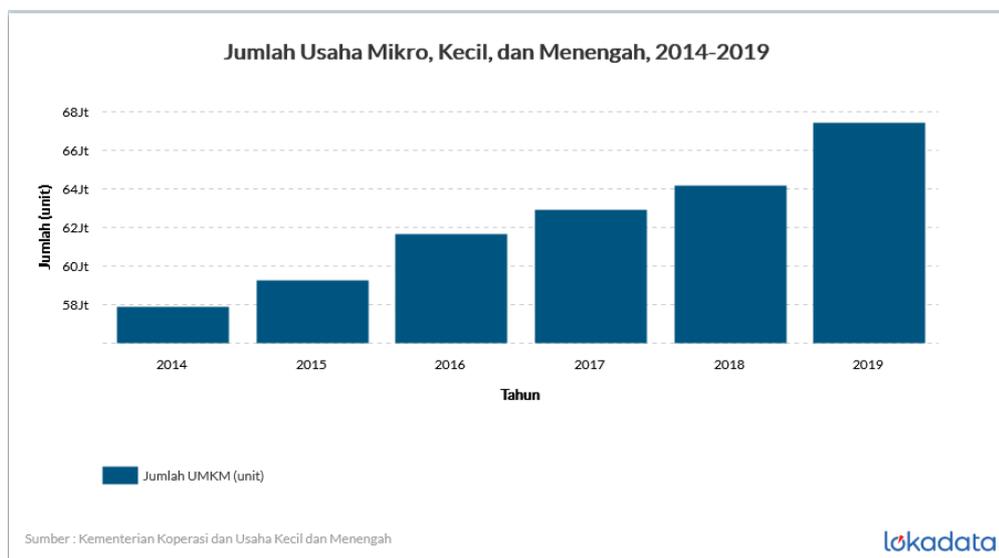


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Krisis ekonomi dan moneter yang pernah melanda Indonesia mengakibatkan lemahnya perekonomian nasional. Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia menyebabkan banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, akan tetapi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lebih tangguh dalam menghadapi krisis yang melanda. Sektor usaha mikro kecil menengah mempunyai daya tahan yang tinggi sehingga mampu bertahan dari krisis ekonomi dan moneter terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini dikarenakan struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar. Daya tahan dan fleksibilitas ini menjadikan UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan, serta UMKM mempunyai peran yang strategis dalam perekonomian nasional, sektor UMKM terbukti mampu tetap eksis ketika Indonesia menghadapi krisis ekonomi.



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM 2014-2019

Sumber: Lokadata

Dari gambar diatas dapat kita lihat bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada tahun 2019 diproyeksikan tumbuh 5 persen menjadi 67,4

juta unit. Artinya jumlah UMKM di Indonesia berkembang dengan cukup pesat dan terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Namun pada saat munculnya pandemi Covid-19 yang memberikan dampak buruk pada keberlangsungan kehidupan ekonomi di Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM. Pada penelitian Thaha (2020) melaporkan bahwa 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terkena dampak pandemi Covid-19. Hasil laporan penelitian tersebut ditambah dengan data Kemenkop UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Laporan ini merupakan hal yang cukup serius, mengingat kontribusi UMKM sangat strategis bagi perekonomian Indonesia.

Data dari penelitian Amri (2020) yang diambil dari Kemenkop dan UMKM, (2018) menunjukkan bahwa jumlah UMKM mencapai 62,9 juta yang menyerap 97% tenaga kerja dengan 89% di antaranya pada sektor mikro. Selain itu, UMKM berhasil menyumbangkan 60% produk domestik bruto ekonomi nasional. Data penelitian Soetjipto (2020) menunjukkan bahwa 75% mengalami dampak penurunan penjualan, 51% pelaku UMKM hanya mampu bertahan 1-3 bulan, 67% menginginkan adanya dana darurat, dan hanya 13% pelaku UMKM yakin menghadapi situasi pandemi.

