

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi beberapa hal mengenai pendahuluan dari laporan skripsi yaitu latar belakang penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, dan pembatasan masalah

1.1 Latar Belakang

UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia memiliki pengaruh besar dalam mendukung perekonomian negara, dan hingga bulan Juli 2021 tercatat menurut sumber dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 64.194.056 UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan jumlah tersebut terdiri dari 44.728 usaha menengah, 193.959 usaha kecil, dan 63.955.369 usaha mikro dengan kategori dikelompokkan berdasarkan dari omzet pendapatan per tahun. Akan tetapi, dengan jumlah lebih dari 64 juta UMKM di Indonesia, hanya 13% atau kurang lebih 8 juta UMKM saja yang telah menjalankan sistem *go digital* dengandemikian masih banyak hal yang masih perlu dilakukan oleh pemerintah untuk menjadikan UMKM *go digital*.

Dalam tujuan untuk menetapkan UMKM di Indonesia menjadi *go digital*, menurut Dinas PPKUKM ada beberapa manfaat yang dapat memberikan pengaruh positif terhadap UMKM yang menerapkan sistem tersebut, yaitu:

- Untuk meningkatkan omzet yang akan dicapai, dikarenakan dalam perkembangan zaman ini, sudah banyak pembayaran digital yang bekerja sama dengan berbagai macam *marketplace e-commerce*

sehingga untuk mengikuti gaya hidup yang sudah maju tersebut masyarakat sekarang lebih tertarik dalam berbelanja dengan metode *cashless* dan *marketplace* yang memiliki banyak diskon, dan hal tersebut menyebabkan peningkatan pembelian.

- Lebih praktis, efisien dan mempermudah pelaku UMKM dalam mengolah UMKM yang dimiliki, yang disebabkan oleh efisiensi dalam biaya transportasi, gudang, promosi dan lainnya, serta dalam pembayaran bisa lebih cepat dengan *cashless*.
- Meningkatkan keamanan dalam UMKM dikarenakan menggunakan pembayaran digital.

Dari Kementerian Kominfo pada tahun 2020 memberitahukan rencana yang akan dilakukan hingga tahun 2024, bahwa UMKM di Indonesia akan menerapkan sistem *go digital* serta menjelaskan rancangan mengenai dampak yang diberikan dalam penerapan sistem *go digital*. Pemerintah memiliki beberapa arahan dengan tujuan untuk menjadikan Indonesia dengan ekonomi berbasis inovasi serta kapabilitas teknologi kelas dunia, SDM yang terampil, beserta masyarakat yang telah terbiasa dengan budaya digital sehingga mampu dalam menjalani kehidupan di masa depan dan dalam strategi tersebut ada enam arahan yaitu:

1. Membangun konektivitas dan infrastruktur yang baik dan aman yang dilengkapi dengan fasilitas layanan yang sangat baik.

2. Menjadikan seluruh masyarakat Indonesia sebagai produsen/pengguna teknologi yang menginvestasikan pada penggunaan di berbagai platform dan mempunyai kepentingan strategis nasional, contohnya seperti pusat data, identitas digital nasional, atau infrastruktur *cloud*.
3. Terus mengembangkan kapabilitas digital di setiap bagian prioritas dengan bertujuan agar dapat terus memperjuangkan daya saing geostrategis serta mendorong pertumbuhan secara inklusif.
4. Mendirikan badan pemerintahan digital yang bersifat terbuka beserta terintegrasi dengan tujuan agar dapat mengembangkan dan meningkatkan layanan masyarakat.
5. Membangun budaya digital sekaligus dapat memanfaatkan bonus demografi yang dihasilkan, serta dapat mempekerjakan rakyat Indonesia dalam budaya digital dengan tujuan untuk mengembangkan dunia digital di Indonesia.
6. Harmonisasi regulasi dan meningkatkan pendanaan untuk memajukan inovasi.

UMKM *go* digital adalah UMKM yang kegiatan proses pemasaran maupun penjualannya dilakukan menggunakan platform digital yang terhubung dengan internet, atau istilahnya usaha atau bisnis rumahan, pengertian UMKM tersebut dikutip dari Bapak Atet Dedi Handiman selaku Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandung pada acara Talk Show Digitalisasi Pengelolaan Usaha untuk UMKM.

