

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator penting dalam pembangunan dan perkembangan perekonomian suatu negara yang dapat meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat pada tingkat pendapatan (Siti Hodijah, 2021). Pertumbuhan ekonomi dapat menggambarkan keberhasilan pembangunan ekonomi di suatu negara, dapat digunakan untuk menjelaskan indikator makro lainnya seperti tingkat inflasi, tingkat pengangguran, tingkat kemiskinan dan lain sebagainya (Siti Hodijah, 2021). Untuk memperoleh kesejahteraan hidup masyarakat, maka pelaksanaan pembangunan harus dilakukan sehingga tercapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi (Erni Febrina Harahap dkk, 2020). Pertumbuhan ekonomi yang pesat dan stabil dapat memberikan dampak positif secara langsung maupun tidak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat di suatu negara (Erni Febrina Harahap dkk, 2020)..

Pertumbuhan ekonomi memang berperan sebagai syarat yang strategis bagi peningkatan kualitas kehidupan rakyat, namun pertumbuhan ekonomi tidak akan terjadi jika tidak ada aktivitas ekonomi dari masyarakat (Diana Adriani dkk, 2018). UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat (Kadeni dkk, 2020). Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat (Kadeni dkk, 2020). Dengan begitu

besarnya andil UMKM dalam menopang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara manapun karena perannya yang vital dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Kadeni dkk, 2020).

Sektor UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat dikatakan bahwa sektor UMKM dapat berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi (Irma Muzdalifa, 2018). Perkembangan UMKM di Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan setiap tahunnya (Irma Muzdalifa, 2018). Hal tersebut juga diikuti dengan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja yang setiap tahun mengalami peningkatan (Irma Muzdalifa, 2018). Pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini merupakan sektor yang sangat diperhatikan oleh pemerintah, karena terbukti dengan seriusnya perhatian pemerintah dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia (Bambang Agus Windusancono, 2021). UMKM mempunyai peran penting dalam pertahanan ekonomi bangsa dan menyumbang lebih dari 50% total PDB dan mengurangi pengangguran dengan kontribusi 90% dari total tenaga kerja (Bambang Agus Windusancono, 2021).

Saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian nasional maupun daerah yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja (Hafni dan Rozali, 2017). Terciptanya lapangan perkerjaan dan laju perekonomian di dukung oleh populasi dari UMKM sebab mereka dapat melihat peluang dan menciptakan bisnis baru (Adriani Kala'lemban, 2020). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk bisnis yang

bergerak dalam berbagai bidang usaha pemberdayaan masyarakat, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara-negara Asia Tenggara (Ratih Puspitasari dan Danti Astrini, 2021).

Semua jenis usaha terutama UMKM, pasti memiliki tujuan agar usahanya memiliki kinerja terbaik (Risa Nadya Septiani dkk, 2020). Persyaratan utama untuk mewujudkan perkembangan UMKM yaitu dengan kinerja yang baik pada seluruh sektor yang ada seperti sektor keuangan, produksi, distribusi dan pemasaran (Risa Nadya Septiani dkk, 2020). Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja UMKM salah satunya melalui adopsi ICT (*information, communication and technology*) (Wicaksono Febriantoro, 2018). Kemudian, elemen penting dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi dan memperbaiki kinerja perusahaan adalah mengoptimalkan kontribusi sektor keuangan dengan membuka akses layanan jasa keuangan seluas mungkin kepada masyarakat dan pelaku usaha seperti UMKM (Risa Nadya Septiani dkk, 2020).

