BAB 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Presiden Joko Widodo memberikan perhatian khusus bagi UMKM yang dikemukakan pada sidang Tahunan MPR 2021. Jokowi menekankan peningkatan daya saing produk lokal dalam persaingan global. Pada Agustus 2021, lebih dari 14 juta UKM akan bergabung dengan aplikasi belanja online. Menurut data yang dirilis aplikasi *E-commerce*, Shopee, sampai 2021, lebih dari 180.000 UMKM Indonesia memasuki pasar ekspor global. (Setkab.go.id,2021)

Pada 2021, Shopee melaporkan 50.000 lebih produk lokal terjual setiap hari ke luar negeri ke enam negara tujuan ekspor, yakni Singapura, Malaysia, Filipina, Vietnam, serta Thailand dan Brasil. Partisipasi dalam ekonomi digital sangat penting karena potensinya sangat besar dan memudahkan UKM untuk mengakses rantai pasok global. Pada tahun 2020, nilai transaksi bisnis digital di Indonesia menembus angka Rp253 triliun. Nilai tersebut akan meningkat menjadi Rp 330,7 triliun pada 2021.

Selain itu keperkasaan UMKM juga di dasari oleh peristiwa 1998 yang ternyata UMKM adalah yang terkuat untuk melewati masa kelam dalam dunia ekonomi Indonesia. UMKM memegang peran startegis karena merupakan Langkah awal untuk memulai usaha. UMKM merupakan suatu kriteria usaha dengan aset maksimal 50 juta Rupiah dan memiliki penghasilan 300 Juta Per tahun. UMKM merupakan kategori usaha dibawah UKM yaitu usaha kecil

menengah yang memiliki aset 50 juta – 500 juta Rupiah dan penghasilan 2,5 milyar – 50 milyar Rupiah. Indonesia memiliki sekurang kurangnya 59,2 Juta UMKM (Kemenkop UKM-2019) Jumlah tersebut mampu menyerap 117 juta pekerja yang berarti 97% daya serap di dunia usaha (Kemenkop UKM-2019) .

Kemajuan suatu usaha juga tidak akan lepas dari kata daya saing. Daya saing mengambil peran penting sebagai tolak ukur *sustainability* suatu usaha dengan mampu berapdatasi ditengah persaingan pasar. Kemampuan Berdaya saing suatu usaha sangat diperlukan untuk melihat seberapa kuat usaha tersebut akan bertahan dan bergerak maju. Indonesia memang memiliki kualitas sumber daya alam yang besar dan beragam. Kualitas sumber daya alam tidak didukung baiknya sumber daya manusia untuk mengolahnya.

Banyak hal yang mampu memperlihatkan bahwa kualitas sumber daya manusia tidak dapat mengelola sumber daya alamnya yang berpengaruh terhadap fenomena Daya saing. Contoh perkembangan UMKM Indonesia yang jika kita bandingkan dengan China, dengan produksi skala rumahan, China mampu memproduksi bahan bahan kimia dan elektronik seperti motor roda tiga atau biasa kita jumpai dengan merk *Jialing,Tossa,Kaisar*.

UMKM Indonesia saat ini masih banyak bergerak dibidang kuliner. *Mindset* dari UMKM Indonesia terhadap daya saing masing perlu diperbaiki. Terlebih *top of mind* pelaku usaha khususnya UMKM terhadap daya saing adalah harga. Menurut Hana (2017) Daya saing tidak hanya dipengaruhi oleh harga tetapi ada faktor seperti inovasi produk,kualitas,pengantaran. Menurut pasaribu dan oktavia (2020) Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Fleksibilitas adalah dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan. Hal tersebut semakin

