

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0, termasuk di Indonesia. Era industri 4.0 ditandai dengan adanya serangkaian perubahan dilini sosial, politik, budaya, dan ekonomi. Perubahan perkembangan ekonomi yang sangat pesat di era ini disadari atau tidak, langsung atau tidak langsung kita didorong untuk masuk ke dalam masa digitalisasi yang dimana semuanya serba digital dan terintegrasi dengan internet.

Istilah *E-Commerce* saat ini sering terdengar di mana-mana, aspek ekonomi di era revolusi industry 4.0 sudah menggunakannya agar dapat menyesuaikan dengan tuntutan perkembangan jaman. *E-Commerce* merupakan suatu bentuk perkembangan teknologi dibidang perdagangan, sehingga transaksi tidak lagi diharuskan secara tatap muka langsung tetapi transaksi dilakukan secara online. Linda (2018) menjelaskan, *E-Commerce* atau perdagangan elektronik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pembelian, penjualan, pemasaran

barang ataupun jasa dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti internet ataupun jaringan komputer.¹

Penjualan sendiri merupakan bagian dari suatu proses bisnis. Baik itu penjualan barang maupun jasa. Proses penjualan menjadi salah satu tolak ukur apakah bisnis bisa berjalan lancar atau tidak. Angka penjualan yang tinggi mengindikasikan bahwa, banyak pelanggan yang membutuhkan barang atau jasa. Jika yang terjadi adalah kebalikannya, berarti ada kesalahan terhadap produk atau mungkin bisnis tidak menyasar target pasar yang tepat. Maka dari itu, penjualan juga bisa menjadi tolak ukur untuk evaluasi bisnis.

Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga, disingkat PKK, adalah organisasi kemasyarakatan yang memberdayakan wanita untuk turut berpartisipasi dalam pembangunan Indonesia dibidang pembangunan ekonomi masyarakat khususnya keluarga berpenghasilan rendah. Pada tahun 2013, diterbitkan Peraturan Menteri Dalam Negeri No 1 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Masyarakat melalui Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga. Hal mendasar yang diatur dalam Permendagri tersebut adalah:

¹ Ummah, L. D. (2018). Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management. *Nuansa Informatika*, 12(2), 10–17. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v12i2.1350>

1. Pembinaan dan pengawasan terhadap Pemberdayaan Masyarakat melalui Gerakan PKK ada di Institusi yang membidangi Pemberdayaan Masyarakat.
2. Sebutan Dewan Penyantun menjadi Pembina sehingga Menteri Dalam Negeri menjadi Ketua Pembina TP PKK Pusat, Gubernur Ketua Pembina TP PKK Provinsi sampai dengan Kepala Desa/Lurah sebagai Ketua Pembina di wilayahnya.

Organisasi PKK memiliki kelompok-kelompok kerja atau disingkat Pokja. Permendagri Nomor 36 Tahun 2020 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 menjelaskan tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, dan kelompok kerja Tim Penggerak PKK atau disebut juga "Pokja TP-PKK" terdiri atas 4 (empat) pokja.²

Berikut ini adalah tugas dan fungsi Pokja TP-PKK, yaitu:

1. Pokja 1 (Pokja I) bertugas sebagai pengelola program penghayatan dan pengamalan Pancasila dan program gotong royong;

² Permendagri Nomor 36 Tahun 2020 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (diakses pada Rabu, 18 November 2020, pukul 11:13 WIB)

2. Pokja 2 (Pokja II) bertugas sebagai pengelola program pendidikan dan keterampilan dan program pengembangan kehidupan berkooperasi;
3. Pokja 3 (Pokja III) bertugas sebagai pengelola program pangan, sandang, dan perumahan dan tata laksana rumah tangga; dan
4. Pokja 4 (Pokja IV) bertugas sebagai pengelola program kesehatan, kelestarian lingkungan hidup, dan perencanaan sehat.³