Deputi Gubernur Bank Indonesia, Doni Primanto Joewono menyatakan hasil Survei Bank Indonesia melaporkan, sebanyak 77,95 persen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia turut terdampak negatif pandemi Covid-19 pada tahun 2021 (Doni Primanto, 2022). Persoalan utama yang dialami UMKM ialah turunnya laba atau pendapatan (Doni Primanto, 2022). Penjualan produk sektor usaha juga menurun tajam akibat lesuhnya permintaan (Doni Primanto, 2022). Deputi I Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan Kementerian Koordinator (Kemenko) Bidang Perekonomian Iskandar Simorangkir menyebutkan pemerintah berkomitmen untuk terus bekerja sama dengan seluruh pemangku kepentingan dalam membangkitkan ekosistem kewirausahaan dan dukungan pembiayaan (Iskandar Simorangkir, 2022). Iskandar membeberkan

sebanyak 48,6% UMKM tutup sementara, 30,5% UMKM mengalami penurunan permintaan dan membutuhkan bantuan modal usaha di masa pandemi (Iskandar Simorangkir, 2022).

Pemanfaatan *e-commerce* sudah menjadi keharusan dalam dunia usaha yang semakin banyak untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global serta mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif dan inovatif (Yudi Purwanto dkk, 2022). Pemanfaatan *e-commerce* sangat membantu antara konsumen dengan penjual dalam melakukan transaksi (Yudi Purwanto dkk, 2022). Faktor penting dari *e-commerce* yaitu bisa mendapatkan *feedback* dari pelanggan secara cepat (Yudi Purwanto dkk, 2022). *E-commerce* merupakan salah satu bagian dari UMKM untuk meningkatkan penjualan dari produk yang dijual serta *e-commerce* juga bisa menghemat waktu, biaya dan tenaga (Yudi Purwanto dkk, 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha dimana pengembangan produk mereka sangat penting demi mendapatkan keuntungan yang optimal (Handhika Kusuma dkk, 2020). Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi dapat mendorong kinerja UMKM adalah pemanfaatan *e-commerce* (Handhika Kusuma dkk, 2020). Jika pelaku usaha di Indonesia memiliki kapabilitas pemasaran daring (*internet marketing capability*) yang tinggi, kinerja UMKM akan semakin meningkat (Teten Masduki, 2022).

Saat ini teknologi informasi sedang dikembangkan untuk merambah ke semua aspek kehidupan manusia (Zulfatun Ruscitasar dkk, 2021). Hal tersebut menjadikan teknologi informasi berperan lebih dominan, terutama dalam bidang bisnis dan sosial (Zulfatun Ruscitasar dkk, 2021). Perkembangan teknologi yang pesat membuat masyarakat lebih mudah dalam berkomunikasi dan melakukan

transaksi bisnis (Zulfatun Ruscitasar dkk, 2021). Tren pemasaran dunia telah bergeser dari tradisional (*offline*) ke digital (*online*) (Aurelia Salsabila Putri, Roni Zakaria, 2020). Strategi pemasaran digital ini lebih berwawasan ke depan karena memungkinkan calon pelanggan memperoleh berbagai informasi tentang produk dan melakukan transaksi melalui internet (Aurelia Salsabila Putri, Roni Zakaria, 2020). Kegiatan ekonomi yang mulai dilakukan dengan berbasis aplikasi & website ini menguasai hampir seluruh sektor di dunia, mulai dari perdagangan, perbankan, kesehatan, pariwisata, industri, pendidikan dan pelatihan, transportasi hingga pertanian (Aurelia Salsabila Putri, Roni Zakaria, 2020).

Dari banyaknya sektor ini, sektor perdagangan menjadi sektor terdepan yang saat ini menguasai hampir seluruh pasar di Indonesia dengan berbasis teknologi digital yang kita kenal dengan sebutan *e-commerce* (Aurelia Salsabila Putri, Roni Zakaria, 2020). Pemasaran menjadi hal terpenting, sebab UMKM di masa depan harus bisa merespon pasar, dengan memiliki kecakapan di bidang teknologi, kreasi, inovasi, untuk menjawab kebutuhan pasar (Hanung Harimba Rachman, 2021). UMKM yang mampu bertahan adalah UMKM yang terhubung dengan ekosistem digital dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, *marketplace* (Hanung Harimba Rachman, 2021). Pemasaran yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan suatu usaha khususnya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Handhika Kusuma dkk, 2020).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Teten Masduki melaporkan bahwa pada 2020, 56% UMKM mengalami penurunan omzet penjualan akibat pandemi Covid-19, 22% lainnya kesulitan mendapatkan pembiayaan atau kredit, 15% mengalami permasalahan dalam distribusi barang,

