

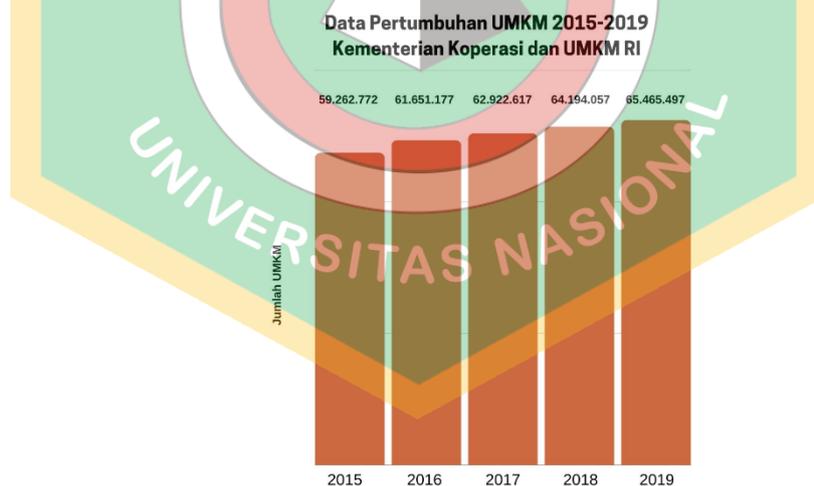
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menjadi fokus utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dari suatu negara. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto dalam suatu negara. Sektor UKM memiliki kontribusi yang besar dalam perekonomian Indonesia dimana memiliki jumlah lebih dari 64,2 juta unit usaha, menyumbang 61,9% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% terhadap tenaga kerja.¹

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan UMKM Tahun 2015-2019



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2020

¹ KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN and REPUBLIK INDONESIA, 'Tingkatkan Inklusi Keuangan Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital, Pemerintah Luncurkan Program PROMISE II Impact', 2023.

Berdasarkan data pertumbuhan UMKM diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 pertumbuhan UMKM meningkat. Ini termasuk salah satu kontribusi dari sektor UMKM ini sebagai penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. Selain berkontribusi sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga memiliki kontribusi yang cukup signifikan dengan peluang terbukanya lapangan pekerjaan yang jauh lebih luas, peningkatan devisa, pajak penghasilan maupun penjualan dan juga kesempatan pengembangan sumber daya manusia.² Selain itu, dengan sifatnya yang lincah dan adaptif, UKM seringkali menjadi sumber inovasi, memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis dan berkontribusi pada pembangunan daerah. Dengan semua peran ini, tak heran jika UKM menjadi fokus utama dalam agenda pembangunan ekonomi suatu negara.

Dibalik sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar dari suatu negara, sektor UKM ini memiliki tantangan yang besar terutama dalam hal bersaing dalam pasar nasional. Karena kemampuan bersaing ini merupakan kunci dari keberlangsungan dari sektor UKM ini. Selain itu peningkatan daya saing UKM tidak hanya bermanfaat bagi sektor UKM itu sendiri melainkan juga bagi pertumbuhan perekonomian nasional. Maka dari itu diperlukan adanya peningkatan kualitas produk dari UKM sendiri. Selain peningkatan kualitas, digitalisasi dalam UKM

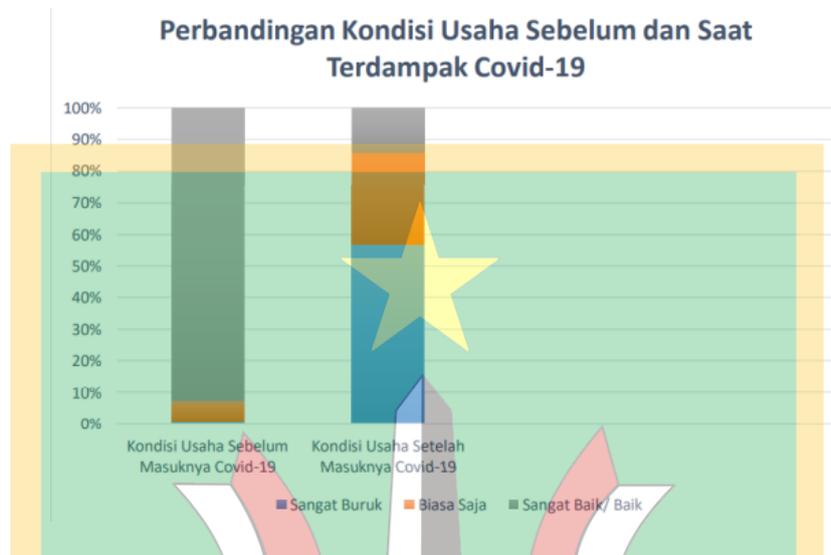
² Teguh Iman Basuki and Dita Rari Dwi R.T, 'Kajian Analisis Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm', *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.3 (2023), 5596–5600 <<https://doi.org/10.31004/cdj.v4i3.17118>>.

