

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan elektronik atau yang di sebut *E-commerce* sudah ada di Indonesia dari tahun 2000-an. Menurut Wong (2010, hlm. 33) mengatakan, “*E-commerce* (Perdagangan Elektronik) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet”. *E-commerce* mencakupi segala proses mulai dari proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, dan pembayaran. Sistem dalam *E-commerce* sangat mengandalkan internet yang dimana penggunaan internet dari tahun ke tahun meningkat. pertama kali *E-commerce* muncul di Indonesia kurang diminati oleh masyarakat, karena masyarakat sudah terbiasa melakukan proses jual beli secara langsung dan pada saat itu juga masyarakat kurang memahami mengenai konsep *E-commerce* itu seperti apa ditambah teknologi yang ada di Indonesia pada saat itu kurang mendukung.

Pada tahun 2014 penggunaan *E-commerce* baru diminati masyarakat Indonesia. “Dibuktikan dengan banyaknya perusahaan *start-up* yang ada di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Blibli. Pesatnya perkembangan *E-commerce* dipengaruhi beberapa faktor yang menyebabkan individu berbelanja online di situs *E-commerce* karena biayanya murah, kualitas barang, kepercayaan, fasilitas transaksi yang beragam” (Rakhmawati dkk, 2021, hlm. 32). Schaar (2018) menjelaskan tentang factor yang mendukung pertumbuhan pesat sektor ekonomi dalam laporan *The Digital Archipelago: How Online Commerce is Driving Indonesia’s Economic Development*, Pertama, penggunaan smartphone dan internet yang terus meningkat. Kedua, jumlah penduduk Indonesia yang besar dan daya beli meningkat ditengah pertumbuhan makroekonomi yang kuat. Ketiga, populasi Indonesia yang melek akan teknologi. Adanya *E-commerce* sangat membatu laju perekonomian dan bisnis di Indonesia, hal ini terbukti dengan banyaknya pengguna *E-commerce* yang bergabung

untuk membuka toko secara online. *E-commerce* memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan proses transaksi jual beli, selain itu penjual dapat dengan mudah dalam mempromosikan produknya bahkan berjualan dengan menerapkan *E-commerce* tidak harus memiliki toko, hal itu memudahkan bagi masyarakat yang tidak memiliki cukup ruang untuk tempat berjualan. Penggunaan *E-commerce* ini kembali meningkat sejak tahun 2020 sampai sekarang, dimana pada saat itu adanya wabah *Covid-19*. Hal itu berdampak pada pelaku UMKM yang ada di Indonesia karena kegiatan usaha yang dilakukan biasanya melakukan proses jual beli secara langsung. Pada masa *pandemic* semua kegiatan dilakukan secara online, sehingga masyarakat beralih ke transaksi jual beli melalui *E-commerce*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha UMKM di pangandaran menyebutkan alasan pelaku usaha UMKM bergabung dengan *E-commerce* dikarenakan adanya *pandemic covid-19*, sehingga pelaku usaha tidak bisa berjualan secara offline dan produk dagangan tidak bisa terjual akhirnya pelaku usaha UMKM mencoba memanfaatkan digitalisasi untuk pemasaran, salah satunya dengan memanfaatkan *E-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan Bukalapak. Selain itu menggunakan dengan *E-commerce* berjualan lebih praktis, tidak perlu modal besar, modal tempat dan tidak harus stok barang. Untuk mendaftar ke *E-commerce* sendiri tidak perlu keluar biaya atau gratis, cukup hanya melengkapi data-data saja yang diminta oleh pihak *E-commercenya*.

Menurut Badan Pusat Statistik jumlah penduduk indonesia pada tahun 2022 berjumlah 275.773.8 jiwa. Luas wilayah Kabupaten Pangandaran adalah 1 010,921 km². Secara administratif pemerintahan, wilayah Kabupaten Pangandaran terbagi menjadi 10 Kecamatan yaitu Kecamatan Cimerak, Cijulang, Cigugur, Langkaplancar, Parigi, Sidamulih, Pangandaran, Kalipucang, Padaherang, dan Mangunjaya. Pada tahun 2020 jumlah penduduk Kabupaten Pangandaran sebanyak 423, 67.000 jiwa. Terdiri dari 212,21.000 jiwa penduduk laki-laki dan 211,45.000 jiwa penduduk perempuan. Menurut Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian

Kabupaten Pangandaran jumlah total pelaku UMKM terdapat 15.971 pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Pangandaran.