dan 4% sisanya kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (Teten Masduki, 2022). Selama ini para UMKM kesulitan dalam mendistribusikan produk/barangnya karena kebanyakan dari mereka hanya fokus mendistribusikan barang kepada beberapa kolega/pegepul yang dikenal saja (Teten Masduki, 2022). Salah satu faktor yang menyebabkan pendistribusian barang UMKM kurang meluas karena para UMKM belum mencoba melakukan pemasaran secara *online* (Teten Masduki, 2022).

Para UMKM menghadapi berbagai tantangan untuk dapat memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, masih banyak UMKM yang kekurangan modal, kurang pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan tentang teknologi informasi seperti *e-commerce* (Teten Masduki, 2022). Kehadiran teknologi *E-commerce* membuat berbagai usaha mikro, kecil dan menengah dapat memasuki pasar global secara mudah dan bahkan bersifat *realtime* (Nanda Tiandra dkk, 2019). Besarnya potensi *e-commerce* tidak lepas dari perkembangan pengguna internet di Indonesia (Nanda Tiandra dkk, 2019). Penggunaan *e-commerce* adalah salah satu bentuk implementasi perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (barang atau jasa) ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional (Nanda Tiandra dkk, 2019). Deputi Bidang UKM Bandung Kemenkop UKM Hanung Harimba Rachman mengatakan, jika diidentifikasi lebih dalam, beberapa permasalahan dan kesulitan usaha yang dihadapi UMKM yaitu mengenai permodalan 51,09 %, dan pemasaran 34,72 % (Hanung Harimba Rachman, 2021).

Teknologi yang tersedia seharusnya dapat membantu para pelaku UMKM mempunyai kemampuan untuk mengimplementasikan dan mengintegrasikan sumber daya dan pengetahuan yang dimiliki dalam rangka menciptakan

pengetahuan baru (Teten Masduki, 2022). Hal ini dimaksudkan agar para pelaku UMKM di Indonesia dapat meningkatkan kemampuan wawasan pasar daring dan menciptakan nilai unggul bagi pelanggannya, yang selanjutnya diharapkan akan meningkatkan kinerja UMKM baik dilihat dari modal, penjualan, tenaga kerja, pemasaran, dan keuntungan (Teten Masduki, 2022). Menurut Aab Abdurahman selaku ketua BUMDes Desa Cibogohilir, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta, untuk meningkatkan kinerja dan pengetahuan BUMDes, para pengurus dan pelaku UMKM di haruskan mengikuti berbagai pelatihan (Aab Abdurahman, 2020). Pelatihan tersebut diantaranya mengenai penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital sebagai terobosan baru untuk memberikan kemudahan akses informasi, perluasan pasar, dan produktivitas desa (Aab Abdurahman, 2020). Digitalisasi Badan Usaha Milik Desa merupakan target jangka panjang pemerintah untuk melakukan percepatan menuju BUMDes digital, yang sampai saat ini baru ada 28.000 BUMDes yang memasuki dunia teknologi digital (Aab Abdurahman, 2020).

Kinerja UMKM merupakan ukuran yang dapat memberikan gambaran sejauhmana UMKM tersebut dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Ratih Puspitasari dan Danti Astrini, 2021). Oleh karena itu pelaku UMKM diantaranya harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang keuangan (literasi keuangan) agar dapat mengelola keuangan secara efektif (Ratih Puspitasari dan Danti Astrini, 2021). Salah satu faktor yang dapat meningkatkan literasi keuangan adalah inklusi keuangan yang berguna dalam meningkatkan akses keuangan bagi pelaku UMKM (Ratih Puspitasari dan Danti Astrini, 2021).

