

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap perkembangan dan kemajuan ekonomi nasional. Kehadiran lebih banyak usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia akan berdampak positif bagi negara, karena mereka memiliki kemampuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia, menurut (Tambunan, 2012). Karena jumlah penduduk Indonesia terus meningkat tetapi jumlah lapangan kerja yang tersedia tidak meningkat, masalah pengangguran di Indonesia tidak akan hilang. Namun, sektor ini telah berkembang menjadi yang terbesar dan dapat menyerap banyak tenaga kerja, menjadikan usaha kecil dan menengah (UMKM) tahan terhadap krisis moneter dan ekonomi, seperti yang pernah terjadi di Indonesia. Menurut (Setyorini et al., 2019). Usaha kecil dan menengah (UMKM) terus menjadi komponen penting dalam meningkatkan ekonomi Indonesia.

*Covid-19* mulai mengganggu ekonomi global dari 2019-2021. Sebagai hasil dari survei yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB), sekitar 37.000 perusahaan kecil dan menengah (UMKM) dinyatakan bankrut sebagai akibat dari pandemi. Karena penurunan daya beli masyarakat dan pembatasan sosial yang dianjurkan pemerintah, para pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan (Sugiarti et al., 2020). Menurut (Setyorini et al., 2019), satu-satunya cara untuk mempertahankan usaha mereka adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini, karena hal ini dapat meningkatkan pangsa pasar mereka secara tidak langsung, yang akan berdampak pada pendapatan kita.

Pandemi *covid-19* telah membawa perekonomian nasional dan global ke arah resesi ekonomi. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan global yang negatif atau kontraksi. Perekonomian nasional sendiri, baru mengalami kontraksi pada triwulan II tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi -5,3%. Kontraksi tersebut terutama disebabkan oleh penurunan konsumsi rumah tangga akibat pembatasan sosial untuk mencegah *covid-19*, penurunan belanja investasi termasuk untuk pembangunan dan perolehan aset tetap, dan penurunan realisasi belanja pemerintah termasuk belanja barang. Disamping itu, terjadi penurunan perdagangan luar negeri yang cukup tajam. Peluang penurunan pertumbuhan ekonomi telah dilalui pada triwulan II, namun *covid-19* masih akan menahan pertumbuhan ekonomi pada triwulan III dan IV. Oleh sebab itu, pemerintah berupaya untuk meningkatkan performance ekonomi nasional pada triwulan III dan diharapkan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sekitar -0,4% sampai 1%.

Salah satu sektor yang sangat terpuak oleh pandemi *covid-19* adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang juga menggerak turunnya perekonomian nasional. Hal ini bisa dipahami karena UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional.

Keberadaan-kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mempunyai peran yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Keberadaan UMKM menjadi sangat penting dalam perekonomian, dimana dalam kondisi ekonomi yang tidak kondusif, UMKM adalah alternatif yang mampu mengurangi beban berat yang dihadapi perekonomian nasional. UMKM menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, berperan dalam meningkatkan

perolehan devisa serta memperkokoh struktur ekonomi nasional. Peran UMKM tidak hanya dirasakan dinegara-negara sedang berkembang melainkan juga di negara-negara maju. Di Negara maju maupun berkembang, UMKM sangat penting sebab menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar. Kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar. Di Indonesia sendiri jumlah UMKM meningkat dari tahun ke tahun. Menurut Kemenkopukm jumlah UMKM di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Seperti yang terlihat pada tabel dibawah.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pelaku UMKM di Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pelaku UMKM di Indonesia</b>
2018	64,2
2019	65,4
2020	61,8
2021	64,2
2022	65

Sumber: kemekopukm.go.id

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology (ICT)* yaitu proses pemasaran dan perdagangan. Dengan adanya internet dan ICT proses pemasaram dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu. Saat ini sudah sangat biasa terjadi sebuah transaksi yang mana pihak pembeli ataupun pihak penjual tidak berada dalam satu tempat. Semua hanya serba daring. Tidak hanya bagi perorangan namun juga bagi perusahaan besar. Alasannya

adalah penggunaan sistem jual beli secara *online* lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan sistem jual beli konvensional yang mengharuskan kedua belah pihak untuk bertemu disuatu tempat untuk melangsungkan transaksi. Perkembangan digital yang sangat besar ini dalam kurun waktu 10 tahun telah mempengaruhi gaya hidup dan kebiasaan masyarakat Indonesia, termasuk kebiasaan dalam berbelanja. Sekitar tahun 2008-2011, di Indonesia punya cara belanja *online* yang berbeda dengan cara belanja *online* saat ini kita kenal. Salah satu pionir *online shop* di indonesia adalah Shoppe Jual Beli-nya. Saat ini berbelanja secara *online* sudah sangat dipermudah dengan aplikasi *e-commerce* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Laazada dan lain sebagainya. Sedangkan hasil survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik, pelaku usaha di Indonesia yang menggunakan *e-commerce* meningkat dari 64,2 juta pada tahun 2021 menjadi 65 juta pada tahun 2022.