Pokja 2 PKK mengelola program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) yang merupakan salah satu program penanggulangan kemiskinan khususnya bagi kaum perempuan.⁴ Program ini telah ada sejak tahun 1985 dan memiliki sumber dana yang berasal dari dana hibah pemerintah daerah yang disalurkan melalui PKK. Kegiatan ini ditujukan untuk mengembangkan kegiatan perekonomian masyarakat melalui usaha keluarga masyarakat menengah bawah yang tergabung melalui kelompok maupun perorangan sehingga secara bertahap diharapkan mampu menjadi

³ ibid

⁴ <https://www.kuningankab.go.id/berita/up2k-upaya-penanggulangan-kemiskinan>. (diakses pada Rabu, 18 November 2020, pukul 11:45 WIB)

wiraswastawan yang handal serta meningkatkan tumbuhnya kegiatan yang bersifat kooperatif dalam mewujudkan keluarga yang sejahtera. Program UP2K dilaksanakan disetiap Kelurahan, termasuk Kelurahan Lubang Buaya Cipayung Jakarta Timur

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Cici selaku ketua UP2K Kelurahan Lubang Buaya, konsep dibentuknya UP2K adalah untuk memberdayakan ibu-ibu supaya dapat menggali kualitas keterampilan diri serta dapat menyalurkan waktu luangnya kearah yang lebih positif. UP2K Kelurahan Lubang Buaya juga mendapat bantuan modal dari pemerintah yakni Dana Hibah. Dana Hibah itu bisa digunakan bila mana ada mitra atau anggota UP2K yang mengalami kendala dalam permodalan usahanya atau istilah lainnya membutuhkan suntikan dana untuk modal.

Ibu-ibu (mitra) yang tergabung dalam UP2K Kelurahan Lubang Buaya selama ini telah menghasilkan produksi lumayan banyak dan beraneka ragam, ada sabun cuci baju, sabun cuci piring, aneka makanan seperti kripik, lauk matang, dan lain-lain. Namun dalam perkembangannya jumlah produksi yang besar ini menjadi permasalahan adalah kurang maksimalnya dalam segi pemasaran sehingga mengakibatkan hasil produk mitra UP2K jadi menumpuk karena tidak seimbang antara jumlah produksi dengan penjualan.

Turunnya tingkat penjualan produk mengakibatkan jumlah keluarga yang menjadi mitra UP2K tidak bertambah sebaliknya jumlah terus berkurang. Diwilayah Kelurahan Lubang Buaya terdapat 12 RW, yang dimana diharapkan masing-masing RW mengirim satu perwakilan untuk menjadi anggota UP2K Kelurahan tetapi sampai saat ini (20 November 2020) hanya 9 RW yang terdaftar ikut dalam program UP2K dari PKK kelurahan Lubang Buaya. Dari 9 RW tersebut tinggal tersisa 3 partisipan dari RW 03, RW 05, & RW 10 yang paling aktif dalam produksi setiap minggunya dan juga aktif memasarkan produknya walaupun hanya sebatas pemasaran lingkup kecil dari teman dan tetangga sekitar rumah saja.

Peneliti melakukan analisis terhadap permasalahan UP2K Kelurahan Lubang Buaya mengapa dari 9 RW yang terdata ikut serta dalam program UP2K, tetapi hanya 3 anggota yang aktif sedangkan yang 6 anggota lainnya kurang aktif. Kesimpulan atas jawaban para mitra adalah kurangnya daya beli masyarakat terhadap barang produksi dari UP2K dan kurang luasnya pemasaran produk kepada masyarakat ditambah dengan dampak dari pandemi covid-19 saat ini. Kondisi tersebut mengakibatkan keuntungan yang diperoleh tidak sesuai dengan ekspetasi dan modal yang dikeluarkan. Hal itulah yang mengakibatkan jumlah produksi dari 6 anggota tersebut menjadi tidak tetap atau hanya

diproduksi ketika ada pesanan saja. Sehingga membuat ke-6 anggota tersebut tidak ada data jumlah produksi di tiap hari/minggu. Sedangkan 3 anggota yang aktif tersebut memiliki data produksi tiap hari/minggu karena produknya sudah banyak orang yang tahu.

