

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi internet dibantu dengan berkembangnya komputer, telekomunikasi, dan teknologi. Para pebisnis tidak perlu lagi bersusah payah mencari informasi untuk mendukung operasi mereka berkat internet. Industri. Dalam perkembangan tersebut, perindustrian di Indonesia harus mampu untuk menanggapi perkembangan ini dan beradaptasi dengan perubahan di masa yang akan datang (Lubis, 2022).

Teknologi membantu dalam berbagai macam aktivitas manusia, terlebih pada masa sekarang dimana kegiatan ekonomi dalam fitur berdagang yaitu pada penggunaan internet. Pada era digital sekarang, pedagang dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan barang dagangan mereka dari berbagai wilayah geografis dan membantu para pembeli dan penjual untuk berkomunikasi. Proses ekonomi telah berevolusi dari yang manual menjadi lebih canggih. Hal ini terjadi semenjak munculnya wadah *e-commerce* yang sangat mudah melakukan kegiatan jual beli baik dari pihak konsumen maupun dari pihak produsen. *E-commerce* mengacu pada perdagangan barang dan jasa secara daring melalui penggunaan komputer dan internet, yang memungkinkan pemasaran produk global dan komunikasi antara pembeli dan penjual. (Wiwin, 2022).

Menurut Nurfina et al (2016) *E-commerce* adalah proses bisnis yang dilakukan secara elektronik dengan melalui teknologi internet, sarana komunikasi utama dalam suatu organisasi. Menurut Fahrozi, (2020) yang menjelaskan *e-commerce* adalah proses penggunaan teknologi internet untuk memperdagangkan produk dan jasa, bahkan informasi, atau kegiatan jual beli.. Sedangkan menurut Munawar (2009) *E-commerce* mengacu pada penggunaan teknologi dalam bisnis untuk memfasilitasi pertukaran barang, jasa, dan informasi antara konsumen, bisnis, dan masyarakat umum melalui transaksi elektronik. Pengguna *e-commerce* terus meningkat tiap tahunnya, kerana meningkatnya pengguna *e-commerce* maka pendapatan juga akan semakin meningkat.

Menurut Sukirno (2000), pendapatan adalah jumlah atau penerimaan yang didapatkan dari penghasilan utama. Saat menjalankan perusahaan, seseorang tentu ingin tahu berapa banyak uang yang dihasilkan, oleh karena itu pendapatan merupakan komponen penting dari perusahaan dagang. (Sukirno, 2000). Menurut Santoso Lumingkewas (2013) pendapatan adalah arus masuk aktiva, pelunasan utang, atau keduanya, yang diakibatkan oleh produksi atau penyerahan barang, pemberian jasa, atau operasi lain yang menjadi operasi utama atau inti suatu bisnis, yang merupakan operasi utama atau inti yang berkesinambungan dan teratur.. Sedangkan menurut Kuswandi dalam Romadina (2018) menyatakan yaitu pendapatan adalah hasil dari menjual barang dagangan. Pembelian dan penjualan produk antara penjual dan pembeli merupakan sumber penjualan. Apakah pembelian dibayar tunai, kredit, atau kombinasi keduanya tidaklah penting. Hasil penjualan dicatat sebagai pendapatan selama penjual telah memberikan produk

kepada pembeli. Karena pendapatan pada *e-commerce* terus meningkat tiap tahunnya. Hal ini tidak dirasakan oleh para penjual di pasar tradisional.

Menurut Peraturan Presiden No. 112 tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan dijalankan oleh pemerintah daerah atau pemerintah federal, atau yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, maupun swadaya. Menurut Sadilah, et al (2011) pasar tradisional merupakan tempat umum yang menjadi tempat tawar-menawar. Pengunjung pasar tradisional ini bisa jadi juga pedagang, jadi tidak selalu menjadi pembeli. Pasar tradisional memiliki tiga kategori: pasar harian, pasar berkala, dan pasar khusus. Sedangkan menurut Gallion (1986) Pasar tradisional merupakan jenis pasar yang paling tua; pasar ini biasanya ditemukan di pinggir jalan raya utama dekat kawasan pemukiman, dengan deretan kios atau lapak yang disusun di ruang terbuka.

Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan (Zulhas) mengatakan bahwa, keberadaan dari *e-commerce*, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, TikTok Shop dan lain sebagainya tidak dapat dihindari. Menanggapi permintaan dari para pedagang yang berada di Pasar Tanah Abang, Jakarta, yang berkeinginan agar *e-commerce* yang di operasikan di Indonesia harus ditutup. Menurutnya, para pedagang seharusnya bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman yang ada, bukannya dengan meminta *e-commerce* ditutup. Walaupun begitu, Ketua Umum Partai Amanat Nasional (PAN) mengaku bahwa *e-commerce* harus tetap diatur. Seperti yang dilakukan oleh pemerintah terhadap Shopee, yang saat ini dilarang menjual barang yang berasal dari luar negeri. Tuntutan dari para pedagang di Tanah Abang ini menjadi viral di media sosial yang menuntut penutupan *e-commerce*. Mereka mengaku rugi karena kehadiran *e-commerce* yang

menawarkan harga jauh lebih murah. Dan banyak dari netizen yang tidak setuju jika *e-commerce* ditutup, karena seharusnya pedagang lah yang dapat beradaptasi. Namun, pada tanggal 4 Oktober 2023 pemerintah melarang TikTok Shop beroperasi dan resmi ditutup di Indonesia (Nugraheny dan Prabowo, 2023).