Penelitian Soetjipto (2020) menjelaskan mengenai penyebab penurunan omzet pelaku UMKM, yang meliputi 63% disebabkan oleh daya beli konsumen menurun, 46% konsumen takut membeli disertai adanya aturan PSBB, dan 42% adanya aturan jam operasional toko. Dampak dari penurunan omzet, 33% pelaku UMKM memilih menghentikan produksi, 19% menghabiskan stok barang yang dikembalikan, 8% melakukan produksi ketika ada pesanan, dan 27% membuka dagangan dengan protokol kesehatan yang ketat. Usaha pelaku UMKM dalam menyiasati situasi pandemi, yaitu 38% melakukan pemasaran melalui media sosial, 35% menggunakan promosi berbayar yang telah tersedia secara *online*, 13% menitipkan produk secara konvensional dan 6% tetap membuka tempat jualan.

Hasil data dari survei penelitian tersebut memberikan gambaran kendala dan peluang penyelesaian masalah bagi pelaku UMKM makanan. Adanya kebijakan jaga jarak dan tetap di rumah membuat pasar konvensional sepi peminat, sehingga terjadi peningkatan pada pasar digital. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan pelaku UMKM

makanan dengan cara memasarkan produknya melalui pasar digital dalam upaya meningkatkan pendapatan.

Seiring berkembangnya kemajuan teknologi menyebabkan munculnya *e-commerce* di Indonesia. *Commerce* adalah sistem transaksi jual beli yang diseting secara online sehingga pembeli tidak harus datang ke toko untuk membeli barang. Salah satu alternatif yang menggunakan konsep entrepreneurship sebagai media informasi perusahaan dapat mempermudah interaksi antara penjual dengan pembeli tanpa adanya *boundary* baik ruang maupun waktu. Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih dan mudah didapat menjadikan *e-commerce* semakin populer dan semakin diminati banyak perusahaan serta masyarakat informasi (Manseni, 2016).

Di era modern, *electronic commerce* telah memberikan pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan tata sosial dan ekonomi masyarakat. *Electronic commerce* telah menjadi bagian terpenting dari sektor bisnis khusus dan umum, hal ini memang diakui karena dengan adanya *Electronic commerce* ini, biaya operasional bisa dikurangi agar bisa bersaing dan berjuang dengan semakin banyaknya permintaan yang mengharuskan pelayanan yang cepat dan akurat. Para pelaku ekonomi saat ini sudah beradaptasi dan berkolaborasi dengan adanya internet agar kegiatan ekonomi dapat berjalan secara berkesinambungan tanpa dibatasi oleh tempat dan waktu (Khristiana & Octaviani, 2019).

Satu persatu *e-commerce* di Indonesia mulai menampakkan diri, salah satunya adalah GoJek. Aplikasi yang pada mulanya hanya mengantar dan menjemput pelanggan, namun kini bertambah fiturnya dengan pemesanan makanan hingga membayar tagihan listrik, telepon, dan sebagainya. Tidak heran apalagi GoJek dikatakan sebagai *stratup* dengan level *Unicorn* karena valuasinya mencapai Rp 1 miliar lebih.

Ditahun 2016, perkembangan transportasi online melonjak pesat setelah diluncurkannya bisnis ini ditahun 2015. Hal ini membuat ragam respon ribuan masyarakat antara lainnya pebisnis, mahasiswa dan karyawan. Hal tersebut disambut respon positif, karena dengan adanya transportasi online dapat mempermudah masyarakat luas. Terlebih pada pebisnis UMKM kuliner di Kota Bandung pun menyambut dengan sangat positif, karena bagi mereka dapat membantu untuk

menjangkau para konsumen yang terletak dekat maupun sangat jauh dari lokasi bisnis mereka. Berawal dari *GoFood* itulah para pebisnis kuliner di Kota Bandung sangat tertolong, karena usaha jasa ini respektatif untuk dikembangkan, dan akan membantu banyak sekali warga kota Bandung yang akan terbantu dengan hadirnya *GoFood* ini. Para warga kota Bandung pun juga bisa ikut ambil bagian menjadi salah satu driver *GoFood* (Hidayatullah, S, dkk. 2018).