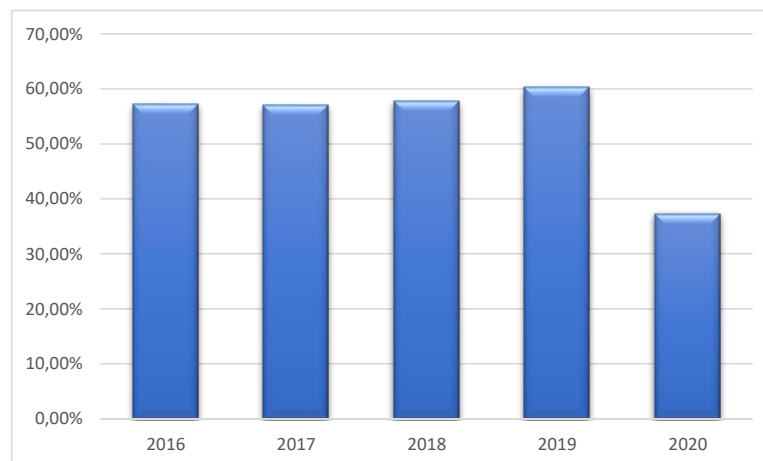
Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Kecamatan Pangandaran

Kecamatan Pangandaran	Jenis Kelamin	
	Laki-Laki	Perempuan
Desa Wonoharjo	20	30
Desa Pangandaran	729	812
Desa Sidomulyo	72	22
Desa Pagergunung	29	5
Desa Sukahurip	34	17
Desa Purbahayu	258	35
Desa Babakan	130	148
Desa Pananjung	110	178
Total	1382	1245

Sumber: Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Kabupaten Pangandaran

Dengan jumlah penduduk yang besar dan wilayah yang luas, ditambah adanya *E-commerce* yang memudahkan dalam transaksi jual beli tanpa harus keluar rumah. *E-commerce* dapat membantu UMKM di Indonesia untuk memperkenalkan produknya secara luas ke banyak daerah yang ada di Indonesia.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian di suatu negara karena mereka mewakili sektor terbesar bisnis di banyak negara dan berperan penting di sebagian besar dunia ekonomi karena fleksibilitas mereka, kapasitas untuk menghasilkan pendapatan dan kemampuan mereka untuk berinovasi (Sarfiyah dkk., 2019, hlm. 137-146). Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM 2018, UMKM memiliki kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja dan sumbangannya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).



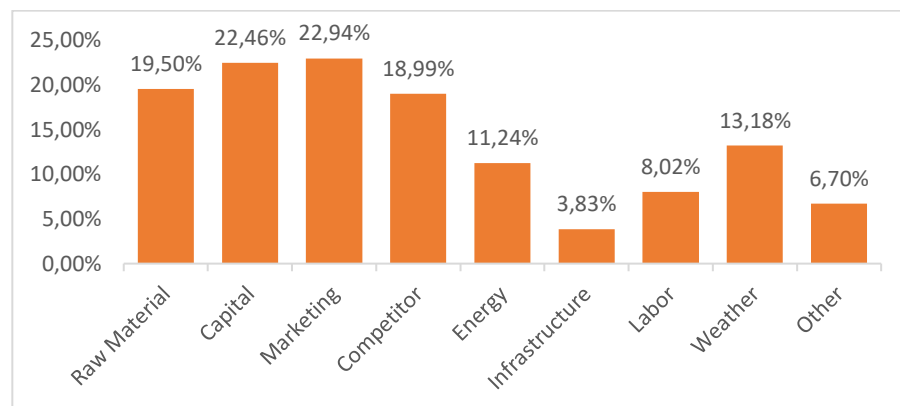
Gambar 1. 1 Presentasi Kontribusi UMKM Terhadap PDB
Sumber: Lokadata

Dilihat dari gambar diatas presentasi kontribusi UMKM terhadap PDB dari tahun 2016-2020 mengalami perubahan. Tahun 2016 kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia adalah sebesar 57,2%, tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 57,1%, pada tahun 2018 persentase kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mengalami kenaikan sebesar 57,8%, di tahun 2019 mengalami besar dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 60,3%, namun pada tahun 2020 persentase kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia mengalami penuruna yang drastic yaitu 37,3% hal tersebut karena adanya covid-19.

Pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia dimana usaha-usaha besar mengalami penurunan drastis pada semua sector termasuk industry, jasa dan perdagangan. Akan tetapi UMKM tetap berdiri kokoh ketika usaha besar lainnya berjatuhan. Keunggulan UMKM dalam bertahan saat menghadapi krisis ekonomi di ungkapkan oleh CIDES (*center for Information and Development Studies*). Menurut CIDES terdapat tiga keunggulan UMKM. Pertama, umumnya UMKM menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat. Kedua, UMKM tidak mengandalkan bahan baku impor dan lebih memanfaatkan sumber daya local baik dari sisi sumber daya manusia, modal, bahan baku, maupun peralatannya. Ketiga, bisnis UMKM menggunakan modal sendiri atau tidak ditopang pinjaman

bank. Dengan keunggulan tersebut Indonesia dapat mengatasi krisis pada tahun 1997 maupun pada tahun berikutnya yang biasanya ditandai dengan penurunan nilai tukar rupiah.

Meskipun UMKM memiliki kelebihan, UMKM juga memiliki keterbatasan dalam beberapa hal. Keterbatasan UMKM dijabarkan oleh LPPI dan BI keterbatasan-keterbatasan tersebut diantaranya yaitu minimnya akses perbankan, kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia yang masih rendah sehingga dikelola secara sederhana, penggunaan teknologi yang terbatas dan belum mampu mengimbangi perubahan selera konsumen khususnya yang berorientasi ekspor. Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) kendala atau kesulitan yang dialami oleh pelaku usaha UMKM yaitu mulai dari masalah pemasaran sebesar 22,94% dan modal 22,46%, bahan baku 19,5%, 18,99% pesaing, cuaca 13,18%, 11,24% Energi, tenaga kerja 8,02%, 3,83% infrastruktur, dan lainnya 6,7%.



Gambar 1. 2 Persentase Jenis Kesulitan Usaha UMKM

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia 2020

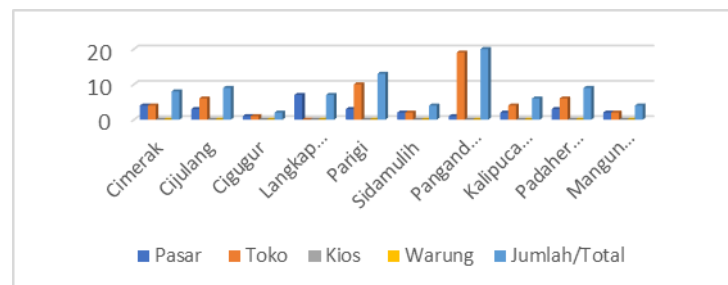
Tujuan dari kebijakan ekonomi di suatu negara yaitu untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat diukur dengan pendapatan yang di dapat. Pendapatan merupakan suatu hasil yang di dapat dari proses penjualan produk atau jasa kepada pelanggan. Menurut PSAK NO. 23 Paragraf 06 Pendapatan merupakan arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas perusahaan yang normal pada suatu periode dimana arus masuk tersebut dapat mempengaruhi pada kenaikan ekuitas yang tidak berasal kontribusi penanam modal (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2010, hlm. 4)

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2008 pasal 1 menyatakan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Berikut ini kriteria usaha menurut UU RI No. 20 Tahun 2008 BAB IV Pasal 6.

Tabel 1. 2 Kriteria UMKM

No	Skala Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta - 500 juta	> 300 Juta - 2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Menurut Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kabupaten Pangandaran jumlah total pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Pangandaran terdapat 15.971 pelaku UMKM. Dengan jumlah penduduk mencapai 423.67 jiwa dan luas wilayah 101.092. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin maju sarana perdagangan di Kabupaten Pangandaran terus berkembang bukan hanya pasar dan kios namun juga minimarket yang terus berkembang dan semakin tersebar di setiap kecamatan di wilayah Kabupaten Pangandaran. Terdapat 28 pasar dan 54 minimarket atau pasar swalayan yang tersebar di setiap Kecamatan.



Gambar 1. 3 Sarana Perdagangan Kecamatan Pangandaran 2020

Sumber: Kabupaten Pangandaran Dalam Angka 2021

E-commerce sebagai sarana untuk menjual produknya mampu meningkatkan pendapatannya karena dengan menggunakan *E-commerce*

pemasarannya bisa secara luas bahkan internasional. Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEa) mengungkapkan bahwa dari tahun 2021 laju pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 22% ke tahun 2022. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dibuktikan bahwa para pelaku UMKM digital mampu mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan para pelaku yang masih berkegiatan secara konvensional.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra (2018), Sa'ad (2017) membuktikan bahwa *E-commerce* memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pendapatan UMKM. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Islami (2021), Almai (2020), Nurmawati (2022), Nursafitri (2017), Puspitaningtyas (2021), Prihatini (2021), Yusuf (2022) membuktikan bahwa *E-commerce* berpengaruh kuat terhadap pendapatan UMKM. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulfi (2022) membuktikan bahwa e-commerce tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Karena pada penelitian sebelumnya masih terdapat celah yang dapat menjadi potensi untuk penelitian baru dilakukan guna melengkapi terkait topik tersebut. Orisinalitas penelitian yang dilaksanakan ini dengan penelitian terdahulu memiliki perbedaan dari mulai lokasi dan data yang diperoleh.

