

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM juga menjadi tulang punggung dalam pembangunan ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi masalah kesenjangan masyarakat, khususnya terkait dengan pendapatan. Akan tetapi saat masa pandemi Covid-19, daya beli masyarakat berubah sehingga menyebabkan penurunan permintaan terhadap barang dan jasa.

Berdasarkan sejumlah penelitian, pandemi Covid-19 berdampak besar pada banyak industri. Banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang operasionalnya terhenti karena perusahaannya terhalang aturan pandemi dan tidak bisa berkembang, bahkan sampai rugi dan gulung tikar. Apalagi UMKM sentra kuliner. Secara global, rantai pasokan melemah akibat dampak Covid-19, seperti penurunan harga komoditas dan kemungkinan meningkatnya krisis ekonomi global. Di tingkat nasional, larangan bepergian dan pembatasan sosial telah banyak diterapkan akibat penyebaran Covid-19. Situasi ini mendorong para anggota UMKM untuk meningkatkan kinerjanya demi kelangsungan usaha.

Kinerja (performance) merupakan hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang atau tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika (Prawirosentono, 1999). Kinerja diartikan juga sebagai gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi (LAN-RI, 2003:3).

Peningkatan kinerja merupakan upaya para pelaku ekonomi untuk terus bertahan dalam menjalankan usahanya. Namun, terminologi ini menjadi masalah besar bagi para ekonom, khususnya UMKM. Mereka berpendapat bahwa meningkatkan kinerja membutuhkan "perubahan mendasar dan strategis yang spesifik". Peningkatan efisiensi operasional membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas, teknologi yang maju dan lingkungan yang kondusif. (Wiyadi, 2009) mengungkapkan bahwa kondisi lingkungan bisnis saat ini berubah secara radikal, memaksa setiap industri untuk beroperasi secara efisien agar mampu bersaing dengan produk dalam negeri lainnya. Dengan demikian, industri/perusahaan harus mampu menyediakan produk berkualitas baik dengan harga murah kepada konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki hasil operasi yang baik.

Sementara itu, UMKM hingga saat ini masih menghadapi berbagai permasalahan baik yang bersifat klasik atau intermediate dan advanced.

Permasalahan tersebut bisa berbeda di satu daerah dengan daerah lain atau antar sektor atau perusahaan pada sektor yang sama. Permasalahan klasik yang dihadapi yaitu rendahnya produktivitas. Keadaan ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu: rendahnya kualitas sumber daya manusia, pemahaman mengenai organisasi & pemasaran, lemahnya kewirausahaan dari para pelaku UMKM, dan terbatasnya akses UMKM terhadap informasi dan teknologi.

Namun seiring dengan perkembangan teknologi dewasa ini, tak dapat dipungkiri, perlahan semua hal sudah beralih ke arah digital. Interaksi antara manusia dan teknologi sudah tidak terelakkan lagi. Pemenuhan kebutuhan pun tersedia secara digital, mulai dari jual beli, jasa, hingga transaksi pembayaran. Pemanfaatan teknologi merupakan dasar dari masing-masing revolusi industri. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi juga dikaitkan dengan operasional usaha. Faktor pemasaran dan pengenalan produk sudah mulai dilakukan melalui *e-commerce* yang tersambung ke jaringan internet. Pada kenyataannya, orang menggunakannya secara tidak sadar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, tetapi tidak tahu bahwa *e-commerce* sebenarnya dapat digunakan sebagai sumber pendapatan. Penggunaan *e-commerce* adalah suatu keharusan untuk tetap mengikuti tren dan perkembangan saat ini.

E-commerce merupakan singkatan dari electronic commerce yang dapat diartikan sebagai perusahaan yang menawarkan penjualan atau mempromosikan produk atau jasa secara online. *E-commerce* sangat

digemari oleh penjual karena bisa melakukan promosi dengan media online dan lebih mudah menjangkau konsumen. Selain itu, *e-commerce* sangat membantu antara pembeli dengan penjual dalam melakukan transaksi. Faktor penting dari *e-commerce* yaitu bisa mendapatkan *feedback* dari pelanggan secara cepat. *E-commerce* merupakan salah satu bagian dari strategi UMKM untuk meningkatkan penjualan dari produk yang dijual serta *e-commerce* juga bisa menghemat waktu, biaya dan tenaga. Dampak diterapkannya *e-commerce* akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Dengan memanfaatkan *e-commerce* pemilik UMKM juga bisa melakukan komunikasi secara intensif dengan calon konsumen untuk memasarkan produk. Pemanfaatan sebuah *e-commerce* dianggap sangat penting serta merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu terhadap pendapatan sebuah UMKM.

