

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, inovasi dan daya saing yang pada akhirnya mampu meningkatkan kinerja bisnis (Haider, Asad, & Fatima, 2017). UMKM berpotensi memperluas kesempatan kerja dan mengatasi pengangguran dan kemiskinan (Mamengko et al, 2023). Dalam hal ini, UMKM berperan penting dalam menjaga stabilitas dan pemulihan perekonomian Indonesia.

Selanjutnya pentingnya peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pembangunan daerah, khususnya perekonomian daerah, diakui dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Undang-undang tersebut mendefinisikan UMKM sebagai usaha ekonomi produktif mandiri yang dikendalikan oleh perorangan atau perusahaan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan besar, baik langsung maupun tidak langsung. Meskipun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai aspek, keberadaannya tidak berarti terlepas dari tantangan dan kendala yang dihadapi.

Pengembangan usaha mikro merupakan salah satu prioritas pembangunan perekonomian Kota Padang. Usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Padang telah terbukti mampu menggerakkan perekonomian Kota Padang dan menjadi sumber pendapatan sebagian besar penduduk Kota Padang. Pengembangan UMKM dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pasar yang lebih baik dari sebelumnya. Usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang paling banyak digeluti oleh para pebisnis di Kota Padang, terbukti dengan semakin pesatnya pertumbuhan jumlah usaha kuliner di Kota Padang. Namun karena berbagai tantangan yang dihadapi oleh usaha pangan mikro dan kecil, sebagian besar usaha pangan mikro dan kecil tidak mampu meningkatkan pendapatannya

hingga cukup untuk memenuhi penghidupan dan kebutuhan usahanya. Banyak UMKM yang bermunculan, beberapa di antaranya bergerak di bidang kuliner. Bisnis di bidang kuliner semakin berkembang khususnya di Padang. Munculnya beragam makanan unik, wisata kuliner, dan tren memasak sebagai gaya hidup masyarakat menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang pesat. Oleh karena itu, kehadiran UMKM tersebut harus dijaga secara berkelanjutan agar dapat terus berkontribusi terhadap perekonomian negara.

Tabel 1.1 Data Pelaku UMKM kuliner yang menggunakan *e-commerce* di Kota Padang per Desember 2021

No	Kecamatan	Jumlah Pelaku Usaha
1	Padang utara	100
2	Padang barat	90
3	Padang timur	87
4	Padang Selatan	78
5	Nanggalo	26
6	Kuranji	65
7	Pauh	23
8	Lubuk begalung	47
9	Lubuk kilangan	10
10	Kota tengah	60
11	Bungus	35
Total		644

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwasannya pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* pada UMKM kuliner di Kota Padang yang terdaftar di tahun 2021 didominasi oleh Kecamatan Padang utara sebanyak 100 pelaku UMKM. Banyaknya UMKM di wilayah Kecamatan Padang Utara disebabkan oleh keberadaannya di pusat kota dan di sekitar pusat perbelanjaan seperti Transmart, Budiman, Basko serta kantor-kantor pemerintahan dan swasta yang ada di wilayah tersebut dan terdapat jumlah kelurahan di Padang utara sebanyak 7 kelurahan, dan terdapat luas Padang utara sebesar 8,08km dengan persentase 1,16%. Berdasarkan tabel tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pelaku UMKM di Padang Utara, dikarenakan bahwa pelaku UMKM di Padang utara tergolong

banyak dan jarak untuk melakukan penelitian tidak terlalu jauh, sehingga tidak membuang waktu yang lama dan dapat menghemat biaya.

Penggunaan *e-commerce* menjadi sangat penting dalam dunia bisnis. Karena permasalahan semakin kompleks, persaingan semakin ketat, dan diperlukan tindakan kreatif yang terus-menerus untuk mengikuti perkembangan dunia global. Pada *e-commerce* aktivitas pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa sangat mempengaruhi penggunaan *e-commerce* baik bagi penjual dan pengguna *e-commerce*. Pemanfaatan *e-commerce* dalam bisnis memudahkan pelaku UMKM dalam mengidentifikasi alur kerja dan persaingan, membangun kemitraan, dan menjual produk dengan lebih efektif (Subagio 2020) . *E-commerce* memungkinkan konsumen menerima informasi dengan sangat cepat dan akurat, sehingga memberikan keunggulan kompetitif yang menentukan bagi UMKM (Subagio & Saraswati, 2020). Berdasarkan data yang diperoleh dinas koperasi UMKM Kota Padang terdapat 2.428 UMKM, 100 UMKM diantaranya adalah kuliner.