Dalam Revolusi Industri terjadi perubahan secara pesat. Distribusi dari industri 1.0 hingga 4.0 saat ini mengalami percepatan yang ditandai dengan perubahan tahun yang semakin mengecil. Dimana industri 3.0 ke 4.0 menjadi lebih singkat yaitu 50 tahun. Tetapi pandemi *virus corona* yang muncul saat ini mengakibatkan krisis ekonomi dan *financial* hampir diseluruh Negara terpuruk dan terhenti. Pandemi *virus corona* bahkan memberikan tekanan terhadap UMKM yang berada diberbagai daerah di Indonesia. Kabupaten Langkat juga turut merasakan dampak dari adanya pandemi *covid-19*. Terutama pada bidang ekonomi yang mengalami penurunan. Secara sederhana dapat kita lihat seperti pada tabel dibawah. Berikut data Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Langkat

**Tabel 1.2**  
**Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Langkat**

<b>Tahun</b>	<b>Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Langkat</b>
2018	5,02
2019	5,07
2020	-0,86
2021	3,08
2022	4,69

Sumber: bps.go.id

Berdasarkan data diatas, pertumbuhan ekonomi yang banyak didukung oleh kehadiran UMKM di Kabupaten Langkat mengalami fluktuasi. Di tahun 2020, bahkan pertumbuhan ekonomi di kabupaten Langkat bahkan sangat rendah yakni sebesar -0,86. Pandemi *covid 19* yang masuk ke Indonesia mengakibatkan seluruh aktivitas transaksi jual dan beli kebutuhan rumah tangga dilakukan secara daring, selain kerena himbauan pemerintah namun juga agar setiap individu terhindar dari tularan virus tersebut.

Salah satu kota di Provinsi Sumatera Utara, Kabupaten Langkat memiliki sebagian besar masyarakat yang bergantung pada UMKM sebagai sumber pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Jumlah UMKM di Kabupaten Langkat terus meningkat dari tahun ke tahun, dengan 841 pelaku usaha meningkat pada tahun 2020. Ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Langkat masih bergantung pada UMKM (Hardilawati, 2020).

**Tabel 1.3**  
**Jumlah UMKM pengguna E-commerce, Digital Payment dan media sosial**  
**Kabupaten Langkat**

No	Tahun	Jumlah	Peningkatan
1	2018	5.782	-
2	2019	7.890	2.108
3	2020	8.731	841
4	2021	9.812	1.081
5	2022	10.412	600

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Langkat

Sebelum pandemi, para pelaku usaha sering menghadapi kendala dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka, termasuk keterbatasan modal, keterbatasan dalam mengatur usaha mereka, dan keterbatasan dalam melakukan pemasaran yang menarik. Dengan adanya pandemi, tantangan yang dihadapi oleh UMKM akan semakin meningkat karena mereka harus membuat rencana untuk bertahan di tengah pandemi *Covid-19*. Ini ditambah dengan pembatasan sosial yang dibuat oleh pemerintah, yang menurunkan pendapatan para UMKM jauh lebih rendah dari sebelumnya.

Hasil survei yang dilakukan di Kabupaten Langkat menunjukkan bahwa UMKM ini tidak berkembang tetapi terus berkembang karena pemerintah tidak menemukan peningkatan pendapatan dari bisnis mereka. Para pelaku usaha sering menghadapi masalah permodalan, dan pandemi juga membuat mereka berpikir tentang cara terbaik untuk mempertahankan bisnis mereka. Salah satunya adalah menggunakan teknologi saat ini karena dapat meningkatkan penjualan mereka secara tidak langsung (Nadya, 2016). Oleh karena itu, Diskominfo kabupaten

Langkat bekerja sama dengan pemerintah rutin mengadakan pelatihan bagi UMKM untuk mengajar mereka bagaimana memanfaatkan kemajuan teknologi. Dengan cara ini, pangsa pasar dapat diperluas dan produk dapat diakses oleh masyarakat luas. Saya setuju (Priambada, 2017) bahwa jika pelaku usaha dapat menggunakan media internet dalam kegiatan usahanya maka mereka akan mendapatkan penjualan 100% lebih tinggi dari sebelumnya.

