

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Merebaknya pandemic covid-19 menyebabkan terjadinya goncangan pada perekonomian dunia. Di Indonesia pandemi covid-19 berdampak pada berbagai sektor seperti ekonomi, transportasi, pariwisata, perdagangan, kesehatan dan sektor lainnya, namun Sektor ekonomi yang paling terkena dampak covid-19 adalah pada sektor industri (Susilawati et al.,) dalam Nurlinda 2020. Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) pada masa pandemic covid-19, pembatasan ini bertujuan untuk menekan penyebaran virus di Indonesia. Dengan pembatasan ini, masyarakat menjadi tidak leluasa untuk melakukan kegiatan dan perjalanan ke daerah lain dan memicu adanya kebiasaan baru untuk dapat beradaptasi (Aprista Ristyawati, 2020).

Kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah salah satunya berdampak atau berpengaruh pada bidang ekonomi, dimana adanya perubahan pada pola berbelanja dari belanja langsung menjadi belanja tidak langsung (online), dalam pemenuhan kebutuhan pokok dan untuk kepentingan harian lainnya. Pola perubahan ini tentunya berdampak pada para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dimana kondisi ini menuntut para pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan pembiasaan baru agar dapat bertahan. (Kusumatriana, 2021)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang perannya sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah

pelaku usaha mikro yang diperkirakan sebagian besar bergerak di sektor informal. Hal ini mengindikasikan gejala informalisasi perekonomian yang mana tenaga kerja yang tidak berhasil diserap oleh sektor formal akan beralih ke sektor informal, (Hartono, 2019). 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-masalah kesenjangan masyarakat yang terkait dengan pendapatan (Polandos, Engka, dkk dalam Tessa 2020).

Menurut data Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo,2021) “Pandemi covid-19 telak memukul perekonomian dan UMKM ikut terdampak, 30 juta pelaku UMKM mengalami masa sulit dikarenakan pendapatan usahanya kecil sehingga membuat para pelaku usaha mengalami kesulitan untuk membayar biaya-biaya operasional maupun pinjaman bisnis serta gaji pegawai”. Dampak pandemi yang paling besar dirasakan diantaranya oleh kelompok-kelompok UMKM yang bergerak di sektor kerajinan dan pariwisata, dengan masing - masing mencapai 85 dan 75 persen. Kemudian disusul oleh kelompok sektor kecantikan dengan terdampak mencapai 60 persen. Sedangkan untuk sektor makanan dan minuman tergolong tahan terhadap pandemi covid-19 ini meskipun presentase angkanya tidak dapat dikatakan kecil juga, yakni 45 persen. (Lokadata,2021).

Menurut publikasi digital *report* oleh *we are social dan Hootsuite* (2020), Tren pengguna internet pada Januari 2020 mencapai 175,4 juta. Hal ini mengidentifikasi bahwa terdapat perubahan perilaku konsumen. Perubahan perilaku masyarakat Indonesia ditunjukkan melalui survey yang dilakukan oleh

shopback Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan gambaran dari tren bisnis online sepanjang tahun tersebut. Hasil survey diprediksikan bahwa akan terdapat perubahan seperti, 1) pola perilaku belanja bergeser ke online, 2) jasa pengiriman di hari yang sama jadi pilihan utama, 3) installer pindah ke lapak, 4) belanja online lebih diminati karena banyak promo yang ditawarkan, 5) pertumbuhan mobile wallet kian pesat, 6) penjualan tiket online meningkat. Oleh karena itu pemanfaatan internet yang signifikan menunjukkan potensi untuk tumbuh kembang usaha dan bertahan dimasa pandemic covid-19 masih terbuka.

Pesatnya perkembangan teknologi dan perilaku masyarakat yang ingin praktis dan cepat pada akhirnya membuka peluang bagi UMKM untuk tumbuh dengan memanfaatkan teknologi. Tentunya dengan memanfaatkan digital teknologi, UMKM masih memiliki peluang untuk menjadi pilar ekonomi kerakyatan yaitu pemanfaatan teknologi dengan melakukan transaksi online seperti *e-wallet*, *mobile banking*, atau aplikasi *e-commerce* seperti shopee, lazada, tokopedia, akulaku, dll.

