

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kemajuan teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena adanya kemajuan teknologi, semua informasi yang ada diseluruh belahan dunia dapat kita ketahui. Dahulu terdapat pepatah “*dunia tak selebar daun kelor*”, namun sekarang hal tersebut dianggap salah karena adanya kemajuan teknologi dan cepatnya akses komunikasi membuat kita menjadi lebih mudah dalam mengakses berbagai informasi dari seluruh penjuru dunia.¹ Dengan adanya kemajuan teknologi pepatah tersebut berganti dari “*dunia tak selebar daun kelor*” menjadi *dunia selebar daun kelor* yang artinya dunia terasa sangat sempit karena kita dapat melakukan akses komunikasi tanpa ada batasan dari berbagai penjuru dunia.² Teknologi dapat membantu masyarakat dalam memperbaiki perekonomian.³ Karena adanya kemajuan teknologi yang sangat pesat dapat membantu kehidupan manusia, bahkan kemajuan teknologi memberikan peluang kepada manusia untuk menghasilkan uang hanya melalui handphone tanpa harus keluar rumah sekalipun.⁴

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) teknologi dapat diartikan sebagai metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, ilmu pengetahuan terapan atau keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.⁵ Teknologi merupakan suatu

¹ Julianti Siagian, “Tinjauan Tentang Perilaku Menyimpang Remaja Di Kelurahan Titi Rantai Kecamatan Medan Baru Kota Medan,” *Welfare State* 2, no. 1 (2013): 221974.

² Hendro Setyo Wahyudi and Mita Puspita Sukmasari, “Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat,” *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. 1 (2018): 13.

³ Jenri Ambarita, *Pendidikan Karakter Kolaboratif*, ed. anisa candra dewi ester yuniati, sinergitas (palembang: penerbit inteligi, 2021), 61.

⁴ Syarifuddin, “Perkembangan Teknologi Ancaman Dan Peluang,” n.d.

⁵ Mahyuddin et al., *Teori Organisasi* (Medan: Yayasan kita menulis, 2021), 110–11.

bentuk hasil pemikiran dari manusia dalam mengembangkan sistem tertentu yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan hidupnya.⁶ Kehadiran teknologi membuat manusia merasa mudah dalam menjalani kehidupan, hal tersebut membuat teknologi menjadi salah satu faktor terpenting keberlangsungan hidup manusia, teknologi juga dibutuhkan manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk berkomunikasi dan teknologi juga dapat digunakan manusia dalam membantu menyelesaikan pekerjaan dengan mudah dan lancar.⁷ Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa teknologi memberikan dampak yang sangat positif bagi segala aspek baik dalam dunia bisnis, perkantoran, pendidikan, penelitian dan sebagainya. karena teknologi informasi dapat mempermudah manusia dalam segala hal.

Dalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi perkembangan teknologi internet juga semakin berkembang. Dengan adanya internet sekarang pelaku usaha sudah tidak mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai usahanya, bahkan pelaku usaha cenderung dapat memperoleh banyak informasi mengenai bisnisnya, sehingga informasi-informasi yang didapat harus disaring terlebih dahulu untuk mendapatkan informasi yang akurat.⁸ Keberadaan teknologi yang semakin canggih memberikan dampak dalam kehidupan manusia baik dalam kehidupan individu, sosial, dan juga dalam dunia usaha. Selain memberikan dampak dalam kehidupan manusia kemajuan teknologi juga memberikan pengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, baik kehidupan individu, kehidupan sosial, dan juga yang berhubungan mengenai dunia usaha.⁹

Saat ini dalam bertransaksi jual beli pedagang dan pembeli tidak harus melakukan transaksi jual beli secara

⁶ Y Maryono and B patmi Istiana, *Teknologi Indormasi Dan Komunikasi* (Bandung: Quadra, 2008), 3.

⁷ Muhammad Ilham et al., *Kesadaran Runtuh Teknologi Bergemuruh* (Semarang: CV alinea media dipantara, 2022), 68.

