

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ilmu IPTEK yang pesat pada era revolusi 5.0 mampu menghadirkan pergeseran dari praktik ekonomi tradisional menuju ekonomi digital. Indonesia merupakan negara dengan potensi ekonomi digital terbesar di ASEAN. Hal tersebut berdasarkan *e-Conomy SEA 2022 Report* oleh Google, Temasek dan Bain & Company, dimana nilai ekonomi digital Indonesia mencapai US\$77 miliar pada tahun 2022 dengan persentase 40% nilai total transaksi ekonomi digital di ASEAN. Sektor yang memberikan nilai ekonomi digital tertinggi di Indonesia adalah E-Commerce, transportasi/makanan *online*, media *online*, dan travel *online*.

Pergeseran praktik ekonomi ke arah ekonomi digital dipercepat ketika kemunculan pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas masyarakat, sehingga menuntut sebagian besar aktivitas ekonomi dilakukan melalui media digital guna menghindari kontak fisik antar individu secara langsung. Salah satu sektor yang merasakan dampak terbesar dari pembatasan sosial ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penurunan pendapatan menjadi yang paling dirasakan oleh UMKM. Berdasarkan survey *United Nations Development Programme* (UNDP) bersama LPEM UI, sebanyak 77% UMKM menyatakan mengalami penurunan pendapatan, dan 88% mengalami penurunan permintaan produk selama pandemi Covid-19. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, selama pandemi terdapat 37.000 UMKM yang melaporkan permasalahannya, dan 56% diantaranya menyatakan terjadi penurunan pendapatan.

Selain beberapa dampak yang merugikan, pandemi Covid-19 nyatanya mampu mempercepat proses digitalisasi UMKM di Indonesia. Para pelaku UMKM dituntut untuk melakukan inovasi dan mampu beradaptasi agar dapat bertahan dan bersaing ditengah kondisi ekonomi yang tidak stabil. Dari sinilah peran teknologi dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM untuk membuka peluang baru guna mempertahankan atau bahkan meningkatkan usaha mereka. Dengan pemanfaatan teknologi, para pelaku UMKM masih dapat menjangkau konsumen walaupun tanpa kontak langsung. Digitalisasi diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar yang lebih luas, efisiensi proses produksi dan manajemen, serta terciptanya segmentasi pasar baru (Suliswanto & Rofik, 2019). Menurut World Bank, sekitar 80% usaha yang terhubung ke dalam ekosistem digital memiliki daya tahan lebih baik. Senada dengan hasil survey *Center of Reform on Economics (CORE)*, dimana sebanyak 70% pelaku UMKM yang tergabung dalam ekosistem digital mengalami kenaikan pendapatan rata-rata sebesar 30% (Haryo Limanseto, 2022).

Salah satu UMKM yang mampu mengadopsi layanan digital adalah UMKM kuliner. Sub-sektor kuliner sendiri merupakan kontributor terbesar bagi ekonomi kreatif di Indonesia yakni 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Abdurohim BS, 2021). Pemanfaatan digitalisasi bagi UMKM kuliner dapat dilakukan melalui layanan pelengkap yang dapat menambah nilai atau keunggulan bersaing produk inti (Nuryanto & Farida, 2018). Dalam hal ini, UMKM kuliner mampu memanfaatkan penggunaan layanan *Online food delivery (OFD)* dalam hal *order taking* dan penggunaan alat pembayaran digital seperti QRIS dalam hal *payment*.

Berdasarkan *Digital 2021 Global Overview Report* yang diterbitkan *We Are Social*, Indonesia merupakan negara pengguna aplikasi pesan-antar makanan tertinggi di dunia dengan persentase 74,4% dari pengguna internet di Indonesia. Adapun rata-rata persentase global penggunaan layanan OFD sebesar 55,5% (Lidwina, 2021).