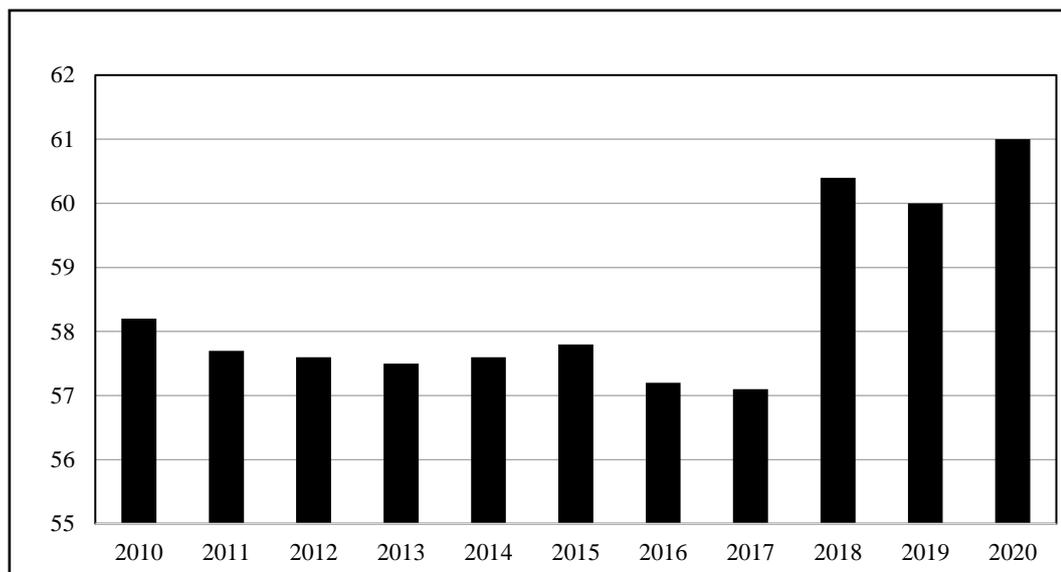
Menurut Kadek Dody Slamet, dkk dalam Fadly Oaman (2017) menyatakan bahwa salah satu alternatif untuk meningkatkan pendapatan adalah strategi bauran pemasaran dengan cara melakukan promosi. Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang dipandang dapat memberikan sumbangan dalam meningkatkan penjualan usaha. Persaingan para pelaku UMKM yang terjadi saat ini terutama terjadi diantara usaha yang menghasilkan produk yang sama atau sejenis dalam merebut pangsa pasar.

Menurut Sutodjo (1997) dalam Wayan Suwendra, Ni Nyoman, dkk. (2015), jika kegiatan promosi yang semakin besar sejalan dengan rencana pemasaran, maka dapat meningkatkan laju penjualan hasil produksi. Biaya promosi ini secara langsung dapat mempengaruhi terhadap volume penjualan yang diperoleh usaha. Semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan usaha, maka akan semakin tinggi pula volume penjualan yang diperoleh usaha (Kadek Doddy Slamet, dll 2015). Dengan meningkatnya jumlah penjualan maka para pelaku UMKM juga tentunya akan mendapatkan peningkatan dalam pendapatannya. Oleh karena itu, kegiatan promosi merupakan upaya yang harus dilakukan para pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatannya.

Pengembangan UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya pemerintah juga perlu memastikan tidak terjadi lonjakan kelemahan sektor UMKM. (Idris Yanto, 2009)

Meskipun terdapat penurunan pendapatan, UMKM masih menjadi alternative bergeraknya perekonomian kerakyatan. Hal ini disebabkan pada sifat UMKM itu sendiri yang fleksibel dan mudah berinovasi baik dalam usaha maupun menerapkan teknologi tepat guna, dan birokrasi sederhana (Ribka Olivia, 2019). Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai penyumbang produk domestic bruto (PDB) nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia. Pemerintah

berkomitmen untuk terus mendukung UMKM agar bisa tetap bertahan, tumbuh dan berkembang di tengah tantangan pandemic dan transformasi ekonomi melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Berikut kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) 2010-2021:



Gambar 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tahun 2010-2020

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Berdasarkan gambar 1.1 yang dilansir dari lokadata.com kontribusi UMKM terhadap PDB semakin meningkat, hal tersebut dapat dilihat dari angka 61% pada tahun 2020 yang meningkat 1,67% dari tahun sebelumnya.

Perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun semakin meningkat (Kesna, 2015). Menurut survei Badan Pusat Statistik tahun 2020, sekitar 69,02 persen UMKM mengalami kesulitan permodalan pada saat pandemic covid 19. Sementara, menurut laporan pengaduan ke Kemenkop UMKM per Oktober 2020, sebanyak 39,22 persen UMKM mengalami kendala sulitnya permodalan selama pandemi. Data tersebut menunjukkan bahwa bantuan permodalan bagi UMKM menjadi hal yang sangat penting. Maka dari itu, pemerintah merealisasikan

dukungan bagi UMKM dalam bentuk bantuan permodalan seperti kemudahan dalam kredit usaha rakyat (KUR), Banpres Produktif Usaha Mikro (BPUM), dll.

Menurut data Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya UMKM yang berada di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya berjumlah 1738 UMKM dengan 224 diantaranya adalah UMKM yang mendapatkan bantuan dari pemerintah. Berikut jumlah UMKM penerima bantuan dari pemerintah di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya:

Table 1.1
Jumlah UMKM Penerima Bantuan Di Kecamatan Salawu

No	Jenis Usaha	Jumlah	%
1	Perdagangan	121	54
2	Persemaian	2	1
3	Jasa	11	5
4	Industri	38	17
5	Warung	52	23
Jumlah		224	100

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tasikmalaya, diolah desember 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat 224 UMKM yang menerima bantuan dari Pemerintah dengan jenis usaha yang bermacam-macam tersebut tersebar di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan uraian tersebut tergambar bahwa transaksi online, biaya promosi dan bantuan pemerintah dapat menjadi suatu ukuran dalam peningkatan pendapatan UMKM. Pada penelitian terdahulu variabel transaksi online dan biaya promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap pendapatan UMKM, namun berbeda halnya dengan variabel bantuan pemerintah, bantuan pemerintah pada penelitian yang dilakukan oleh Komang Adi Wirawan, Ketut Sudibla dan Ida Bagus

Putu (2015) yang menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan UMKM. Maka penulis tertarik untuk meneliti topik penelitian ini dikarenakan ingin membuktikan apakah penelitian terdahulu relevan di masa pandemi dengan mengambil judul **“Pengaruh Transaksi Online, Promosi dan Bantuan Pemerintah terhadap Pendapatan UMKM di Tasikmalaya (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh transaksi online, biaya promosi dan bantuan pemerintah secara parsial berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh transaksi online, biaya promosi dan bantuan pemerintah secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh transaksi online, biaya promosi dan bantuan pemerintah secara parsial berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya?

- 2 Untuk mengetahui pengaruh transaksi online, biaya promosi dan bantuan pemerintah secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya?

2.1 Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka kegunaan dari penelitian ini adalah

1. Bagi Penulis, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai rujukan dan informasi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai transaksi online, biaya promosi, bantuan pemerintah, dan tingkat pendapatan pada UMKM di Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya.
2. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah di Tasikmalaya juga sebagai referensi dalam merumuskan pengaruh pendapatan dengan transaksi berbasis online, biaya promosi, dan juga bantuan dari pemerintah.
3. Bagi Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur dalam mengungkap suatu konsep kebijakan, dapat menjadi landasan dalam pengembangan media transaksi berbasis online, biaya promosi bagi para pelaku UMKM, juga sebagai bahan evaluasi bagi pemerintah untuk kebijakan program bantuan-bantuan selanjutnya.

2.2 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

2.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada pelaku UMKM di Tasikmalaya dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Tenaga Kerja di Tasikmalaya.

