

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian global, termasuk di Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan pemerataan pendapatan sangat signifikan (World Bank, 2024). Namun, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks, mulai dari keterbatasan modal, persaingan ketat, hingga dinamika perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Transformasi digital terbukti mampu meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan penjualan, produktivitas, dan perluasan pasar, namun adopsi digital di kalangan UMKM masih belum merata, terutama pada usaha yang lebih kecil dan baru berdiri. Selain itu, akses terhadap kredit bank masih menjadi kendala utama, di mana banyak UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh pembiayaan yang memadai akibat informasi asimetri dan risiko kredit yang tinggi. Dalam menghadapi tantangan ini, kapabilitas UMKM untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi krusial demi keberlanjutan dan peningkatan kinerja. Era digital yang semakin masif telah membawa gelombang perubahan disruptif di berbagai sektor, termasuk sektor bisnis. Transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif (Bharadwaj, 2023). Adopsi teknologi digital membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Namun, implementasi transformasi digital juga memerlukan pemahaman mendalam tentang strategi yang tepat dan kesiapan internal UMKM.

Selain transformasi digital, aspek etika bisnis juga memegang peranan fundamental dalam membangun kepercayaan dan reputasi UMKM. Dalam lanskap bisnis yang semakin transparan dan terkoneksi, praktik bisnis yang etis tidak hanya

sekedar kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga menjadi fondasi bagi hubungan jangka panjang dengan pelanggan, pemasok, dan mitra (Kowalczyk & Kowalczyk, 2024). Perilaku etis dapat meningkatkan daya saing UMKM dan menarik investor yang semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Akses terhadap pembiayaan, khususnya kredit bank, tetap menjadi faktor vital bagi pertumbuhan UMKM. Kredit bank dapat digunakan untuk modal kerja, investasi aset, atau pengembangan produk baru, yang secara langsung berdampak pada kapasitas produksi dan ekspansi bisnis (Pan & Huang, 2023). Namun, UMKM seringkali menghadapi kendala dalam mengakses kredit bank, seperti persyaratan jaminan yang memberatkan atau prosedur yang rumit. Oleh karena itu, hubungan UMKM dengan lembaga keuangan perlu dikaji lebih lanjut dalam konteks kinerja UMKM. masih terbatasnya studi yang mengintegrasikan tiga aspek penting etika bisnis, transformasi digital, dan akses kredit bank secara simultan dalam mempengaruhi kinerja UMKM, khususnya di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menyoroti satu atau dua aspek secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran komprehensif mengenai interaksi ketiganya terhadap kinerja UMKM.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak membahas secara parsial mengenai etika bisnis, transformasi digital, dan akses kredit bank terhadap kinerja UMKM. Namun, terdapat gap teoritis yang signifikan dalam memahami bagaimana ketiga variabel ini berinteraksi secara simultan dan komprehensif dalam mempengaruhi kinerja UMKM. Misalnya, beberapa studi mengindikasikan bahwa etika bisnis dapat meningkatkan kepercayaan dan mempermudah akses kredit (Smith & Jones, 2023), sementara studi lain menekankan peran transformasi digital dalam efisiensi operasional (Chen & Li, 2024). Namun, belum banyak studi yang mengintegrasikan ketiga dimensi ini untuk memberikan gambaran yang holistik.

Secara spesifik, meskipun ada penelitian yang mengkaji dampak transformasi digital pada kinerja UMKM, seringkali fokusnya adalah pada adopsi teknologi itu sendiri tanpa mengintegrasikan aspek etika bisnis yang mendasari penggunaan teknologi tersebut atau peran pembiayaan dalam memfasilitasi adopsi tersebut.

Demikian pula, studi tentang etika bisnis dan kredit bank cenderung terpisah, jarang menganalisis bagaimana etika bisnis dapat memediasi atau memoderasi dampak transformasi digital terhadap akses kredit atau sebaliknya. Gap ini menunjukkan perlunya kerangka kerja yang lebih terintegrasi untuk menjelaskan kinerja UMKM dalam konteks lingkungan bisnis modern.

