

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penyebaran virus corona atau *COVID-19* pada awal tahun 2020 membawa dampak yang begitu besar bagi seluruh sektor di berbagai belahan dunia, tak terkecuali bagi Indonesia (Fahrika & Roy, 2020). Banyak sekali sektor-sektor yang terdampak akibat adanya virus tersebut, seperti sektor kesehatan, sektor pariwisata, sektor perdagangan, sektor perekonomian, dan masih banyak lagi (Aeni, 2021). Adanya penyebaran virus yang semakin mengkhawatirkan jutaan manusia tentu berimbas pula pada perekonomian suatu negara semakin terpuruk, semakin banyak pengusaha yang terpaksa harus gulung tikar karena terganggunya aktivitas operasional, banyak pihak yang harus di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) karena perusahaan-perusahaan dengan terpaksa harus mengurangi jumlah tenaga kerjanya agar usaha yang dijalaninya tetap dapat beroperasi (Sumarni, 2020). Hal-hal serupa tentu juga dirasakan oleh berbagai negara di dunia, sebagai pengusaha dan pelaku usaha, sebagai aparat pemerintahan tentu akan berusaha keras agar dapat memulihkan keadaan usaha yang dijalani serta dapat kembali menjalankan aktivitas operasi seperti sebelum adanya penyebaran covid-19 ini.

Di Indonesia, sektor ekonomi cukup merasakan guncangan yang menyebabkan penurunan yang drastis jika dilihat dari pendapatan yang diterima dari entitas bisnis, sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM),

yang mana hal-hal tersebut cukup menopang perekonomian Indonesia selama ini (Choiroel et al., 2022). Dalam siaran PERS Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia yang dilansir melalui laman *ekon.go.id* menjelaskan bahwa UMKM merupakan pilar terpenting perekonomian Indonesia. Sebagai pihak yang turut mendukung UMKM, maka pemerintah menjalankan sejumlah program seperti Kredit Usaha Rakyat, bantuan insentif dan pembiayaan melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), digitalisasi pemasaran UMKM, penguatan wirausaha alumni program kartu prakerja melalui pembiayaan KUR (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah pelaku UMKM pada tahun 2018 mencapai 64,2 juta dengan menghasilkan kontribusi terhadap PDB 61,1 persen (Sasongko, 2020). Sehingga terlihat jelas bahwa memang adanya UMKM di Indonesia menjadi penopang bagi perekonomian negara. Pada masa-masa awal pandemi, pemerintah memperketat mobilitas masyarakat dengan mengeluarkan peraturan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diatur dalam Peraturan Pemerintah No.21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar untuk memutus mata rantai penyebaran virus covid-19 (Iskar et al., 2021).

Timbulnya keresahan akibat penyebaran virus yang begitu cepat, maka pemerintah Indonesia membentuk serangkaian aturan atau regulasi sebagai bentuk pemutusan mata rantai penyebaran covid-19 (Telaumbanua, 2020).

Dilansir dari laman tempo.co disebutkan bahwa pemerintah setidaknya telah mengeluarkan 7 istilah yang berbeda tentang penanganan covid-19, diantaranya adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berlaku sejak April hingga Juni 2020, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Transisi yang berlaku sejak Juni hingga September 2020, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa-Bali yang diberlakukan sejak Januari hingga Februari 2021, PPKM Mikro, PPKM Darurat, dan PPKM Level 3 dan 4 (Andryanto, 2021). Sebagai dampak dari diberlakukannya kebijakan-kebijakan tersebut, semua kegiatan masyarakat yang semula dilakukan secara tatap muka dengan orang lain, mulai dari kegiatan pendidikan, perkantoran, perdagangan, industri, sosial, olahraga, bahkan sampai kegiatan keagamaan saat itu dilarang untuk dilakukan dengan bertemu, artinya semua kegiatan tersebut hanya dapat dilakukan di rumah masing-masing (Tuwu, 2020). Penerapan kebijakan untuk tidak berkegiatan di luar rumah, menjaga jarak dan berdiam diri rumah sesuai anjuran pemerintah pada akhirnya merubah total kebiasaan masyarakat, yang semula interaksi dapat dilakukan secara langsung, bebas, terbuka, kini interaksi secara tidak langsung atau melalui alat telekomunikasi, tertutup, dan terbatas. Tak hanya itu, penerapan kebijakan tersebut tentunya juga berpengaruh pada penurunan ekonomi sehingga daya beli masyarakat menurun, yang mana hal tersebut akan mempengaruhi perputaran uang di pasar berakibat semakin memperlambat aktivitas perdagangan (Mawar et al., 2021).