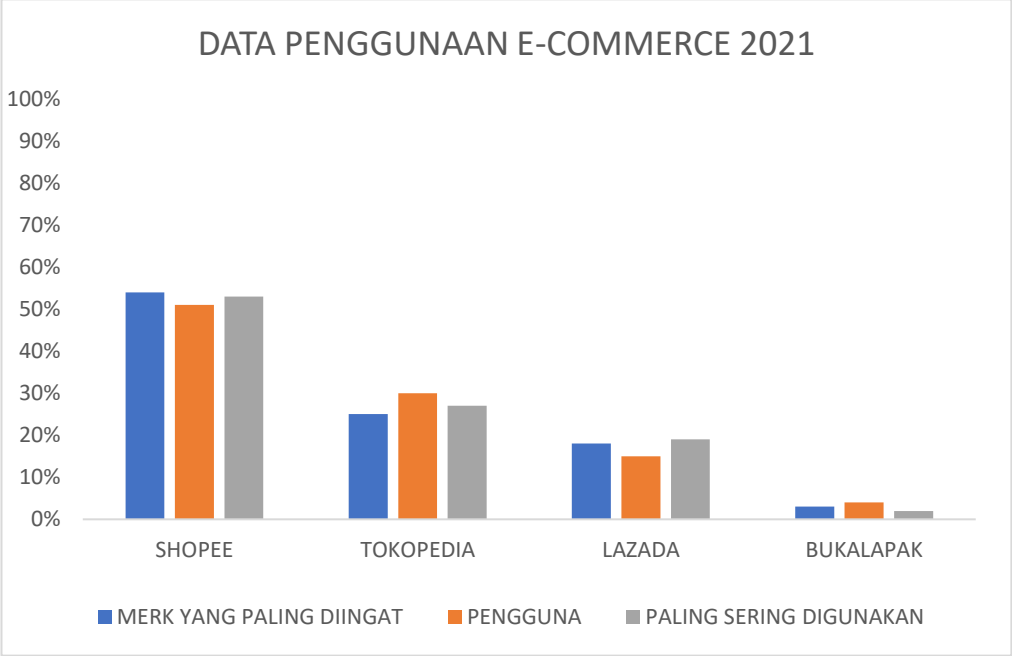
memperkuat bahwa bukan harga yang menjadi satu-satunya faktor yang menjadi penentu pemenang dalam berdaya saing.

Pelaku usaha khususnya UMKM seharusnya memiliki pandangan dan pengetahuan yang beragam. Dalam hal berdaya saing UMKM harus cerdik memposisikan diri bersaing dengan usaha besar maupun sesame UMKM. Apabila UMKM hanya melihat daya saing hanya dari sisi harga maka ditakutkan perang harga akan menjadikan UMKM sulit berkembang dan menciptakan ekosistem ekonomi yang buruk. *Gap* yang antara tren bidang UMKM Indonesia dan negara lain harus menjadi perhatian serius oleh pemerintah Indonesia.

Dukungan pemerintah dan iklan yang baik merupakan hal yang mendukung kekuatan daya saing UMKM mulai bersaing di level nasional hingga internasional. Pemanfaatan penerimaan teknologi juga salah satu faktor paling penting transformasi UMKM dalam menghadapi era teknologi 5.0. UMKM era 5.0 dituntut untuk mampu berkompetisi dengan pasar global. Cara paling mudah adalah UMKM harus akrab dengan teknologi.Instagram, shopee dan Tokopedia yang merupakan platform media sosial dan platform *E-commerce*. Setiap kota di Indonesia Seperti Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan memiliki Dinas koperasi yang mengelola UMKM dalam suatu paguyuban atau dibentuknya kelompok UMKM. UMKM di Indonesia untuk saat ini masih mengutamakan produk praktis ataupun produk tradisional yang berciri khas di setiap daerah.

Hal tersebut yang mendasari peneliti untuk mengeksplorasi kemungkinan transformasi UMKM menjadi lebih Tangguh dan kuat. Kekuatan UMKM sepertinya sangat kurang apabila hanya menjual produk tradisional yang praktis dan mudah. hal tersebut juga dinilai sangat usang dan hanya sedikit peminat.Walau dibeberapa kota memiliki UMKM dengan produk andalan. Indonesia dirasa butuh sebuah *Upgrading* dari sisi UMKM.

Tabel 1.1 Data pengguna *E-commerce* 2021



Sumber: Kantar,Seputar Tangsel

UMKM indonesia dirasa mampu memproduksi barang barang komoditas yang dibutuhkan dunia. Dalam platform tersebut memiliki logaritma-logaritma terhadap produk yang dijual. Hal tersebut harus dikuasai atau setidaknya diakrabkan oleh pelaku UMKM khususnya Kecamatan Pamulang dalam penelitian ini.Selain itu peningkatan daya saing juga memiliki faktor lain seperti advertisement atau iklan. fenomena iklan dalam media sosial di Indonesia banyak memiliki jenisnya yang paling mudah dan akrab adalah *system paidpromote*, yaitu mempromosikan suatu produk atau layanan toko pada suatu akun yang memiliki intensitas datau *highlight* tinggi oleh *follower*nya. Fenomena ini dinilai sangat efektif dikarenakan pengiklan mampu memilih akun sesuai kategori dan *target market* konsumen. UMKM perlu melihat hal tersebut sebagai peluang dan memanfaatkannya. Proses tersebut yang peneliti kaji dalam proses penerimaan teknologi untuk meningkatkan daya saing.