Menurut (Joseph et al., 2020), *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai aplikasi yang menggunakan internet untuk melakukan transaksi seperti pembelian, penjualan, pemasaran, dan pengembangan pangsa pasar dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Salah satu cara untuk mempertahankan pertumbuhan penjualan adalah dengan mengembangkan bisnis melalui *e-commerce*. Ini terutama berlaku di tengah pandemi yang serba digital ini (Prasetyo et al., 2020). Selain itu, semakin banyak orang yang tertarik untuk membeli kebutuhan mereka secara online tanpa harus bepergian. Oleh karena itu, pangsa pasar kita akan semakin luas jika kita memasarkan produk kita melalui *platform e-commerce*. Biaya yang dikeluarkan melalui internet juga jauh lebih murah daripada berjalan di toko fisik. Sependapat dengan penelitian (Afrinawari, 2018) yang menemukan bahwa *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan mereka lebih dari yang pernah mereka lakukan.

*Digital Payment* merupakan pembayaran digital yang mempunyai dua bentuk yaitu menggunakan komputer dan digital. Terdapat dua jenis uang elektronik ditinjau dari medianya yaitu uang elektronik yang berbasis chip dan berbasis server. Uang elektronik yang berbasis chip dapat menyimpan jumlah

nominal dan transaksi dapat dilakukan secara *offline*. Uang elektronik berbasis server dapat menyimpan jumlah nominal uang pada aplikasi yang menerbitkan, pembayaran dapat dilakukan dalam nominal kecil dan penggunaannya harus dilakukan dengan *online*. Wujud pembayaran pada uang elektronik berbasis server yaitu *mobile banking* dan *internet banking* (Sihaloho et al., 2020). Sesuai dengan penelitian (Sugiarti et al., 2020) dan (Purnamasari, 2020) *digital payment* dapat meningkatkan kinerja bisnis dan mengatur kondisi keuangan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan seseorang, terutama UMKM di daerah tersebut.

Media sosial adalah platform online yang memudahkan komunikasi (Widyanyanti, 2019). Selain itu, bisnis juga memiliki kemampuan untuk melakukan promosi di media internet, yang dikenal sebagai *digital marketing*. Untuk mempromosikan produk atau jasa mereka kepada publik, perusahaan harus melakukan pemasaran dan promosi (Candraningrat et al., 2021). Promosi sebelumnya hanya dilakukan secara tatap muka, jadi target pasar hanya berasal dari masyarakat itu saja. Namun, jika kita melakukan promosi melalui media sosial, mungkin target pasar kita berasal dari masyarakat luas. sehingga ini akan berdampak pada pendapatan harian kita. Menurut (Rohman, 2016) dan (Mursito, 2020), media sosial adalah wadah publikasi yang semakin marak digunakan di era digital, bahkan penggunaannya semakin pesat hingga dapat diakses dengan mudah tanpa batas.

Adapun penelitian mengenai *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan yang diteliti oleh (Paris Dauda & Puteri Padriani, 2023) menemukan hasil bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan



pendapatan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Vionna Agnesia & Agung Joni Saputra, 2022) menemukan hasil bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Penelitian mengenai *digital payment* terhadap peningkatan pendapatan yang diteliti oleh (As'adi & Helmi Sularsih, 2022) bahwa secara signifikan variabel *digital payment* berpengaruh positif terhadap peningkatan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila Listia Andela, 2023) bahwa *digital payment* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Penelitian mengenai media sosial terhadap peningkatan pendapatan yang diteliti oleh (Yusmelinda Zegoto et al., 2022) bahwa pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik untuk peningkatan pendapatan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Elvira Rahmanda & Lailatul) bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Maka dari itu, dengan berdasarkan pada latar belakang dan fenomena yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih dalam mengenai peningkatan pendapatan ini. Sehingga peneliti mengambil dengan judul “ **Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, *Digital Payment* dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Langkat** “.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang ada, maka dapat disusun rumusan masalah yaitu:

1. Apakah penggunaan *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Langkat?
2. Apakah *Digital Payment* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Langkat?
3. Apakah Media Sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Langkat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-Commerce* terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Digital Payment* terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Langkat.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Langkat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini serta menambah sumber pustaka yang telah ada.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang *e-commerce*, *digital payment* dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

### b. Bagi Pembaca

Memberikan informasi atau sarana referensi kepada pembaca, sebagai wawasan untuk mengetahui lebih jauh tentang meningkatkan pendapatan UMKM melalui *e-commerce*, *digital payment* dan media sosial.

### c. Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Diharapkan UMKM sebagai bahan masukan dalam meningkatkan pendapatan yang baik melalui *e-commerce*, *digital payment* dan media sosial.

### d. Bagi Akademis/Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan bagi akademis penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil dari penelitian ini mungkin dapat dijadikan sebagai perbandingan dan juga

referensi dalam membuat penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.