

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan harapan bangsa, karena UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. UMKM kebanyakan tumbuh dari industri keluarga, sehingga konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Selain itu, kenyataan menunjukkan bahwa pada waktu terjadi adanya krisis ekonomi, UMKM lebih konsisten dibandingkan perusahaan-perusahaan besar. Sehingga UMKM dapat dipandang sebagai penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, pendorong laju pertumbuhan ekonomi serta membantu penyerapan tenaga kerja (Milazzo et al., 2020)

Kehadiran sebuah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Negara Indonesia berperan penting menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa. Aspek – aspek tersebut didapat melalui aktivitas kewirausahaan. Persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber dayam manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM, utamanya agar dapat bersaing dengan produk - produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011) dalam (Rakhman Setyanto et al., n.d.). Tantangan dalam dunia bisnis zaman sekarang adalah harus bertransformasi dalam memasarkan produknya melalui media digital yang memerlukan pengetahuan teknologi bagi sumber daya manusia yang menjalankan bisnis tersebut.

Menurut (ngafifi et al., n.d.) perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang demikian mengagumkan tersebut memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Jenis-jenis pekerjaan yang sebelumnya menuntut kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah bisa digantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis. Karena UMKM sangat menunjang pertumbuhan ekonomi negara maka untuk mencapai target penjualan adalah harus mengadaptasi metode pemasaran bisnis secara konvensional menjadi pemasaran online yang banyak menghemat biaya operasional dan berdampak pada laba bersih. Dikota Jember sendiri UMKM sudah menyebar diseluruh plosok desa yang ada, dapat dilihat pada tabel < ini:

Tabel 1.1 Jumlah UMKM per Kecamatan di Kabupaten Jember

No.	Kecamatan	Jumlah
1.	Sumberbaru	523
2.	Tanggul	1.231
3.	Semboro	922
4.	Kencong	1.098
5.	Jombang	453
6.	Umbulsari	542
7.	Gemukmas	956
8.	Puger	1.097
9.	Balung	1.093
10.	Bangsalsari	1.034
11.	Rambipuji	883
12.	Ajung	542
13.	Wuluhan	1.773
14.	Ambulu	1.085
15.	Jenggawah	874
16.	Tempurejo	765
17.	Silo	376
18.	Sukowono	552
19.	Ledokombo	448
20.	Kalisat	838
21.	Sumberjambe	568
22.	Jelbuk	421
23.	Arjasa	442
24.	Pakusari	672
25.	Sumpersari	6.463
26.	Patrang	6.624
27.	Kaliwates	8.044
28.	Sukorambi	366
29.	Panti	487
30.	Mumbulsari	442
31.	Mayang	532
	Jumlah	42.146

Sumber: Dinas Koprasi dan UMKM Jember 2020/ [hpp://www.theory.calte](http://www.theory.calte)

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini hampir dapat dijumpai di sepanjang jalan dan juga semakin tahun semakin bermunculan. Artinya, dari tahun ke tahun UMKM mengalami peningkatan. Meningkatnya perkembangan UMKM tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah ekonomi dan sosial (Milazzo et al., 2020). Supaya keberadaan UMKM bisa bertahan dan tetap eksis maka, UMKM perlu untuk

mendapatkan perhatian yang berkaitan dengan kemajuan dan perkembangan UMKM. Namun, usaha mikro, kecil dan menengah di kota Jember harus mewaspadai persaingan yang semakin tajam. Karena UMKM memiliki peran yang strategis.

Mengikuti perkembangan Revolusi Industri 4.0 yang berhubungan dengan dunia teknologi, saat ini masih menjadi sebuah kendala bagi UMKM di Kota Jember yaitu adaptasi pengetahuan teknologi dengan cara masuk ke dalam dunia pemasaran *online* (*E-commerce*) dengan tujuan meningkatkan produksi penjualan dan perekonomian. Menurut (Pradana, n.d.) *e-commerce* merupakan suatu inovasi dalam dunia wirausaha, pengembangan model ini didasarkan atas jaringan atau internet. Semakin meningkatnya pengakses internet ini diharapkan menjadi hal yang dapat menarik perhatian para pelaku bisnis dalam mengembangkan usaha. Beberapa penelitian mengenai pemanfaatan *e-commerce* membantu meningkatkan volume penjualan usaha maupun bisnis telah dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Rakanita, 2019). Hasil yang berbeda dari penelitian (Fitri & Nugroho, 2013) bahwa terbatasnya sumber daya manusia yang terampil memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) dalam hal ini menerapkan *e-commerce* untuk pemasaran produknya. Namun demikian mereka mempunyai motivasi yang tinggi untuk mencari pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan.

