

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam bentuk e-commerce, telah mengubah secara signifikan dunia bisnis. E-commerce memberikan peluang bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendapatkan manfaat ekonomi yang lebih besar. Belakangan ini, perhatian terhadap era e-commerce dalam pertumbuhan ekonomi UMKM semakin meningkat.¹

Perkembangan ekonomi e-commerce dan peningkatan permintaan konsumsi ekologis mendorong lebih banyak konsumen untuk mengejar produk ramah lingkungan melalui platform e-commerce.² E-commerce adalah suatu perangkat teknologi yang dinamis meliputi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang.³

¹ Sadrah zefanya putra, "analisis pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM, No. 2 Vol 3, (Juli 2023), h 120

² MAN YANG, Logistik Engineering Collage Shanghai Maritime University, Shanghai 201306 china, The optimal e-commerce sales mode selection and green investment strategies under cap-and-trade mechanism

³ Sutri Handayani, "Perencanaan sistem informasi penjualan berbasis e-commerce studi kasus toko kun jakarta", Jurnal Ilmiah vol 10 no 2, 2018

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menginvestigasi hubungan antara penggunaan e-commerce dan pertumbuhan ekonomi UMKM. Sebagai contoh, dalam penelitian oleh Chen dan Tseng (2018), mereka menemukan bahwa adopsi e-commerce berdampak positif pada pertumbuhan penjualan dan laba UMKM di Taiwan.

Dari data lapangan yang diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet, jika dibandingkan dengan tahun 2017 sebesar 143,26 juta jiwa, maka terjadi kenaikan sebesar 27, 91 juta jiwa. Tentu fakta atau data ini menggembirakan, terutama bagi para pengusaha atau pemilik toko online atau UMKM.

Pola bisnis online ini mampu menghubungkan para pelaku bisnis tidak saja pada tingkat lokal melainkan secara global, sehingga akses terhadap produk dapat lebih cepat dan mudah dijangkau serta meningkatkan keuntungan pada perusahaan atau UMKM tersebut.⁴ Dengan konten internet atau media sosia yang sering di kunjungi yaitu facebook 68,36 %, youtube 63,02% , chatting online 73,86%, belanja online 21,26% , game online 14,23% .⁵

⁴ Wartakotalive.com, APJII: Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 171,17 Juta, Terbesar di Pulau Jawa, dikutip dari <https://wartakota.tribunnews.com/2019/05/17/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-17117-juta-terbesar-di-pulau-jawa>, pada hari Jum'at, tanggal 10 januari 2022, pukul 08.31 WIB.

⁵ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/13/ini-deretan-konten-internet-paling-sering-diakses-warga-ri#>

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebagai bagian dari bentuk usaha di Indonesia seharusnya memang memanfaatkan teknologi informasi demi kemajuan usahanya. Namun, kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing.⁶

Di provinsi Sumatera Barat sendiri menurut data terakhir yang dimiliki, gubernur Mahyeldi menyampaikan, sumbar memiliki sekitar 600 ribu UMKM dengan jumlah ini, diperkirakan paling kurang 3 juta masyarakat Sumatera Barat yang menggantungkan hidup pada sektor UMKM, separuhnya berlokasi di kota Padang sementara yang lain tersebar di seluruh kota dan kabupaten di Sumatera Barat.

UIN IMAM BONJOL PADANG

Tabel 1.1

Daftar UMKM Kota Padang Desember 2021

No	Kecamatan	Jumlah Pelaku
1	Padang Utara	2.428
2	Padang Barat	1.892
3	Padang Timur	2.069

⁶ Nuryanti, "Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)", Jurnal Ekonomi Vol. 21, No. 4, Desember 2013, h. 2

4	Padang Selatan	2.837
5	Nanggalo	1.979
6	Kuranji	1.467
7	Pauh	2.639
8	Lubuk Begalung	5.345
9	Lubuk Kilangaan	1.219
10	Koto Tangah	4.380
11	Bungus	1.747
Total		30.702

Sumber : Dinas Koperasi dan Umkm Kota Padang

Dari data diatas dapat dilihat bahwasannya banyaknya antusias para pelaku usaha UMKM di Kota Padang tahun 2021 terlihat dari total keseluruhan UMKM berjumlah 30.702. Salah satu jenis usaha yang banyak diminati oleh pelaku usaha adalah UMKM Kuliner Saji.