juga diperlukan karena dalam era yang serba teknologi ini UKM dipaksa untuk bisa mengikuti perkembangan zaman agar bisa bersaing dengan UKM lainnya khususnya di pasar nasional.

Fenomena yang terjadi belakangan ini menggambarkan adanya daya saing antar pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Salah satu masalah yang terjadi adalah adanya keluhan dari beberapa UKM yang belum mengikuti perkembangan teknologi. Keluhan ini mengakibatkan sektor UKM yang sudah beralih lebih modern dengan *Go-digital* menutup tokonya dalam sebuah *social-ecommerce* karena dinilai membuat kerugian mereka dan terjadinya persaingan tidak sehat antar pelaku UKM tersebut.

Peralihan UKM menjadi *Go-digital* tidak secara tiba-tiba melainkan peralihan ini sudah dimulai sejak tahun 2000an. Namun baru dilaksanakan secara luas sejak pandemi COVID-19 melanda seluruh dunia. Semenjak adanya COVID-19 ini banyak kebijakan yang hadir salah satunya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengakibatkan sektor UKM mengalami kerugian yang sangat besar sehingga perekonomian di Indonesia menurun drastis. Dampak pandemi COVID-19 terhadap sektor UKM ini tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian Indonesia dimana kontribusi UKM terhadap perekonomian Indonesia.

Gambar 1. 2 Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Terdampak Covid-19



Sumber: Katadata Insight Center (KIC), 2020

Dalam data diatas menggambarkan bahwa terjadi penurunan yang besar dari adanya pandemi COVID-19. Dalam data yang didapat dari Katadata Insight Center ini menyatakan bahwa kondisi sebelum COVID-19, persentase kondisi usaha baik/sangat baik sebesar 92,7 persen, persentase kondisi usaha biasa saja sebesar 6,3 persen, dan kondisi usaha buruk/sangat buruk sebesar 1,0 persen. Dimana dalam persentase sebelum masuknya COVID-19 dinilai berjalan dengan lancar, tidak banyak kendala, dan minimnya kondisi buruk dalam usaha. Namun jika melihat kondisi usaha saat pandemi melanda terjadi penurunan terhadap sektor UKM menjadi kondisi usaha buruk/sangat buruk meningkat sebesar 56,8 persen dibanding yang semulanya hanya sebesar 1,0 persen.

Maka dari itu yang mampu membuat sektor UKM bertahan adalah dengan menuju *Go-digital*, melihat kebijakan PSBB menyebabkan semua sektor berubah menjadi online termasuk sektor UKM. UKM yang mampu bertahan di era pandemi COVID-19 adalah UKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan perkembangan teknologi digital dengan memanfaatkan sistem *marketplace* yang ada.³ Beralihnya UKM menjadi *Go-digital* ini terus berlanjut sampai saat ini dikarenakan memberikan banyak kemudahan bagi produsen maupun konsumennya.

Maraknya sistem *marketplace* belakangan ini membuat para UKM lokal yang masih berjualan secara tradisional meminta adanya penutupan dari *platform marketplace* tersebut. Mereka menilai bahwa dengan adanya platform tersebut masyarakat menjadi beralih sehingga menyebabkan penurunan omzet penjualan mereka. Akhirnya per tanggal 4 Oktober 2023 pemerintah resmi menutup salah satu platform online yaitu Tiktok Shop. Melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 dan Permendag Nomor 31 Tahun 2023 menyebabkan penutupan resmi Tiktok Shop dengan alasan *social commerce* jadi tempat promosi dan dilarang untuk bertransaksi. Dalam Permendag No.31 tahun 2023 Pasal 21 ayat 2 “PPMSE dengan model bisnis lokapasar (*marketplace*) dan/atau *social-commerce* dilarang bertindak sebagai produsen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang distribusi barang dan Permendag No.31 tahun

³ Betty Silfia and Ayu Utami, ‘Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM Di Indonesia’, 03.1 (2021), 1–7.

