

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki derasnya arus globalisasi menyebabkan ketatnya persaingan terutama pada bidang ekonomi. Era globalisasi adalah menandakan munculnya era baru dalam persaingan yang sangat luas dan terbuka. Globalisasi ditandai dengan kemajuan teknologi khususnya telekomunikasi & transportasi. Dikarenakan adanya kemajuan teknologi informasi, tentunya menghilangkan sekat yang membatasi interaksi antarorang, antarnegara bahkan antarbangsa. Dampak dari kemajuan teknologi informasi membuat interaksi tersebut lebih mudah dengan kecepatan dan biaya yang dirasa semakin murah (Fajar, 2016).

Segala bentuk aktivitas manusia kini mulai melibatkan teknologi internet. Kondisi ini juga didukung dengan banyaknya tempat di Indonesia yang menyediakan fasilitas tersebut. Semua orang dapat menikmati fasilitas dan akses internet dengan mudahnya hanya dengan menggunakan *smartphone*, *notebook* atau bahkan dengan menggunakan laptop saja. Penggunaan internet pada zaman ini telah beralih fungsi, semula internet hanya sebatas untuk alat pertukaran informasi, namun kini internet menjadi salah satu sarana untuk menerapkan strategi dalam berbisnis.

Salah satu implementasi dari penggunaan teknologi dan internet dalam menerapkan strategi bisnis adalah *E-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan usaha yang dilakukan dengan menggunakan pengiriman data elektronik melalui internet dan *world wide web*. Dengan adanya *E-commerce* diharapkan dapat memberi manfaat bagi dunia bisnis yang semakin mengalami arus persaingan yang ketat. Menurut Schneider (2002), Perusahaan tertarik untuk menggunakan internet (*E-commerce*) adalah karena efisiensi usaha.

Hasil penelitian Adipraja dkk (2015), menyatakan bahwasannya secara realita di Negara Indonesia sistem *E-commerce* masih sering mengalami masalah, baik secara sistem pembayaran, pengiriman barang yang lambat, serta masalah keamanan atau penipuan yang kerap kali dialami oleh konsumen maupun pelaku usaha, dan tentunya hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap *E-commerce* dan membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) belum sepenuhnya siap menghadapi tantangan dalam persaingan global.

Salah satu aktor penting yang menjadi penggerak perekonomian di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adanya pasar yang jelas untuk produknya menjadi suatu kunci atas keberhasilan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hadirnya *E-commerce* seolah memberikan angin segar bagi para pelaku usaha dimana *E-commerce* mampu

menciptakan peluang yang besar dan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelaku usaha guna memperluas akses pasar serta meningkatkan daya saingnya.

World Economic Forum dalam KADIN (2016) menggambarkan kondisi daya saing Indonesia yang mengalami penurunan selama dua tahun berturut-turut. Pada tahun 2014 daya saing Indonesia berada di peringkat 34, sedangkan pada tahun 2015 daya saing Indonesia kembali menurun ke posisi 37, sedangkan pada tahun 2016 Indonesia berada di posisi ke 41, disinilah letak peran dari *E-commerce* bagi para pelaku usaha dimana *E-commerce* membantu para pelaku usaha dalam menciptakan peluang akses pasar yang lebih luas dan menciptakan daya saing yang lebih unggul.

Dikenal sebagai kota yang kaya akan budaya serta keramahannya menjadikan kota Yogyakarta menjadi salah satu rujukan destinasi wisata yang banyak mendatangkan wisatawan lokal maupun asing. Pada kenyataannya banyak didapati berbagai jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tumbuh dan banyak menghasilkan produk yang diminati para wisatawan diantaranya adalah produk makanan, kerajinan dan lain-lain. Disinilah peran *E-commerce* yang mempermudah para pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara global sehingga kegiatan ekspor dapat tercapai.

Dalam rangka mencapai target ekonomi, tentunya kita harus turut serta melakukan pemberdayaan terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang kita kenal memiliki berbagai hambatan atau permasalahan diantaranya adalah keterbatasan permodalan, sumber daya manusia yang

rendah serta keahlian agar mereka turut berperan serta dalam perdagangan global. Dengan memanfaatkan layanan *E-commerce* diharapkan dapat membantu menggerakkan roda perekonomian melalui pemberdayaan yang dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan *E-commerce* bagi peningkatan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini sangat penting dilakukan sebagai salah satu solusi bagi permasalahan yang telah dialami oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Untuk itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGUNAAN INTERNET SEBAGAI SARANA PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA YOGYAKARTA”**.

B. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan dan lebih fokus terhadap tujuan semula, penulis membatasi masalah yang diteliti diantaranya adalah:

1. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap persepsi manfaat (PU) pada UMKM di Kota Yogyakarta.
2. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat (PU) terhadap penerimaan *E-commerce* (ACC) pada UMKM di Kota Yogyakarta.

3. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) terhadap penerimaan *E-commerce* (ACC) pada UMKM di Kota Yogyakarta.
4. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh penerimaan *E-commerce* (ACC) terhadap daya saing (CA) pada UMKM di Kota Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Apakah kemudahan penggunaan *E-commerce* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manfaat *E-commerce* pada UMKM di Kota Yogyakarta?
2. Apakah manfaat *E-commerce* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* pada UMKM di Kota Yogyakarta?
3. Apakah kemudahan penggunaan *E-commerce* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* pada UMKM di Kota Yogyakarta?
4. Apakah keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya saing pada UMKM di Kota Yogyakarta ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan utama berdasarkan rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *E-commerce* terhadap manfaat *E-commerce* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh manfaat *E-commerce* terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* pada UMKM di Kota Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *E-commerce* terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* (ACC) pada UMKM di Kota Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* terhadap daya saing pada UMKM di Kota Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat diantaranya:

1. Manfaat akademik
 - a. Menjadi bahan pustaka, informasi serta referensi bagi pembaca secara umum dan dapat dijadikan bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktik
 - a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pemerintah Kota Yogyakarta untuk memberikan fasilitas teknologi terkini guna mendongkrak daya saing UMKM di Kota Yogyakarta.
 - b. Sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Yogyakarta agar lebih siap dalam bersaing secara global.

