

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Melihat perkembangan globalisasi saat ini, yang mengakibatkan penuh dengan persaingan baik dalam Negeri maupun dari luar Negeri yang akhirnya memaksa seluruh pelaku ekonomi, harus berkembang dan terus berinovasi dalam menghadapi persaingan tersebut. Para pelaku ekonomi di Indonesia dituntut untuk mampu bersaing dengan persaingan yang ada pada saat ini serta mampu berjalan sendiri dan mampu mengatasi permasalahan yang ada.

Secara garis besar, perekonomian di Indonesia terdiri oleh 3 (tiga) pelaku ekonomi yang memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian. Adapun ketiga pelaku ekonomi tersebut adalah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) dan Koperasi. Ketiga pelaku ekonomi tersebut saling membantu dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia agar menjadi lebih baik.

Salah satu pelaku kegiatan ekonomi adalah sector swasta, dimana di dalam sector swasta termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian di suatu Daerah maupun di suatu Negara. UMKM sendiri sangat membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru dan dengan adanya UMKM dapat menyerap tenaga kerja baru yang dapat mendorong perekonomian.

Belum kokohnya perekonomian di Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk lebih giat lagi dalam mengembangkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) perekonomian Indonesia, hal ini dapat menjadi peluang besar bagi para pelaku ekonomi yang dapat melihat peluang dan potensi ke depan.

Dengan pembangunan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di negara berkembang seperti di Indonesia, diharapkan mampu memperbaiki keadaan kearah yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Pembangunan sendiri dapat dilaksanakan baik dari segi ekonomi, social, budaya, politik, pertahanan dan keamanan. Tanpa disadari usaha mikro kecil menengah (UMKM) dapat menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang besar dan mendorong UMKM untuk bersaing dengan perusahaan besar.

Pada saat ini pemerintah sedang giat giatnya dalam membangun UMKM di masyarakat. Eksistensi UMKM sendiri sudah tidak dapat diragukan lagi. Tingginya persaingan UMKM yang terjadi saat ini di tengah arus globalisasi, menuntut bagaimana si pelaku UMKM terus memberikan inovasi, kreasi yang baru untuk menunjang UMKM tersebut baik dari segi jasa, produk, sumber daya manusia dan teknologi serta bagaimana cara melakukan perluasan pemasaran. Hal ini sangat perlu dilakukan karena dapat menambah nilai jual UMKM itu sendiri serta mampu bertahan di tengah-tengah persaingan yang ada.

Menurut Badan Pusat Statistik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil hanya mempunyai jumlah pegawai antara 1 sampai 19 orang. Sementara usaha menengah mempunyai pegawai antara 20-99 orang.

Usaha Mikro Kecil Menengah pada saat ini, harus bersaing ketat dengan maraknya *e-commerce* yang ada pada saat ini. Jika di amati secara umum, sangat sedikit pengusaha UMKM yang meminati penggunaan teknologi untuk mempromosikan atau pengembangan dari usahanya tersebut. Berbagai macam sarana untuk mempromosikan atau memasarkan sesuai dengan kebutuhan dari pemilik usaha. Media atau cara yang dilakukan untuk mengembangkan usahanya diantara lain dengan memasang sebah iklan, pemasangan spanduk, iklan dikoran, majalah dan lain sebagainya yang dapat mendukung perkembangan usahanya dan dapat bersaing dengan usaha lain. Padahal perkembangan teknologi pada saat ini sangat pesat dan dapat menarik minat dari konsumen.

Salah satu penyebab yang mempengaruhi belum berkembangnya UMKM adalah latar belakang pendidikan dari para pelaku usaha UMKM itu sendiri yang kurang menunjang. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pelaku UMKM sebagian besar mengenyam bidang pendidikan taraf Sekolah Dasar dan pendidikan Menengah Pertama. Hal tersebut dapat terlihat dalam data yang telah dikumpulkan oleh Dinas Kabupaten Pematang Jaya.