Gambar 1. 1 Persentase Negara Pengguna Aplikasi Pesan-Antar Makanan

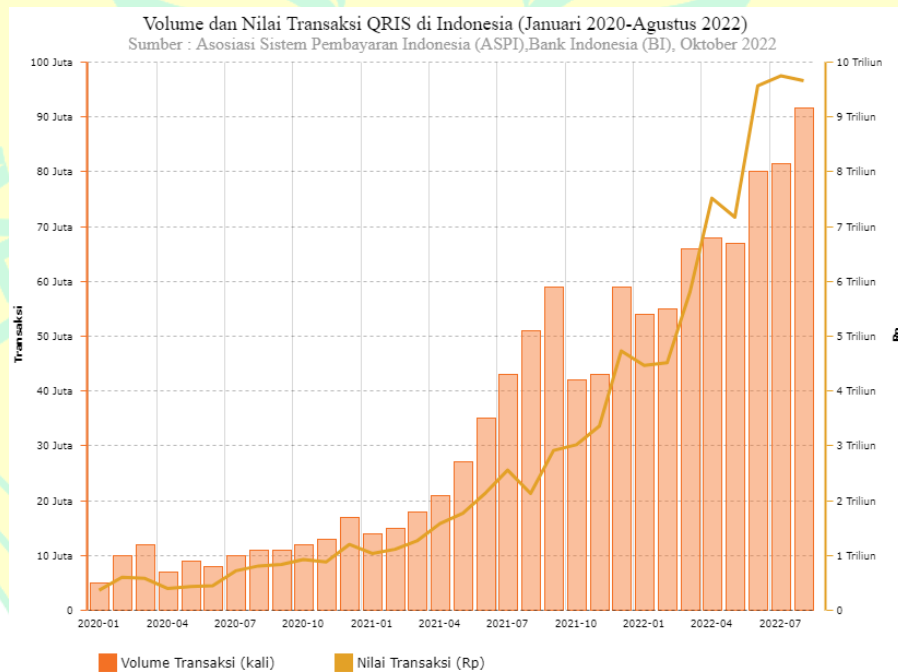
Sumber : *We Are Social* (2021)

Melalui *online food delivery*, para pengusaha kuliner tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan yang besar untuk mampu menjual produknya secara *delivery*. Terlebih lagi, berbagai platform penyedia jasa OFD ini seringkali memberikan subsidi promo bagi para *merchant* baik berupa diskon harga maupun diskon ongkir bagi para konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan usaha. Selain menjadi platform penjualan, penggunaan *online food delivery* juga mampu digunakan sebagai media pemasaran sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta mampu meningkatkan *customer traffic*.

Pada tahun 2019 tepatnya tanggal 17 Agustus, Bank Indonesia meluncurkan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS). Dengan QRIS, pelaku usaha tidak perlu memiliki banyak kode QR dari masing-masing Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), cukup dengan satu kode QR yang telah terstandarisasi oleh QRIS, konsumen sudah dapat melakukan pembayaran melalui berbagai aplikasi pembayaran yang telah terintegrasi dengan QRIS. Penjual juga tidak perlu menyiapkan uang kembalian dan dapat terhindar dari peredaran uang palsu. Selain itu, transaksi

QRIS tercatat dalam laporan keuangan sehingga penjual dapat menganalisa penjualannya dengan QRIS.

Berdasarkan data dari ASPI mengenai volume dan nilai transaksi QRIS di Indonesia, tren penggunaan QRIS terus mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam 3 tahun terakhir. Pada kuartal pertama 2020 nilai transaksi QRIS sebesar 365 juta rupiah dengan volume transaksi QRIS baru sebesar 5 juta transaksi. Dalam kurun waktu 3 tahun, tepatnya pada akhir tahun 2022 volume transaksi QRIS meningkat drastis hingga mencapai 91 juta kali dengan nilai transaksi sebesar 9,6 triliun rupiah. Sampai dengan Juni 2023, QRIS telah mencatatkan 26,7 juta *merchant* dengan jumlah pengguna sebanyak 37 juta. Dengan nilai tersebut, maka QRIS turut menjadi salah satu penyumbang peningkatan inklusi keuangan di Indonesia, karena sebagian besar *merchant* QRIS merupakan pelaku UMKM.



Datadata.co.id

databoks

Gambar 1. 2 Volume dan Nilai Transaksi QRIS di Indonesia

Sumber: Ahdiat (2022)

Berdasarkan data-data tersebut, penggunaan layanan OFD dan QRIS di kalangan UMKM kuliner memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Penggunaan layanan OFD dan QRIS juga mampu meningkatkan daya saing UMKM sehingga mendorong para pelaku UMKM untuk terus berinovasi serta meningkatkan kualitas layanannya. Meskipun memiliki prospek yang cukup bagus dan potensi kontribusinya besar, proses digitalisasi UMKM masih belum optimal. Hal ini terlihat melalui data dari BPS mengenai usaha kuliner. Walaupun jumlah usaha kuliner yang telah memanfaatkan penjualan *online* sebesar 85,55%, namun persentase penjualan secara *online* hanya sebesar 23,70%, dan jumlah pembayaran secara tunai masih dominan dengan 71,34% (Badan Pusat Statistik, 2020).

