

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kota Jakarta Selatan merupakan salah satu kota urban di provinsi DKI Jakarta yang padat penduduk dan menjadi kota metropolitan setelah kota Jakarta Pusat. Kota Jakarta Selatan terdiri dari 10 Kecamatan dan 65 Kelurahan. Menurut Unit Pelayanan Statistik DKI Jakarta (2021), Kota Jakarta Selatan memiliki penduduk sebanyak 2.367.002 jiwa dengan pusat pemerintahan yang terdapat di Kebayoran Baru. Kota Jakarta selatan merupakan wilayah yang cukup strategis dimana Kota Jakarta Selatan berbatasan dengan Jakarta Barat dan Jakarta Pusat di sebelah utara, di sebelah timur terdapat Kota Jakarta Timur, di sebelah selatan berbatasan dengan kota Depok serta di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Tangerang.

Mayoritas Kota Jakarta Selatan terdiri dari perkantoran perusahaan negeri maupun swasta, baik perusahaan besar maupun usaha rumah tangga, sehingga menjadikannya banyak terdapat berbagai macam usaha kuliner di kawasan kota Jakarta Selatan. Mengingat jumlah penduduk di Jakarta Selatan yang terus meningkat hingga telah mencapai 2.376.002 jiwa (Unit Pelayanan Statistik DKI Jakarta, 2021) dan Laju pertumbuhan ekonomi akan meningkat seiring dengan konsumen. Lebih lanjut, menurut Kementerian Perdagangan, (2013), jenis konsumsi yang sangat diperlukan oleh masyarakat adalah Pangan. Undang-Undang Dasar 1945 menjamin bahwa setiap orang berhak atas pangan, yang adalah kebutuhan dasar manusia yang paling esensial. Untuk mencapai sumber daya manusia (SDM) yang unggul, langkah-langkah untuk meningkatkan kesehatan masyarakat juga harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pangan. Pemerintah dan masyarakat memiliki tanggung jawab moral, sosial, dan hukum untuk menyediakan pangan yang cukup bagi setiap warga negara Indonesia (Kementerian Perdagangan (2013) dalam (Menteri Kesehatan, 2005).

Industri makanan dan minuman diperkirakan akan tetap menjadi sektor utama penopang pertumbuhan sektor manufaktur dan perekonomian nasional pada tahun 2022. Kementerian Perindustrian mencatat industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 7% sepanjang tahun 2021. Pertumbuhan sektor makanan maupun minuman meningkat karena sektor ini tidak hanya sebatas keperluan namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup (Kementerian Investasi / BPKM, 2021). Industri ini berkembang relatif lebih cepat dibandingkan industri lainnya dan memungkinkan akan memainkan peran utama pada ekspansi sektor manufaktur di masa depan (Rini, 2019).

Menurut Sukirno (1994), Pertumbuhan ekonomi (*Economic Growth*) merupakan perluasan aktivitas ekonomi peningkatan jumlah barang dan jasa yang diperoleh dalam masyarakat serta tingkat kemakmurannya. Dalam jangka panjang, permasalahan pertumbuhan ekonomi dapat dilihat sebagai permasalahan makroekonomi. Pembangunan daerah harus dilaksanakan dengan baik untuk melengkapi pembangunan nasional dan meningkatkannya. Keberhasilan pembangunan daerah dari waktu ke waktu sering kali diukur dengan menggunakan tingkat pertumbuhan ekonomi daerah (Firmansyah, A, 2018). Salah satu faktor dari pertumbuhan ekonomi yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga UMKM menjadi salah satu prioritas pada pembangunan ekonomi nasional. UMKM juga merupakan fondasi pertumbuhan ekonomi kerakyatan, yang membantu mengurangi masalah ketidaksetaraan pendapatan di masyarakat. UMKM merupakan operasi komersial yang memiliki potensi untuk meningkatkan lapangan kerja, menawarkan layanan ekonomi kepada masyarakat, berkontribusi pada pemerataan dan pertumbuhan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berkontribusi pada stabilitas nasional (Polandos et al., 2019).

UMKM mampu membagikan dampak yang signifikan mengenai pertumbuhan ekonomi nasional, terbukti ketika terjadi krisis, sektor usaha ini mampu bertahan di saat banyak perusahaan besar yang terhenti atau bahkan gulung tikar akibat menurunnya pendapatan masyarakat selama krisis keuangan yang tidak berdampak pada permintaan barang. Sebaliknya, kondisi perusahaan-

perusahaan berskala besar benar-benar memburuk akibat menurunnya permintaan pasar. Sehingga UMKM mampu menjadi penyelamat perekonomian Indonesia (Gustina et al., 2022).