Tabel 1.2 J*umlah UMKM dan Pengguna *E-commerce di kecamatan Pamulang

Tahun	Jumlah Umkm	UMKM Pengguna *E-commerce*

2019	18.933	4.112
2020	18.311	5.347
2021	17.919	7.640

Sumber : Peneliti

Dalam tabel tersebut tertera bahwa adanya penurunan jumlah UMKM dalam 3 tahun terakhir dikarenakan imbas dari pandemi *Covid-19* yang membuat beberapa UMKM memilih untuk gulung tikar karena sudah tidak mampu menutupi biaya operasional. Hal yang cukup unik juga tersaji dalam tabel tersebut yaitu jumlah pengguna UMKM terlihat naik dikarenakan kondisi dan kebutuhan dari imbas pandemi *Covid-19* menghjaruskan UMKM bertransformasi guna berdaya saing atau bahkan demi usaha tersebut *sustain.* Urgensi yang terbangun antara upaya UMKM untuk survive ,ditambah lagi dampak covid-19 membutuhkan suatu solusi yang bersinergi untuk menghasilkan solusi yang tepat Dampak yang dikaji antara hubungan penggunaan *E-commerce* dengan daya saing membutuhkan suatu kajian teori dan dasar teori yang kuat untuk mengkaji seberapa jauh dan aspek aspek yang mempengaruhi unsur *E-commerce* terhadap daya saing dengan objek UMKM di kecamatan pamulang digunakanlah *Technology acceptance model* sebagai langkah menelusuri hubungan hubungan tersebut.

Menurut Prasetio et al., (2018) TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. Dalam memformulasikan TAM, Davis tidak mengakomodasi semua komponen teori TRA, Davis hanya memanfaatkan komponen "*Belief* dan *Attitude*" saja, sedangkan *Normative Belief* dan *Subjective Norms* tidak digunakannya. Menurut Davis perilaku menggunakan IT diawali oleh adanya persepsi mengenai manfaat (*Perceived Usefulness*)

Menurut Prasetio et al., (2018) terdapat dua persepsi yang dapat memengaruhi sikap penggunaan (*attitude toward use)*. Persepsi yang pertama disebut dengan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), yang didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan

menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan performa kinerjanya. Penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi kegunaan memiliki dampak positif terhadap sikap penggunaan *E-commerce.* Made Agus Ana Widiatmika, n.d. meneliti bahwa persepsi kegunaan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap sikap penggunaan suatu sistem. Dan persepsi mengenai kemudahan menggunakan IT (*Perceived Ease of Use*). Kedua komponen ini bila dikaitkan dengan TRA adalah bagian dari *Belief.* Syafrizal & Dwiandiyanta, (2019) menjelaskan TAM di gunakan untuk melihat pemahaman individual yang secara terus menerus menggunakan teknologi informasi dalam aktifitasnya. Penggunaan sistem informasi pada individu untuk melakukan aktivitas dan pemanfaatannya masih menjadi perhatian penting bagi peneliti, walaupun terdapat kemajuan yang cukup berarti dalam kemampuan hardware dan software. (*Perceived Ease of Use*) bermakna tanpa kesulitan atau terbebaskan dari kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian persepsi mengenai kemudahan dalam menggunakan suatu IT merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem IT yang akan digunakan tidak merepotkan atau tidak membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan.dengan persepsi ini seharusnya keinginan menggunakan teknologi mampu meningkat dan akan semakin banyak pengguna teknologi khususnya pelaku UMKM dalam peningkatan daya saing. Inilah tugas peneliti untuk mencari cara bagaimana keakraban dapat mempengaruhi *belief system* dan akan mempermudah proses penerimaan teknologi dikalangan UMKM di wilayah Kecamatan Pamulang.