Menurut Direktorat Pengaturan Perizinan dan Pengawasan *Fintech* OJK, Tomi Joko Irianto menyatakan bahwa dengan banyaknya penggunaan *Fintech*

pada UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM dan juga mendorong peningkatan Standar Nasional Inklusi Keuangan (Tomi Joko Irianto, 2022). Inklusi Keuangan dapat memberikan akses pinjaman tanpa harus ke perbankan, memberikan kemudahan bagi UMKM, dengan begitu dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas UMKM (Tomi Joko Irianto, 2022).

Selain pemanfaatan *E-Commerce*, permasalahan yang dihadapi UMKM di Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yaitu mengenai Inklusi Keuangan (Ari Nugroho, Evi Yulia Purwanti, 2018). Inklusi keuangan menjadi tren paska krisis 2008 terutama didasari dampak krisis kepada kelompok *in the bottom of the pyramid* dari tahun 2011 hingga tahun 2014, 700 juta orang menjadi pemilik baru rekening di bank, lembaga keuangan lainnya, dan penyedia layanan *mobile money* (Ari Nugroho, Evi Yulia Purwanti, 2018). Lembaga keuangan seperti bank maupun non bank berperan penting untuk mendukung perekonomian setiap masyarakat, baik masyarakat berpenghasilan besar maupun kecil untuk mendukung usahanya, dan salah satu permasalahan yang di alami hampir semua negara, termasuk Indonesia adalah masalah kemiskinan (Wira Iko Putri Yanti, 2019). Inklusi Keuangan adalah segala upaya yang dilakukan untuk menghapus semua yang menjadi hambatan masyarakat untuk menggunakan jasa keuangan, yang dimana inklusi keuangan juga merupakan strategi nasional untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan mengurangi kemiskinan, pemerataan pendapatan dan stabilitas sistem keuangan (Wira Iko Putri Yanti, 2019).

Menurut Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK, Tirta Segara mengatakan tingkat inklusi keuangan nasional di Indonesia masih belum merata meskipun telah mencapai 79 persen di atas target pada tahun 2019 dan akses keuangan di wilayah perkotaan mencapai 84 persen

(Tirta Segara, 2021). Angka ini jauh lebih tinggi daripada di wilayah pedesaan yang hanya mencapai 69 persen (Tirta Segara, 2019). Selain itu, tingginya tingkat inklusi juga tidak diikuti dengan tingkat pemahaman masyarakat akan produk keuangan. Dengan kata lain, tingkat literasi masyarakat itu masih rendah, yaitu di akhir tahun 2019 hanya 38 persen (Tirta Segara, 2019).

Belum meratanya tingkat inklusi keuangan di Indonesia disebabkan karena masih terdapat hambatan untuk mengakses lembaga keuangan yang formal dan maraknya penipuan yang dilakukan oleh lembaga keuangan ilegal (Ari Nugroho, Evi Yulia Purwanti, 2018). Direktur Penelitian Departemen Penelitian dan Pengaturan Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Mohamad Miftah menyatakan, industri keuangan atau perbankan merupakan sektor yang menjadi peringkat pertama atau paling banyak mendapatkan serangan siber (Mohammad Miftah, 2022). Beberapa serangan siber yang dilakukan oleh phisher tersebut yaitu dengan mengelabui nasabah perbankan (Mohammad Miftah, 2022). Hambatan masyarakat dalam mengakses lembaga keuangan adalah tingginya *unbankable* (tidak memenuhi persyaratan pinjaman bank) yang disebabkan oleh kesenjangan kemiskinan, rendahnya pembiayaan UMKM, tingginya suku bunga kredit mikro, kurangnya kemampuan manajemen UMKM, dan terbatasnya saluran distribusi jasa keuangan, hal tersebut yang menjadikan penerapan inklusi keuangan penting (Nengsih, 2015).

Tahun 1998 hingga 2018 jumlah konsumsi kredit UMKM belum mengalami perubahan yang signifikan, tingkat perubahannya belum bisa melebihi 20% (Bank Indonesia, 2018). Semakin mudahnya akses perbankan akan memudahkan masyarakat maupun pelaku usaha dalam mengakses produk perbankan termasuk layanan kredit UMKM yang juga akan menambah jumlah

penyalurannya (Linati, 2017). Direktur Pengembangan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Eko Ariantori, menyebut saat ini pihaknya tengah fokus terhadap inklusi keuangan berkelanjutan (Eko Ariantori, 2018). Salah satunya adalah melalui sinergi program dengan badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang diyakini mampu mendorong perwujudan desa maju dan masyarakat sejahtera.