Disisi lain, saat ini ialah era dimana perkembangan teknologi bergerak dengan cepat menciptakan perkembangan serta kemajuan ekonomi terjadi dengan begitu pesat di suatu negara, termasuk negara Indonesia. Melalui penggunaan aplikasi dan *website*, yang memiliki pengaruh terhadap aktivitas kontak interpersonal dan jual beli (transaksi), terobosan teknis atau transformasi digital ini semakin memudahkan aktivitas masyarakat baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Hampir semua kegiatan ekonomi di dunia mulai dilakukan melalui aplikasi dan *website*, mulai dari perdagangan, perbankan, kesehatan, pariwisata, industri, pendidikan dan pelatihan, transportasi, hingga pertanian. Dari beberapa sektor tersebut, sektor perdagangan juga dikenal sebagai *e-commerce* adalah sektor dominan yang saat ini mendominasi hampir semua pasar di Indonesia (Setiawan, 2018).

Indonesia merupakan negara peringkat ketiga di dunia sebagai pengguna internet. Dilansir dalam artikel *Kompas.com* yang menjelaskan bahwa terdapat 274,9 juta pengguna internet di Indonesia terhitung dari Januari 2021, meningkat 15,5% dari 2020, membuat penetrasi internet di Indonesia mencapai pada angka 73,7%. Fakta bahwa ada lebih banyak orang yang menggunakan internet di Indonesia berkorelasi dengan penggunaan *platform* digital secara keseluruhan di negara ini, seperti media sosial dan *marketplace*, yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki sumber daya untuk melakukan aktivitas jual beli *online*.

Di era modern, *electronic commerce* atau biasa disingkat *e-commerce* sudah membagikan pengaruh yang besar pada perkembangan tata sosial serta perekonomian masyarakat. *E-commerce* telah menjadi bagian terpenting dalam industri secara khusus dan umum. Hal ini diyakini karena terdapat *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk bersaing dan bertarung dengan meningkatnya jumlah permintaan akan layanan yang tepat dan tepat waktu. Internet telah dimodifikasi oleh para pelaku ekonomi saat ini dan mereka telah bekerja sama untuk

memungkinkan aktivitas ekonomi yang berkelanjutan yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu (Khristiana & Octaviani, 2019).

Era digital yang saat ini sedang melaju pesat dapat membantu UMKM dalam membuka usaha dengan mudah dan mendapatkan bermacam keuntungan ataupun kemudahan melalui ekonomi digital ini. Pandemi COVID-19 juga turut menjadi salah satu faktor utama yang mendorong penggunaan *e-commerce*, pada saat era pandemi COVID-19 seluruh masyarakat khususnya di Indonesia diharuskan melaksanakan *social distancing* dan seluruh masyarakat diharuskan untuk berdiam dirumah, dengan adanya hal ini seluruh masyarakat tidak dapat melakukan kegiatan jual beli khususnya pada sektor UMKM, sehingga, pendapatan yang didapat oleh pelaku UMKM tidak dapat mencapai target, hal ini menyebabkan banyak pelaku UMKM yang mengalami kerugian bahkan sampai harus menutup usahanya.

Hal itu dibuktikan dari pra-riset yang telah peneliti lakukan yaitu membagikan ke beberapa UMKM di Jakarta selatan yang menyatakan bahwa Pendapatan UMKM mengalami penurunan hingga 75 %



Gambar 1.1. Jumlah Penurunan Pendapatan beberapa UMKM di Jakarta Selatan

Sumber : Data olahan peneliti

Peneliti juga mewawancarai 3 UMKM kota Jakarta Selatan yaitu Toko Minuman sehat , Ayam Sabana cabang Kebon Baru dan Renafoodies Nasi Mentai menyatakan bahwa pada saat terjadinya pandemi Covid-19, pendapatan dari penghasilan penjualan mengalami penurunan karna terbatasnya aktifitas masyarakat sehingga berpengaruh terhadap permintaan dari pelanggan untuk membeli produk makanan atau minuman secara langsung.

Platform *e-commerce* seperti Shopee diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam kegiatan jual beli khususnya di era pandemi karena platform *e-commerce* dapat melayani masyarakat tanpa harus datang ke lokasi tempat jual beli sehingga dengan adanya pandemic kegiatan jual beli dapat terbantu agar terus berjalan. Sebelumnya sudah banyak beberapa layanan *food delivery* seperti Grabfood dan Gofood yang merupakan layanan pesan antar makanan yang dikembangkan oleh Grab maupun Gojek. PT Shopee Indonesia yang merupakan salah satu marketplace besar di Inonesia juga mengeluarkan fitur layanan pesan antar makanan yang dinamakan ShopeeFood guna meningkatkan penjualan UMKM terutama bidang kuliner untuk meningkatkan pendapatan dari UMKM tersebut dan shopeefood juga menawarkan diskon atau promo layanan untuk ditawarkan kepada masyarakat di daerah Jakarta Selatan.

