

# **BAB I**

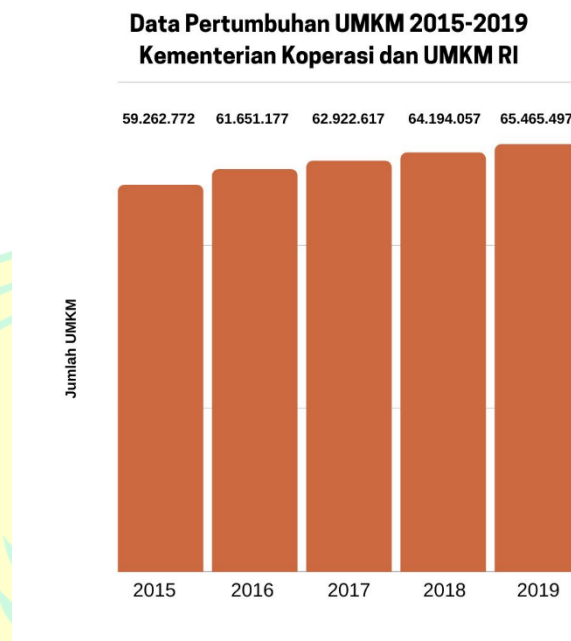
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sudah dikenal luas di masyarakat, dan banyak pegiat usaha menganggap industry ini sebagai penyumbang utama pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM diartikan sebagai usaha ekonomi berskala kecil berdasarkan Keputusan presiden Nomo 19 tahun 1998, mereka dilindungi dari penyalahgunaan memeggang peranan penting dalam Pembangunan negara, dan pertumbuhan ekonomi.

Sejak adanya pandemi COVID-19 terdapat perubahan style mengkonsumsi warga yang lebih dahulu belanja secara langsung menjadi belanja secara online ataupun digital. Perihal tersebut saat ini sangat berakibat terhadap pengembangan UMKM. Sepanjang ini upaya pemberdayaan UMKM di Indonesia masih mengalami tantangan serta hambatan sebagian antara lain merupakan terbatasnya struktur permodalan, lemahnya pemanfaatan akses teknologi yang belum maksimal, dan kekurangan layanan finansial. Perihal ini mendesak pemerintah untuk menjadikan UMKM di Indonesia naik kelas dengan "Gerakan UMKM Go Online". Lewat program tersebut salah satu antara lain menerapkan pemanfaatan literasi digital serta pemakaian sistem pembayaran digital. Oleh sebab itu, mengenali proses adopsi serta sikap UMKM di Indonesia terhadap teknologi baru. (Najib, 2020).

Menurut Kemenkop UKM (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah), indonesia akan memiliki 64,2 jt usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada tahun 2021. usaha mikro memiliki kriteria penghasilan tertinggi yaitu 2 Miliar per tahun.

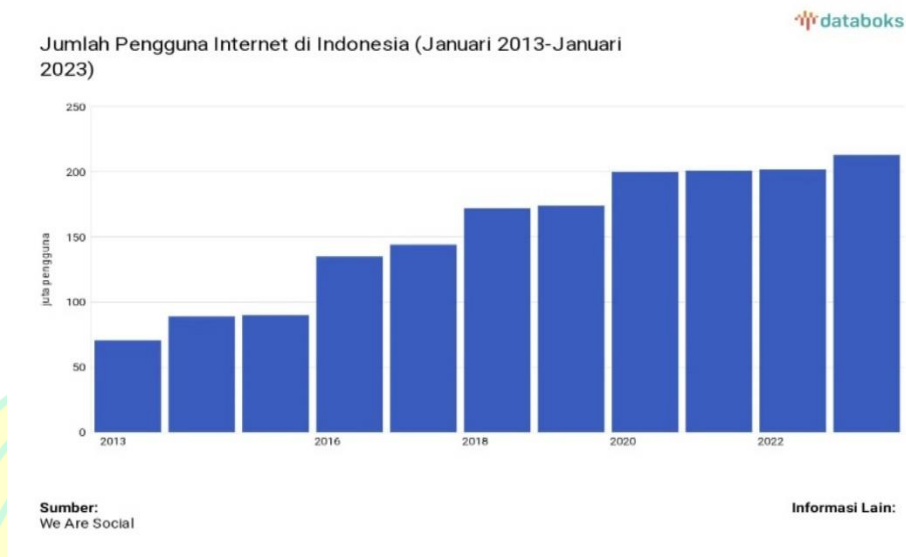


**Gambar 1.1 Mayoritas Data Pertumbuhan UMKM 2015 – 2019**  
**Kementerian Koperasi dan UMKM RI**

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM RI

Gambar 1.1 menunjukkan jumlah UMKM yang tertera pada data berupa estimasi yang dibuat oleh kementerian koperasi dan UKM RI pada 2020. karena jumlah UMKM yang sangatlah banyak dan sebagian besar belum melakukan registrasi usaha sehingga sulit untuk di data.