⁸ Arissetyanto Nugroho and Agus Arijanto, *Etika Bisnis (Business Ethics) Pemahaman Teori Secara Komprehensif Dan Implementasinya* (Bogor: IPB Press, 2015), 256.

⁹ Ami Radianti and zuhrinal M Nawawi, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Di Era Pandemi Covid-19," *Jurnal Akuntansi, Manajemn, Dan Bisnis Digital* 1, no. 2 (2022).

bertatap muka langsung melainkan dapat melalui *gadget* yang terdapat aplikasi *e-commerce* yang dapat digunakan pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Kegiatan bertransaksi melalui *gadget* biasanya disebut dengan jual beli *online*. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang pemasaran yang semakin berkembang dengan pesat.¹⁰

Makna *e-commerce* sendiri dikenal masyarakat luas sebagai perdagangan melalui elektronik. *E-commerce* merupakan bagian dalam bisnis elektronik dimana semua kegiatan transaksinya berhubungan langsung dengan transaksi online melalui internet atau jaringan elektronik lainnya. Dengan kata lain, *e-commerce* merupakan aktivitas transaksi jual beli barang dengan menggunakan media elektronik yang terhubung langsung dengan internet.¹¹ Dalam dunia usaha penggunaan *e-commerce* dinilai sebagai sebuah keharusan yang harus dilakukan para pelaku usaha, dikarenakan semakin hari kompetitor semakin menjamur, masalah yang dihadapi pelaku usaha semakin kompleks dan juga tuntutan bagi pelaku usaha untuk dapat selalu mengikuti perkembangan dunia bisnis yang mengharuskan pelaku usaha bersikap kreatif dan inovatif.¹²

E-commerce di Indonesia sekarang ini semakin berkembang seperti Bukalapak dan Tokopedia, selain itu terdapat beberapa contoh *e-commerce* terkenal di Indonesia dan sering digunakan oleh para pelaku UMKM, yaitu Shopee, Blibli, Usaha Desa, Sale Stock, Kriya, Lazada, Blanja, dan Krafie.¹³ Shopee sendiri merupakan sebuah platform belanja online terdepan yang dirilis pada tahun 2015 di Asia Tenggara dan Taiwan. Platform Shopee merupakan aplikasi belanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi konsumen, selain itu Shopee

¹⁰ Muhammad Nur Salim, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi* 1 (2022): 42.

¹¹ vera selviana Adoe et al., *Buku Ajar E-Commerce* (Sulawesi Tengah: CV Feniks Muda Sejahtera, 2020), 1.

¹² Amanda mastisia Rakanita, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak," *Jurnal EKBIS* 20, no. 1 (2019): 1280.

¹³ Sri Adiningsih, *Transformasi Ekonomi Digital Di Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), 81–82.

juga mendukung dari segi pembayaran maupun logistik secara baik. Shopee percaya bahwa kegiatan belanja *online* harus terjangkau, mudah dan menyenangkan, hal tersebut sesuai dengan visi yang ingin diberikan oleh Shopee.¹⁴

Survey nasional yang dilakukan BOI *Research* pada tanggal 24 juni hingga 17 juli 2022 dengan 589 responden berusia 18 sampai 44 tahun menunjukkan bahwa Shopee telah berhasil menjadi *e-commerce* favorit di Indonesia. Pada survey tersebut dinyatakan bahwa 3 dari 5 orang di Indonesia memilih Shopee menjadi *e-commerce* favorit karena Shopee dinilai paling cocok digunakan oleh berbagai usia dan sebagian besar masyarakat Indonesia berjenis kelamin perempuan menyatakan bahwa Shopee merupakan platform yang paling cocok digunakan oleh perempuan untuk berbelanja *online*.