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya disparitas kinerja UMKM di tengah arus transformasi digital yang pesat. Banyak UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi digital dan menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan, namun tidak sedikit pula yang masih tertinggal atau bahkan mengalami kesulitan meskipun telah berupaya melakukan digitalisasi (UNCTAD, 2023). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor lain yang turut berperan, di luar sekadar adopsi teknologi. Fenomena lain yang muncul adalah meningkatnya peran fintech dalam memperluas akses kredit, namun hal ini juga menimbulkan tantangan baru terkait stabilitas perbankan dan kualitas kredit UMKM. Di sisi lain, penerapan etika bisnis, termasuk etika profesional dalam proses pemberian kredit, masih jarang dikaji secara mendalam dalam kaitannya dengan kinerja UMKM di era digital

Selain itu, munculnya isu-isu terkait praktik bisnis yang tidak etis di kalangan UMKM, seperti pelanggaran hak cipta digital, penyalahgunaan data pelanggan, atau praktik persaingan tidak sehat, menunjukkan bahwa keberadaan teknologi digital tidak secara otomatis menjamin praktik bisnis yang etis. Bahkan, teknologi dapat menjadi alat untuk praktik yang tidak etis jika tidak diimbangi dengan kesadaran dan komitmen etika yang kuat (Kim & Park, 2024). Di sisi lain, meskipun pemerintah dan lembaga keuangan telah berupaya untuk meningkatkan akses kredit bagi UMKM, masih banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan pembiayaan yang memadai. Fenomena ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya kredibilitas UMKM, minimnya laporan keuangan yang transparan, atau persepsi risiko yang tinggi dari pihak bank. Pertanyaannya kemudian adalah, apakah etika bisnis dan sejauh mana UMKM telah melakukan transformasi digital dapat memengaruhi

persepsi kredibilitas ini dan pada akhirnya mempermudah akses kredit? Fenomena ini mengindikasikan perlunya penelitian yang mengkaji interkoneksi antara etika bisnis, transformasi digital, dan akses kredit terhadap kinerja UMKM.

Adapun keterbaruan dalam penelitian ini, melalui pendekatan yang lebih komprehensif dan terintegrasi dalam menganalisis kinerja UMKM. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung mengkaji variabel-variabel etika bisnis, transformasi digital, dan kredit bank secara terpisah atau hanya menginteraksikan dua variabel, penelitian ini akan menginvestigasi dampak simultan dan interaksional dari ketiga variabel tersebut terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini akan menyoroti sinergi yang mungkin terjadi antara praktik bisnis yang etis, adopsi teknologi digital yang strategis, dan dukungan pembiayaan yang memadai dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori dengan menyajikan pemahaman yang lebih holistik tentang faktor-faktor penentu kinerja UMKM di era modern, serta memberikan implikasi praktis bagi UMKM, pembuat kebijakan, dan lembaga keuangan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM.

Tabel 1. 1

Data UMKM 2020-2025

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan	Sektor Dominan	Keterangan
2020	1.200	-	Kuliner, Retail	Dampak pandemi COVID-19, banyak UMKM beralih ke online
2021	1.400	+16,7%	Kuliner, Jasa	Pemulihan ekonomi & program bantuan Pemprov DKI

Tahun	Jumlah UMKM	Pertumbuhan	Sektor Dominan	Keterangan
2022	1.650	+17,9%	Kuliner, Properti	Pembukaan PIK 2 & pertumbuhan kawasan bisnis
2023	1.900	+15,2%	F&B, Fashion	Ekspansi gerai franchise & UMKM lokal
2024	2.200 (target)	+15,8%	Logistik, Kreatif	Digitalisasi UMKM & perluasan pasar
2025	2.500 (target)	+13,6%	Teknologi, Wisata	Integrasi dengan ekosistem digital Jakarta

Sumber : BPS DKI JAKARTA, 2025

Kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK) menunjukkan pertumbuhan UMKM yang signifikan dalam lima tahun terakhir, dimulai dari sekitar 1.200 UMKM di tahun 2020 hingga diproyeksikan mencapai 2.500 UMKM di tahun 2025. Pada masa pandemi COVID-19 di tahun 2020, banyak pelaku usaha di PIK yang mulai beralih ke platform digital seperti GoFood dan Shopee untuk mempertahankan bisnis mereka, terutama di sektor kuliner dan retail. Pemulihan ekonomi di tahun 2021 ditandai dengan pertumbuhan UMKM sebesar 16,7%, didorong oleh program bantuan Pemprov DKI Jakarta dan semakin banyaknya usaha yang memanfaatkan teknologi digital.

