

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang sudah dirasakan oleh masyarakat saat ini, perkembangan teknologi dan informasi juga ikut mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini memberikan dampak yang besar terhadap perubahan budaya dalam kehidupan manusia. Salah satunya adalah perkembangan internet. Menurut Permanthara (2012: 1) “Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal tersebut dikarenakan oleh kuatnya era globalisasi, di mana komputer dan internet dengan sifatnya yang dinamis merupakan fasilitas yang telah mendominasi berbagai aktivitas kehidupan, sehingga aktivitas pendidikan, perkantoran, komersial dan industri secara mutlak memerlukan ketersediaan fasilitas tersebut”. Adanya perkembangan ini memberikan informasi atau data yang dibutuhkan, dapat diakses melalui internet.

Internet mengakibatkan perubahan berupa perkembangan yang sangat pesat di berbagai lapisan masyarakat dan kehidupan. Jaringan internet ini dapat terhubung dengan media elektronik contohnya pada komputer, *smartphone* dan barang elektronik lain yang menjadi salah satu cara melakukan komunikasi dan melakukan bisnis. Hal ini menciptakan peluang-peluang bagi para wirausahawan dalam mengembangkan bisnisnya terutama dalam strategi pemasaran produk. Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi membuat para wirausahawan memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi dan penjualan, salah satunya penjualan secara online atau sering disebut *Electronic Commerce* atau *E-commerce*.

“Massive growth in the number of Internet worldwide, a substantial increase in E-commerce transactions so that companies and businesses around the globe are aware of the opportunities provided by the network, many companies have to purchase equipment and software will link up with the network companies, many high-tech technology industry companies invest a lot of money to build websites to

advertise” (Zhu, L, W. (2014). *Research on the E-commerce model based on the value chain*. Applied Mechanics and Materials. (November), 1. <http://dx.doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.687-691.4462>). Menurut beliau dengan adanya peningkatan penggunaan teknologi berbasis internet sebagai sarana promosi dan penjualan melalui *E-commerce* menyadarkan para wirausahawan dan perusahaan lain akan berpartisipasi menggunakan *E-commerce*.

“Pemasaran melalui *E-commerce* dinilai lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan cara tradisional dilihat dari berbagai sisi. Dalam dunia usaha *E-commerce* memiliki daya tarik dan keunggulan bagi penjual maupun pembeli, misalnya dalam hal kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi, alternatif ruang lain” (Tjiptono, 2012: 214). Dengan demikian penjualan melalui *E-commerce* dinilai lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan cara konvensional. Bagi wirausahawan adanya *E-commerce* dapat digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran produknya. Dalam hal ini *E-commerce* dapat memudahkan penjual untuk menjual produk tanpa harus membuka tempat usaha, para wirausahawan dapat memajang barang dagangan mereka melalui media *E-commerce*.

Kemudahan penggunaan menjadi hal yang dipertimbangkan penjual maupun pembeli menggunakan media *E-commerce*. Menurut Yoon (2002: 21) “*E-commerce* memungkinkan pembeli untuk menghemat waktu dan usaha mereka saat membeli produk yang diinginkan”. Bagi penjual yang menawarkan barang atau produk yang dihasilkan melalui penggunaan *E-commerce* ini, mereka dapat menekan atau menghemat biaya iklan, dengan begitu memungkinkan harga barang yang ditawarkan menjadi lebih murah.

Keuntungan dari *E-commerce* sangatlah banyak seperti pemasaran menjadi lebih luas, dapat diakses kapan dan dimana saja selama terdapat jaringan internet, biaya jauh lebih rendah dan lain sebagainya. Menurut Taneja & Leslie (2014: 1) “Bagi wirausahawan sangatlah penting untuk menggunakan sarana *E-commerce* karena dapat memberikan kejelasan, viabilitas dan keberlanjutan untuk mencapai keunggulan yang superior”.

Dengan adanya transformasi perdagangan tradisional menjadi digital juga melahirkan seseorang yang mempunyai jiwa kewirausahaan (*Entrepreneurship*) yang siap bersaing di dunia usaha. Segala upaya dilakukan demi Keberhasilan Usaha termasuk dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai pendukung kegiatan usaha. Menurut Abu (2013: 5) “*Entrepreneurship* adalah kemampuan seseorang untuk peka terhadap peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan perubahan dari sistem yang ada”. Dalam dunia usaha, peluang adalah kesempatan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan tetap memperhitungkan resiko yang dihadapi.

