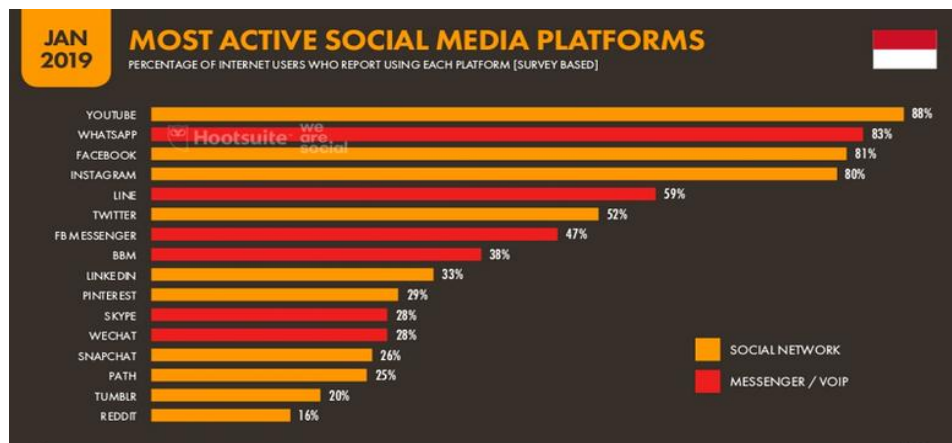


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

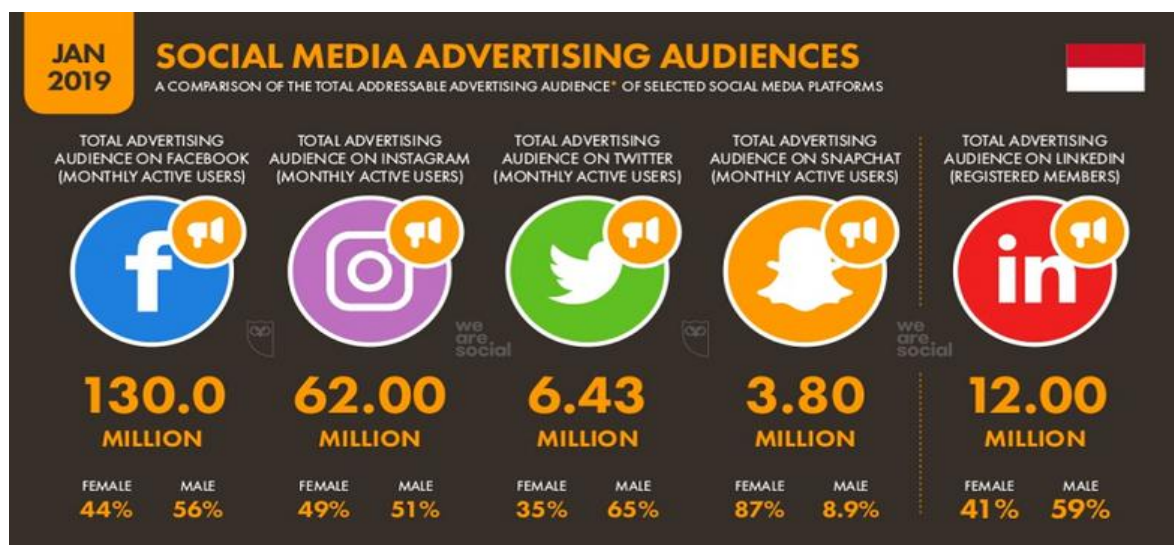
Dunia media komunikasi massa semakin menunjukkan perkembangannya yang pesat seiring dengan kemajuan perkembangan dunia digital. Jika dulu kita hanya mengenal komunikasi massa melalui televisi, radio, koran, tabloid, buku dan bahkan kaset, era tersebut kini sudah bergeser dan tergantikan dengan kanal-kanal media komunikasi sosial yang terintegrasi dengan internet. Penggunaan media komunikasi massa yang terhubung dengan internet dimulai dengan penggunaan email, kemudian di awal era milenium muncul media komunikasi sosial friendster yang mencakup massa secara luas. Setelah itu banyak muncul media-media sosial komunikasi digital seperti Facebook, Twitter, BBM, Youtube, Whatsapp, Line, Wechat, Instagram dan lain-lain, yang cakupannya tidak hanya lingkup lokal maupun nasional namun telah menjangkau ruang lingkup global yang lebih luas. Indonesia adalah salah satu negara pengguna media sosial terbesar di dunia, hal tersebut bisa dilihat pada data di bawah ini:



Gambar : 1.1 Most Active Social Media Platforms
Sumber: *We Are Social dan Hootsuite*

Data di atas menyebutkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia seperti yang meningkat setiap tahunnya. Menurut riset dari perusahaan *We Are Social* yang bekerjasama dengan Hootsuite, menyebut ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah itu naik 20 juta pengguna dibanding riset pada 2018. Masih sama seperti tahun lalu, Facebook menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digemari di Indonesia, dengan presentasi 81%. Sementara itu Instagram yang juga dimiliki Facebook menjadi media sosial kedua yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan presentase 80%.

