

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Toko kelontong sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam menopang perekonomian lokal, termasuk di Kabupaten Lumajang. Dalam praktiknya, toko kelontong bukan hanya sekadar tempat transaksi, melainkan juga berfungsi sebagai simpul ekonomi masyarakat di tingkat akar rumput. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, eksistensi toko kelontong mulai tergerus oleh laju pertumbuhan ritel modern dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan kenyamanan, efisiensi, serta kelengkapan produk.

Kondisi ini memunculkan tantangan yang kompleks, toko kelontong dituntut untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga beradaptasi dan berkembang. Kinerja usaha toko kelontong pun tidak bisa lagi dilihat secara sempit dari sisi omzet semata, melainkan harus mencakup kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan kemampuan adaptasi jangka panjang terhadap perubahan pasar. Kenyataannya, ada toko yang tetap tumbuh meski dalam tekanan, sementara sebagian lainnya stagnan atau bahkan tutup. Ini menunjukkan bahwa faktor internal menjadi penentu yang tidak kalah penting dibanding tekanan eksternal.

Salah satu aspek internal yang krusial adalah inovasi model bisnis. Dalam konteks UMKM, inovasi ini seringkali bukan berupa teknologi mutakhir, melainkan pembaruan sederhana tapi berdampak, seperti pengemasan ulang produk, pengaturan ulang sistem layanan, atau penggunaan aplikasi digital sederhana. Thulani Ndhlovu, (2024) menekankan bahwa inovasi model bisnis adalah proses menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai secara baru, sesuatu yang sangat relevan bagi toko kelontong di era transisi digital saat ini.

Penelitian menunjukkan hasil yang beragam. Salfore *et al.*, (2023) menyatakan bahwa inovasi model bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja

usaha, sementara Chen et al., (2021) menunjukkan hasil sebaliknya. Ketidakkonsistenan temuan ini menunjukkan bahwa inovasi model bisnis tidak bisa dipandang sebagai faktor tunggal yang linier, melainkan dipengaruhi oleh karakteristik usaha, kesiapan sumber daya, dan konteks lokal. Artinya, perlu ada studi lebih lanjut yang menempatkan inovasi model bisnis dalam kaitannya dengan variabel-variabel pendukungnya.

Dalam hal ini, orientasi kewirausahaan dan digitalisasi muncul sebagai dua faktor penting. Orientasi kewirausahaan mencerminkan mentalitas pemilik usaha dalam melihat peluang, berani mengambil risiko, dan melakukan inovasi. Pemilik toko kelontong dengan sikap kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih terbuka terhadap perubahan, bahkan menjadikannya sebagai sumber keunggulan. Inovasi model bisnis kerap kali lahir dari keberanian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Nasito (2022) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi model bisnis.

Selain berdampak pada inovasi model bisnis, orientasi kewirausahaan juga memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja usaha. Pemilik usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung memiliki semangat tinggi dalam mengeksplorasi peluang pasar, mengambil keputusan strategis secara cepat, dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Sikap proaktif, inovatif dan keberanian mengambil risiko yang melekat pada orientasi kewirausahaan mampu mendorong efisiensi operasional, peningkatan kepuasan pelanggan, serta pertumbuhan pendapatan. Hal ini sejalan dengan temuan Puwardi & Soelaiman, (2023) yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berkontribusi positif terhadap pencapaian kinerja usaha yang lebih baik. Namun, beberapa studi lain menemukan bahwa pengaruh tersebut dapat melemah apabila tidak diimbangi dengan kesiapan sumber daya manusia dan sistem operasional yang mendukung (Juliani & Ie, 2024).

Sementara itu, digitalisasi menjadi jembatan bagi efisiensi dan modernisasi pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi pencatatan keuangan, platform pemasaran daring, dan pembayaran non-tunai dapat memperkuat fleksibilitas model bisnis. Namun, seperti halnya inovasi model bisnis, dampak digitalisasi juga tidak seragam. Penelitian oleh (Fadillah *et al.*, 2023) mendukung pandangan bahwa digitalisasi mendorong inovasi, tetapi Zaki *et al.*, (2024) justru menemukan bahwa digitalisasi tidak signifikan terhadap perubahan inovasi model bisnis. Ini menunjukkan bahwa konteks implementasi dan kesiapan pelaku usaha masih sangat menentukan.

Selain berperan dalam mendorong inovasi model bisnis, digitalisasi juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja usaha secara langsung. Penerapan teknologi digital dapat membantu pemilik toko kelontong dalam mengelola operasional secara lebih efisien, memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, serta meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan yang lebih cepat dan praktis. Digitalisasi juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan berbasis data, sehingga strategi yang diterapkan menjadi lebih tepat sasaran. Sejumlah penelitian menyebutkan bahwa penggunaan teknologi digital secara optimal dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi biaya, dan pendapatan usaha (Fadillah *et al.*, 2023). Dan penelitian sebaliknya yang menyebutkan bahwa digitalisasi tidak berpengaruh signifikan atau tidak memiliki pengaruh positif terhadap inovasi model bisnis (Zaki *et al.*, 2024).