Tabel 1.2 Tingkat Pengguna *E-commerce* Di Indonesia dan Di Sumbar

Tingkat Pengguna E-commerce Di Indonesia			Tingkat Pengguna E-commerce Di Sumbar		
Tahun			Tahun		
2019	140 jt	30.9%	2019	45 jt	25.5%
2020	264 jt	40.8%	2020	67 jt	33.4%
2021	200 jt	34.7%	2021	58 jt	31.2%
2022	350 jt	65,5%	2022	87 jt	60%

Sumber : BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 sampai dengan 2022 khusus tingkat pengguna *E-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan, ditahun 2019 sebanyak 140jt (30,9%) sedangkan pada tahun 2021 sebanyak 264jt

(40,8%) terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya, sedangkan pada tahun 2021 terjadi penurunan sebanyak 64jt dimana tahun 2021 pengguna *e-commers* hanya 200jt (34,7%) lalu pada tahun 2022 terjadi peningkatan kembali yaitu 350jt (65,5%). Selanjutnya dapat dilihat dari tabel di atas pengguna *e-commerce* di Sumbar pada tahun 2019 yaitu sebanyak 45jt (25,5%) pada tahun 2021 terjadi peningkatan pengguna *e-commers* yaitu 67jt (33,4%) dan pada tahun 2021 terjadi penurunan 9jt dimana total pengguna *e-commers* pada tahun itu hanya 58jt (31,2%) dan pada tahun 2022 terjadi kenaikan pengguna *e-commers* sebanyak 87jt (60%). Peningkatan pengguna *e-commerce* yang terjadi disebabkan karena harga barang pada *e-commerce* lebih murah daripada harga di pasaran, yang menyebabkan masyarakat lebih memilih belanja di *e-commerce*.

Sejak saat itu, para pelaku ekonomi memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai media pengembangan usahanya. Hal ini mempengaruhi peningkatan penjualan bisnis yang di jalankan. Banyak usaha kecil dan menengah, khususnya di wilayah Padang Utara, yang menggunakan *e-commerce* sebagai platform pengembangan usaha, namun mereka tidak mampu mengoperasikannya secara efektif.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh penulis di Padang Utara, ada beberapa pelaku UMKM yang belum memahami bagaimana memanfaatkan *e-commerce* sebagai media untuk mengembangkan usahanya. Namun, beberapa pelaku ekonomi sudah menggunakan platform *e-commerce* sebagai media pengembangan produk, namun belum mampu memanfaatkan platform tersebut secara optimal. Merujuk pada hasil penelitian Tirtayanti (2022), pemanfaatan *e-commerce* memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM yang ada.

Tabel 1.3 Observasi Terhadap UMKM Kuliner Di Padang Utara

NO	KETERANGAN	PENGUNAAN <i>E-COMMERCE</i>	ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
1.	Sudah menggunakan platform <i>e-commerce</i>	- Penjual tidak bisa fast respon	- Terbuka terhadap ide-ide baru

	tapi belum mampu menggunakannya dengan maksimal	<ul style="list-style-type: none"> - Keterbatasan pekerja - Keterbatasan waktu dalam pengerjaan pesanan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Berani mengambil resiko - Mendorong pelaku usaha dalam mencari peluang bisnis baru
2.	Peningkatan omset	<ul style="list-style-type: none"> - Sejak menggunakan <i>e-commerce</i> omset penjual meningkat, yang awalnya 2jt/hari menjadi 2,5jt/hari - Sejak menggunakan <i>e-commerce</i> biaya operasionalnya menjadi berkurang, yang biasanya penjual mengeluarkan biaya sekitar 15%/hari menjadi 12%/hari 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelaku usaha lebih berani dalam menghadapi persaingan - Pelaku usaha cenderung memiliki kendali atas arah dan keputusan dalam bisnis mereka
3.	Memperluas akses pasar	<ul style="list-style-type: none"> - Sejak menggunakan <i>e-commerce</i> akses pasar menjadi lebih luas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Keaktifan pelaku usaha dalam mencari peluang

Berdasarkan tabel di atas, hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengungkap beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari wawancara tersebut, peneliti menemukan bahwa beberapa pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan platform *e-commerce*. Sejumlah masalah yang teridentifikasi melibatkan keterbatasan dalam penggunaan *e-commerce*, seperti ketidakmampuan beberapa pelaku UMKM untuk secara efektif menggunakan platform tersebut, tetapi penjual berani menghadapi kemajuan teknologi dan terbuka terhadap ide dan hal baru. Beberapa kendala yang diungkapkan meliputi keterbatasan pegawai dalam menyelesaikan pesanan, kurangnya waktu dalam mengerjakan pesanan, minimnya interaksi antar pelaku UMKM di platform tersebut, serta beberapa pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan platform *e-commerce* sebagai sarana promosi produk mereka. Meski begitu pelaku UMKM berani mengambil keputusan dalam mencari peluang dan berani mengambil resiko dalam menciptakan peluang bisnis baru. Temuan ini memberikan wawasan

yang berharga untuk pengembangan strategi atau pelatihan yang dapat membantu pelaku UMKM mengoptimalkan potensi *e-commerce* dan orientasi kewirausahaan dalam mendukung perkembangan produk mereka. Platform *e-commerce* yang digunakan biasanya digunakan pelaku UMKM adalah *gofood, grabfood dan shopeefood*.