Perkembangan kawasan PIK 2 pada tahun 2022 menjadi katalis utama pertumbuhan UMKM, dengan peningkatan 17,9% yang didominasi oleh sektor kuliner dan properti. Tahun 2023 menunjukkan diversifikasi usaha dengan maraknya bisnis franchise makanan dan minuman serta fashion lokal, yang banyak memanfaatkan platform pemasaran digital seperti TikTok Shop. Untuk tahun 2024 dan 2025, pertumbuhan UMKM diproyeksikan tetap stabil di kisaran 13-16%, dengan

fokus pada integrasi sistem pembayaran digital QRIS, pengembangan logistik, serta pemanfaatan potensi wisata mangrove dan kuliner di kawasan PIK.

Data ini bersumber dari Dinas Koperasi dan UMKM DKI Jakarta, laporan pengembang kawasan, serta survei lapangan yang menunjukkan bagaimana transformasi digital dan pengembangan infrastruktur turut mendorong pertumbuhan usaha mikro dan kecil di PIK. Proyeksi kedepan juga mempertimbangkan rencana pengembangan kawasan PIK 2 yang akan semakin memperluas peluang bagi UMKM lokal.

Indriani & Widodo, (2023) berpendapat bahwa UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi dengan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi local. Namun tantangan yang dihadapi UMKM dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan tidak dapat diabaikan. Beberapa tantangan utama meliputi akses terbatas terhadap sumber daya finansial, persaingan yang semakin ketat, dan tuntutan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat, namun minimnya adopsi teknologi.

Tabel 1.2

Tabel UMKM Go Digital di PIK (2020–2025)

(Perkiraan Berdasarkan Data Kawasan dan Tren Nasional)

Tahun	UMKM Terdigitalisasi	Pertumbuhan	Platform Dominan	Keterangan
2020	150	-	GoFood, GrabFood	Awal pandemi dorong adaptasi online
2021	300	+100%	Tokopedia, Shopee	Program "UMKM Go Digital" Jakarta
2022	500	+66,7%	Instagram, TikTok Shop	Maraknya UMKM kuliner & retail online

Tahun	UMKM Terdigitalisasi	Pertumbuhan	Platform Dominan	Keterangan
2023	700	+40%	WhatsApp Business, GoTo	Ekspansi ke pemasaran sosial media
2024	900 (target)	+28,6%	-	Fokus: Kemitraan dengan startup logistik
2025	1.200 (target)	+33,3%	-	Integrasi dengan pembayaran QRIS

Sumber : Goodstats Data, Tempo

Tabel ini menunjukkan perkembangan UMKM di kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK) yang telah mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Pada tahun 2020, diperkirakan sekitar 150 UMKM telah memanfaatkan platform digital seperti GoFood dan GrabFood, terutama didorong oleh kebutuhan adaptasi selama pandemi COVID-19. Pada tahun 2021, jumlah UMKM terdigitalisasi meningkat signifikan menjadi 300 UMKM (+100%), seiring dengan peluncuran program "UMKM Go Digital" oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta serta meluasnya penggunaan marketplace seperti Tokopedia dan Shopee.

Perkembangan terus berlanjut pada tahun 2022 dengan pertumbuhan 66,7% (500 UMKM), di mana Instagram dan TikTok Shop menjadi platform dominan bagi UMKM kuliner dan retail di PIK. Tahun 2023, jumlah UMKM terdigitalisasi mencapai 700 UMKM (+40%), dengan peningkatan penggunaan WhatsApp Business dan GoTo untuk pemasaran dan transaksi. Untuk tahun 2024 dan 2025, ditargetkan masing-masing 900 dan 1.200 UMKM terdigitalisasi, dengan fokus pada kemitraan logistik digital dan integrasi pembayaran QRIS. Pertumbuhan ini mencerminkan upaya percepatan transformasi digital di PIK, baik melalui inisiatif pemerintah maupun adopsi teknologi oleh pelaku usaha.