PT Shopee Internasional Indonesia telah meluncurkan fitur terbaru untuk membantu UMKM khususnya bidang kuliner yang dinamakan ShopeeFood. ShopeeFood sendiri sudah beroperasi pada April 2020. Pada saat itu, fitur shopeefood masih terbatas, hanya menyediakan beberapa pelayanan makanan seperti pembelian bahan beku, minuman ringan, aneka kue, serta makanan olahan. Pada Januari 2021, ShopeeFood mulai memasarkan dan mengembangkan fitur-fitur seperti pelayanan pemesanan makanan-minuman yang bekerjasama dengan berbagai macam industri *food and bevarage* serta menambah lebih banyak mitra driver dalam mengirimnya kepada seluruh konsumen.

Pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terutama dibidang kuliner tentu saja memperoleh profit dengan adanya *ShopeeFood* tersebut. Layanan pesan antar dari *ShopeeFood* ini dapat UMKM gunakan dalam pengembangan layanan pesan antar itu sendiri yang tentu saja dapat mengurangi budget pengeluaran UMKM untuk meningkatkan penjualan produk dari UMKM tersebut. Pengusaha (UMKM) dapat melakukan layanan pesan antar tanpa harus menyediakan sumber daya sendiri untuk mengantarkannya kepada konsumen bahkan UMKM tidak perlu menyewa tempat khusus untuk berjualan. Mitra shopeefood di DKI Jakarta juga sudah cukup meluas, salah satunya kota Jakarta Selatan. Syarat untuk bergabung ShopeeFood pun cukup mudah, bagi UMKM

yang ini bergabung saat ini dinamakan Merchant adalah cukup mendaftarkan diri ke Shopee yang setelahnya pihak Shopee akan membantu dengan cara memberi edukasi untuk berjualan di Shopee, maka menu atau produk kuliner yang dijual sudah dapat masuk ke menu pilihan Shopeefood.

Fitur Shopeefood diharapkan dapat menguntungkan banyak pihak. Bagi Shopee selain mampu memperkecil jumlah pengangguran dari penambahan lapangan kerja untuk pengemudi Shopeefood serta bisa membantu UMKM menambah pemasukan dengan banyaknya penjualan dari fasilitas food delivery yang Shopeefood tawarkan. Layanan Shopeefood mendapatkan sambutan positif dari pelaku UMKM maupun masyarakat sebagai konsumen. Bagi konsumen, bisa dipermudah dalam hal memesan makanan yang dibutuhkan. Shopeefood juga memiliki keunggulan menarik dari segi diskon yang diberikan, jika dibandingkan dengan Grabfood atau Gofood, Shopeefood bisa memberikan diskon yang cukup besar dengan range diskon 30% sampai 50% untuk skala pembelian yang kecil seperti pembelian dibawah Rp. 40.000, sedangkan untuk Gofood maupun Grabfood bisa memberikan diskon untuk pembelian dengan skala pembelian yang lebih besar seperti pembelian diatas Rp. 100.000, dengan keunggulan tersebut menjadikan Shopeefood lebih unggul di masyarakat karena masyarakat terbiasa melakukan pembelian dengan skala kecil.

Berdasarkan latar belakang diatas, menunjukkan bahwa perkembangan layanan shopeefood perlu dan menarik untuk diteliti. Peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Analisis Pemanfaatan Fitur *Shopeefood* terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bidang Kuliner di Jakarta Selatan**” .

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pembahasan pada fitur shopeefood yang mampu mempengaruhi pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah bidang kuliner di Jakarta Selatan.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat rumusan pokok-pokok penelitian yang akan diangkat yaitu :

1. Bagaimana pengaruh dari pengembangan *fitur shopeefood* terhadap UMKM bidang kuliner di wilayah Jakarta Selatan?
2. Bagaimana UMKM menggunakan shopeefood untuk meningkatkan pendapatan?
3. Apa sajakah hambatan yang dialami UMKM bidang kuliner selama bergabung program shopeefood?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran dari pertanyaan penelitian di atas, maka disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menemukan data-data yang tepat serta dapat dipercaya berdasarkan temuan terbaru mengenai:

1. Pengaruh dari pengembangan *fitur shopeefood* pada UMKM bidang kuliner di wilayah Jakarta Selatan.
2. Tingkat pendapatan UMKM bidang kuliner di kota Jakarta Selatan setelah bergabung dengan shopeefood.
3. Hambatan apa saja yang dialami UMKM bidang kuliner selama bergabung program shopeefood.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, adapun manfaat yang didapatkan atau diharapkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Dapat mengetahui dan memperdalam pengetahuan baru tentang peningkatan pendapatan dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

2. Bagi Pengusaha Kuliner

Hasil penelitian ini mampu menjadi gambaran atau masukan apakah fitur shopeefood tersebut sudah dapat membantu para pelaku usaha bidang kuliner di Kota Jakarta Selatan dalam memperoleh pendapatan penjualan.

3. Bagi Akademisi

Hasil Penelitian ini mampu dijadikan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya, terutama pada penelitian yang berhubungan dengan peningkatan pendapatan.