Bersamaan era globalisasi dan perkembangan teknologi yang cepat akan berdampak pada margin keuntungan saat menjual suatu produk. Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia menghadapi tantangan karena mereka tidak memiliki pengetahuan tentang teknologi yang diperlukan, sehingga menghalangi mereka untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Karena pertumbuhannya yang pesat, UMKM ini harus mampu mengatasi tantangan tersebut dan peka terhadap perubahan lingkungan. ( Leni Gustina, 2022)

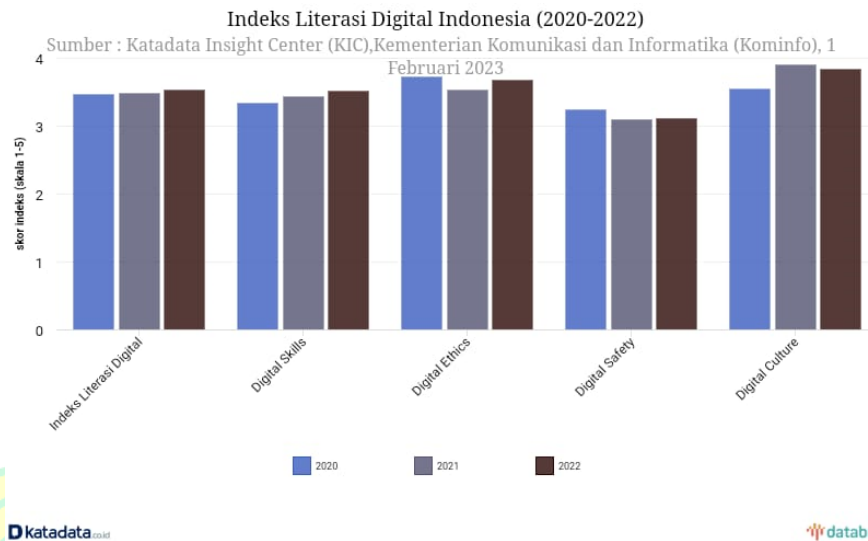


**Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Per Januari 2023**

Sumber : Katadata.com

Gambar 1.2 menunjukkan pada Januari 2023, 213 juta orang di Indonesia pengguna internet setara dengan 77 persen total penduduk Indonesia. Yang berjumlah 276,4 juta orang ada 63,51 juta orang di seluruh Indonesia yang tidak memiliki akses ke internet hingga awal tahun 2023, menjadikannya yang kedelapan terbesar di dunia.

Dalam ilmu sosial literasi digital bukan hanya tentang kemampuan untuk memanfaatkan teknologi baru, mempelajari cara menggunakannya, atau memasukkan fitur teknologi tersebut ke dalam program Pendidikan. Literasi digital juga merupakan keterampilan adaptif yang membuat Masyarakat siap menghadapi masa kini dan masa depan. Di masa ini, kemajuan TIK sudah mengganti metode warga memproduksi, mendistribusikan, konsumsi, serta perbanyak data. TIK pula menghasilkan pekerjaan virtual, area virtual, serta kedudukan virtual yang pengaruhi style hidup warga modern.



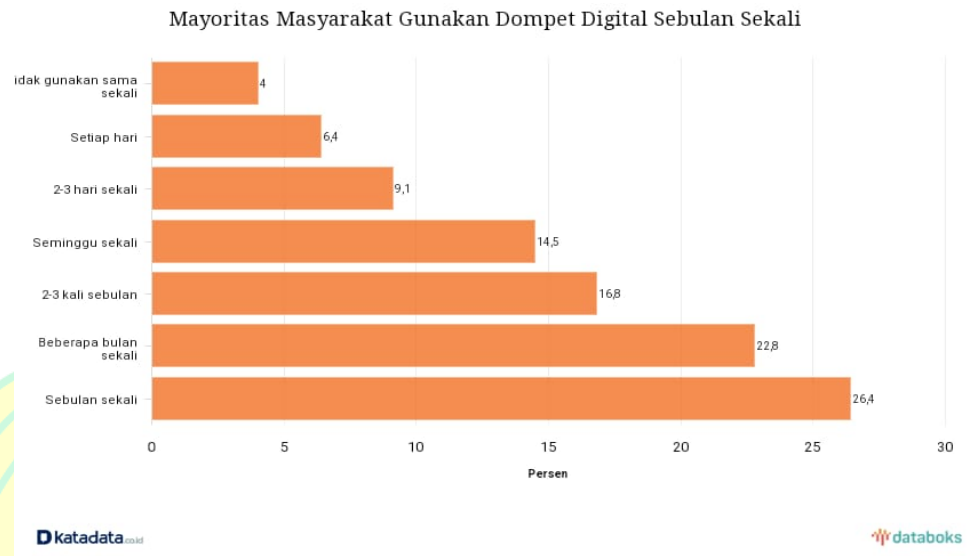
**Gambar 1.3 Indeks Literasi digital indonesia (2020-2022)**

Sumber : Katadata.com

Gambar 1.3 menunjukkan pengukuran indeks literasi digital Indonesia yang dirilis oleh Kominfo Laporan tersebut menunjukkan bahwa indeks literasi digital Indonesia secara umum berada di level “sedang” dengan angka 3,54 poin pada skala 1-5.