Secara umum Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa kita kenal dengan istilah UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki dan dikelola langsung oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria. UMKM merupakan bentuk upaya pengembangan usaha tertentu untuk mempercepat pemulihan perekonomian yang ada di Indonesia.¹⁵ Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu usaha yang sangat berpotensi dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia, sehingga dalam pelaksanaannya perlu digali lebih dalam mengenai potensi-potensi yang ada untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Perlu adanya dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan perekonomian agar dapat berkembang dengan baik. Dukungan tersebut yakni dukungan berupa pemberian fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang dalam pelaksanaan produksi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kemajuan usaha agar dapat menciptakan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional.¹⁶

¹⁴ “Shopee Careers,” Shopee, 2023.

¹⁵ irfan rizka akbar Hadion wijoyo, hamzah vensuri, musnaini widiyanti, denok sunarsi, haudi, dodi prasada, lily setyawati kristianti, asep Muhammad luthfi, *Digitalisasi UMKM* (Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri, 2020).

¹⁶ Zulaikha, *Bisnis UMKM Ditengah Pandemi: Kajian Komunikasi Pemasaran* (Surabaya: Unitomo Press, 2020), 98.

Pada saat ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan bagian terpenting dari sistem perekonomian nasional maupun daerah, karena Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap mampu menumbuhkan perekonomian secara signifikan dengan cara menyediakan lapangan usaha atau lapangan pekerjaan untuk masyarakat. Dalam hal ini juga akan mempengaruhi bertambahnya perolehan devisa serta menguatkan perekonomian daerah karena dengan adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin menjamur pendapatan masyarakat juga akan meningkat. Terdapat tiga alasan mengapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap penting. Pertama karena UMKM dinilai mampu menghasilkan kinerja sumber daya manusia yang produktif. Kedua UMKM mampu mencapai peningkatan produktivitas melalui investasi dan UMKM juga mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi. Ketiga yakni Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diyakini memiliki keunggulan dalam fleksibilitas daripada usaha besar.¹⁷

Seiring bertambahnya jumlah pengusaha dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Indonesia pada tahun 2018 tercatat terdapat peningkatan perdagangan yang sangat pesat antara perusahaan dan konsumen.¹⁸ Peningkatan perdagangan yang ada di Indonesia ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan. Disamping data tersebut peningkatan minat beli pada industri e-commerce yang ada di Indonesia dipengaruhi oleh gaya belanja online yang sangat digemari oleh kaum millennial. Para kaum milenial juga tidak segan untuk merekomendasikan produk atau nama toko online yang ada pada *e-commerce* kepada teman-temannya.¹⁹

¹⁷ Rakanita, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak."

¹⁸ Mohammad Yusuf, "Analisis Neraca Perdagangan Indonesia-India Periode 2013-2018," *Jurnal Penelitian Medan Agama* 1, no. 1 (2019): 59.

¹⁹ Romindo et al., *E-Commerce, Implementasi, Strategi & Inovasinya* (Medan: Yayasan kita menulis, 2019), 13.

Hal tersebut membuat para pengusaha dituntut untuk bersaing lebih ketat dengan pelaku usaha yang lainnya. Karena para pelaku usaha di era globalisasi sekarang memiliki daya saing yang tinggi sehingga mereka saling berlomba-lomba bersaing untuk mengembangkan bisnisnya menggunakan layanan *e-commerce*. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat para pelaku usaha tentunya memiliki tantangan tersendiri dalam membangun strategi yang tepat dan matang untuk mengembangkan usahanya, karena strategi yang tepat dapat digunakan oleh para pelaku usaha agar penggunaan layanan *e-commerce* dalam kegiatan berbisnis dapat berjalan dengan tepat sasaran dan efektif.²⁰

Dalam penelitian yang dipaparkan oleh Alwendi dijelaskan bahwa terdapat beberapa motif pengusaha dalam menerapkan *e-commerce* yaitu antara lain untuk mengakses pasar global, mempromosikan produknya, memperkenalkan merek usahanya, memuaskan pembeli, dan yang lainnya. Selain itu pengusaha mendapatkan manfaat dalam menggunakan *e-commerce* yakni dapat memuaskan pembeli, memiliki keunggulan untuk bersaing. Dan tentunya terdapat hambatan-hambatan dalam menggunakan *e-commerce* antara lain, kurangnya sumber daya manusia, tingginya biaya, kesulitan dalam pengurusan perizinan, dan sulitnya menemukan jaringan bisnis.²¹