Tabel 1.1

Jenjang Pendidikan pelaku UMKM	Jumlah
Sekolah Dasar	111.27
Sekolah Menengah Pertama	79.04
Sekolah Menengah Atas	56.05

Sumber : Badan Pusat Statistik kab. Pematang tahun 2013

Sebagian besar usaha kecil berkembang secara tradisional dan merupakan usaha keluarga turun temurun. Keterbatasan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki sangat berpengaruh terhadap perkembangan dari usaha yang dijalankan sehingga akan menghasilkan output yang maksimal.¹

Selain dengan rendahnya pendidikan, pengetahuan mengenai *e-commerce* yang dimiliki masyarakat masih sangat minim. Sebagian besar masyarakat menggunakan *e-commerce* hanya untuk membeli suatu produk, atau hanya untuk melihat-lihat saja, dan tidak menggunakannya sebagai media promosi untuk usahanya sendiri. Ketidaktahuan masyarakat mengenai penggunaan *e-commerce* inilah yang pada akhirnya membuat ketinggalan pelaku UMKM yang ada pada saat ini.

Perkembangan jumlah UMKM pada saat ini sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari grafik berikut :

¹ Sthefanny Avonina, Centre for finance Investment and securities Law (CFISEL).
(<https://galeriukm.web.id/artikel-usaha/mengatasi-permasalahan-usaha-kecil>) diakses pada 18
februari 2018



Gambar 1.1

Sumber : Badan Pusat Statistik provinsi Jawa Tengah

Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa setiap tahunnya pelaku UMKM mengalami kenaikan. Akan tetapi kenaikan UMKM tersebut harus diimbangi dengan perkembangan teknologi yang ada, untuk lebih memajukan lagi pelaku UMKM tersebut.

Pada zaman yang serba maju dan modern, hampir semua kegiatan yang dilakukan menggunakan media. Media yang digunakan juga sangat beragam diantara adalah dengan berkembangnya *e-commerce*. Seperti yang diketahui, bahwa dengan semakin majunya perkembangan teknologi maka semakin mudah juga kita dalam mengakses kegiatan atau rutinitas kita yang terkadang membutuhkan banyak waktu. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat akan lebih efisien lagi dalam menggunakan waktu dan merasa lebih praktis.

Perkembangan teknologi pada saat ini, juga memberikan dampak bagi Indonesia. Baik terhadap dunia pendidikan, ekonomi, social, budaya bahkan sampai

dengan pembangunan. Pada Negara berkembang seperti Indonesia pembangunan merupakan salah satu unsure penting yang harus dilakukan baik dari segi pemerintah, swasta maupun dari masyarakat itu sendiri. Indonesia sendiri tergabung kedalam Masyarakat Ekonomi Asean atau yang sering kita dengar MEA. Dengan adanya perjanjian tersebut, maka Indonesia harus mempersiapkan segala sesuatunya dengan matang baik dari segi ekonomi, pembangunan, pemerintah, pertahanan dan lain sebagainya yang dapat mendorong pertumbuhan.

Kegiatan dunia usaha menggunakan teknologi adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam memasuki pasar di dunia maya yang yang disebut *electronic commere (e-commere)*. Dengan memanfaatkan internet, perusahaan dapat melakukan berbagai macam kegiatan untuk bisnisnya secara elektronik seperti, transaksi bisnis, operasi fungsi-fungsi perusahaan, berbagai informasi dengan konsumen untuk mempertahankan dan mempermudah bisnisnya. Perkembangan teknologi informasi pada saat ini memberkan daya tarik dan keunggulan tersendiri bagi para konsumen, misalnya dalam hal kenyamanan, kecepatan, efisiensi, alternative yang dapat diambil, pilihan model yang tanpa batas, sumber informasi yang memadai dan lain sebagainya.

Pada zaman yang serba maju dan modern, memacu pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan internet yang telah merambah keberbagai bidang. Perkembangan tersebut secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi bisnis dan perdagangan. Hampir semua kegiatan yang dilakukan menggunakan media. Seperti yang kita ketahui, sebelum berkembangnya teknologi

pada saat ini, perdagangan dilakukan secara tradisional atau dari tangan ketangan antara penjual dan pembeli barulah terjadi sebuah kesepakatan. Namun, dengan adanya perkembangan teknologi pada saat ini banyak sekali media yang digunakan, diantara adalah dengan berkembangnya *e-commerce*. Seperti yang diketahui, bahwa dengan semakin majunya perkembangan teknologi maka semakin mudah juga kita dalam mengakses kegiatan atau rutinitas kita yang terkadang membutuhkan banyak waktu. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat akan lebih efisien lagi dalam menggunakan waktu dan merasa lebih praktis.