Kemampuan penguasaan teknologi ini menjadi semakin sulit dengan besarnya disparitas atau *gap* kemampuan adaptasi teknologi didalam masyarakat Herdiana et al., n.d.). Disparitas kemampuan adaptasi teknologi antara pengguna pengguna teknologi di kawasan perkotaan dengan pedesaan cukup besar, terlebih dalam masyarakat dengan status ekonomi yang lemah (Herdiana et al., n.d.) Hal ini menjadikan adanya gap antara kemampuan teknologi dalam masyarakat (Dwi Kurniawan et al., n.d.). Disisi lain masyarakat dituntut untuk menjadi

semakin konsumeris dengan adanya teknologi namun tidak berdampak langsung pada kemampuan dalam penguasaan teknologi tersebut.walaupun pelaku UMKM sudah memiliki kesadaran terhadap alur teknologi tetapi penguasaan teknologinya dirasa belum maksimal.

UMKM saat ini masih menggunakan Whatsapp *Business* dan *facebook* sebagai *platform* jual belinya padahal dalam melakukan kegiatan promosi dan lingkup konsumen dikatakan sangat sedikit. *Whatsapp business* hanya menjangkau kontak yang kita *save* dan tidak mampu menjangkau oranglain yang bukan kontak dari penjual,sedangkan untuk *Facebook* walau sudah memiliki fitur *Facebook ads* tetapi mayoritas UMKM belum memiliki keahlian memanfaatkan. Hal ini membuat UMKM kita tertinggal jauh dibanding negara lain dengan tingkat penerimaan teknologi yang cukup tinggi. Dengan penerimaan teknologi yang dinilai timpang mempengaruhi daya saing dalam memperebutkan konsumen sebanyak banyaknya. Pengubahan persepsi tentang penerapan teknologi terhadap UMKM di wilayah Kecamatan Pamulang diharapkan sejalan dengan keinginan untuk berproses dan bertranformasi menjadi UMKM dengan kekuatan daya saing tinggi berlingkup nasional dan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia yang kuat dan *sustain*.

Dalam penelitian ini, peneliti juga memiliki motivasi yang kuat untuk berkontribusi menjadikan UMKM Indonesia mampu bersaing secara kompetitif baik dengan sesama UMKM,usaha besar dan Usaha dari Negara lain sehingga menciptakan ekosistem ekonomi yang sehat,menguatkan pondasi ekonomi Indonesia dan membawa kesejahteraan bagi warganya.

Dengan latar belakang tersebut memilih sebuah topik bahasan skripsi dengan judul "**PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP DAYA SAING UMKM DENGAN METODE *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DI KECAMATAN PAMULANG KOTA TANGERANG SELATAN"**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah

1. Apakah kemampuan menggunakan komputer (*computer self efficacy*) berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang?
2. Apakah persepsi kemudahan *E-commerce* (*perceived ease to use*) E-commerce berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang?
3. Apakah persepsi kemanfaatan *(Perceived usefulness) E-commerce* berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang?
4. Apakah niat untuk menggunakan (*Intention to use) E-commerce* berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang?
5. Apakah penggunaan sesungguhnya (*actual usage) E-commerce* berpengaruh langsung terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang?

Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa pengaruh penerimaan teknologi terhadap daya saing UMKM menggunakan metode TAM

1. Menguji dan membuktikan kemampuan menggunakan komputer (*computer self efficacy*) berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang
2. Menguji dan membuktikan persepsi kemudahan *E-commerce* (*perceived ease to use*) berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang
3. Menguji dan membuktikan *(Perceived usefulness)* E-commerce berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang
4. Menguji dan membuktikan niat untuk menggunakan (*Intention to use) E-commerce* berpengaruh terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang
5. Menguji dan membuktikan penggunaan sesungguhnya (*actual usage) E-commerce* berpengaruh langsung terhadap Daya saing UMKM Kecamatan Pamulang

Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini peneliti mengharapkan mampu berguna bagi pihak pihak yang berkepentingan, beberapa manfaat penelitian ini adalah :

a. Bagi Teoritis

   Peneliti berharap bersamaan penelitian ini mampu menambah wawasan terkait bidang sektor Publik dan UMKM dengan segala macam permasalahan dan mampu mengaplikasikan ilmu dan teori semasa mengenyam pendidikan di masa kuliah

   Peneliti berharap penelitian ini mampu dijadikan referensi dan sumber penelitian terdahulu terkait hal yang dibahas. peneliti juga berharap kajian ini bisa memberikan banyak data untuk penelitian berikutnya.

b. Bagi Praktis

   Hasil dari penelitian ini mampu dijadikan acuan dan pandangan dalam menjadikan pelaku UMKM Kecamatan Pamulang bertransformasi dan siap bersaing di kancah Nasional hingga internasional.