Upaya yang dilakukan selama ini dalam memasarkan hasil produknya hanya lewat grup What'sApp, menghadiri dan mempromosikan produk hasilnya di *event* atau acara yang diadakan oleh kelurahan dan lingkungannya kecil yaitu antar teman-temannya saja. Oleh karena itu, para anggota UP2K merasa masih kurang maksimal dalam pemasaran hasil produk miliknya. Keadaan ini membuat partisipasi dari anggota yang tergabung menjadi kurang giat dalam memproduksi suatu barang. Dampaknya untuk masyarakat yang belum bergabung merasa kurang tertarik untuk ikut dengan program UP2K.

Para Pembina anggota UP2K Kelurahan Lubang Buaya menyadari kelemahan ini dan mengetahui bahwa perkembangan jaman mendorong mereka harus berubah dalam berdagang. Perdagangan dengan melakukan pemasaran konvensional sudah sangat sulit mendapatkan pembeli. Pembeli ada banyak namun mereka ada dimana-mana sedang produksi berada di tempat yang jauh dari lokasi pembeli, Perdagangan menggunakan e-commerce adalah salah satu jawabannya. Para Pembina UP2K berharap ada pihak-pihak yang mau memberikan

pelatihan jualan online atau *e-commerce*. Kemampuan menjalankan pemasaran hasil usaha melalui *e-commerce* diharapkan dapat membantu para anggota tersebut jadi bergairah untuk produksi secara rutin tiap hari/minggu, serta memunculkan anggota baru dari masyarakat yang ingin bergabung dengan UP2K dan tentunya untuk melebarkan sayap pemasaran guna meningkatkan penjualan hasil produk dari UP2K.

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan para anggota UP2K Kelurahan Lubang Buaya, (Ibu Kasmi, Ibu Cich, dan Ibu Endriani) mendapatkan respon bahwa para anggota UP2K tersebut meminta untuk diadakannya pelatihan mengenai bagaimana cara memasarkan produk mereka di *e-commerce*. Tampaknya keinginan tersebut tidak mudah direalisasikan sebab mayoritas anggota dari UP2K ini berusia 40 tahun keatas dan kurang tanggap terhadap perkembangan teknologi. Dengan kata lain mereka kurang mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi di era industri 4.0 yang fokus di interkoneksi, otomatisasi layanan dengan internet termasuk dibidang pemasaran saat ini seperti *e-commerce* atau *online shop*.

Peneliti, Pembina UP2K-PKK kelurahan Lubang Buaya melakukan diskusi terpumpun dan diperoleh usul sebagai solusi dari permasalahan yang ada, yaitu dengan memberikan pelatihan mengenai

pemasaran atau berjualan secara *online* dan pendampingan bagaimana penggunaan salah satu e-commerce yang ada di Indonesia dengan baik dan benar. Pelatihan ini lebih terfokus pada memberikan pengetahuan tentang memasarkan hasil kerajinan dan makanan kecil yang diproduksi oleh anggota UP2K agar terus dibina oleh anggota PKK, khususnya Pokja 2 yang bertugas di UP2K Kelurahan Lubang Buaya tersebut. Tujuannya agar mereka juga turut serta dalam mencari berbagai kiat agar program UP2K Kelurahan Lubang Buaya menjadi maju dan memberikan hasil yang lebih baik. Sehingga, nantinya UP2K membentuk suatu koperasi atau toko *online* dan menetapkan pengurus yang bisa melakukan penjualan *online* dengan cara seperti itulah UP2K ini bisa memfasilitasi para anggota dalam membantu memasarkan hasil produknya di toko online tersebut yang dikelola langsung oleh PKK khususnya Pokja 2 yang menaungi UMKM wilayah tersebut (UP2K).

Sebagai pendukung perlunya dilakukan upaya pelatihan penggunaan e-commerce dalam kewirausahaan sosial adalah hasil survei tentang rendahnya tingkat penggunaan atau penjualan suatu produk menggunakan *e-commerce* di Indonesia yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik. Sampel sebanyak 3.504 Blok Sensus yang tersebar di 101 kabupaten/kota di seluruh provinsi di Indonesia pada 2019, menunjukkan bahwa dari seluruh usaha yang dilakukan

pendataan, hanya 15,08% yang merupakan usaha *e-commerce*.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa jenis usaha berbasis online di Indonesia masih tergolong rendah, usaha di Indonesia masih didominasi dengan jenis usaha konvensional. Dari 84,92% usaha yang tidak melakukan transaksi *e-commerce*, alasan terbanyak adalah karena lebih nyaman berjualan secara langsung (*offline*) yaitu 70,89%. Alasan kedua adalah tidak tertarik berjualan online sebanyak 42,52%. Dan yang ketiga karena kurangnya pengetahuan atau keahlian dalam *e-commerce* sebanyak 21,78%.⁶