Hadirnya BUMDes, diharapkan dapat mengurangi terjadinya ketimpangan antara perkotaan dengan perdesaan (Eko Ariantori, 2018). Membangun itu perlu adanya akses keuangan, sehingga melalui program BUMDes yang di sinergikan dengan program inklusi keuangan diharapkan *gap* antara desa kota terkait dengan inklusi keuangan dan literasi keuangan bisa mengejar ketertinggalannya (Eko Ariantori, 2018). Sejauh ini sangat jelas terlihat bagaimana ketimpangan antara kota dan desa masih tinggi, di mana tingkat kemiskinan di desa masih 13,9 persen atau dua kali lipat dari tingkat kemiskinan di kota yang berkisar 7,72 persen (Eko Ariantori, 2018). OJK pun berinisiasi bersama seluruh stakeholder untuk memfasilitasi di dalam percepatan pembangunan di desa melalui BUMDes (Eko Ariantori, 2018).

Minimnya kajian yang berkaitan dengan topik ini menjadikan topik ini penting untuk diangkat sebagai perkembangan ilmu pengetahuan serta sumber referensi tambahan bagi para akademisi maupun praktisi. Penelitian ini berfokus menganalisis pengaruh Pemanfaatan *E – Commerce* dan Inklusi Keuangan dengan basis data primer. Kebaruan dari penelitian ini yaitu perbedaan pada indikator dan unit analisis nya, yang berfokus pada UMKM yang terdaftar pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Cibogohilir, Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah tersebut, maka

penulis mengambil judul penelitian “**Analisis Atas Kinerja UMKM Yang Dipengaruhi Oleh Pemanfaatan *E-Commece* dan Inklusi Keuangan**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan menganalisa tentang Analisis Atas Kinerja UMKM Yang Dipengaruhi Oleh Pemanfaatan *E-Commerce* dan Inklusi Keuangan. Sehingga dalam penelitian ini identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

- 1) Masih kurangnya pengetahuan dalam pemanfaatan *e-commerce* pada UMKM dan kesulitan dalam distribusi barang (halaman 6)
- 2) Masih belum merata nya tingkat inklusi keuangan pada umkm di desa yang di sebabkan terbatasnya akses layanan jasa keuangan, rendahnya tingkat literasi keuangan dan maraknya penipuan lembaga keuangan ilegal (halaman 9)
- 3) UMKM mengalami penurunan laba usaha dan kesulitan dalam mendapatkan modal usaha (halaman 3-4)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah maka, dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

- 1) Seberapa besar pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM
- 2) Seberapa besar pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh data terkait Analisis Atas Kinerja UMKM Yang Dipengaruhi Oleh Pemanfaatan *E-Commerce* dan Inklusi Keuangan, guna untuk dikaji dan dianalisis lebih lanjut sehingga akan diperoleh kebenaran mengenai variabel tersebut.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, dan Rumusan Masalah maka tujuan Penelitian ini untuk :

- 1) Untuk mengkaji dan menganalisis berapa besar pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM
- 2) Untuk mengkaji dan menganalisis berapa besar pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah - masalah yang terjadi seperti masih kurangnya kemampuan UMKM dalam pemanfaatan *E – Commerce* dan belum meratanya tingkat inklusi keuangan pada UMKM di desa. Berdasarkan teori yang dibangun dan bukti empiris yang dihasilkan maka fenomena Kinerja UMKM dapat diperbaiki dengan meningkatkan pemanfaatan (*E-Commerce*) dan Inklusi Keuangan.

1.5.2 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dalam penelitian ini adalah sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang

sama, yaitu mengenai Analisis Atas Kinerja UMKM Yang Dipengaruhi Oleh Pemanfaatan *E-Commerce* dan Inklusi Keuangan.