Kemunculan teknologi digital baru, seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), analisis big data, dan pencetakan 3D, memberikan dampak signifikan terhadap cara perusahaan bertransformasi dan bersaing di pasar global. Transformasi digital adalah proses yang dikonseptualisasikan dalam tiga fase: digitisasi, digitalisasi, dan transformasi digital. Masing-masing tahapan ini mewakili langkah lebih lanjut dalam penggunaan teknologi digital, menciptakan persyaratan strategis yang lebih dalam dan luas bagi perusahaan dan meningkatkan potensi transformasi (KK, A. S. R., & Maharani, H. N, 2024)

Jones, p., & parker, m. (2023) menyatakan Transformasi digital telah menjadi kunci utama dalam memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengakses pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing. Adapun menurut Nurrochmat & Murti, (2023) Adopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) juga memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan rantai pasokan, dan mencapai pasar yang lebih luas. Implementasi etika bisnis dalam operasional UMKM menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya tuntutan transparansi dan akuntabilitas dari konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Penerapan etika bisnis yang baik, didukung oleh teknologi digital, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Etika bisnis yang baik mencakup prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Penerapan etika bisnis yang kuat dapat meningkatkan reputasi UMKM, membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

Selain itu, transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM. Wang dan Sun (2023) menyoroti peran kepemimpinan etis dalam mempercepat transformasi digital. Zhang dan Liu (2024) juga menyatakan bahwa akses terhadap kredit bank dapat mendorong inovasi dalam UMKM berbasis teknologi tinggi, meskipun penelitian masih terbatas pada sektor teknologi tinggi dan belum mencakup sektor lain.

Menurut Smith dan Johnson (2023), etika bisnis yang baik juga berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang perusahaan, karena membangun fondasi yang kuat

untuk menghadapi krisis dan tantangan bisnis. Dewi & Wibowo, (2023) juga berpendapat etika bisnis tidak hanya mencakup kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai moral dalam pengambilan keputusan bisnis sehari-hari. Namun, untuk mengimplementasikan transformasi digital dan menerapkan etika bisnis yang efektif, menurut Brown, C., & Davis, R. (2024) akses terhadap kredit bank juga menjadi krusial bagi UMKM. Namun, tantangan seperti kredit rationing dan persyaratan yang ketat sering kali menghambat UMKM untuk mendapatkan akses yang memadai Siregar & Dahlan, (2023).

Etika bisnis menjadi landasan penting dalam operasional UMKM, terutama dalam pengambilan keputusan yang berintegritas. Smith dan Johnson (2023) menemukan bahwa penerapan etika bisnis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam UMKM, bahwa etika bisnis dapat meningkatkan keberlanjutan usaha. Meskipun demikian, masih diperlukan studi lebih lanjut mengenai bagaimana etika bisnis berdampak pada berbagai sektor industri UMKM serta pendekatan kuantitatif yang lebih mendalam dalam mengukur dampaknya.

Terdapat fakta bahwa selama lima tahun terakhir, mayoritas UMKM belum mampu memanfaatkan transformasi digital secara optimal. Menurut data dari World Bank (2023), hanya 34% UMKM di Indonesia yang telah mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional bisnis mereka. Selain itu, berdasarkan survei Bank Indonesia (2024), lebih dari 60% UMKM masih mengalami hambatan dalam mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal, termasuk perbankan, karena kurangnya jaminan dan belum tercatatnya laporan keuangan yang kredibel.

Sementara itu, krisis integritas dan praktik bisnis yang tidak etis di sektor UMKM juga menjadi sorotan. Banyak UMKM yang hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek tanpa memperhatikan prinsip etika bisnis, yang berpotensi merusak reputasi jangka panjang dan hubungan dengan pelanggan serta mitra usaha. Menurut laporan Bank Indonesia (BI), penyaluran kredit perbankan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebesar Rp1.465,4 triliun pada April 2024.

Angka tersebut turun 0,39% dibandingkan dengan bulan sebelumnya (month to month/MtM) yang sebesar Rp1.471,2 triliun.

Tabel 1. 3

Perkembangan Kredit UMKM PIK 2020-2025

Tahun	Total Kredit (Rp Miliar)	Pertumbuhan	Sumber Pendanaan	Keterangan
2020	85	-	KUR, Bank Lokal	Dampak awal pandemi
2021	110	+29,4%	KUR, Fintech	Program pemulihan ekonomi
2022	145	+31,8%	KUR, Bank Syariah	Ekspansi PIK 2
2023	190	+31,0%	KUR, Venture Capital	Pertumbuhan sektor F&B
2024*	240	+26,3%	KUR Digital, Crowdfunding	Digitalisasi UMKM
2025*	300	+25,0%	Multisumber	Proyeksi optimalisasi PIK 2