Selain menggunakan *e-commerce* orientasi kewirausahaan juga merupakan variable yang memengaruhi kinerja UMKM, hal ini terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Kemampuan wirausaha dalam mengukur peluang usaha dapat mempengaruhi keberhasilan usaha yang pada akhirnya mempengaruhi keberlangsungan perusahaan (Ranto, 2016). Orientasi kewirausahaan merupakan kerangka bisnis yang membantu membentuk peluang bisnis ketika memasuki pasar baru (Sondra & Widjaja, 2021).

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk memiliki ide-ide kreatif dan memanfaatkan sumber daya sebagai kekuatan internal untuk menciptakan inovasi yang memanfaatkan peluang. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat memiliki kemampuan inovasi yang lebih baik dibandingkan perusahaan lain. Hal ini karena perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat fokus pada pencapaian kinerja unggul dengan mengembangkan strategi penciptaan nilai yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain.

Pengusaha yang memiliki karakteristik orientasi kewirausahaan yang tinggi ditandai dengan adanya kemauan yang keras, keberanian mengambil resiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan bisnisnya sehingga akan mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Mustari et al, 2021).

Oleh karena itu dalam lingkungan bisnis yang dinamis saat ini, orientasi kewirausahaan tidak dapat diabaikan karena merupakan kunci kelangsungan hidup perusahaan di masa depan yang penuh dengan pertumbuhan yang stabil dan tantangan dari pesaing baru. Pentingnya orientasi kewirausahaan berarti bahwa perusahaan mendorong karyawan untuk mengambil

keputusan secara mandiri, aktif menerima inovasi baru, memperhitungkan risiko dengan cermat, bertindak proaktif, dan menunjukkan agresivitas yang diperlukan dalam persaingan bisnis. Ciri-ciri ini mencirikan pengusaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi, seperti kemauan yang kuat, keberanian mengambil risiko, dan kreativitas yang tinggi dalam menjalankan usaha. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi keberhasilan peningkatan kinerja suatu perusahaan (Mustari dkk, 2021). Berdasarkan survei langsung di Kota Padang, Kecamatan Padang Utara, Padang Utara terbukti menjadi lokasi paling strategis untuk memulai usaha. Dengan populasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mencapai 100 UMKM. Padang Utara adalah pusat perbelanjaan dan jual beli tersibuk. Pusat perbelanjaan yang ada di Padang Utara adalah Transmart Padang yang membuat masyarakat banyak berkunjung ke Padang Utara untuk berbelanja dan pada Transmart Padang selalu ramai dikunjungi setiap harinya, dan banyaknya kantor yang ada pada wilayah Padang Utara seperti Pengadilan Tinggi, Dinas Perdagangan dan masih banyak lagi kantor yang ada di Padang Utara baik negeri maupun swasta. Keunggulan ini tidak hanya muncul dari jumlah penduduknya saja, namun juga dari lokasinya yang berada di pusat kota dan di jalan besar yang digunakan banyak orang. Selain itu, Padang Utara memiliki akses yang strategis untuk pelaku usaha *e-commerce* yang kuat dibandingkan Kecamatan lain di wilayahnya sehingga menjadi tujuan hampir seluruh pelaku UMKM untuk berkunjung ke Padang Utara. Situasi ini membuat persaingan usaha di Padang Utara menjadi sangat ketat dan mendorong para pelaku UMKM untuk terus melakukan inovasi strategi penjualannya guna menarik perhatian pelanggan. Mereka harus mengambil risiko, beradaptasi ketika penjualan tidak memenuhi harapan, dan membawa vitalitas tinggi bagi komunitas bisnis setempat.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat mengalami penurunan Kinerja UMKM di Padang Utara. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“Pengaruh Penggunaan *E-commerce* dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada maka akan dilakukan pengujian untuk variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh penggunaan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM?
2. Bagaimanakah pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan *E-commerce* dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-commerce* dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada para pembaca baik dari pihak internal maupun pembaca eksternal.

2. Secara Praktis

- a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu terutama dalam bidang manajemen Sumber Daya Manusia.

- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi kepada instansi atau peneliti.

1.5. Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini bahwa peneliti tidak dapat melakukan penelitian di seluruh UMKM Kota Padang, dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu yang cukup singkat dalam melakukan penelitian ini, maka dari itu peneliti mengambil sampel pelaku UMKM di Padang Utara.