Menariknya, lumajang menjadi contoh unik karena adanya Program *Sampoerna Retail Community* (SRC). Program ini tidak hanya mempertemukan para pemilik toko dalam satu komunitas, tetapi juga menyediakan ekosistem yang mendukung adopsi digitalisasi dan inovasi model bisnis. Melalui aplikasi Ayo SRC, pelatihan usaha, dan pendampingan pemasaran, program ini membantu toko kelontong melakukan transformasi operasional secara bertahap namun terukur. Dalam konteks inilah, SRC dapat dilihat sebagai representasi

nyata dari intervensi inovasi model bisnis yang dirancang untuk memperkuat daya saing toko kelontong lokal.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini memilih kinerja usaha sebagai variabel dependen karena mencerminkan keberhasilan toko kelontong dalam menjalankan operasinya. Inovasi model bisnis berperan sebagai variabel mediasi karena inovasi ini diyakini mampu menghubungkan strategi usaha dengan penciptaan nilai baru yang relevan bagi konsumen. Orientasi kewirausahaan dipilih sebagai variabel independen pertama karena mencerminkan karakteristik dan mentalitas pemilik usaha dalam menghadapi dinamika pasar, sedangkan digitalisasi dipilih sebagai variabel independen kedua karena relevansinya dalam mendukung efisiensi operasional dan daya saing di era modern.

Keterkaitan keempat variabel ini menarik untuk diteliti secara simultan dalam konteks toko kelontong di Lumajang yang tergabung dalam Program SRC. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah komunitas, tetapi juga sebagai fasilitator inovasi model bisnis berbasis digital yang bertujuan meningkatkan daya saing toko kelontong tradisional. Melalui dukungan SRC, toko kelontong didorong mengadopsi teknologi, memperkuat jaringan bisnis, serta meningkatkan kompetensi kewirausahaan. Hal ini menjadikan toko kelontong SRC sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji bagaimana orientasi kewirausahaan dan digitalisasi memengaruhi kinerja usaha melalui inovasi model bisnis sebagai perantara.

Dengan demikian, penelitian ini bermaksud menganalisis Inovasi Model Bisnis dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Toko Kelontong di Lumajang
2. Mengidentifikasi pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha Toko Kelontong di Lumajang.
3. Mengidentifikasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Model Bisnis.
4. Mengidentifikasi pengaruh Digitalisasi terhadap Inovasi Model Bisnis.
5. Menganalisis pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja Usaha.
6. Menguji peran inovasi model bisnis dalam memediasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Toko Kelontong di Lumajang
7. Menguji peran inovasi model bisnis dalam memediasi pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha Toko Kelontong di Lumajang

C. Pembatasan Masalah

1. Objek Penelitian, Penelitian difokuskan pada toko kelontong di Lumajang yang tergabung dalam Program *Sampoerna Retail Community* (SRC). Toko kelontong yang tidak menjadi bagian dari program ini tidak termasuk dalam cakupan penelitian.
2. Variabel independen adalah orientasi kewirausahaan dan digitalisasi, sedangkan variabel dependen adalah kinerja usaha. Inovasi Model Bisnis adalah variabel mediasi, bukan sebagai variabel independen lainnya atau moderator.
3. Penelitian ini dibatasi pada toko kelontong di Kabupaten Lumajang dan tidak mencakup wilayah lainnya, meskipun toko SRC mungkin ada di daerah lain.
4. Penelitian dilaksanakan dalam periode tertentu, sehingga hasilnya relevan untuk kondisi saat itu dan mungkin mengalami perubahan seiring waktu dengan perkembangan program SRC dan dinamika pasar.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang?

2. Apakah Digitalisasi berpengaruh terhadap Kinerja Usaha di Lumajang?
3. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Inovasi Model Bisnis pada Toko Kelontong di Lumajang?
4. Apakah Digitalisasi berpengaruh terhadap Inovasi Model Bisnis pada Toko Kelontong di Lumajang?
5. Apakah Inovasi Model Bisnis berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang?
6. Bagaimana peran Inovasi Model Bisnis dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha di Lumajang?
7. Bagaimana peran inovasi model bisnis dalam Memediasi pengaruh digitalisasi terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang?

E. Tujuan

1. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Model Bisnis pada Toko Kelontong di Lumajang.
4. Untuk menganalisis pengaruh Digitalisasi terhadap Inovasi Model Bisnis pada Toko Kelontong di Lumajang.
5. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang.
6. Untuk Menguji peran inovasi model bisnis dalam memediasi pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang.
7. Untuk menguji peran inovasi model bisnis dalam memediasi pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Usaha pada Toko Kelontong di Lumajang.

F. Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang kewirausahaan, khususnya hubungan antara Orientasi Kewirausahaan, Digitalisasi, dan Kinerja Usaha dengan Inovasi Model Bisnis sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi studi lanjutan yang membahas program inovasi model bisnis seperti *Sampoerna Retail Community* (SRC).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Toko Kelontong

Memberikan wawasan tentang pentingnya Orientasi Kewirausahaan dan Digitalisasi untuk meningkatkan Kinerja Usaha. Penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai manfaat berpartisipasi dalam Program *Sampoerna Retail Community* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing bisnis.

b. Bagi Manajemen Program SRC

Menjadi masukan untuk pengembangan program agar lebih efektif dalam membantu toko kelontong menghadapi tantangan bisnis, terutama dalam hal implementasi digitalisasi dan peningkatan Orientasi Kewirausahaan.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menjadi bahan ajar atau referensi dalam kajian kewirausahaan, inovasi bisnis, dan digitalisasi di tingkat akademisi, khususnya untuk program studi yang terkait.