E-commerce berevolusi dengan mengadopsi web yang mempunyai kapabilitas meningkatkan partisipasi pelanggan dan meningkatkan nilai ekonomi. Fenomena baru ini dikenal dengan istilah *social commerce* (*s-commerce*). *E-commerce* telah mengubah pola bisnis antara produsen, distributor, dan pelanggan yang menggunakan internet sebagai alat untuk komunikasi dan transaksi yang telah menciptakan platform baru untuk strategi bersaing *E-commerce* juga telah mengubah kebiasaan masyarakat dan memberikan kemudahan untuk mencari informasi dalam pembelian produk. Kemudahan proses pembelian barang secara online membuat bisnis ini cepat sekali mendapat tempat di masyarakat karena prosesnya *E-commerce* juga telah mengubah kebiasaan masyarakat dan memberikan kemudahan untuk mencari informasi dalam pembelian produk. Kemudahan proses pembelian barang secara online membuat bisnis ini cepat sekali mendapat tempat di masyarakat karena prosesnya (Megawaty & Setiawan, 2017).

Jember Enak merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang fokus menjalankan usaha dibidang kuliner makanan, Jember Enak didirikan oleh ibu Olivia Karisma, S.M terletak di Jln. Trunojoyo No.156, Tembaan, Kepatihan, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Jember Enak didirikan pada tahun 2015, saat itu Jember Enak hanya memproduksi kue tart saja, kemudian merambah pada berbagai kue dan camilan yang menjadi fokus saat ini. Dari tahun ketahun Jember Enak selalu memproduksi varian produk baru seperti tumpeng, parcel buah, paket grill, dan berbagai kue basah.

Untuk sistem penjualannya sendiri UMKM Jember Enak menggunakan sistem *po* (*pre order*) dan ada juga yang *ready* di beberapa produknya, dikarenakan memang ada beberapa produk yang harus di produksi dadakan untuk menjaga kualitas produk itu sendiri. Ibu Olivia Karisma selaku pendiri dan pemilik UMKM Jember Enak, terus

berusaha mengembangkan bisnisnya dengan melakukan penjualan menggunakan media *e-commerce* untuk mempertahankan posisinya dan meningkatkan penjualannya. Karena Jember Enak bukan satu-satunya UMKM yang ada di Jember, melainkan ada usaha-usaha serupa.

Namun pada tahun 2020 mengalami penurunan penjualan karena adanya *covid-19* yang tentu sangat berdampak bagi pelaku usaha, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Hal ini dapat dilihat dari gambar < ini:



Gambar 1.1 perbandingan kondisi usaha sumber data: Katadata insight center,2020/ <https://images.app.goo.gl/QHYwCRueUu62RXeQ7>

Terdapat perbandingan yang sangat signifikan mengenai kondisi usaha sebelum dan saat terdampak covid-19 secara umum. Menurut penilaian pemaparan dalam grafik yang bersumber dari Katadata Insight Center pada Seminar Virtual tanggal 11 Agustus 2020, menyatakan bahwa kondisi sebelum covid-19, persentase kondisi usaha baik/sangat baik sebesar 92,7 persen, persentase kondisi usaha biasa saja sebesar 6,3 persen, dan kondisi usaha buruk/sangat buruk sebesar 1,0 persen. Dimana dalam persentase sebelum masuknya covid-19 dinilai berjalan dengan lancar, tidak banyak kendala, dan minimnya kondisi buruk dalam usaha. Namun jika melihat kondisi usaha saat ini (per Juni 2020) menurut survey yang telah terpaparkan dalam grafik yang bersumber Kata data Insight Center (KIC) bahwasannya kondisi usaha buruk/sangat buruk meningkat sebesar 56,8 persen dibanding yang semulanya hanya sebesar 1,0 persen. Dimana dalam persentase sebelum masuknya covid-19 dinilai berjalan dengan lancar, tidak banyak kendala, dan minimnya kondisi buruk dalam usaha. Namun jika melihat kondisi usaha

saat ini (per Juni 2020) menurut survey yang telah terpaparkan dalam grafik yang bersumber Katadata Insight Center (KIC) bahwasanya kondisi usaha buruk/sangat buruk meningkat sebesar 56,8 persen dibanding yang semula hanya sebesar 1,0 persen. Sehingga bisa disimpulkan terdapat berbagai dampak dari kondisi disaat adanya pandemi covid-19 (Silfia & Utami, 2021).