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Diana Fitriani menjelaskan bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi daya saing usaha yaitu mempromosikan produk dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya ditemukan sebesar 50,2% yang menunjukkan bahwa peningkatan daya saing usaha dipengaruhi oleh *e-commerce* dan dipercaya mampu untuk membantu para pelaku bisnis dalam meningkatkan proses bisnis yang lebih efektif dan efisien.²²

Berdasarkan beberapa hal yang penulis paparkan mengenai penggunaan *e-commerce* sebelumnya membuat

²⁰ Salim, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM."

²¹ Alwendi, "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 3 (2020): 324.

²² Diana Fitriani, "Evaluasi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," *SENSITEK*, 2018, 855.

penulis menjadi termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus**” penelitian ini diharapkan dapat menjawab berbagai hal mengenai daya saing UMKM dalam menggunakan e-commerce khususnya di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus dan memberikan sumbangsih teori-teori dalam ilmu ekonomi dan dapat memperkuat teori-teori sebelumnya.

B. Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan yang paling jelas dari pembahasan-pembahasan yang ada. Dalam penelitian ini fokus dalam penelitian adalah “**Analisis Penerapan E-Commerce Shopee Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus**”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa faktor yang mempengaruhi pengusaha dalam menggunakan *e-commerce* Shopee?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan pengusaha terhadap usahanya?
3. Bagaimana faktor penghambat dalam menerapkan *e-commerce* Shopee?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi seorang pengusaha dalam menggunakan *e-commerce* Shopee.
2. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan pengusaha terhadap usahanya agar mampu bersaing.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dalam menerapkan *e-commerce* Shopee.

E. Manfaat Penelitian

Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat teori-teori yang telah ditemukan oleh peneliti sebelumnya.

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi akademis dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan manajemen bisnis khususnya manajemen strategi daya saing dalam hal peningkatan daya saing UMKM dengan menerapkan *e-commerce* Shopee.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan dasar pertimbangan, bahan bacaan dan bahan informasi dalam penelitian lebih lanjut maupun dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan penerapan *e-commerce* Shopee dalam meningkatkan daya saing UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Bagi penulis diharapkan dapat diperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai manajemen strategi daya saing dengan penerapan *e-commerce* Shopee dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi penulis dalam memperluas ilmu pengetahuan baik secara teoritik maupun praktik.

b. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan pelaku usaha sebagai bahan pertimbangan dan bahan informasi mengenai strategi pelaku usaha dalam menjalankan usaha, sekaligus sebagai motivasi pelaku usaha dalam menerapkan *e-commerce*, serta dapat berguna sebagai bahan informasi faktor penghambat dalam menggunakan *e-commerce*.

c. Bagi pemerintahan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pemerintahan untuk dapat membantu memberikan pembinaan secara berkelanjutan kepada pelaku usaha mengenai penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pemerintah dalam menerapkan kebijakan yang akan

diterapkan kepada pelaku usaha dalam menggunakan *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing UMKM.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan mengenai penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing UMKM.

F. Sistematika penulisan

Untuk mempermudah penelitian dan pemahaman dalam skripsi ini, peneliti membuat sistematika penulisan yang terdiri dari beberapa bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Dengan adanya sistematika penulisan ini diharapkan penelitian dapat tersusun secara sistematis. Penjelasan mengenai sistematika penulisan skripsi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal ini meliputi halaman sampul, halaman judul, halaman persembahan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto, abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian isi

Bagian isi merupakan bagian terpenting dari sebuah skripsi yang meliputi beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan akripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian pustaka dari kajian teori terkait judul penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian yaitu meliputi jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, analisis data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, data deskripsi penelitian, proses dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, keterbatasan dalam penelitian, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran meliputi transkrip wawancara, catatan observasi, foto dan lain sebagainya.