UMKM kuliner terbagi atas 2 bagian yaitu UMKM kuliner saji dan UMKM kuliner kemasan. UMKM kuliner saji dapat didenifisikan sebagai suatu jenis usaha olahan makanan yang disajikan langsung ke para konsumen seperti ampera, rumah makan, pecel ayam, bakso. Sedangkan UMKM kuliner kemasan dapat didefinisikan sebagai jenis olahan makanan yang disajikan atau ditawarkan sudah dalam kemasan seperti produk oleh-oleh. Data UMKM kuliner saji perkecamatan di Kota Padang per Desember 2021 dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Data UMKM kuliner saji Kota Padang per Desember 2021

No	Kecamatan	Jumlah Pelaku
1	Padang Utara	143
2	Padang Barat	123
3	Padang Timur	87
4	Padang Selatan	78
5	Nanggalo	26
6	Kuranji	65
7	Pauh	23
8	Lubuk Begalung	47
9	Lubuk Kilangaan	10
10	Koto Tangah	60
11	Bungus	35
Total		697

Sumber : Dinas dan koperasi dan umkm kota Padang

Perkembangan sektor UMKM di Indonesia menghadapi beberapa kendala, salah satunya adalah dalam bidang pemasaran. Menurut Kolter dalam Nuryanti tidak memadainya infrastruktur pemasaran membuat UKM Memiliki orientasi pasar yang rendah. Sementara, salah satu kunci keberhasilan usaha kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UKM. Untuk dapat bersaing dalam menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, sektor UKM

harus meningkatkan penguasaan pasar. Salah satu solusinya adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.⁷Sebab itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh e-commerce dalam mendorong perkembangan UMKM khususnya UMKM yang ada di Kecamatan Koto Tangah, Mengingat peran UMKM yang amat besar bagi perekonomian tingkat nasional dan daerah.

Dengan penerapan internet kedalam proses bisnis perusahaan, sehingga dapat menjangkau pengguna yang lebih luas dan meningkatkan keuntungan pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu proses bisnis salah satunya yaitu pemasaran dengan menggunakan media online. Untuk dapat mengetahui sejauh mana pengaruh kepercayaan dan kemudahan dalam penggunaan media online yang biasa disebut dengan istilah E-commerce karena perkembangan e-commerce sekarang ini sudah merambah keseluruh daerah.

Seiring dengan kemajuan teknologi dengan memanfaatkan sistem e-commerce dapat dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas dan kualitas penjualan dan pembelian. Sistem e-commerce memiliki sejumlah fasilitas seperti belanja online, testimoni, cara kirim, dan masih banyak lagi.

Menurut Mahmudi menyatakan bahwa efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Semakin besar

⁷ Yuswan Tio Arisandi, "*Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo*"o, hal. 2

output yang dihasilkan terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang ditentukan, maka semakin efektif proses kerja suatu unit organisasi.⁸

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil permasalahan tersebut untuk dijadikan penelitian skripsi. Judul dari penelitian ini yaitu, **“Efektivitas Penggunaan E-commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Koto Tengah.**

B. Batasan Masalah

Peneliti memfokuskan pada efektivitas penggunaan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah yang berjumlah 10 orang pelaku UMKM di kecamatan Koto Tengah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka rumusan masalah yang diambil dari penelitian ini ialah : Bagaimana efektivitas penggunaan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Koto Tengah.

⁸ Veronika Mulalinda, S.J. Tangkuman, *“Efektivitas Penerapan Sistem dan Prosedur Akuntansi Aset Tetap Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Sitaro”*, (Maret 2014) Vol.2 No.1, Hal. 521-531

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Efektivitas penggunaan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Koto Tangah.

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
2. Sebagai bahan acuan bagi pihak-pihak yang memerlukan dan sebagai sumbangan pemikiran dari penulis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi islam.
3. Sebagai refrensi bagi peneliti lain yang berminat untuk meneliti masalah ini lebih jauh di masa yang akan datang.
4. Sebagai bahan untuk menambah wawasan masyarakat serta sebagai bahan informasi bagi masyarakat terkait bagaimana pengaruh e-commerce terhadap UMKM kecil dan menengah di Kota Padang.

F. Sistematika Penulisan

Rangkaian sistematika ini terdiri dari lima bab, Masing-masing bab di perinci lagi menjadi beberapa sub bab yang saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya, meliputi :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah ,rumusan masalah dan batasan masalah ,tujuan penelitian , manfaat penelitian ,penjelasan judul ,dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini dimulai dengan konsep e-commerce ,konsep perkembangan usaha serta konsep umkm.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat di dalamnya metode penelitian yang mencakup jenis penelitian ,lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat di dalamnya hasil dan laporan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dan saran terkait dengan isi peneliti