Entrepreneurship is important to economic development. “The benefits to society will be greater in economies where entrepreneurs can operate flexibly, develop their ideas, and reap the rewards. Entrepreneurs respond to high regulatory barriers by moving to more innovation-friendly countries or by turning from productive activities to non-wealth-creating activities. To attract productive entrepreneurs, governments need to cut red tape, streamline regulations, and prepare for the negative effects of layoffs in incumbent firms that fail because of the new competition” (Kritikos, A. (2014). *Entreperneurs and their Impact on Jobs and Economic Growth*. IZA World of Labor, (May), 1. <http://doi.org/10.15185/izawol.8>). Menurut Kritikos wirausahawan penting untuk pembangunan ekonomi, manfaat wirausahawan akan lebih besar di negara dimana pengusaha dapat beroperasi secara fleksibel, mengembangkan ide-ide mereka dan memetik hasil. “Namun umumnya sejumlah masyarakat terutama anak muda yang baru memasuki dunia kerja masih ragu-ragu untuk memulai suatu usaha dan lebih memilih menjadi pegawai negeri sipil atau karyawan disuatu perusahaan” (Sukadana & Saraswaty, 2015: 8). Disitulah pentingnya menanamkan program pendidikan kewirausahaan terhadap anak muda, program pendidikan kewirausahaan ini dikaitkan dan diintegrasikan dengan program-program lain, seperti pendidikan karakter, pendidikan ekonomi kreatif, dan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum sekolah.

Untuk membangun semangat kewirausahaan dan memperbanyak wirausahawan, pemerintah telah mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan “adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan/atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar”.

Keterampilan berwirausaha diberikan untuk mempersiapkan anak didik menjadi wirausahawan setelah lulus sekolah atau kuliah. Kalaupun mereka berhenti sekolah atau kuliah di tengah jalan, bekal pendidikan kewirausahaan dapat digunakan untuk memperoleh penghasilan dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan yang diharapkan.

Dengan adanya perkembangan teknologi dan informasi, menciptakan peluang baru bagi para wirausahawan dalam membesarkan produknya. Salah satunya dengan menggunakan *E-commerce* sebagai sarana promosi dan berjualan. Dengan demikian penggunaan *E-commerce* diharapkan mampu meningkatkan Keberhasilan Usaha terutama wirausahawan yang berada di wilayah Pabelan. Banyak faktor yang menentukan Keberhasilan Usaha, salah satu di antaranya adalah wirausahawan yang mempunyai sifat kreatif dan inovasi. “Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut kreatif dan inovasi terus menerus, yang pada akhirnya akan meningkatkan Keberhasilan Usaha” (Hartini, 2012: 82).

Berdasarkan latar belakang yang peneliti sajikan tersebut, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dampak penggunaan sebelum dan sesudah wirausahawan menggunakan *E-commerce* sebagai penentu Keberhasilan Usaha pada wirausahawan di wilayah Pabelan dengan mengambil judul penelitian “ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *ELECTRONIC COMMERCE* TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA WIRAUSAHAWAN DI WILAYAH

PABELAN KECAMATAN KARTASURA KABUPATEN SUKOHARJO TAHUN 2019”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti, maka peneliti mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kondisi UMKM di wilayah Pabelan?
2. Bagaimanakah potensi *E-commerce* di wilayah Pabelan?
3. Apakah dampak penggunaan *E-commerce* terhadap Keberhasilan Usaha pada wirausahawan di wilayah Pabelan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini mempunyai tujuan untuk:

1. Untuk menganalisis kondisi UMKM di wilayah Pabelan.
2. Untuk menganalisis potensi *E-commerce* di wilayah Pabelan.
3. Untuk menganalisis dampak penggunaan *E-commerce* terhadap Keberhasilan Usaha pada wirausahawan di wilayah Pabelan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji masalah yang sama di masa mendatang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Wirausahawan

Dengan penelitian tersebut diharapkan bisa menjadi masukan kepada wirausahawan di wilayah Pabelan bahwa dengan menggunakan *E-commerce* mampu meningkatkan Keberhasilan Usaha.

b. Bagi Masyarakat Luas

Sebagai media informasi tentang *E-commerce* dikalangan masyarakat.

c. Bagi Universitas

Dengan penelitian ini diharap bisa memberikan informasi kepada Universitas mengenai dampak penggunaan *E-commerce* terhadap Keberhasilan Usaha.