

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat seiring dengan peningkatan penggunaan berbagai platform digital oleh berbagai kalangan masyarakat. Percepatan adaptasi digital ini terus berlanjut setelah pandemi dan membawa dampak bagi peningkatan aktivitas ekonomi, salah satunya di sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja, dilansir dalam artikel onlinepajak.com (Haddawi, 2024). Namun, meskipun memiliki kontribusi yang besar, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan pengembangan usaha mereka. Dalam artikel web pip.kemenkeu.go.id, menyatakan bahwa salah satu tantangan UMKM adalah terkait legalitas usaha dan akses pembiayaan. Permasalahan pembiayaan tentu memiliki dampak terhadap kemunduran UMKM dalam persaingan pasar, dan perekonomian Indonesia.

Saat ini, banyak UMKM yang belum memiliki perizinan usaha yang lengkap, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB). Ketiadaan NIB ini menyebabkan UMKM kesulitan untuk mengakses layanan keuangan formal yang dapat mendukung pengembangan bisnis mereka. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Direktur Utama Pusat Investasi Pemerintah (PIP), Ismed Saputra, 65 juta

UMKM di Indonesia, sekitar 44 juta di antaranya belum dapat mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja mereka melalui pemanfaatan *e-commerce* dan *digital payment*. *E-commerce* atau kependekan dari perdagangan elektronik, adalah proses pembelian, penjualan, dan pertukaran barang, layanan, dan informasi online memakai jaringan internet (Wulandari, 2020). Ditengah kemajuan pesat era digital kehadiran *e-commerce* menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM. Persaingan diranah UMKM kini tak hanya terjadi dalam lingkup fisik melainkan juga secara signifikan dalam dunia digital. *E-commerce* memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik (Setiawan Widodo, 2021). *E-commerce* memberikan kontribusi penting dalam penyediaan data transaksi secara elektronik, sehingga juga diperlukannya pembayaran digital dalam *e-commerce* untuk mengoptimalkan kinerja UMKM.

Sementara *digital payment* memberikan kemudahan dalam proses transaksi dan manajemen keuangan (Nugroho, 2020). Dilansir dalam artikel katadata.co.id (Fitra, 2024) menuliskan bahwa menurut Menteri Koordinator Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan mengatakan, sebanyak 25,2 juta usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM telah masuk ke ekosistem digital. Ini merupakan data yang tercatat hingga akhir tahun 2023. Data ini menunjukkan betapa pentingnya peran program digitalisasi dalam mendorong UMKM untuk bergabung ke dalam ekosistem digital dan meningkatkan volume transaksi mereka (Gusmiarti, 2024).

Kinerja UMKM dipengaruhi oleh perkembangan teknologi keuangan yaitu pembayaran digital atau sering disebut dengan *digital payment* (Asisa, 2022). Menurut (Asisa, 2022) dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam kegiatan usaha dengan memanfaatkan pembayaran elektronik dapat menjadi faktor utama dalam pertumbuhan usaha. Penggunaan *digital payment* dalam proses transaksi akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM (Saragih Nopriadi, 2019). Layanan pembayaran menggunakan pembayaran digital memberikan efisiensi dengan mempercepat proses transaksi pelanggan dan meningkatkan akurasi transaksi yang dilakukan (Wardani Darmawan, 2020).

Di Indonesia, UMKM di bidang kuliner telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat. Bisnis kuliner yang didirikan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya menguntungkan ekonomi tetapi juga menjadi tempat untuk inovasi lokal yang inovatif dan unik. Usaha kuliner UMKM dapat membantu masyarakat mencari nafkah dan mengurangi tingkat pengangguran.

Namun demikian, bisnis kuliner UMKM menghadapi beberapa masalah. Bisnis kuliner UMKM menghadapi tantangan besar karena persaingan yang sangat kompetitif. Pemasaran dan branding yang kuat juga sangat penting untuk memikat konsumen. Untuk mempertahankan pelanggan dan bersaing di pasar yang padat, peningkatan kualitas produk dan layanan sangat penting. Bisnis kuliner UMKM harus menemukan peluang dan mengembangkan inovasi untuk menghadapi tantangan yang dihadapi. Menu kreatif adalah peluang, dengan menggabungkan bahan-bahan yang unik, presentasi yang menarik, atau penyajian yang inovatif, UMKM dapat membuat hidangan baru. Ini akan menarik perhatian pelanggan dan membuat bisnis kuliner UMKM berbeda dari pesaingnya, (Vincensius, 2023).

UMKM sektor kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung, terjadi pula permasalahan mengenai usaha yang mereka hadapi. Banyak ragam kuliner yang sejenis yang merupakan tantangan bagi pelaku usaha untuk lebih cermat dalam segi pemasaran dan harga.

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian dari (Sintia Maya, 2024) dengan judul Pengaruh *E-commerce*, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM, membuktikan bahwa *E-Commerce* memberikan dampak positif pada Kinerja UMKM. Artinya ketika penerapan *Ecommerce* digunakan maka berfungsi sebagai *platform digital* untuk menjual produk dan berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar bagi UMKM.

(Rani, Gita Mai 2024) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi keuangan dan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang, membuktikan bahwa *Digital payment* memberikan dampak positif pada kinerja UMKM makanan dan minuman di Kota Padang, yang berarti penggunaan pembayaran digital yang baik dan banyak maka akan mempengaruhi kinerja UMKM menjadi lebih baik.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu. Di penelitian ini tidak membahas pengetahuan akuntansi dan sistem informasi akuntansi, namun *e-commerce* dan *digital payment*. Perbedaan penelitian ini terjadi pada unit analisis yang dilakukan pada UMKM Kuliner di wilayah Tamansari Kota Bandung.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Commerce* dan**

***Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner (Studi kasus pada UMKM wilayah Tamansari Kota Bandung).**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana *E-commerce* UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung ?
2. Bagaimana *Digital payment* UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung?
3. Bagaimana Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung ?
4. Seberapa besar pengaruh *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung?
5. Seberapa besar pengaruh *Digital payment* terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum yaitu bertujuan untuk menganalisa pengaruh *ecommerce* dan *digital payment* terhadap kinerja UMKM. Secara lebih spesifik tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *e-commerce* UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana *digital payment* UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari, Kota Bandung

3. Untuk mengetahui bagaimana kinerja UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari, Kota Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *digital payment* terhadap kinerja UMKM Sektor Kuliner di Wilayah Tamansari Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian sebagaimana telah diuraikan di atas, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, dapat dijadikan sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya, sumber referensi atau koleksi tambahan baik untuk perpustakaan kampus Universitas Pasundan Bandung maupun untuk perpustakaan umum. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan bagi mahasiswa dan akademisi di bidang Sistem Informasi Akuntansi, khususnya untuk pengembangan Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM wilayah Tamansari, Kota Bandung).
2. Secara praktis, dapat dijadikan sebagai acuan bagi para praktisi dalam pengambilan keputusan (*decision making*) khususnya dalam bidang Pengaruh *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Kuliner Wilayah Tamansari Kota Bandung).

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Wilayah Tamansari Kota Bandung. Waktu penelitian dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian hingga selesai.