Berdasarkan data pengguna internet di Indonesia bertambah masing-masing tahunnya mencerminkan keadaan tersebut telah saatnya pelaku usaha, UMKM dengan menggunakan teknologi digital selaku bagian dari aktivitas usahanya. Sangat nampak dari kegiatan transaksi uang digital yang menampilkan kenaikan signifikan.

Digitalisasi memungkinkan informasi digital untuk meningkatkan dan mengubah operasi usaha. Hal ini dapat dicapai melalui teknologi pintar agar mengubah informasi dengan lebih baik. Perkembangan digital juga dapat mendorong otomatisasi, antara lain dapat meningkatkan layanan pelanggan dan respons waktu. Konsumen semakin memilih pembayaran digital yang merupakan salah satu layanan digital yang menonjol. Pembayaran digital ini membuat transaksi non tunai menjadi cepat, nyaman dan instan. ( Atia Kirana W, 2023)



**Gambar 1.4 Mayoritas masyarakat gunakan dompet digital sebulan sekali**

Sumber : Katadata.com

Gambar 1.4 menunjukkan Masyarakat modern banyak menggunakan internet. 65,4% responden paling sering menggunakan dompet digital menurut data Kementerian komunikasi dan informatika. Tanah abang yang terletak di pusat kota Jakarta merupakan tempat grosir tekstil yang populer diseluruh Asia Tenggara. Bahan tekstil menjadi komoditas utama di pasar yang menjadi wadah ribuan usaha kecil dan menengah ini berdagang. Pada Tanah Abang menjual pakaian anak – anak segala usia, pakaian muslim, perlengkapan haji atau umrah, dan tekstil lainnya baik lokal maupun impor.

**Tabel 1.1 Data Pemilik (UMKM) Di Pasar Tanah Abang Tahun 2021**

No.	Lokasi	Jumlah
1	Blok A	4936
2	Blok B	2894
3	Blok F	2008
4	Blok G	1300
<b>Jumlah</b>		<b>11. 138</b>

Sumber : PD Pasar Jaya UPB Tanah Abang

Tabel 1.1 menunjukkan data pemilik UMKM di pasar tanah abang pada tahun 2021 total pemilik UMKM di pasar tanah abang sebanyak 11.138 orang. UMKM di pasar Tanah Abang Bersama lainnya menghadapi beberapa tantangan antara lain, adanya pandemi COVID – 19 yang melumpuhkan beberapa sektor usaha. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “**Pengaruh Literasi Digital dan Digital Payment terhadap Pengembangan Usaha (Studi kasus UMKM di pasar Tanah Abang)**”.

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Literasi digital berpengaruh terhadap pengembangan usaha (studi kasus UMKM di pasar tanah abang)?
2. Apakah Digital payment berpengaruh terhadap pengembangan usaha (studi kasus UMKM di pasar tanah abang) ?
3. Apakah Literasi digital berpengaruh terhadap Digital payment (studi kasus UMKM di Pasar Tanah Abang)

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian itu adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh literasi digital terhadap pengembangan usaha (studi kasus UMKM di pasar Tanah Abang)
2. Menganalisis pengaruh digital payment terhadap pengembangan usaha (studi kasus UMKM di pasar Tanah Abang)
3. Menganalisis pengaruh literasi digital terhadap digital payment (studi kasus UMKM di pasar Tanah Abang)

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hal ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan pemahaman baru di bidang ekonomi tentang seberapa besar pengaruh literasi digital dan pembayaran digital terhadap pertumbuhan usaha (studi kasus UMKM di pasar tanah abang), dan bagaimana UMKM dapat membantu mengatasi masalah perekonomian di Indonesia.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menerapkan ilmu yang telah di dapat dibangku perkuliahan sehingga menunjang persiapan dunia kerja dan menambah wawasan serta memperdalam pengetahuan tentang pengembangan usaha.

- b. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai dampak literasi digital dan digital payment terhadap pengembangan usaha.

- c. Bagi Pengusaha/Perusahaan

Dengan melakukan studi kasus pada UMKM di pasar tanah abang, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pengusaha UMKM mengenai literasi digital dan pembayaran digital serta pengembangan usaha