Salah satu area food court legendaris di Jakarta Selatan yaitu Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) Blok S, yang terletak di Kebayoran Baru. Pujasera Blok S menjadi salah satu UMKM Binaan Dinas PPKUKM. Berdasarkan wawancara langsung terhadap salah satu pelaku UMKM di Pujasera Blok S, yakni Pak Agus, menyatakan bahwa Covid-19 turut mempengaruhi pendapatan usaha di Pujasera Blok S. Pak Agus dan beberapa pelaku UMKM lain di Pujasera Blok S menyatakan bahwa kunjungan di Pujasera Blok S mengalami penurunan bila dibandingkan ketika sebelum Covid-19, sehingga sebagian besar UMKM di Pujasera Blok S beralih memanfaatkan teknologi digital dengan memanfaatkan sistem pembayaran non tunai melalui QRIS, serta menjadi mitra *online food delivery* seperti GoFood dan GrabFood. Walaupun demikian, belum semua pedagang Pujasera Blok S menggunakan *online food delivery*.

Berdasarkan wawancara terhadap salah satu UMKM kuliner di Blok S yang berhenti menggunakan *online food delivery* menyatakan bahwa *online food delivery* tidak terlalu signifikan untuk meningkatkan pendapatan usaha. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha harus menaikkan harga makanannya guna menyesuaikan dengan komisi bagi pihak penyedia layanan OFD sebesar 20%, sehingga pelaku usaha tersebut lebih memilih berjualan secara

konvensional karena dinilai lebih mudah dalam menjual produk dagangannya tanpa perlu menguasai sistem digital. Hasil berbeda ditunjukkan survey Alvara *Research Center* terhadap 1.948 UMKM kuliner mitra OFD yang tersebar di Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Makassar dan Medan. Berdasarkan survey tersebut didapati temuan bahwa layanan OFD mampu mengakselerasi pertumbuhan UMKM kuliner dan meningkatkan penjualan hingga 1,9 kali lipat dibandingkan hanya menjual secara *offline*.

Selain OFD, beberapa UMKM Kuliner di Pujasera Blok S menyatakan bahwa transaksi non tunai masih jarang digunakan oleh pembeli. Menurut Ibu Mamu yang merupakan salah satu pedagang di Pujasera Blok S, menyatakan bahwa walaupun sedikit, namun selalu ada yang membayar secara non tunai (Sari, 2018). Sementara itu, penelitian oleh Maulia (2021) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh secara positif dalam meningkatkan pendapatan UMKM Kota Medan walaupun masih terdapat kendala jaringan, proses pencairan yang tidak real time dan terdapat biaya yang dibebankan kepada *merchant*.

Berdasarkan fenomena yang ada serta hasil dari penelitian terdahulu mengenai pendapatan UMKM yang terdampak selama pandemi Covid-19 serta pemanfaatan layanan digital *online food delivery* dan QRIS di kalangan UMKM kuliner yang memiliki potensi besar bagi UMKM kuliner di Indonesia, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kedua layanan digital tersebut dan pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Pujasera Blok S yang merupakan kawasan kuliner unggulan di Jakarta Selatan melalui penelitian yang berjudul **“PENGARUH LAYANAN *ONLINE FOOD DELIVERY* DAN PENGGUNAAN QRIS TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER DI PUJASERA BLOK S JAKARTA SELATAN”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka beberapa pertanyaan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah layanan *online food delivery* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner di Pujasera Blok S?
- 2) Apakah penggunaan QRIS berpengaruh terhadap pendapatan UMKM kuliner di Pujasera Blok S?
- 3) Apakah terdapat perbedaan rata-rata pendapatan UMKM antara sebelum dan setelah menggunakan *online food delivery* dan QRIS?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, maka penelitian ini ditujukan untuk:

- 1) Menganalisis dan mengetahui pengaruh layanan *online food delivery* terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Pujasera Blok S.
- 2) Menganalisis dan mengetahui pengaruh penggunaan QRIS terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Pujasera Blok S.
- 3) Menganalisis dan mengetahui terdapat atau tidaknya perbedaan rata-rata pendapatan UMKM antara sebelum dan setelah menggunakan *online food delivery* dan QRIS.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mampu memberikan kebermanfaatan dan kebergunaan bagi berbagai pihak baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya pengetahuan serta wawasan terbaru yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya, khususnya terkait dengan digitalisasi UMKM.

1.4.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi para pelaku UMKM kuliner, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi untuk terus melakukan inovasi digital guna meningkatkan kualitas UMKM kuliner kedepannya.
- 2) Bagi pemerintah setempat, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi dalam membuat program atau kebijakan baru guna meningkatkan nilai dan eksistensi Pujasera Blok S sebagai kawasan kuliner unggulan di Jakarta Selatan.

