

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, Perkembangan teknologi memudahkan masyarakat melakukan berbelanja tanpa adanya halangan sesuatu. Kegiatan belanja kini bisa dilakukan tanpa harus berpergian, cukup dengan mencari barang secara online melalui handphone dan di lanjutkan dengan transaksi lalu pesanan akan datang dengan cepat, aman, murah dan nyaman. kemudahan tersebut berdampak positif dari seluruh kalangan baik dari ibu rumah tangga yang tidak bisa berpergian, sampai generasi milenial yang melakukan aktifitasnya melalui *handphone*.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia adalah titik fokus prioritas pembangunan ekonomi nasional. UMKM juga merupakan harapan dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan dapat mengatasi permasalahan sosial. UMKM dapat berperan dalam memperluas kesempatan lapangan pekerja, membantu peningkatan perekonomian, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mencapai ekonomi yang stabil. (Polandos *et al.*, 2019).

UMKM merupakan bagian terpenting dalam roda ekonomi kerakyatan dengan mayoritas pelaku usaha dengan jumlah terbesar di tanah air terutama dengan kontribusi seperti dilihat dari aspek–aspek peningkatan sumber pendapatan, kesempatan kerja, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor nonmigas (Indrarini, 2017). UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian nasional. Namun masih banyak perusahaan besar yang berenti melakukan produksi, dalam bidang bisnis ini terbukti membantu saat di tengah terpaan krisis ekonomi, sehingga penghasilan masyarakat umum mengalami penurunan selama krisis mata uang, tetapi permintaan barang tetap stabil bahkan mengalami peningkatan. Hal ini berbanding terbalik dengan situasi perusahaan besar yang terpuruk akibat penurunan permintaan pasar. Diharapkan UMKM menjadi penyelamat perekonomian Indonesia saat ini (Helmalia & Afrinawati, 2018).

Menurut (UU No. 20 Tahun 2008) menjelaskan bahwa pengertian dari Usaha Mikro adalah Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. dan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Jadi UMKM adalah kegiatan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu yang di atur oleh Undang-Undang. UMKM mengalami pertumbuhan yang sangat besar dengan berbagai macam ragam di seluruh Indonesia. menurut data Kementerian Koperasi, usaha, Kecil, dan Menengah (Kemenkopukm, 2018), UMKM mempekerjakan tenaga kerja sebanyak 119,6 juta orang pada tahun 2019. Jumlah ini meningkat 2,21% dibandingkan 117 juta orang tahun lalu. Jumlah ini setara dengan 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia. Sisanya 3,08% berasal dari usaha besar. Ada 109,8 juta (89%) tenaga kerja di usaha mikro, 5,93 juta (4,81%) di usaha kecil dan 3,79 juta (3,07 %) di usaha menengah. Sementara itu, total UMKM di Indonesia tercatat 65,47 juta unit. Jumlah ini mencapai 99,99% dari total unit usaha di Indonesia. (djkn.Kemenkeu.go.id) Oleh karena itu, UMKM menjadi pondasi perekonomian Indonesia dan penyeimbang ekonomi nasional, termasuk di Kota Bekasi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 jumlah penduduk di kota Bekasi 3.084.000 Meningkatnya upah pendapatan yang di peroleh masyarakat mendorong untuk daya tarik masyarakat untuk berbelanja. Hal ini memberikan manfaat yang sangat baik untuk kota Bekasi,

karna dapat membuka usaha baru yang dapat meningkatkan pendapatan. Fenomena ini dimanfaatkan masyarakat kota Bekasi untuk menjadi pelaku UMKM yang sekarang ini dengan adanya perkembangan teknologi perdagangan jual beli secara daring, sehingga dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan. Manfaat dan tugas UMKM sekarang ini dinilai memiliki peran penting karena sektor ini tidak hanya menjadi sumber penghidupan bagi banyak masyarakat, melainkan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat yang memiliki keterampilan dan kemampuan rendah. UMKM adalah jenis usaha yang baik dan perlu ditingkatkan untuk mendukung ekonomi makro dan mikro Indonesia serta adanya faktor-faktor lain yang mungkin berkembang. (Mulyati S, 2017).

Pemberdayaan UMKM penting dilakukan untuk mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pengembangan UMKM terkait dengan upaya mendorong lingkungan usaha yang menguntungkan dan meningkatkan motivasi dan pengetahuan kewirausahaan masyarakat dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat. Pendapatan UMKM sangat penting bagi kesejahteraan hidup dan perekonomian. Pendapatan selalu dalam bentuk nominal uang. Selain itu, Uang dapat mengukur seberapa baik laba operasional sejalan dengan tujuan yang dimaksudkan untuk menghasilkan pendapatan dari penjualan melalui keuntungan sesuai dengan tujuan yang telah diharapkan.