Perkembangan teknologi pada saat ini, juga memberikan dampak bagi Indonesia. Baik terhadap dunia pendidikan, ekonomi, social, budaya bahkan sampai dengan pembangunan. Pada Negara berkembang seperti Indonesia pembangunan merupakan salah satu unsur penting yang harus dilakukan baik dari segi pemerintah, swasta maupun dari masyarakat itu sendiri.

Kegiatan dunia usaha menggunakan teknologi adalah cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan dalam memasuki pasar dunia maya yang sering disebut *electronic commerce (e-commerce)*. Dengan memanfaatkan internet perusahaan dapat melakukan berbagai macam kegiatan untuk bisnisnya secara elektronik, seperti transaksi bisnis, operasi fungsi-fungsi perusahaan, berbagi informasi dengan konsumen untuk mempertahankan dan mempermudah bisnisnya.

Indonesia sendiri tergabung kedalam Masyarakat Ekonomi Asean atau yang sering kita dengar MEA. Dengan adanya perjanjian tersebut, maka Indonesia harus mempersiapkan segala sesuatunya dengan matang baik dari segi ekonomi,

pembangunan, pemerintah, pertahanan dan lain sebagainya yang dapat mendorong pertumbuhan.

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini, ternyata memberikan daya tarik dan keunggulan tersendiri bagi konsumen atau masyarakat. Misalnya dalam hal kenyamanan, kecepatan, efisiensi, alternative yang dapat diambil, pilihan model yang tanpa batas, sumber informasi yang memadai dan lain sebagainya. Masyarakat Indonesia sendiri sebagian besar sudah tidak asing lagi dengan internet ataupun *e-commerce*, hal ini dapat dilihat dari data berikut:



Sumber : Assosiasi *e-commerce* Indonesia

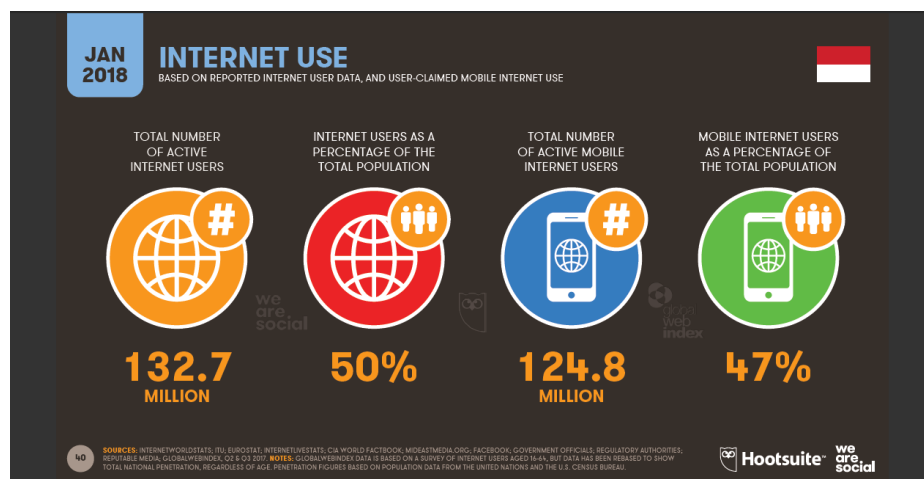
Gambar I.2

Persentase Aktifitas *e-commerce* Indonesia, 2017

Berdasarkan gambar diatas, penggunaan internet di Indonesia untuk mencari informasi produk online sebesar 48 %. Sementara untuk mengunjungi toko online sebesar 46%, dan membeli produk online sendiri sebesar 41%. Dari presentase

tersebut ternyata masyarakat Indonesia menggunakan pembelian melalui PC sebesar 34% dan melalui mobile sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan Internet tidak hanya untuk sosial media, mendapat informasi/berita, mengerjakan tugas sekolah, tapi untuk kegiatan pembelian/penjualan barang/jasa menggunakan *e-commerce*.²

Menurut data dari situs *Tech in Asia* pengguna internet aktif di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 132.7 Juta pengguna atau sekitar 50% dari total keseluruhan penduduk Indonesia yang berjumlah 265.4 Juta jiwa. Belum ditambah dengan penggunaan smartphone yang secara aktif menggunakan internet mobile di Indonesia yang mencapai 124.8 Juta pengguna atau 45% dari total penduduk Indonesia.³



Sumber : Tech in Asia

Gambar I.3
Data Pengguna Internet Indonesia

²<https://asosiasi-e-commerce> Indonesia (Diakses tanggal 19 februari 2018)