Adanya *covid-19* tidak hanya berdampak pada kesehatan, tetapi telah berdampak buruk pada perekonomian. *Covid-19* berdampak banyak pada sektor industri, salah satunya adalah sektor kuliner yang mengalami penerunan penjualan, penurunan permintaan produk serta pengurangan tenaga kerja (Miawaty, 2021). Kesulitan yang dihadapi pemilik usaha ini membuat pemilik tertarik ingin bermitra ke pemasaran produk secara online dengan memanfaatkan media *e-commerce* sebagai sarana dalam meningkatkan penjualan dimasa pandemi. Melakukan pemasaran menggunakan *e-commerce* melalui media *gojek*, *Instagram* dan *facebook*, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan serta menjaga kualitas makanan yang dijual. Usaha kuliner dimasa pandemi ini harus mendapatkan kepercayaan konsumen dengan produk yang higienis, sehat dan aman serta menerapkan protokol kesehatan seperti menjaga jarak, menjaga kebersihan tempat usaha hingga penggunaan masker ketika berada dilokasi usaha. < ini terdapat tabel penjualan UMKM Jember Enak selama 5 tahun kebelakang, pada tabel < dapat dilihat bahwa penjualan sempat menurun pada tahun 2020.

Table 1.1: Data Penjualan UMKM Jember Enak.

No.	Tahun	Jumlah Penjualan
1.	2018	2.190 produk
2.	2019	3.285 produk
3.	2020	1.865 produk
4.	2021	4.380 produk
5.	2022	5.475 produk

sumber: UMKM Jember Enak,2023

Karena penjualan pada tahun 2020 terjadi penurunan penjualan ibu, Oliv selaku pemilik UMKM Jember Enak mulai menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasaran produknya. Sebelum adanya *covid-19* pemasaran masih dilakukan secara langsung, hal tersebut menjadi tantangan tersendiri untuk ibu Oliv yang baru berkecimpung di pemasaran *online*. Untuk beralih ke pemasaran *online* banyak konsumen yang belum terlalu percaya saat membeli produk lewat media *e-commerce*, untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen ibu Oliv banyak menampilkan testi untuk menunjukkan bahwa toko onlinenya amanah.

Produk UMKM Jember Enak memiliki produk yang khas dan unik, sebagai pembeda produk UMKM Jember Enak dengan competitor lain. UMKM Camilan Jember Enak mengeluarkan berbagai produk yang sesuai dengan tren yang ada saat ini. Produk dari UMKM Camilan Jember Enak memiliki daya tahan yang sangat baik karena terbuat dari bahan yang berkualitas dan diolah dengan sebaik mungkin, sehingga tidak mudah jamur dan kualitas rasa tidak mudah berubah.

E-commerce yang digunakan pada UMKM Jember Enak ini berupa *Instagram*, *facebook*, dan *gofood*. Penggunaan *e-commerce* diharapkan dapat membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* serta menganalisis *e-commerce* yang paling banyak berkontribusi dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Jember Enak, agar mendapatkan rancangan baru yang mampu meningkatkan pemasaran yang tidak lagi dibatasi ruang waktu dan area lokasi serta mendapatkan peningkatan keuntungan usaha. Pertumbuhan aktivitas jual beli melalui *online* atau *e-commerce* di Indonesia dan di kota Jember pada khususnya saat ini semakin meningkat sebagai dampak kemajuan teknologi komunikasi. Salah satu jenis usaha yang saat ini cenderung mengalami peningkatan penggunaan internet sebagai sarana promosi dan transaksinya adalah usaha UMKM makanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah > *e-commerce* yang digunakan pada umkm Jember Enak ini berupa *Instagram*, *facebook*, dan *gojek*. Penggunaan *e-commerce* diharapkan dapat membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan. Maka dari itu penelitian ini dapat dirumuskan masalah yaitu bagaimana peranan *e-commerce* pada penjualan produk UMKM Camilan Jember Enak yang ada di Kabupaten jember?

1.3 Tujuan penelitian

Untuk mengkaji peranan *e-commerce* pada penjualan produk UMKM Camilan Jember Enak di kabupaten Jember.

1.4 Manfaat penelitian

Bagi peneliti, ini memberikan manfaat untuk menambah wawasan terkait dengan pemanfaatan *e-commerce* dalam peningkatan pembelian pada UMKM camilan Jember enak. Berikut manfaat yang dapat di kontribusikan oleh peneliti:

- a. Bagi UMKM Camilan Jember Enak
Memberikan masukan dan bahan pemikiran mengenai peningkatan penjualan dengan menggunakan *e-commerce*.
- b. Bagi Akademik
Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan baik pihak lain maupun pihak yang berkepentingan dan dapat digunakan sebagai acuan bahan kajian dan pengembangan penelitian-penelitian selanjutnya dengan permasalahan yang sejenis.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dapat menambah wawasan atau pengetahuan khususnya mengenai peningkatan penjualan dengan menggunakan *e-commerce* pada UMKM Camilan Jember Enak.