Kurangnya pengetahuan tentang memanfaatkan teknologi memberikan dampak yang kurang maksimal dalam perkembangan UMKM. Dari keterbatasan yang dirasakan oleh para pelaku UMKM, masih banyak pelaku UMKM yang kurang memaksimalkan pendapatan dan manfaat dari menjual barang secara online atau disebut dengan *E-commerce*. *E-commerce* tidak lepas dari laju pertumbuhan internet yang merupakan media untuk memperkenalkan, menjual barang dan jasa kepada konsumen. Dengan demikian pengertian *E-commerce* adalah proses kegiatan promosi, pembelian dan pemasaran produk yang melalui media elektronik atau internet yang bisa dilakukan tanpa harus bertemu antara penjual dan pembeli. Menurut (Larry, 2019) Jenis Transaksi pada *E-commerce* antara lain Bisnis-ke-Bisnis

(B2B), Bisnis-ke-Konsumen (B2C), Konsumen-ke-Bisnis (C2B), Konsumen-ke-Konsumen (C2C).

Pertumbuhan *E-commerce* dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya meningkatnya jumlah pengusaha dan pelaku usaha UMKM, di samping itu perkembangan industri *E-commerce* dipengaruhi oleh gaya belanja *online* yang dilakukan oleh generasi milenial dengan mencari perbandingan harga, fitur, program promo dan kualitas produk sebelum memutuskan membeli barang tersebut. Para pelaku UMKM yang aktif menggunakan *platform online*, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku *E-commerce* memulai program bertajuk 8 Juta UMKM *Go*. Melalui kolaborasi ini, pemerintah ingin perkembangan UMKM di Indonesia menuju teknologi digital dapat dengan cepat terwujud (Kustin Ayuwuragil, 2017). Dengan banyaknya pelaku bisnis, persaingan dalam dunia bisnis tidak dapat dihindari. Persaingan semakin ketat setiap hari. Beraneka ragam gagasan yang dilakukan agar para konsumen berkeinginan untuk membeli. Dalam menjual barang, yang harus dilakukan yaitu dengan melihat dan memahami manfaat dari teknologi zaman sekarang yang berdampak terhadap pertumbuhan suatu penjualan. Akan tetapi para pelaku UMKM Indonesia saat ini, mempunyai kurang terhadap pengetahuan teknologi, UMKM Indonesia tertinggal dalam strategi pemasarannya. Salah satu bentuk pertumbuhan pesat dalam suatu jual beli karna adanya sistem belanja *E-commerce* (Helmalia & Afrinawati, 2018).

Dengan kemajuan teknologi, membeli suatu barang tidak lagi menjadi hal yang sulit dan tidak perlu khawatir termasuk dalam hal berbelanja. Pemasaran yang dilakukan harus seefektif mungkin bagi calon konsumen, karna memungkinkan untuk komunikasi dua arah dengan pelanggan, serta informasi tentang produk atau layanan yang dikirim ke pelanggan. Pelaku UMKM harus melibatkan konsumen mereka dalam pemasaran, agar dapat memberikan pendapat tentang pengembangan produk dan ide-ide yang baru lainnya. Tuntutan gaya hidup yang semakin praktis dan cepat berkembang ini membuat internet semakin populer dalam mempromosikan produk yang di jual. Hal itu sangat populer dan menjadikan *E-commerce* sebagai

perkembangan teknologi yang dapat diandalkan. *E-commerce* untuk saat ini dimanfaatkan oleh berbagai produsen karena kemudahan dalam melakukan pemasaran melalui internet, kemudahan dalam *promosi* produk baru dan penjualan produk, serta mempermudah dalam hal bertransaksi (Politwika, 2017).

Pertumbuhan *E-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang begitu pesat untuk 4 tahun terakhir ini maka pemerintah membuat peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map E-commerce*) yang tertuang dalam peraturan (Perpres Nomor 74 Tahun 2017) dengan tujuan percepatan dan pengembangan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik (*E-commerce*), Usaha Pemula (*startup*) dan pengembangan usaha dan percepatan logistik. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, para pengusaha dan pelaku usaha masih kesulitan dalam mengembangkan usahanya di pengaruhi oleh faktor finansial yaitu modal usaha yang tinggi.

Dalam dunia bisnis, membangun sebuah bisnis membutuhkan uang, atau yang sering kita sebut dengan modal. Modal adalah sejumlah uang, barang, atau aset lainnya yang ditanamkan pemilik usaha bertujuan untuk mendirikan usaha agar usaha tersebut dapat berkembang. Modal memegang peranan penting agar proses produksi berjalan dengan lancar dan meningkatkan pendapatan. Modal belum tentu identik dengan uang, melainkan dapat berupa barang atau jasa. Modal menjadi perhatian khusus bagi para pengusaha, karena peran modal hal yang penting dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari. Pada umumnya pendapatan yang besar juga membutuhkan modal yang besar. Namun terkadang mereka tidak dapat memisahkan modal usaha dan pembiayaan sehari-hari, terlihat bahwa kelemahan modal para pengusaha kecil, menengah dan mikro ini terkait dengan status ekonomi dan pendapatan mereka. (Saragih & Nasution, 2015).