³<https://id.techinasia.com/laporan-penggunaan-webside-media-mobile-media-sosial-indonesia> (Diakses tanggal 19 Februari 2018)

Internet memberikan kemudahan bagi kegiatan yang dahulu dilakukan secara konvensional, salah satunya adalah perdagangan. Dalam perdagangan adanya perkembangan teknologi, dapat memudahkan transaksi bisnis yang dilakukan tidak hanya secara langsung, melainkan dapat menggunakan teknologi yang ada saat ini. Teknologi sendiri dapat memudahkan bagi para konsumen ataupun produsen dalam melakukan transaksi dengan lebih efisien. Efisiensi merupakan salah satu keuntungan dalam melakukan transaksi melalui media internet karena dapat menghemat waktu karena tidak perlu bersusah payah untuk bertatap muka secara langsung, dan tidak adanya kendala transportasi. Manfaat online store yang lain bagi konsumen adalah bahwa mereka dapat berbelanja tanpa meninggalkan rumah atau membandingkan harga satu produk dari toko satu dengan toko lainnya hanya dengan menekan beberapa tombol.⁴

Dengan adanya perdagangan elektronik atau biasa yang kita sebut sebagai *e-commerce* saat ini semakin menjamur di Indonesia. Menurut hasil riset yang dilakukan oleh Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idea) pada tahun 2016 memperlihatkan total nilai transaksi *e-commerce* \$5.6B dengan total pembeli *e-commerce* sebesar 24.74 Miliar.⁵ Sedangkan menurut Direktur Utama Bank Rakyat jumlah transaksi *e-commerce* di tahun 2017 mencapai 75 triliun., dengan pendapatan *e-commerce* rata-rata perpengguna Rp 3 juta di tahun 2017⁶. Dan menurut Indonesia

⁴Ariwibowo & Nugroho, Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-commerce*. Jurnal Nominal Vol.2, No.1, 2013) h.14

⁵[https://asosiasi-e-commerce Indonesia \(idea\) transaksi-e-commerce](https://asosiasi-e-commerce Indonesia (idea) transaksi-e-commerce) (diakses tanggal 19 februari 2018)

⁶ Perspektif Bank Nasional terhadap perkembangan ekonomi digital (Diakses pada 21 februari 2018)

digital economy diperkirakan di tahun 2020 nilai transaksi *e-commerce* mencapai US\$ 130 Miliar.⁷*E-commerce* akan menjadi pilar perekonomian.

Meskipun demikian, jumlah presentasi pengguna *e-commerce* yang hanya sekitar 10% dari jumlah pengguna internet di Indonesia, hal ini menimbulkan indikasi bahwa masih banyak pengguna internet yang tidak berminat menggunakan *e-commerce* sebagai sarana untuk memperluas usaha. Padahal penggunaan *e-commerce* sendiri dapat memudahkan para pelaku UMKM baik dalam segi kemudahan dan efisien dalam bertransaksi. Selain itu masyarakat di nilai masih kurang percaya untuk melakukan transaksi secara online.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian difokuskan pada masalah pemanfaatan teknologi atau electronic commerce (*e-commerce*) yang dapat memberikan kelancaran serta dukungan kelancaran usaha dan media promosi bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan judul “Penerapan *E-commerce* terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi kasus sapu Gelagah, Watukumpul, Kab. Pemalang Provinsi Jawa Tengah).”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas, maka rumusan masalah skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *e-commerce* bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha?

⁷ Indonesia Digital Economy Vision by 2020

2. Bagaimana pemanfaatan penggunaan *e-commerce* untuk kelancaran usaha?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan usaha mikro kecil menengah melalui media *e-commerce*. Dalam hal ini pengembangan dikemas melalui media *e-book*, sehingga akan memudahkan pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

D. Perumusan Masalah

Dari pembatasan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa perumusan masalahnya adalah “Penerapan *E-commerce* terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sapu Gelagah”

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan praktis, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan dapat memberikan dampak atau manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak terkait. Serta dengan adanya penggunaan *e-commerce* diharapkan mampu untuk menunjang dan memajukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada serta dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan bahan referensi bagi penelitian-penelitian yang tertarik dengan pemanfaatan *e-commerce* terhadap UMKM, serta pihak-pihak yang tertarik dengan masalah ini.