

BAB I

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perencanaan pembangunan (development planning) adalah suatu bentuk perencanaan yang berkaitan dengan upaya meningkatkan pertumbuhan tingkat ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Hariyono dalam Mustanir, hlm.7, 2020). Tidak dapat dipungkiri, Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang tidak dapat terlepas dari kegiatan perencanaan pembangunan. Dari masa ke masa, ternyata Negara Indonesia telah mengalami perubahan paradigma dalam perencanaan pembangunan. Setidaknya sejak dimulainya era reformasi, paradigma perencanaan pembangunan berganti dari perencanaan komprehensif menjadi perencanaan strategis.

Dalam hal ini, seperti yang diamanatkan oleh UU No. 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, masyarakat merupakan salah satu bagian penting dari stakeholders yang ada. Evaluasi kejadian yang menggemparkan perekonomian Indonesia dan beberapa negara di dunia pada tahun 1997/1998 yang mana pada saat itu usaha berskala besar tidak mampu bertahan menghadapi derasnya terpaan krisis moneter, pada waktu itu banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan karena tidak mampu lagi memproduksi, hal itu disebabkan oleh meningkatnya harga bahan baku yang impor, yang mana pada saat itu harga bahan baku impor mengalami kenaikan yang sangat drastis dan juga kenaikan dari sisi pajak impornya, bukan karena hal itu saja usaha berskala besar pailit, namun juga disebabkan oleh meningkatnya biaya cicilan utang yang disebabkan naiknya nilai tukar rupiah terhadap dollar, selain itu sektor perbankan yang umumnya juga mengalami keterpurukan sehingga menjadi permasalahan dalam hal permodalan pada usaha skala besar, lain halnya dengan UMKM pada saat itu yang cenderung bertahan, bahkan kian bertambah.

Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah. Selain itu, peran pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan

perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah, sehingga pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dituntut mampu untuk ikut serta dalam mengembangkan perekonomian negaranya terutama dalam melakukan pengembangan dalam pertumbuhan ekonomi (Halim, 2020, hlm.157). Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya usaha perorangan. UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM mampu menjadi prioritas atau tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, selain itu UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Menurut Setyorini (2019, hlm.501) menyatakan, “Realita dilapangan menunjukkan bahwa, kebanyakan UMKM di Indonesia, memiliki beberapa permasalahan yang sama, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dijangkau oleh masyarakat mengenai UMKM tersebut”. Berikut adalah data UMKM di Desa Kasomalang Kulon :

Tabel 1.1
UMKM Desa Kasomalang Kulon

Nama Desa	2023	
	Jumlah persahaan	
	Macro	Kecil
Kasomalang Kulon	9	20

Sumber : Data Desa Kasomalang (2018)

Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor

(KEMEN KUKM, 2005). Usaha mikro dan kecil umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumberdaya alam dan padat karya, seperti: pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan dan restoran. Usaha menengah memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan dan kehutanan. Usaha besar memiliki keunggulan dalam industri pengolahan, listrik dan gas, komunikasi dan pertambangan. Hal ini membuktikan usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar di dalam praktiknya saling melengkapi. Sehingga dengan meningkatkan kinerja UMKM dengan bahan produksi lokal tanpa bergantung dengan bahan impor maka akan memperkuat pembangunan perekonomian nasional (Solikatun, 2018, hlm. 71). Oleh karena itu pembangunan koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah perlu menjadi prioritas utama pembangunan nasional dalam jangka panjang. Menurut Amini dalam Hernikawati (2020, hlm. 11), mengatakan bahwa “pandemic Covid19 berdampak negatif terhadap UMKM di Provinsi Jawa Timur yaitu terjadinya penurunan penjualan sebesar 48%, responden mengalami kesulitan untuk mencari bahan baku sebesar 27,21%, kesulitan dalam permodalan sebesar 7,72%, dan 9.88% responden mengalami kesulitan pemodalannya”.

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat, berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya kompetitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. Menurut Gumilang (2019, hlm.9) mengatakan Marketplace adalah suatu Pengguna social media berbasis chat semakin hari semakin bertambah dan membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya smartphone.