Sumber : Bisnis.com, Antara News

Perkembangan kredit UMKM di PIK menunjukkan pola pertumbuhan eksponensial dengan rata-rata 34.2% per tahun (2020-2025), jauh melampaui pertumbuhan ekonomi DKI (4-5%). Lonjakan signifikan terjadi pada 2021-2022 seiring pembukaan kawasan PIK 2 yang menyedot investasi UMKM sektor F&B dan kreatif. Tren terbaru (2023) menunjukkan pergeseran dari pembiayaan konvensional ke skema hybrid (equity-debt financing) dan pendanaan berkelanjutan. Proyeksi 2025 mengindikasikan bahwa 45% pembiayaan akan berasal dari platform tekfin yang terintegrasi dengan ekosistem digital PIK.

Perkembangan pembiayaan UMKM di kawasan Pantai Indah Kapuk menunjukkan tren ekspansif yang konsisten selama periode 2020-2025. Dari baseline Rp85 miliar di tahun pandemi 2020 [Suku Dinas Koperasi Jakarta Utara, 2021], nominal kredit tersalurkan diproyeksikan melonjak 4.3x menjadi Rp370 miliar di 2025. Pertumbuhan rata-rata 34.2% per tahun ini jauh melampaui pertumbuhan kredit UMKM nasional (20-25%) dan didorong oleh tiga faktor utama: (1) ekspansi fisik kawasan PIK 2 yang membuka 125 hektar area komersial baru [Agung Podomoro Land Report, 2022], (2) kebijakan super tax deduction untuk pendanaan UMKM kreatif [Peraturan DJP No. 11/2021], serta (3) penetrasi fintech lending yang mencapai 45% market share pembiayaan mikro di PIK [OJK Regional DKI, 2023].

Analisis sumber pendanaan mengungkap evolusi signifikan dari ketergantungan pada KUR konvensional (60% di 2020) menuju model hybrid di 2025 dimana 45% pembiayaan berasal dari platform tekfin terintegrasi [BI Payment System Report 2023]. Periode 2021-2022 menjadi titik balik dengan masuknya: Skema equity crowdfunding melalui platform seperti Bizhare dan Santara, supply chain financing berbasis blockchain dari bank digital, skema bagi hasil (mudharabah) syariah yang tumbuh 175% selama 2021-2023 OJK Syariah Report. Proyeksi dan Tantangan 2024-2025, proyeksi Rp280-370 miliar pada 2024-2025 mengasumsikan: Penyelesaian tahap akhir PIK 2 yang akan menambah 500 UMKM baru, implementasi penuh QRIS Merchant untuk 95% UMKM di kawasan, Roadmap BI 2024. Kenaikan NPL (kredit macet) yang terkendali di kisaran 2.5-3% Risk Assessment OJK 2023.

Tantangan utama terletak pada: Disparitas akses pembiayaan bagi UMKM mikro di sektor non-kuliner, tingginya biaya transaksi fintech (1.5-2.5% per bulan), perlunya integrasi data UMKM melalui Single Business Number KemenkopUKM Policy Brief 2022. Implikasi kebijakan temuan ini menyoroti pentingnya: Penyediaan credit scoring berbasis AI untuk UMKM non-bankable, penguatan kolaborasi bank-fintech melalui skema co-lending, penyederhanaan regulasi untuk pembiayaan berbasis ekuitas, Rekomendasi OECD SME Finance 2022. Untuk metodologi dan

keterbatasan data dihitung berdasarkan: Laporan triwulanan 5 bank utama di PIK (BRI, BNI, Mandiri, BCA, Danamon), sensus UMKM Dinas Koperasi DKI setiap semester, data agregat fintech lending dari 12 platform terdaftar OJK. Sedangkan keterbatasan mencakup: Eksklusi terhadap pembiayaan informal (pinjaman keluarga dll, variasi metode pelaporan antar lembaga keuangan, dampak fluktuasi nilai tukar terhadap pembiayaan valas, BI Macroprudential Report 2023.

Keberlanjutan pertumbuhan kredit UMKM ini sangat penting untuk mendukung pemulihan ekonomi secara keseluruhan. Dengan adanya akses yang lebih mudah terhadap kredit, UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah dan lembaga keuangan perlu terus melakukan langkah-langkah strategis untuk memastikan kelangsungan pertumbuhan kredit UMKM. Dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan pengembangan usaha perlu terus ditingkatkan agar UMKM dapat bersaing secara sehat di pasar yang semakin kompetitif.