Faktanya UMKM mempunyai ukuran usaha yang beragam, besar maupun kecilnya suatu usaha dilihat dari modalnya. Kebutuhan modal merupakan hal yang sangat penting, karena banyak pihak yang terlibat dalam kepentingan tersebut. Selain berkaitan dengan kepentingan banyak pihak, modal sangat menentukan kemampuan

perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional serta berpengaruh terhadap risiko perusahaan itu sendiri.

Selain modal, faktor penting lainnya dalam menjalankan usaha adalah lama usaha yang sudah berjalan. Lama usaha adalah masa dimana seorang pengusaha telah terlibat dalam pengelolaan suatu perusahaan, semakin lama seorang pengusaha menjalankan bisnis, semakin banyak pengalaman yang bisa mereka peroleh. Pengalaman yang matang dapat memengaruhi penghasilan suatu usaha. Karena semakin lama usaha, semakin produktif tenaga kerja untuk menghasilkan produk yang memuaskan. Orang yang memiliki jiwa wirausaha yang panjang juga memiliki eksposur mental yang berbeda-beda. Wirausahawan biasanya memiliki cara berpikir yang unik ketika berhadapan dengan kondisi dan situasi yang berbeda.

Seorang wirausaha dengan kompetensi, pengetahuan, dan keahlian yang menarik biasanya dapat menentukan keputusan dalam kondisi dan situasi apapun. Tidak dapat dipastikan bahwa pengusaha yang menjalani usahanya lebih lama tidak selalu mendapatkan penghasilan harian yang lebih besar dibandingkan dengan pengusaha yang baru menjalani dunia bisnis.

Fenomena yang terjadi saat ini dengan perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk melakukan berbelanja tanpa adanya halangan sesuatu. Kegiatan belanja kini bisa dilakukan tanpa harus berpergian, cukup dengan mencari barang secara online melalui handphone dan di lanjutkan dengan transaksi lalu pesanan akan datang dengan cepat, aman, murah dan nyaman. Kemudahan tersebut berdampak positif dari seluruh kalangan baik dari ibu rumah tangga yang tidak bisa berpergian, wirausaha yang selalu sibuk sampai generasi milenial (Hanny *et al.*, 2020) Selain itu para pelaku UMKM mengalami kendala perkembangan ekonominya terhambat dan sebagian besar dari mereka mengandalkan modal apa saja yang mereka miliki (Putri & Jember, 2016).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Helmalia & Afrinawati, (2018) yang menunjukkan bahwa Transaksi *E-commerce* secara parsial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. Objek penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berada di Kota Padang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021) bahwa *E-commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan, objek penelitian ini adalah pelaku UMKM yang bermitra dengan gojek.

Penelitian yang dilakukan Polandos *et al.*, (2019) dengan hasil penelitian modal berpengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UMKM. Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kecamatan Langowan Timur, hal ini sama dengan Penelitian (Putri & Jember, 2016). Modal sendiri memiliki pengaruh positif terhadap modal pinjaman, berarti besar kecilnya modal sendiri yang digunakan untuk usaha akan mempengaruhi besar kecilnya modal pinjaman yang diperlukan untuk usaha.

Sedangkan penelitian yang dilakukan Wibowo & Setyaningsih, (2019) menyebutkan bahwa lama usaha tidak berpengaruh positif terhadap pendapatan.

Bedasarkan paparan di atas dari beberapa ulasan hasil penelitian sebelumnya yang berbeda. Penulis tertarik untuk mengkaji ulang hasil penelitian dari beberapa peneliti terdahulu dengan menganalisis dalam transaksi *E-commerce* khususnya usaha mikro kecil menengah karena saat ini sedang diminati oleh masyarakat Kota Bekasi yang sudah mulai sibuk dengan berbagai kegiatan sehingga tidak bisa berpergian untuk membeli langsung ke tempat serta bagaimana pengadaan modal para pelaku UMKM dan juga lama usaha yang di dirikan. maka penulis tertarik untuk meneliti dengan mengambil judul **“PENGARUH TRANSAKSI *E-COMMERCE*, MODAL, DAN LAMA USAHA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM DI WILAYAH KOTA BEKASI)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah transaksi *E-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi?
2. Apakah modal berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi?
3. Apakah lama usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh transaksi *E-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Bekasi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis atas penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman transaksi *E-commerce*, modal, lama usaha, dan peningkatan pendapatan UMKM.

2) Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk merumuskan kebijakan dan merancang strategi untuk meningkatkan pendapatan UMKM yang memiliki transaksi *E-commerce*, modal, lama usaha. Serta menilai apakah upaya pemerintah sudah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, atau masih diperlukan langkah-langkah tambahan untuk meningkatkan transaksi *E-commerce*, modal, lama usaha, dan peningkatan pendapatan UMKM.

3) Bagi publik

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong pelaku usaha kepada masyarakat untuk lebih memahami dan dapat mengembangkan usahanya dengan dan menjadi UMKM sebagai pembuka lapangan pekerjaan yang lebih luas.