Menurut (Laudon & Traver C.G, 2017) ada 5 variabel penting untuk mengevaluasi situs jaringan *e-commerce* (*interface, navigation, content, reliability, dan technical*). Interface adalah suatu aplikasi yang menghubungkan antara muka serta dapat mempermudah masyarakat baik dalam transaksi pembelian fisik maupun jasa. *Interface user* memberikan kemudahan bagi penggunanya. Salah satu aplikasi *user interface* yang sekarang sedang terkenal di Indonesia adalah Grab, yaitu aplikasi *e-commerce* yang mempermudah pemakainya dalam melakukan pembelian baik produk ataupun jasa angkutan.

Sebagai contoh ojek online , melalui aplikasi Grab seseorang bisa menggunakan jasa seseorang untuk transportasi dengan memakai motor ataupun mobil, memesan makanan, mengirim barang, jasa angkut dan yang lainnya oleh Grab. Fitur Grabfood yang ada di aplikasi Grab ini sangat membantu pihak penjual kerana menjadi sarana promosi, lebih mudah dijangkau banyak calon konsumen, menghindari kontak langsung semasa PPKM serta mengurangi mobilitas orang di masa pandemi. Dengan bekerja sama dan bermitra kepada UMKM sektor makanan dan non makanan, Grab mengambil peran sebagai penyedia platform bagi para pengusaha UMKM makanan yang mana menjadi media marketing dalam pengenalan produk yang dijual oleh UMKM tersebut. Selain menjadi media marketing, Grab juga menyediakan jasa pengantaran online yang mempekerjakan driver atau pengendara Grab untuk mengatarkan pesanan yang telah dibeli oleh konsumen. Pembayaran dalam aplikasi ini juga bisa menggunakan non tunai sehingga dapat mendorong terciptanya masyarakat *Less Cash Society (LCS)* terutama di masa pandemi.

Penggunaan aplikasi Grabfood sebagai penyedia jasa layanan pemesanan makanan menjadi salah satu *opsi* yang banyak digunakan oleh pebisnis kuliner di Kota Jombang. Dilansir dari aplikasi Grab, dapat diketahui bahwa jumlah mitra grabfood di Kota Jombang sebanyak 228 mitra usaha kuliner, sedangkan mitra Gofood yang merupakan layanan aplikasi Gojek hanya memiliki 152 mitra usaha kuliner. Hal ini tentu bukanlah hal baru bagi pelaku ekonomi. Namun semenjak pandemi,

pengguna *e-commerce* memang mengalami peningkatan. Ditambah lagi pandemi yang telah mengubah perilaku dan gaya belanja para konsumen. Teknologi digital sebagai solusi yang dapat dimaksimalkan oleh para pelaku UMKM guna mempertahankan usahanya dan *e-commerce* menjadi salah satu pilihan para pelaku UMKM untuk memasarkan produk ataupun jasanya.

Penelitian dilakukan oleh (Tiandra & Hambali, 2019) menjelaskan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Meskipun UMKM mempunyai kesempatan yang sama untuk menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu alternatif untuk memaksimalkan kinerja. Akan tetapi tidak semua UMKM mempunyai kapabilitas dalam menggunakan dan memanfaatkan *e-commerce* secara maksimal. Pengetahuan dan keahlian pengguna dapat menjadi salah satu penyebab perbedaan kemampuan dalam mengoperasikan *e-commerce*. Sehingga hal tersebut tidak terlalu berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Berbeda dengan hasil penelitian (Sarastyarini & Yadnyana, 2018) yang menjelaskan bahwa kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah akan semakin meningkat apabila pelaku usaha menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya. Peningkatan efektifitas penggunaan *e-commerce* otomatis meningkatkan kinerja usaha.

Berdasarkan latar belakang, serta hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“ Pengaruh *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Masa pandemi Covid-19 ”, Studi Kasus pada mitra Grab di Kota Jombang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalahnya adalah : Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM Kuliner yang bermitra Grab di masa pandemi Covid 19, khususnya di Kota Jombang.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dimaksud dalam penelitian ini, maka tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM Kuliner yang bermitra Grab di masa pandemi Covid-19, khususnya di Kota Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM yang bermitra Grab di masa pandemi Covid-19, khususnya di Kota Jombang.

1.4.2 Manfaat secara Praktis

1. Pemilik UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan serta memberikan pandangan lain kepada pemilik

UMKM yang belum menggunakan internet sebagai *opsi* marketing, khususnya di masa pandemi.

2. STIE PGRI Dewantara Jombang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi, referensi, sumbangan pemikiran, dan bahan bagi penelitian selanjutnya, serta menambah koleksi pustaka mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM Kuliner yang bermitra Grab di masa pandemi Covid-19, khususnya di Kota Jombang.

3. Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana penerapan Ilmu Pengetahuan dan teori-teori yang selama ini diperoleh dari STIE PGRI Dewantara Jombang dalam perkuliahan ke dalam praktik kehidupan nyata mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM Kuliner yang bermitra Grab di masa pandemi Covid-19, khususnya di Kota Jombang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Kota Jombang, Jawa Timur. Sementara waktu penelitian dilakukan selama bulan Juli dan September 2022