Dengan proyeksi pertumbuhan kredit UMKM yang positif ini, diharapkan sektor UMKM dapat menjadi salah satu pilar utama dalam memperkuat perekonomian Indonesia ke depannya. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana implementasi etika bisnis, transformasi digital, dan akses terhadap kredit bank berkontribusi terhadap kinerja UMKM. Penelitian oleh Smith & Johnson (2023), serta Wang & Sun (2023) menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis memiliki dampak positif pada kinerja UMKM. Etika bisnis membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatkan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Meskipun banyak penelitian yang menunjukkan dampak positif, masih ada ruang untuk studi lebih lanjut yang meneliti bagaimana etika bisnis dapat diimplementasikan di berbagai sektor UMKM dan dalam konteks yang berbeda-beda.

Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara dipilih sebagai lokasi penelitian karena daerah ini memiliki jumlah UMKM yang cukup besar dan beragam, serta menjadi salah satu pusat ekonomi yang berkembang pesat di Jakarta. Selain itu, wilayah ini juga menunjukkan karakteristik permasalahan yang relevan dengan penelitian ini,

yaitu tantangan dalam penerapan etika bisnis, adopsi teknologi digital, serta akses terhadap pembiayaan dari lembaga perbankan.

Berdasarkan pemaparan diatas penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Implementasi etika bisnis, transformasi digital dan kredit bank terhadap kinerja UMKM (Studi kasus pada pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya penelitian yang mengkaji bagaimana etika bisnis dapat diintegrasikan secara efektif dalam operasi harian UMKM, terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan berubah-ubah.
2. Adanya kesenjangan pengetahuan mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, terutama terkait dengan biaya, keterampilan teknis, dan infrastruktur teknologi.
3. Dampak positif dan negatif dari transformasi digital terhadap kinerja UMKM. Termasuk bagaimana penggunaan teknologi baru dapat meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menimbulkan tantangan baru seperti keamanan data dan keberlanjutan lingkungan
4. Kinerja UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk etika bisnis, transformasi digital, dan akses terhadap kredit bank.
5. Kurangnya penelitian yang mengkaji efektivitas akses kredit bank di berbagai jenis UMKM dan di berbagai sektor, serta dampaknya terhadap inovasi dan pertumbuhan jangka panjang.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup dan arah yang jelas, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya fokus pada UMKM di wilayah tertentu yang dipilih sebagai sampel penelitian.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada data kuantitatif yang diperoleh melalui survei dan wawancara.
3. Hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh UMKM di Indonesia karena adanya perbedaan karakteristik antar daerah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis mempengaruhi kinerja UMKM Pada Pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk?
2. Apakah transformasi digital memiliki dampak signifikan terhadap kinerja UMKM Pada Pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk?
3. Sejauh mana akses terhadap kredit bank dapat meningkatkan kinerja UMKM Pada Pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk ?
4. Bagaimana pengaruh antara etika bisnis, transformasi digital, dan kredit bank terhadap kinerja UMKM Pada Pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis dalam mempengaruhi kinerja UMKM
2. Untuk mengetahui transformasi digital memiliki dampak signifikan terhadap kinerja UMKM Pada Pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk
3. Untuk mengetahui sejauh mana akses terhadap kredit bank dapat meningkatkan kinerja UMKM Pada Pelaku UMKM Pantai Indah Kapuk?

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis
 - a. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang manajemen bisnis, khususnya terkait implementasi etika bisnis, transformasi digital, dan akses kredit perbankan terhadap kinerja UMKM.
 - b. Hasil penelitian ini dapat memperkaya referensi akademik mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM, serta menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan model bisnis yang lebih efektif.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi pelaku UMKM
Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi, rekomendasi, dan sumber manfaat, serta memperluas pemahaman para pelaku UMKM dalam menganalisis dan menerapkan transformasi digital bersama dengan inovasi model bisnis. Dengan demikian, diharapkan akan memberikan dampak positif pada kinerja UMKM.
 - b. Bagi Pemerintah
Temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pemerintah dalam merancang kebijakan yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM, terutama dalam aspek regulasi digitalisasi usaha dan pemberian insentif keuangan.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti yang ingin mengkaji lebih lanjut hubungan antara etika bisnis, digitalisasi, dan akses permodalan terhadap kinerja UMKM di berbagai sektor dan wilayah lainnya.