Peningkatan pengguna media sosial tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara sasaran iklan media sosial terbesar di dunia. Facebook yang memiliki 130 juta pengguna aktif bulanan dan Instagram yang memiliki 62 juta pengguna aktif bulanan merupakan media sosial yang memiliki pemirsa iklan terbesar di Indonesia. Secara lebih jelasnya dapat kita lihat pada data di bawah ini:



Gambar 1.2 Social Media Advertising Audiences
Oleh: *We Are Social and Hootsuite*

Perkembangan media komunikasi yang semakin memudahkan kita untuk melakukan transaksi elektronik benar-benar dimanfaatkan bukan hanya oleh masyarakat

yang bermukim diperkotaan yang mana koneksi jaringan di kota sudah sangat mudah dijangkau, tetapi juga masyarakat di pedesaan mulai memanfaatkannya kemudahan ini. Bukan hanya untuk berkomunikasi semata, pemanfaatan yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan ternyata juga untuk melakukan kegiatan berbisnis. Facebook masih menjadi primadona bagi penduduk di pedesaan dalam hal ini.

Desa Jatimulya, Kecamatan Terisi, yang terletak di daerah selatan Indramayu merupakan desa yang masyarakatnya sudah menggunakan Facebook untuk melakukan berbagai kegiatan transaksi elektronik seperti bersilaturahmi dan berdagang. Desa Jatimulya adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Terisi, Kabupaten Indramayu. Desa Jatimulya memiliki jumlah penduduk 7.777 jiwa pada sensus tahun 2018. Data ini mengacu pada data BPS Kabupaten Indramayu seperti yang yang dipaparkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Desa Jatimulya

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	4,087	52,55%
2	Perempuan	3,690	47,45%
Total		7,777	100,00%

Sumber: BPS Kabupaten Indramayu diolah oleh penulis, 2019

Mayoritas penduduk Desa Jatimulya bekerja sebagai petani. Selain sebagai petani, profesi buruh kasar dan pedagang menjadi mata pencaharian yang paling banyak digeluti oleh penduduk Desa Jatimulya. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan Desa Jatimulya

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Petani	2,737	35,19%

(Bersambung ke halaman berikutnya)

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan Desa Jatimulya
(Sambungan dari halaman sebelumnya)

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
2	Buruh	2,657	34,16%
3	Pelajar	1,176	15,12%
4	Pedagang	327	4,20%
5	TKW	296	3,80%
6	PNS	55	0,70%
7	Mahasiswa	41	0,52%
9	Pensiunan	32	0,41%
10	TNI/POLRI	12	0,15%
11	Belum/Tidak Bekerja	444	5,70%
Total		7,777	100,00%

Sumber: BPS Kabupaten Indramayu diolah oleh penulis, 2019

Berdasarkan dari tabel di atas sebanyak 35,19% penduduk Desa Jatimulya bekerja sebagai petani, disusul buruh dengan 34,16% sebagai mayoritas profesi di Desa Jatimulya. Sementara itu, penduduk yang berwirausaha atau berdagang terdata sebanyak 327 (4,20%). Seiring dengan perkembangan dunia media sosial digital yang semakin pesat yang membuat banyak masyarakat Desa Jatimulya tertarik menggunakan media sosial Facebook, hal tersebut menarik minat sebagian pedagang di Desa Jatimulya dalam menggeluti *e-commerce*. Berikut grup Facebook yang digunakan sebagai wadah aktivitas *e-commerce*.