Universitas Pelita Harapan memiliki beberapa mitra UMKM yang bekerja sama

untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM tersebut dan ada beberapa UMKM yang telah menerapkan *marketplace* dan ada yang belum.

Pada penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisa mengenai minat pemimpin UMKM mitra UPH dalam penerapan *marketplace* tersebut dengan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan untuk mendukung pengumpulan data yang akan diolah dengan menggunakan aplikasi *SPSS for Windows 26.0*. Kemudian dari hasil pengolahan data tersebut akan disimpulkan mengenai apakah dalam faktor TAM dan TPB berpengaruh atau tidak pada pemimpin UMKM mitra UPH untuk berminat dalam melakukan penerapan *marketplace* ini dan menjadi sistem *go digital* dalam mengembangkan usahanya tersebut dan apabila berminat, seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan faktor-faktor tersebut dalam mendukung minat pemimpin UMKM tersebut dalam penerapan *marketplace*.

Dalam penelitian ini lebih berfokus pada UMKM mitra UPH yang belum menerapkan *marketplace* saja dikarenakan masih banyak yang menjalankan bisnisnya secara tradisional. Dalam penelitian ini, pihak UPH sedang berfokus untuk mengembangkan UMKM yang telah bermitra dengan UPH, sehingga pihak UPH dapat mendukung penelitian ini dengan cara memberi data yang dimiliki mengenai permasalahan yang dialami oleh UMKM mitra UPH saat ini.

1.2 Pokok Permasalahan

Terdapat beberapa pokok permasalahan dari penelitian ini yaitu:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap minat pemimpin UMKM mitra UPH dalam penerapan *marketplace* ?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap minat penerapan *marketplace* pada UMKM mitra UPH?
3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude* pada minat penerapan *marketplace* pada UMKM mitra UPH?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari pokok permasalahan di atas terdapat tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penerapan *marketplace* pada UMKM mitra UPH.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap minat UMKM mitra UPH dalam penerapan *marketplace*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap *attitude* pada minat penerapan *marketplace* pada UMKM mitra UPH.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan berfokus pada pengaruh faktor kemudahan dalam penggunaan, kegunaan aplikasi, resiko dalam penggunaan, kepercayaan dalam melakukan transaksi dan perilaku penggunaan ini terhadap minat penerapan *marketplace* yang bertujuan untuk melakukan perkembangan usaha pada UMKM mitra UPH saja.
2. Aplikasi yang digunakan untuk pengolahan data adalah aplikasi SPSS for Windows 26.0.
3. *Go digital / e-commerce* yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan *marketplace*

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang dapat berguna bagi berbagai pihak seperti:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan agar dapat membantu dalam membuktikan penggunaan teori TAM dan TPB dalam penelitian sesuai dengan objek penelitian saat ini yaitu minat pemimpin UMKM mitra UPH.
 - b. Dari hasil penelitian ini diharapkan agar dapat membantu menjadi materi referensi bagi penelitian selanjutnya, terfokus bagi penelitian mengenai minat penerapan *marketplace (go digital)* pada UMKM.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dari penelitian ini dapat digunakan oleh pihak UPH dalam

mengembangkan UMKM yang bermitra dengan UPH dengan menerapkan *marketplace* pada UMKM tersebut..

- b.* Dari penelitian ini manfaat yang diberikan bagi peneliti adalah mendapatkan informasi atau pengetahuan mengenai pengaruh yang mempengaruhi minat UMKM dalam menerapkan *marketplace*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini terdiri dari

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian, pokok masalah, tujuan penelitian, serta batasan masalah yang digunakan pada penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan sebagai acuan penelitian. Landasan teori yang digunakan meliputi UMKM, *e-commerce*, *marketplace*, perkembangan usaha dan penelitian sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai penjelasan metode penelitian yang akan dilakukan, dan metode penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan yaitu pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi mengenai tahapan-tahapan pada pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian serta pengolahan data tersebut. Untuk pengolahan data meliputi analisis data yang dikumpulkan dari pengisian kuesioner oleh pelaku UMKM mitra UPH dengan menggunakan aplikasi SPSS *for Windows* 26.0.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai pembahasan analisis berdasarkan data yang sudah diolah pada tahap sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran bagi peneliti berikutnya.