Salah satu fitur layanan unggulan dari GoJek yaitu *GoFood*. *GoFood* merupakan sebuah layanan *food delivery* seperti *delivery order* di sebuah kuliner. Cukup dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur *GoFood* didalam aplikasi Gojek, konsumen bisa memesan makanan dari usaha kuliner yang bergabung dengan *GoFood*. Makanan yang dipesan akan dipesankan dan diantar langsung oleh *driver GoFood*. Untuk pengusaha kuliner yang memiliki dana terbatas untuk mengembangkan layanan *delivery order*. *GoFood* bisa menjadi solusi alternatif yang membantu pengusaha kuliner. Pengusaha kuliner dapat memiliki layanan *delivery order* tanpa menambah SDM. Keuntungan dari layanan ini bisa dirasakan langsung oleh pengusaha kuliner karena mereka tidak harus menyediakan *budget* besar untuk mengembangkan layanan *delivery order* dan juga layanan *GoFood* bisa menjadi alternatif yang sangat membantu, mempermudah dan menguntungkan.

Kondisi UMKM pada sektor kuliner atau makanan di Jl. Padasuka, Bandung sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan yang pesat ini menyebabkan semakin banyak orang yang tertarik untuk menjalankan usaha seperti ini. Kemudian dilihat dari kondisi di Jl. Padasuka, Bandung banyak para pelaku usaha UMKM makanan yang bergabung dengan *GoFood* yang berperan sebagai pengantar makanan *online* dan penyedia *platform* bagi para pengusaha UMKM makanan yang mana menjadi media *marketing* dalam pengenalan produk yang dijual oleh pelaku UMKM makanan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa aplikasi *GoFood* menjadi *Starter pack* yang sangat membantu para pengusaha UMKM Makanan. Aplikasinya juga menyediakan berbagai fitur seperti kolom pencarian, makanan paling dekat, menu hemat, promosi, baru minggu ini, promo antar, siap masak, kebutuhan harian, menu sehat dan terfavorit yang memudahkan konsumen dalam memilih dan memesan makanan yang diinginkan. Dengan adanya fitur yang disediakan dalam *GoFood* ini tentunya sangat

membantu UMKM makanan dari segi media promosi apalagi UMKM makanan yang baru merintis dan memiliki toko atau tempat yang memadai sebagai tempat berbisnis.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa adanya dampak yang diberikan *GoFood* kepada para pelaku UMKM makanan sehingga memungkinkan adanya perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah bergabung dengan layanan *GoFood*. Maka dari itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Dampak *GoFood* pada Pendapatan UMKM Makanan (Studi Kasus di Jl. Padasuka, Bandung)”

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan data yang tidak relevan. Maka dari itu penulis memfokuskan penelitian ini dengan menganalisis dampak layanan *GoFood* pada pendapatan para pelaku UMKM sektor makanan/kuliner di Jl. Padasuka, Bandung.

1.3 Rumusan Masalah

- 1.3.1 Bagaimana dampak keberadaan *GoFood* pada UMKM makanan di Jl. Padasuka, Bandung?
- 1.3.2 Bagaimana tingkat pendapatan UMKM makanan di Jl. Padasuka, Bandung sebelum dan sesudah bergabung dengan *GoFood*?
- 1.3.3 Apa saja faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM makanan di Jl. Padasuka, Bandung yang bergabung dengan *GoFood*?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1 Untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan *GoFood* pada UMKM makanan di Jl. Padasuka, Bandung.
- 1.4.2 Untuk mengetahui tingkat pendapatan UMKM makanan di Jl. Padasuka, Bandung sebelum dan sesudah bergabung dengan *GoFood*.
- 1.4.3 Untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM makanan di Jl. Padasuka, Bandung yang bergabung dengan *GoFood*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan Khususnya dalam program studi ilmu Administrasi Bisnis.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan manfaat kepada para pelaku UMKM sektor makanan perihal seputar pendapatan.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari rangkuman teori pendapatan, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