2023 Pasal 21 ayat 3 “PPMSE dengan model bisnis *social-commerce* dilarang memfasilitasi pembayaran pada sistem elektroniknya.⁴

Namun, setelah ditutupnya salah satu platform *marketplace* ini UKM lokal masih saya mengeluhkan tidak adanya perkembangan atas ditutupnya platform tersebut. Mereka meminta untuk pemerintah menutup semua akses *marketplace* yang berkembang di Indonesia. Dengan ditutupnya *marketplace* tersebut diharapkan akan membuat konsumen beralih kepada UKM lokal yang belum melakukan *Go-digital*. Melihat respon UKM lokal tersebut Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan, menyatakan bahwa *e-commerce* tidak dapat sepenuhnya dinonaktifkan atau dihindari, oleh karena itu pedagang tradisional diharapkan sadar secara digital. Pemerintah juga akan mengatur *e-commerce* untuk melindungi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) dan menekan bahwa platform digital merupakan kemajuan teknologi yang tak terelakan. Maka dari itu Menteri Perdagangan meminta para pedagang untuk beradaptasi dengan *e-commerce* dalam aktivitas bisnis mereka.

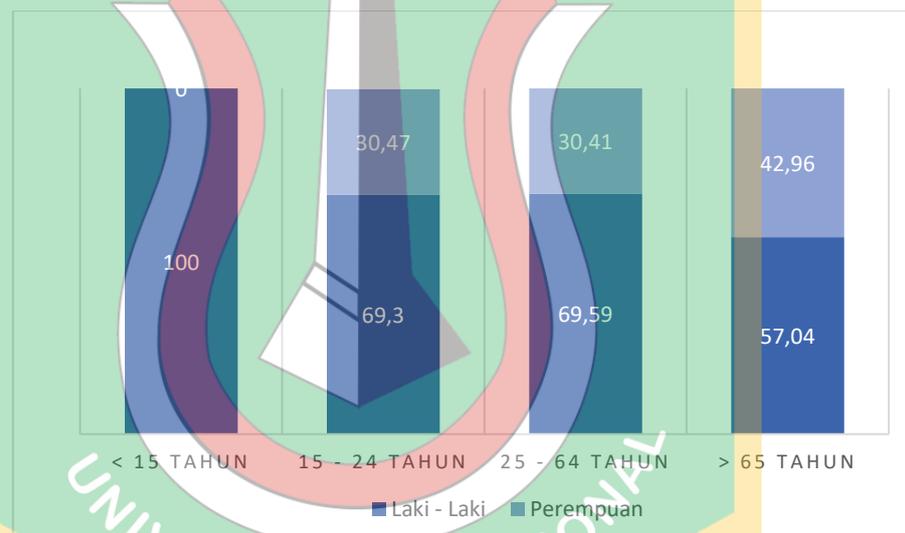
Belum optimalnya pemanfaatan platform digital oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu hal yang membuat para UKM ini tidak bisa bersaing di tengah perkembangan teknologi ini. Penggunaan platform digital ini merupakan hal yang baru bagi mereka. Salah satu penyebabnya juga karena rendahnya tingkat pendidikan di kalangan pelaku

⁴ ‘Permendag No.31 Tahun 2023’, 2023.

usaha tersebut. Terbatasnya pemahaman terhadap teknologi digital dan kurangnya keterampilan dalam mengelola platform online menjadi kendala utama bagi UKM. Tingkat pendidikan yang terbatas dapat membatasi akses mereka terhadap pelatihan digital dan pengetahuan teknologi yang dapat meningkatkan efektivitas penggunaan platform.

Selain pendidikan, usia juga merupakan salah satu aspek yang menggambarkan potensi dari produktivitas tenaga kerja.

Gambar 1. 3 Komposisi Pekerja DKI Jakarta Tahun 2022



Sumber: Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2022

Mayoritas tenaga kerja usaha IMK di DKI Jakarta termasuk dalam kategori usia produktif, yaitu mereka yang berusia antara 15 tahun sampai dengan 64 tahun. Kontribusinya sebesar 97,56 persen dari seluruh tenaga kerja usaha IMK. Total tenaga kerja usia 25-64 tahun mencapai 152.585 orang atau mencapai 87,21 persen dari seluruh tenaga kerja usaha IMK di DKI Jakarta. Kelompok tenaga kerja usia nonproduktif (pekerja anak dan

pekerja lansia) di usaha IMK DKI Jakarta sebagian besar merupakan anggota keluarga atau kerabat dari pengusaha.

Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan tingkat literasi digital dan pendidikan di kalangan UKM agar mereka dapat lebih efektif mengoptimalkan platform digital sebagai alat untuk memajukan bisnis mereka. Dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan, pelaku UKM dapat mengatasi hambatan teknologi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing mereka di era digital.

Melihat fenomena yang terjadi maka dapat dilihat bahwa para UKM lokal belum bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman. Maka dari itu diperlukan adanya pelatihan dari UKM nya sendiri agar bisa mengikuti perkembangan zaman dan dapat bersaing dengan UKM lainnya yang lebih dulu beralih ke *platform* digital Selain itu kegiatan pelatihan UKM ini juga bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan mereka, meningkatkan pengetahuan dalam manajemen keuangan dan *e-commerce*, serta meningkatkan penguasaan Teknologi Informasi bagi pelaku UKM. Pelatihan bagi pelaku UKM merujuk pada upaya sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi karyawan atau anggota organisasi agar dapat meningkatkan kinerja mereka dalam menjalankan tugas dan fungsi.

Pelatihan bagi pelaku UKM sendiri akan mencakup pengembangan keterampilan digital anggota UKM, pembentukan budaya kerja yang sesuai

dengan era digital, dan pengelolaan tim kerja yang terdiri dari anggota UKM dari berbagai lokasi. Melalui pelatihan ini, UKM diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas serta daya saing UKM di era digital.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Para pedagang pasar tradisional meminta pemerintah menutup platform *marketplace* karena dianggap merugikan mereka.
2. Dalam era digital ini, seharusnya para pedagang pasar tradisional juga harus mengikuti perkembangan zaman agar bisa bersaing dengan UKM lainnya yang sudah *Go-digital* terlebih dahulu.
3. Diperlukan adanya pelatihan bagi para pelaku UKM agar dapat bersaing dengan UKM lain di era digital ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil deskripsi atas penjabaran dari latar belakang, maka penulis dapat mengambil suatu perumusan masalah, yaitu apakah terdapat pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Jakarta Selatan Tahun 2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan penulis maka tujuan yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta Selatan Tahun 2023.
2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta Selatan Tahun 2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta Selatan Tahun 2023 sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperluas pengetahuan bagi penulis dan pembaca tentang ilmu pengetahuan terlebih pada Ilmu Administrasi Publik, pengalaman, dan pertimbangan dalam melakukan pengamatan yang terfokus pada Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta Selatan Tahun 2023.

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu:

a. Bagi Penulis, berguna untuk menyempurnakan sebagian persyaratan dalam mendapatkan Gelar Sarjana Administrasi Publik (S. AP)

b. Bagi Usaha Kecil dan Menengah, diharapkan mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dimana diperlukan adanya pelatihan digital marketing bagi Usaha Kecil dan Menengah agar dapat bersaing di era digital ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam hal ini, untuk dapat memberikan kemudahan dalam melihat serta mengetahui pembahasan penelitian ini secara keseluruhan, maka perlu adanya sistematika yang merupakan suatu kerangka ataupun pedoman dalam penulisan laporan penelitian. Berikut sistematika penulisan laporan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjabarkan sejumlah hal yang menyangkut dengan gambaran umum laporan penelitian yang mencakup latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan yang berisikan gambaran besar dari pokok penulisan dari keseluruhan bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menjabarkan penelitian terdahulu, yakni meliputi beberapa teori dan konsep yang memuat tentang pendapat sejumlah pakar atau para ahli teori dari buku dengan mengutip mengenai, seperti pelatihan digital marketing, serta daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pada bab ini penulis juga menjabarkan mengenai kerangka berpikir serta hipotesis dari penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini penulis menyampaikan detail atas metode yang diterapkan di dalam melakukan penelitian ini yang meliputi, jenis metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, uji instrumen penelitian, uji prasyarat, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengujian hipotesis, serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB Penyajian dan Analisis Data berisi mengenai laporan uji coba instrumen, deskripsi data (penyajian mean, median, dan standar defiasi), uji persyaratan analisis data, uji kolerasi, analisis regresi, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada BAB Penutup berisi mengenai kesimpulan, implikasi penelitian, saran dan daftar pustaka.