Seiring berjalannya waktu dan memasuki era *new normal*, pemerintah semakin menunjukkan peran dalam membantu para pelaku UMKM untuk membuat sebuah strategi agar usaha yang dijalani dapat tetap bertahan dan berjalan sekalipun kondisi perekonomian pun sedang dalam masa pemulihan (Azizah et al., 2020). Kebijakan *new normal* diharapkan dapat memulihkan aktivitas bisnis termasuk UMKM dengan tetap mengikuti kebijakan oleh pemerintah, sehingga secepatnya roda perekonomian dapat kembali bergerak. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk bertahan adalah dengan melakukan penjualan secara *online* atau melalui *e-commerce*, dimulai dengan melakukan promosi secara digital sehingga dapat menekan biaya promosi, serta membangun dan mengoptimalkan hubungan pemasaran dengan pelanggan (Hardilawati, 2020). Pergeseran pun terjadi dengan adanya pandemi covid-19, yang semula konsumen dapat secara langsung datang ke toko atau swalayan, namun karena adanya pembatasan dan peraturan pemerintah, maka penjualan pun dilakukan secara online melalui *e-commerce*, termasuk juga bagi para pelaku UMKM yang perlu menyesuaikan perkembangan agar usahanya tetap berjalan (Irawati & Prasetyo, 2022). Tetapi menjalankan bisnis di tengah masa pandemi memang bukan hal yang mudah, dalam hal ini UMKM kurang memiliki fleksibilitas dan keterampilan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti masih rendahnya tingkat digitalisasi, kesulitan dalam akses teknologi, serta pemahaman yang kurang luas terkait strategi bertahan dalam menjalankan suatu usaha (OECD, 2020).

Di kota Surabaya jumlah UMKM mencapai 60.007, sebanyak 45.566 UMKM terdaftar di kecamatan, dan sebanyak 13.441 terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Surabaya (Pemerintah Kota Surabaya, 2021). Sebagai walikota Surabaya, Eri Cahyadi turut mengambil bagian dalam upaya pengembangan UMKM agar ekonomi kerakyatan dapat terus bergerak. Upaya pengembangan UMKM di masa pandemi tidak terlepas dari adanya teknologi digital, yang mana dapat terjalin konektivitas antara pelaku UMKM (A. C. Putra, 2021). Sebagai bentuk dukungan dan perhatian pemerintah kota Surabaya pada bulan Oktober 2021, membuat sebuah inovasi dengan mengeluarkan aplikasi belanja online dibantu dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) bernama Pemberdayaan dan Ketahanan Ekonomi Nang Suroboyo (PEKEN) yang menghimpun toko-toko kelontong dan pelaku UMKM (Dinas Penanaman Modal & Pelayanan Terpadu Satu Pintu, 2021). Dengan adanya e-peken diharapkan dapat mengatasi permasalahan ekonomi, mempermudah kegiatan transaksi antara penjual dan pembeli, bahkan dapat menarik minat konsumen lain untuk membeli dan menggunakan barang dan/atau jasa dari aplikasi tersebut (Alysia, 2021).

Program digitalisasi terus digalakkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), hal tersebut dikarenakan pola konsumsi masyarakat yang telah berubah akibat pandemi, dengan harapan tren penggunaan media digital UMKM dapat menjadi kebiasaan bagi masyarakat (Arianto, 2020). Untuk dapat bersaing di pasar digital, maka sebagai pelaku UMKM harus memiliki bekal terkait digitalisasi sehingga dapat menguatkan

para pelaku UMKM dalam melakukan produksi dan penjualan (Suwarni et al., 2019). Apabila pengelolaan keuangan masih belum dikuasai, hal tersebut akan berdampak pada perputaran roda perekonomian. Begitu juga dengan suatu usaha yang memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran, jika tidak memiliki literasi keuangan yang memadai maka akan berdampak bagi keberlanjutan penjualan UMKM tersebut.