Sehingga dalam penelitian ini peneliti mengangkat judul "***Pengaruh E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM (Survei Pada Pelaku UMKM Kecamatan Pangandaran)***". Dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh E-Commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kecamatan Pangandaran.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ditemukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan teknologi, permodalan dan SDM yang rendah selalu membuat UMKM sulit berkembang.

2. Kurangnya pengarahan dari pemerintah dalam mendorong UMKM untuk berkembang.
3. Dampak pandemic covid-19 terhadap pelaku usaha UMKM
4. Berdasarkan penelitian terdahulu Masih banyak pelaku UMKM yang tidak memanfaatkan *E-commerce* dalam meningkatkan pendapatan

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah di uraikan, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana penerapan *E-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Pangandaran?
2. Bagaimana pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Pangandaran?
3. Adakah pengaruh *E-commerce* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Pangandaran?
4. Bagaimana penerapan *E-commerce* pada materi perkuliahan di Program Studi Pendidikan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian diartikan sebagai memecahkan permasalahan yang tergambar di dalam latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah. Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan *E-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Pangandaran.
2. Untuk mengetahui pendapatan pada pelaku UMKM di Kecamatan Pangandaran.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh *E-commerce* terhadap pendapatan pada pelaku UMKM Kecamatan Pangandaran.
4. Untuk mengetahui penerapan *E-commerce* pada materi perkuliahan di Program Studi Pendidikan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan pemanfaatan *E-commerce* dan kaitannya dengan pendapatan
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap semua pihak.

a. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pelaku UMKM untuk mendorong pelaku UMKM meningkatkan pendapatan dan kreatifitas untuk memanfaatkan *E-commerce* sebagai salah satu media transaksi jual beli serta dapat memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usahanya.

b. Bagi Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Kabupaten Pangandaran

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan atau bahan pertimbangan bagi Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Kabupaten Pangandaran dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM.

F. Definisi Operasional

Pada penelitian ini terdapat beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengertian Pengaruh

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2023), pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengaruh sesuatu hal yang akan mempengaruhi pendapatan UMKM Kecamatan Pangandaran.

2. Pengertian *E-commerce*

Hartman, Amir, (2000, hlm. 126) mengatakan bahwa dalam bukunya yang berjudul "*Net Ready Strategis for Success in the E-Economy*" memberikan definisi terhadap *E-commerce* sebagai suatu jenis dari

mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah instansi (B-to-B) maupun antara instansi dan konsumen langsung (B-to-C).

3. Pengertian Pendapatan UMKM

Santoso (2007, hlm. 90) mengatakan bahwa pendapatan adalah arus masuk atau penambahan aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban atau kombinasi dari keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi inti (major atau central operation) yang berkelanjutan (regular) dari suatu perusahaan.

Berdasarkan definisi operasional diatas, maka yang dimaksud dengan “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Pendapatan UMKM” dalam penelitian ini adalah daya yang timbul karena kemajuan teknologi yang menyediakan *E-commerce* sebagai wadah untuk transaksi jual beli secara online sehingga menimbulkan ketertarikan bagi pelaku UMKM untuk memulai usaha online dan bergabung dengan *E-commerce*.

G. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional dan Sistematika Skripsi.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Pada bab ini membahas tentang definisi *E-commerce*, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerapan *E-commerce*, Definisi Pendapatan, Konsep-konsep Pendapatan, Sumber dan Jenis Pendapatan, Definisi UMKM, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai Metode Penelitian, Jenis dan Sifat Penelitian, Jenis Data, Metode Pengumpulan Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai Pembahasan Hasil Penelitian. Pada bab ini membahas mengenai UMKM yang ada di pangandaran, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mengenai simpulan dan saran yang dimana simpulan ini berisikan penafsiran dan pemaknaan dari hasil penelitian. Sedangkan saran merupakan rekomendasi yang ditunjukan kepada para pembuat kebijakan, pengguna, atau kepada peneliti berikutnya yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya, dan kepada pemecahan masalah dilapangan.