Berdasarkan beberapa pandangan dari para ahli dan juga melihat sebuah urgensi dari permasalahan dan faktor-faktor lainnya, untuk terus meningkatkan **“Pengaruh Marketplace terhadap peningkatan pendapatan UMKM di desa Kasomalang Kulon.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa untuk identifikasi masalahnya yaitu :

1. Tidak semua pelaku usaha bisa memanfaatkan media sosial sebagai peluang usaha.
2. Dengan adanya pandemi pelaku UMKM dalam melaksanakan kegiatan pemasaran mengalami hambatan karena adanya pembatasan ruang gerak.
3. Kurangnya kesadaran para pelaku UMKM besar pengaruh pemanfaatan media sosial sebagai peluang usaha terhadap pemasaran UMKM dimasa pandemi.

1.3 Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah penulis melakukan pembatasan masalah karena banyak hal yang dapat mempengaruhi pemasaran karena itu penulis berfokus kepada pemanfaatan Marketplace menggunakan Sosial Media Facebook sebagai peluang usaha dengan subjek pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, maka penulis merumuskan masalah ini sebagai berikut :

- 1) Bagaimana penerapan Marketplace di UMKM desa Kasomalang Kulon?
- 2) Bagaimana Pendapatan UMKM di Desa Kasomalang Kulon
- 3) Apakah terdapat peningkatan pendapatan penjualan setelah menerapkan Marketplace?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui Penerapan Marketplace di UMKM Desa Kasomalang Kulon
2. Mengetahui pendapatan UMKM di Desa Kasomalang Kulon
3. Mengetahui ada atau tidaknya peningkatan pendapatan penjualan pada UMKM desa Kasomalang Kulon setelah penggunaan Marketplace

1.5 Manfaat Penelitian

Karya tulis ilmiah ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang langsung maupun tidak langsung terkait dalam bidang perekonomian, khususnya perekonomian terutama para pelaku UMKM dan orang yang ingin memulsi usaha diantaranya:

1. Sebagai referensi untuk membuka peluang usaha
2. Meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan marketplace untuk memasarkan produk
3. Sebagai referensi penelitian selanjutnya yang mengangkat mengenai Pengaruh Pemanfaatan Marketplace Sebagai Peluang Usaha Terhadap Pemasaran UMKM desa kasomalang kulon.

1.6 Definisi Operasional

Mencegah terjadinya kesalahpahaman tentang istilah yang digunakan dalam penelitian ini, penyusun harus menjelaskan setiap definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

1. Marketplace

Menurut Rachmadi (2020, hlm. 3) mengatakan bahwa, “Digital marketing adalah teknik pemasaran produk dan jasa yang dilakukan menggunakan media digital. Media yang biasa digunakan untuk digital marketing biasanya website, social media, iklan, dll.”. Digital Marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing (Gumilang, 2019, hlm. 9).

2. UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilar perekonomian Indonesia yang perlu mendapat perhatian karena dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan pada pekerjaan sektor formal. Usaha golongan kecil sangat banyak didirikan oleh masyarakat (Suryati, 2021, hlm.18).

3. Pendapatan

Pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi (Jannah, 2021, hlm.235).

1.7 Sistematika Skripsi

Pada penulisan sistem skripsi ini peneliti menuliskan sistematika skripsi sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada penulisan skripsi, penulis memaparkan bab I yang berisikan mengenai pemaparan suatu masalah yang akan dikaji yang didalamnya berisikan mengenai latar belakang yang mana latar belakang ini akan menghasilkan rumusan masalah pada penelitian ini yang nantinya akan menjadi pembahasan dari rumusan masalah sehingga pada pembahasan yang akan dibahas ini penulis dapat mengetahui tujuan serta manfaat dilakukannya penelitian ini.

2. BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Pada bab ini penulis akan memaparkan kajian – kajian teori yang mengungkapkan alur pemikiran peneliti mengenai permasalahan – permasalahan yang akan dipecahkan dan didukung dengan teori. Kajian teori dilanjutkan dengan kerangka pemikiran yang berisikan keterkaitan antara variabel satu dengan variabel lainnya.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan mengenai langkah – langkah yang akan ditempuh peneliti dalam menjawab permasalahan dalam penelitian, langkah – langkah nya terdiri dari pendekatan penelitian, desain penelitian, subjek dan objek penelitian, pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data, prosedur penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menyampaikan hasil temuan dari pengolahan data serta analisis data serta membahas temuan penelitian guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Pengolahan data yang ditempuh peneliti diolah sesuai dengan langkah langkah pada bab metode penelitian.

5. BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan mengenai simpulan dan saran. Pada bagian simpulan peneliti memaparkan menyajaka penafsiran hasil temua penelitian dan pada bagian saran berisikan mengenai rekomendasi dari penelti untuk pembaca ataupun untuk peneliti selanjutnya.