatif. Pelatihan yang terintegrasi dalam program bisnis turut memperkuat keterlibatan SDM, adaptasi pasar dan daya saing usaha. Namun, sebagian besar penelitian tersebut belum menjelaskan secara tuntas bagaimana budaya IT dibentuk dan diinkubasi secara sistematis, terutama dalam ekosistem kewirausahaan berbasis komunitas seperti UMK yang bertransformasi digital. Hal ini menunjukkan *research gap* dalam merancang pendekatan inkubasi digital yang mampu menyatukan budaya teknologi, motivasi individu, dan kekuatan nilai dalam satu ekosistem kewirausahaan yang adaptif.

Inkubator bisnis terbukti efektif mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha rintisan. Bruneel dkk. (2016) menunjukkan bahwa inkubasi meningkatkan pendapatan, jumlah karyawan, dan percepatan inovasi. Ayatse dkk. (2017) menambahkan bahwa profitabilitas usaha meningkat pasca inkubasi, terutama melalui layanan mentoring dan akses jaringan. Meski demikian, sebagian besar studi hanya menyoroti hasil akhir secara teknis dan finansial, tanpa

menjelaskan bagaimana proses pembinaan internal selama inkubasi membentuk kapasitas kewirausahaan. Selain itu, pendekatan inkubasi yang ada masih bersifat generik. Hal ini mengindikasikan *research gap* dalam merancang model inkubasi yang tidak hanya berbasis dukungan teknis, tetapi juga pembinaan karakter dan nilai usaha secara lebih utuh.

Model ekosistem inkubasi digital dirancang tidak hanya untuk membina para santri sebagai calon wirausahawan, melainkan juga merangkul masyarakat sekitar pesantren yang memiliki potensi ekonomi namun terbatas akses terhadap pendampingan dan teknologi digital. Pendekatan transdisipliner digunakan untuk mengintegrasikan ilmu bisnis modern, prinsip syariah serta kearifan lokal pesantren ke dalam satu kerangka inkubasi yang adaptif dan inklusif. Validitas model diperoleh dari kombinasi antara data empiris, nilai-nilai normatif Islam, dan praktik ekonomi pesantren yang terbukti menjaga kohesi sosial. Bukti ketidakhadiran konteks spiritual dalam model-model sebelumnya dapat dilihat dari minimnya studi yang menempatkan nilai-nilai seperti amanah, ukhuwah, dan barakah sebagai elemen desain utama dalam pengembangan kewirausahaan digital. Akibatnya, banyak program inkubasi digital bersifat teknokratis, tidak berkelanjutan, dan gagal berakar dalam kultur pesantren. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menyusun model berbasis integrasi nilai, praktik komunitas dan pendekatan digital kontemporer yang kontekstual dengan realitas pesantren.

Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan dalam latar belakang tersebut, penelitian ini diposisikan agar dapat memberikan alternatif yang solutif dan kontribusi dari masalah-masalah yang dialami oleh UMK. Penelitian ini diharapkan memberikan novelty penelitian yaitu kebaruan Model Ekosistem Inkubasi *Digital Entrepreneur* dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis UMK di Lingkungan Pesantren yang memiliki wadah berupa Balai Latihan Kerja Komunitas (BLKK) yang bertransformasi sebagiannya menjadi inkubator bisnis di wilayah Jawa Barat, yang didalamnya memiliki tenant binaan UMK sehingga inilah yang menjadi ciri khas penelitian ini.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, muncul beberapa identifikasi masalah di antaranya:

1. Usaha Mikro Kecil (UMK) dan wirausahawan belum memiliki keterampilan digital yang cukup, sehingga menghambat penerapan teknologi yang efisien.
2. Kesulitan dalam mendapatkan pinjaman atau modal untuk investasi dalam teknologi digital menjadi hambatan utama bagi Usaha Mikro Kecil (UMK)
3. Transaksi manual dan kurangnya pencatatan keuangan yang baik menyulitkan Usaha Mikro Kecil (UMK) untuk memiliki layanan keuangan yang lebih baik.
4. Usaha Mikro Kecil (UMK) yang pernah memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran di media sosial dan e-commerce tidak ada inovasi lebih lanjut.
5. Usaha Mikro Kecil (UMK) belum memahami sepenuhnya manfaat dari digitalisasi, termasuk efisiensi operasional dan perluasan pasar.
6. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta seringkali belum optimal dalam mendukung Usaha Mikro Kecil (UMK) menuju digitalisasi.
7. Biaya teknologi terbaru seringkali terlalu tinggi bagi Usaha Mikro Kecil (UMK), sehingga tidak bisa memanfaatkannya termasuk *software* dan *hardware*.
8. Pelatihan dan pendampingan tentang teknologi digital bagi Usaha Mikro Kecil (UMK) masih kurang tersedia atau tidak merata.
9. Usaha Mikro Kecil (UMK) seringkali kesulitan untuk berpartisipasi dalam persaingan dengan perusahaan besar yang memiliki lebih dari Usaha Mikro Kecil terkait sumber daya untuk teknologi dan pemasaran digital.
10. Infrastruktur logistik yang belum optimal menghambat pengiriman produk Usaha Mikro Kecil (UMK), terutama untuk pemasaran *online*.
11. Usaha Mikro Kecil (UMK) seringkali tidak memiliki jaringan dan kemitraan yang kuat untuk mendukung implementasi teknologi dan inovasi digital.

12. Kurangnya penggunaan data dan analitik dalam pengambilan keputusan bisnis membuat Usaha Mikro Kecil (UMK) kurang efektif dalam strategi digital.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar belakang permasalahan, maka dapat ditarik titik permasalahan atau dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana situasi aktual karakter kewirausahaan, *digital entrepreneur*, inkubasi bisnis dan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK)
2. Bagaimana pengaruh karakter kewirausahaan terhadap *digital entrepreneur*
3. Bagaimana pengaruh karakter kewirausahaan terhadap inkubasi bisnis
4. Bagaimana pengaruh karakter kewirausahaan terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK)
5. Bagaimana pengaruh *digital entrepreneur* terhadap inkubasi bisnis?
6. Bagaimana pengaruh *digital entrepreneur* terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK)
7. Bagaimana pengaruh inkubasi bisnis terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK)
8. Bagaimana model pengembangan ekosistem inkubasi *digital entrepreneur* dalam peningkatan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK) di lingkungan pesantren

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan kondisi dan permasalahan yang telah dijelaskan dalam latar belakang maka, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui situasi aktual karakter kewirausahaan, *digital entrepreneur*, inkubasi bisnis, dan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK).
2. Mengetahui pengaruh karakter kewirausahaan terhadap *digital entrepreneur*.
3. Mengetahui pengaruh karakter kewirausahaan terhadap inkubasi bisnis.

4. Mengetahui pengaruh karakter kewirausahaan terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK).
5. Mengetahui pengaruh *digital entrepreneur* terhadap inkubasi bisnis.
6. Mengetahui pengaruh *digital entrepreneur* terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK).
7. Mengetahui pengaruh inkubasi bisnis terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK).
8. Mengetahui model pengembangan ekosistem inkubasi *digital entrepreneur* dalam peningkatan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK) di lingkungan pesantren.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berpartisipasi dalam memberikan manfaat sebagai upaya saran atau pertumbuhan ilmu pengetahuan dan operasional.