Berdasarkan data Statistika Market Insights, di Indonesia, pada tahun 2022 tercatat 178,94 juta pengguna pasar daring atau *e-commerce*. Angka ini meningkat 12,79% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat 158,65 juta pengguna. Berdasarkan tren terkini, terlihat adanya peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia. Pada akhir tahun 2023. Adapun, Bank Indonesia (BI) mencatat, di Indonesia penjualan *e-commerce* diperkirakan mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2022. Angka ini berasal dari 3,49 miliar pembelian online yang dilakukan pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan nilai transaksi *e-commerce* sebesar 18,8% menjadi Rp401 triliun dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, jumlah tersebut masih kurang dari target bank sentral sebesar Rp489 triliun. (Mustajab, 2023).

Belakangan ini, para produsen baik besar maupun kecil, serta pedagang eceran mulai merambah ke *e-commerce*. Hal ini dimaksudkan agar mereka dapat lebih mudah memperkenalkan atau menawarkan produknya kepada konsumen melalui promosi media daring. *E-commerce* memfasilitasi transaksi antara produsen dan pelanggan. Suatu bentuk perdagangan elektronik yang dikenal sebagai "*e-commerce*" berfokus pada transaksi bisnis satu lawan satu melalui penggunaan internet sebagai media pertukaran barang dan jasa antara dua organisasi dan konsumen langsung, menghindari batasan waktu dan ruang yang sebelumnya lazim. Internet memiliki dampak revolusioner pada bisnis, yang

menghasilkan paradigma baru dalam bidang ini. Internet menawarkan sejumlah manfaat yang menarik bagi bisnis dan konsumen. Media elektronik canggih lainnya yang memfasilitasi e-commerce dan berkembang pesat adalah internet. Ada banyak keuntungan menggunakan internet untuk menjalankan proses pemasaran. (Lubis, 2022).

Pengaruh dari keberadaan *e-commerce* ini tidak hanya dirasakan oleh penjual di Tanah Abang Jakarta saja. Tapi dirasakan juga oleh pedagang sandang pada Pasar Batuphat, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe, Aceh. Pasar Batuphat awalnya hanyalah dari lapak – lapak kayu, lalu di bangun kembali dan menjadi pasar permanen yang menjual segala macam kebutuhan. Pada Pasar Batuphat pedagang terbagi menjadi 2, yaitu pedagang sandang dan pedagang pangan. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti pedagang sandang yang sangat berdampak dengan adanya *e-commerce*. Jumlah pedagang sandang pada Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe yaitu sebanyak 53 responden. Pedagang sandang dapat diartikan sebagai pedagang yang menjual bahan pakaian, jika diberi penjelasan lebih jauh yaitu mengenai kebutuhan manusia (Prinada, 2021). Dengan kehadiran *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia Lazada dan lain sebagainya, sangat berdampak pada pedagang sandang yang ada di Pasar Batuphat hingga akhirnya ada beberapa toko mereka harus ditutup. Sebagai data pendukung, peneliti melakukan pra survei terhadap 33 responden pedagang sandang. Berikut hasil pra survei dibawah ini:

Tabel 1.1
Hasil Pra Survey

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah Anda masih berdagang di Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe setelah hadirnya <i>E-Commerce</i> seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya?	29	4
2	Apakah Anda merasakan adanya perubahan pendapatan penjualan anda dengan adanya <i>E-Commerce</i> (Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya)?	31	2
3	Apakah dengan adanya <i>E-Commerce</i> (Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya) mempengaruhi penurunan pendapatan yang Anda hasilkan?	31	2

Sumber: Data diolah (2024)

Menurut pra survei penelitian tabel 1.1 diketahui bahwa terdapat 33 responden pedagang sandang pada Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil dari pra survei tersebut yaitu Pertama kebanyakan dari mereka masih berdagang pada Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe setelah adanya E-Commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya. Kedua banyak dari mereka merasakan perubahan pendapatan penjualn yang diperoleh dengan adanya E-Commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya), dan terakhir kebanyakan dari mereka dengan adanya *E-Commerce* (Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya) mempengaruhi penurunan pendapatan yang mereka hasilkan dari dagangan sandangnya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mendalami penelitian tentang pengaruh *e-commerce* yang berkaitan dengan pendapatan para pedagang sandang di pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap pendapatan pedagang sandang pada Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan perumusan masalah diatas, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap pendapatan pedagang sandang pada Pasar Batuphat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pedagang sandang beradaptasi dengan perkembangan dari jual beli *online* atau *e-commerce*.

2. Sebagai ilmu tambahan bagi penulis selanjutnya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang Administrasi Bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pedagang sandang

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi oleh semua pedagang sandang tentang bagaimana beradaptasi dengan perkembangan jual beli *online* atau *e-commerce* yang sedang dihadapi pada saat ini dan menjadi acuan dalam mengembangkan strategi bisnis mereka agar tetap berjalan.

2. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman dalam bidang perdagangan terutama dalam *e-commerce*.

3. Bagi peneliti selanjutnya dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan bagi mahasiswa yang tertarik pada kajian penelitian ini.