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat atau disimpulkan bahwa diperlukannya pemanfaatan *e-commerce* dalam proses pemasaran produk yang dibuat oleh para mitra UP2K, yang dimana bertujuan untuk menarik minat masyarakat dalam membeli produk yang telah dibuat para mitra, sehingga membuat para mitra UP2K ini dapat semangat untuk terus memproduksi barang dagangannya dan juga menarik minat ibu-ibu lainnya untuk belajar berwirausaha sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga dan bergabung dengan mitra UP2K. Upaya ini dalam rangka menyukseskan program UP2K di Kelurahan Lubang Buaya. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk

⁵ Badan Pusat Statistik, Statistik E-Commerce di Indonesia Tahun 2019.
<https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html> (diakses pada Senin, 23 November 2020, pukul 06:58 WIB)

⁶ *Ibid.*

mengambil permasalahan yang berjudul “**Pemanfaatan *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Produk UP2K**”.

B. Identifikasi Area dan Fokus Penelitian

Identifikasi area dan fokus penelitian ini berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Hasil produksi yang beraneka ragam dan jenis dari UP2K di Kelurahan Lubang Buaya, Cipayung, Jakarta Timur belum dikenal masyarakat.
2. Banyak anggota UP2K yang produksinya tidak rutin, atau bisa disebut *pre-order*. Barul di produksi jika ada pesanan datang, Anggota UP2K kurang mampu dalam memasarkan hasil produksinya.
3. Kurangnya edukasi tentang pemasaran produk UP2K di Kelurahan Lubang Buaya, Cipayung, Jakarta Timur terkait penjualan online atau *E-commerce*.
4. Kader UP2K belum memiliki pengetahuan dan keterampilan membimbing pemasaran hasil usaha UMKM ibu-ibu Kelurahan Lubang Buaya, Cipayung, Jakarta Timur melalui *e-commerce*.
5. Kurang maksimalnya pemasaran dan belum memanfaatkan *e-commerce* untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu

yang tergabung dalam UP2K di Kelurahan Lubang Buaya, Cipayung, Jakarta Timur.

6. Belum ada pelatihan pemasaran melalui e-commerce kepada kader dan anggota UP2K di Kelurahan Lubang Buaya, Cipayung, Jakarta Timur.

C. Pembatasan Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan dan penjelasan pada bagian latar belakang penelitian dan identifikasi area dan fokus penelitian, maka penelitian ini memiliki batasan fokus penelitian untuk membelajarkan mitra dan pengurus UP2K dalam memanfaatkan *e-commerce* dan untuk meningkatkan pemasaran produk hasil dari program UP2K di Kelurahan Lubang Buaya, Jakarta Timur.

D. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disusun, penulis memberikan batasan terhadap penelitian ini ini kedalam dua pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan *e-commerce* untuk memasarkan produk dari UP2K?
2. Bagaimana perkembangan hasil penjualan produk UP2K setelah menerapkan sistem pemasaran menggunakan *e-commerce*?

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun Manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari beberapa segi yaitu:

1. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk memberikan referensi informasi, wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat tentang pemanfaatan *e-commerce* untuk meningkatkan pemasaran hasil produk UP2K.

2. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan pengetahuan ilmiah, keterampilan serta pengalaman dalam melakukan penelitian. Sebagai syarat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Masyarakat, Universitas Negeri Jakarta. Dan juga dapat menambah wawasan serta melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang dipelajari dalam bidang pemberdayaan masyarakat.

3. Bagi Mahasiswa

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran untuk rekan mahasiswa terkhususnya mahasiswa program studi pendidikan masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam melaksanakan penelitian mengenai program UP2K dengan memperhatikan variable/topik penelitian yang baru.