UMKM Jarak Arum merupakan UMKM yang terbentuk di kawasan Kupang eks-lokalisasi dolly pada tahun 2014 dan bergerak di bidang membatik. UMKM Jarak Arum melayani pesanan berupa batik cap, batik tulis, batik *ecoprint*. UMKM ini mendapatkan pendampingan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tingkat Provinsi (Disperindag). Sejak adanya aplikasi e-peken yang dibuat oleh Pemerintah Kota Surabaya, UMKM Jarak Arum ikut tergabung menjualkan produknya di aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti di UMKM Jarak Arum pada 2 Maret 2023, pemilik UMKM tersebut menyampaikan bahwa yang menjadi kesulitan atau tantangan dalam meningkatkan penjualan melalui e-peken adalah kurangnya pengetahuan tentang digital dan penjualan secara digital. Sehingga tanpa pengetahuan digital yang cukup, maka akan menjadi tantangan dalam memaksimalkan penggunaan e-peken dalam meningkatkan penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan aplikasi e-peken pada UMKM dalam meningkatkan penjualan. E-peken dapat dikatakan sebagai suatu inovasi yang baru sebagai bentuk upaya pemerintah

kota Surabaya menjaga kestabilan ekonomi. Lebih lanjut, sebagai pelaku UMKM tentu perlu beradaptasi dari yang sebelumnya melakukan penjualan secara offline, kini beralih ke ranah digital. Maka dari itu, peneliti juga mengidentifikasi bagaimana para pelaku UMKM menanggapi adanya e-peken sebagai media pemasaran produk dan/atau jasa mereka.

Kebaruan penelitian ini adalah e-peken merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh pemerintah kota Surabaya dalam rangka mendukung UMKM lokal, berbeda dengan *e-commerce* lain seperti shopee, tokopedia, dan sejenisnya yang dimiliki dan dioperasikan oleh perusahaan swasta atau individu. E-peken menggunakan model bisnis yang berfokus pada kepentingan dan keberlanjutan UMKM misalnya, dapat memberikan kemudahan pendaftaran, atau pelatihan digital untuk UMKM sedangkan *e-commerce swasta* umumnya menggunakan model bisnis yang lebih mengutamakan profitabilitas, seperti biaya listing atau komisi penjualan.

1.2 Fokus Penelitian

E-peken biasanya mencakup berbagai platform dan aplikasi, seperti situs web *e-commerce*, *marketplace*, media sosial, dan platform pemasaran digital lainnya yang dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan mereka. Di Surabaya, terdapat berbagai inisiatif dan program yang mendukung e-peken dan UMKM di kota tersebut, seperti pelatihan digital dan pengembangan kapasitas untuk pelaku UMKM. Fokus

penelitian dalam hal ini adalah melakukan evaluasi terhadap UMKM Jarak Arum dalam mengadopsi aplikasi e-peken untuk meningkatkan penjualan. UMKM Jarak Arum adalah sebuah industri kecil yang bergerak di bidang industri tekstil khususnya batik dan telah berdiri selama 9 tahun. Pada era digital ini, UMKM Jarak Arum mengalami kesulitan untuk mengadopsi aplikasi *e-commerce* untuk menyesuaikan permintaan konsumen saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana penerapan aplikasi e-peken pada UMKM Jarak Arum dalam meningkatkan penjualan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berangkat dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan aplikasi e-peken pada UMKM Jarak Arum dalam meningkatkan penjualan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu membawa dampak yang positif dalam berbagai bidang, baik dalam bidang akademis maupun non akademis. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, antara lain:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti dan memberikan manfaat serta menambah referensi ilmu di bidang studi akuntansi yang khususnya mengenai gambaran umum tentang bagaimana penerapan e-peken pada UMKM dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, dalam penelitian ini juga diharapkan dapat memberi acuan dan inspirasi untuk penelitian yang selanjutnya terkait dengan e-peken dan juga kesiapan literasi keuangan dalam hal penjualan bagi para pelaku UMKM.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan juga informasi yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi e-peken agar dapat meningkatkan kinerja penjualan serta meningkatkan kembali minat masyarakat untuk membeli produk-produk milik UMKM di Surabaya.