Gambar 1.3
Grup Facebook Masyarakat Desa Jatimulya



Sumber: www.facebook.com, 2019

Gambar 1.3
Grup Facebook Wong Jatimulya Is The Best



Sumber: www.facebook.com, 2019

Data yang penulis himpun melalui 2 grup Facebook terbesar di Desa Jatimulya yakni Grup Masyarakat Jatimulya yang memiliki anggota 543 (55,18%) orang dan Wong Jatimulya Is The Best yang memiliki anggota 441 (44,82%) orang menunjukkan ada lebih dari 700 (71,14%) penduduk Desa Jatimulya yang aktif menggunakan Facebook. Berikut pembagian pengguna facebook berdasarkan jenis kelamin

Tabel 1.3
Jumlah Pengguna Facebook Desa Jatimulya

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	444	59,13%
2	Perempuan	307	40,87%
Total		751	100,00%

Sumber: Grup Facebook Masyarakat Jatimulya dan Wong Jatimulya Is The Best diolah oleh penulis, 2019

Laki-laki mendominasi penggunaan facebook di Desa Jatimulya dengan persentase 59,13% sedangkan perempuan di Desa Jatimulya yang menggunakan facebook sebanyak 40,87%. Dari total 751 pengguna Facebook sebanyak 63 orang mulai merambah dunia e-commerce menggunakan Facebook. Bidang kuliner (35,29%), fashion (32,29%) dan kosmetik (23,52%) adalah jenis usaha online yang paling banyak digeluti oleh pengguna Facebook di Desa Jatimulya. Jenis usaha lainnya seperti usaha pulsa (5,88%) dan lain-lain

(2,98%) masih belum banyak peminatnya di dunia usaha online Desa Jatimulya. Berikut tabel uraiannya dalam tabel:

Tabel 1.4
Jumlah Pelaku E-Commerce Menggunakan Facebook Desa Jatimulya

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Kuliner	24	35,29
2	Fashion	22	32,35
3	Kosmetik	16	23,52
4	Pulsa	4	5,88
5	Lain-lain	2	2,98
Total		68	100%

Sumber: Grup Facebook Masyarakat Jatimulya dan Wong Jatimulya Is The Best diolah oleh penulis, 2019

Melihat fenomena pelaku *E-commerce* yang menggunakan media sosial facebook di Desa Jatimulya yang semakin tinggi pelaku dan minat konsumennya serta melihat prospek perkembangan *E-commerce* di Desa Jatimulya, peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “**Analisis Implementasi E-Commerce (Studi Kasus Pengguna Facebook di Desa Jatimulya, Kecamatan Terisi, Kabupaten Indramayu)**” sebagai judul skripsi.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis tentang implementasi penjual dengan pembeli, penjual dengan distributor, keamanan pembayaran, hambatan-hambatan, strategi dalam membangun kepercayaan pembeli serta prospek *E-Commerce* di Desa Jatimulya, Kecamatan Terisi, Indramayu.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan focus di atas maka dapat diidentifikasi masalah bahwa rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah:

- 1) Bagaimana implementasi e-commerce melalui facebook di Desa Jatimulya dari prespektif penjual?
- 2) Bagaimana implementasi *E-Commerce* melalui facebook di Desa Jatimulya dari prespektif pembeli?

1.4 Tujuan Penelitian

Secara spesifik penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara mendalam apakah implementasi *E-Commerce* benar-benar diimplementasikan dengan baik oleh masyarakat Desa Jatimulya dan mengetahui bagaimana prospek di masa depan *E-Commerce* dalam meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Jatimulya..

1.5 Kegunaan Penelitian

Pada prinsipnya manfaat dan penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori yaitu :

1.5.1 Kegunaan Teoritis (akademis)

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat secara teoritis dalam perkembangan ilmu administrasi bisnis berupa

1. Menyajikan masukan atau referensi bagi para teorisi atau orang yang ingin menambah wawasan ilmu dan pengetahuan dibidang ilmu administrasi bisnis fenomena maraknya pelaku *E-Commerce* dengan menggunakan facebook di pedesaan.
2. Memberikan sumbangan pemikiran Ilmu Administrasi Bisnis khususnya dalam bidang perkembangan dunia *E-Commerce* di pedesaan
3. Merupakan instrumen untuk menentukan perkembangan dunia bisnis

1.5.2 Kegunaan Praktis (guna laksana)

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara praktis dalam perkembangan Ilmu Administrasi Bisnis berupa :

1. Dapat memberikan sumbangan informasi bagi calon pengusaha atau calon pemodal yang ingin melakukan kegiatan bisnis skala besar.
2. Memberikan penjelasan bagaimana implementasi sasaran, target dan juga apa saja hambatan yang dilakukan oleh pelaku *E-Commerce* di pedesaan.
3. Dapat memotivasi dan mengingatkan masyarakat bahwa perkembangan dunia digital bisa dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan bisnis dimanapun termasuk di pedesaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika untuk penelitian dengan metode/pendekatan kualitatif sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori XYZ, kajian/penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informasi kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB VPENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