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu pengetahuan sebagai berikut:

- a. Pengembangan Pengetahuan: Menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh karakter kewirausahaan, digital entrepreneur, dan inkubasi bisnis terhadap kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK).
- b. Kontribusi Teori: Memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang digital entrepreneur dan model inkubasi bisnis.
- c. Landasan Akademik: Menjadi referensi akademik bagi para peneliti selanjutnya yang rasa ketertarikan terhadap bidang kewirausahaan, digital entrepreneur, dan pengembangan inkubasi bisnis.
- d. Pemahaman Hubungan Variabel: Memberikan pemahaman mendalam mengenai hubungan antara karakter kewirausahaan, digital entrepreneur, inkubasi bisnis, dan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK).
- e. Model Ekosistem Digital: Mengembangkan model ekosistem inkubasi digital entrepreneur di lingkungan pesantren yang dapat diuji dan diterapkan dalam penelitian lebih lanjut.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Selain memberikan manfaat teoritis penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan dampak atau manfaat secara praktis sebagai berikut:

- a. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK): Memberikan rekomendasi praktis bagi pengusaha Usaha Mikro Kecil (UMK) dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui pengembangan karakter kewirausahaan dan penerapan digital entrepreneur.
- b. Peningkatan Kapasitas Inkubasi Bisnis: Membantu inkubasi bisnis dalam mengembangkan program yang lebih efektif berdasarkan temuan penelitian mengenai pengaruh digital entrepreneur dan inkubasi bisnis.
- c. Implementasi di Pesantren: Menyediakan panduan bagi pesantren dalam mengembangkan model inkubasi digital entrepreneur yang dapat meningkatkan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK) di lingkungan pesantren.
- d. Pengembangan Kebijakan: Memberikan masukan bagi pembuat kebijakan dalam merancang program dan kebijakan yang mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) melalui inkubasi bisnis dan digital entrepreneur.
- e. Peningkatan Kompetensi Pengusaha: Menyediakan panduan praktis bagi pengusaha dalam mengembangkan kompetensi digital entrepreneur untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka.
- f. Pelatihan dan Edukasi: Menjadi bahan ajar atau modul pelatihan bagi lembaga pendidikan dan pelatihan yang fokus pada pengembangan kewirausahaan dan digital entrepreneur.
- g. Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil (UMK): Membantu Usaha Mikro Kecil (UMK) dalam meningkatkan daya saing mereka melalui penerapan praktik digital entrepreneur dan partisipasi dalam program inkubasi bisnis.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pengembangan model ekosistem inkubasi digital entrepreneur yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK) di lingkungan pesantren. Lingkup kajian ini mencakup aspek

konseptual dan empiris mengenai inkubasi digital entrepreneur di lingkungan pesantren, karakter kewirausahaan, serta pengaruhnya terhadap kinerja bisnis UMK.

Secara geografis, ruang lingkup penelitian dibatasi pada wilayah Jawa Barat, khususnya pesantren-pesantren yang memiliki unit atau program inkubasi wirausaha seperti Balai Latihan Kerja Komunitas (BLKK) di lingkungan pesantren yang aktif dalam kurun waktu 2020–2024. Pemilihan wilayah ini didasarkan atas pertimbangan bahwa Jawa Barat memiliki aktivitas kewirausahaan berbasis komunitas keagamaan yang cukup dinamis.

Dalam aspek teoritis, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan berlandaskan pada grand theory *Entrepreneurship Theory*, serta middle-range theories seperti *Diffusion of Innovation*, *Theory of Planned Behavior*, *Resource-Based View (RBV)* dan *Social Exchange Theory*. Lingkup ini mencakup variabel-variabel utama yang diteliti, yakni karakter kewirausahaan, inkubasi bisnis, digital entrepreneur dan kinerja bisnis UMK.

Secara substantif, penelitian ini membatasi ruang lingkungannya pada perumusan model ekosistem inkubasi yang bersifat integratif dengan memperhatikan dinamika sosial-pesantren, adaptasi teknologi digital, serta keberlanjutan kinerja bisnis UMK sebagai luaran yang diharapkan dari model yang dikembangkan.

Penelitian ini tidak mencakup UMK di luar lingkungan pesantren maupun inkubasi yang tidak berbasis digital, dan juga tidak membahas aspek finansial secara mikro seperti pembukuan usaha atau laporan keuangan secara teknis, karena fokus utamanya adalah pada pendekatan ekosistemik dan inkubatif dalam konteks digital entrepreneur berbasis komunitas pesantren.