

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, sehingga memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat. Pada era globalisasi seperti ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat kompleks dan pesat dalam beberapa tahun terakhir yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pada dunia bisnis. Perkembangan ini memunculkan istilah-istilah baru yang tidak asing lagi bagi kita, seperti *e-business*, *e-commerce*, *elearning*, *euniversity*, *e-book*, dan *ebanking*.

Pemanfaatan internet di Indonesia yang semakin tinggi, terlebih dengan semakin mudahnya masyarakat mengakses internet melalui berbagai sarana, terutama sarana bergerak (*mobile devices*) (Hakim & Nurkamid, 2017). Dapat kita lihat persentase jumlah penggunaan internet di Indonesia berdasarkan umur pada tahun 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Persentase Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia Berdasarkan Umur
Pada Tahun 2019

No.	Umur	Persentase
1	13 – 18 Tahun	16,68
2	19 – 34 Tahun	49,52
3	35 – 54 Tahun	29,55
4	54 Ke atas	4,24

Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), 2020

Dilihat dari Tabel 1.1 diatas menyatakan bahwa penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2019 yang menduduki persentase tertinggi dari kalangan usia sekitar 19 – 35 Tahun dan 35 – 54 Tahun mempunyai penetrasi yang paling tinggi. Diusia 19 – 54 tahun ini dimiliki oleh para mahasiswa, karyawan dan profesional. Pemanfaatan internet yang semakin meluas tersebut menyebabkan perubahan paradigma dan cara hidup manusia, dari cara hidup dan kebiasaan yang berbasis manual menjadi berbasis elektronik yang memiliki keuntungan antara lain tidak terikat oleh waktu, tempat, serta jarak (Hakim & Nurkamid, 2017).. Dengan memanfaatkan teknologi internet, seperti handphone, laptop yang setiap hari dibawa memudahkan pengusaha untuk berbisnis online

Mengutip data dari CNNIndonesia.Com (2020), Indonesia merupakan negara dengan tingkat adopsi [e-commerce](#) tertinggi di dunia pada 2019. Sebanyak 90 persen dari pengguna internet berusia 15 hingga 54 tahun di Indonesia pernah melakukan pembelian produk dan jasa secara online. Tidak hanya dari sisi perubahan gaya hidup konsumen, industri *e-commerce* juga membuka lebih banyak peluang bisnis baru, serta menghasilkan dampak beruntun (*trickle-effect*) bagi industri di sektor pendukung, seperti logistik, infrastruktur IT, dan operator *e-commerce*.

Namun, tidak bisa dipungkiri tingginya persaingan yang disertai dengan minimnya ilmu pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi atau *E-Commerce* ini, menyebabkan tidak maksimal dalam meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini terjadi dapat diakibatkan masih kesulitan dalam mengembangkan bisnis online, motivasi berbisnis menurun serta mood yang berubah-ubah sehingga menyebabkan bisnis

tidak berjalan seperti yang diinginkan. Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh peneliti dengan metode wawancara kepada beberapa pelaku bisnis *online* di Komunitas Yuk Bisnis, diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan yaitu ketidakmaksimalan dan ketidakfokusan pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya hingga kurangnya inovasi yang dilakukan. Hal ini disebabkan oleh kesibukan diluar bisnis yang dijalani dan lambatnya membaca pasar, yang menyebabkan kinerja bisnis tidak maksimal dan tingkat penjualan menurun.

Bisnis yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah bisnis yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam bisnisnya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)*, *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet (Tharob, Mingkid & Paputungan, 2017). Adapun Jumlah penggunaan *e-commerce* akan terus bertumbuh, hal ini diperkuat dengan sejumlah survei lembaga riset teknologi informasi komunikasi dalam dan luar negeri. Data Sensus Ekonomi 2019 dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan, industri *ecommerce* Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir tumbuh sekitar 27% dengan total jumlah usaha *ecommerce* mencapai 26,2 juta (Liputan6.com, 2020). Adapun Permasalahan dalam penggunaan *e-commerce* pada pelaku bisnis online yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis adalah menurunnya kepercayaan konsumen untuk berbelanja *online* dikarenakan informasi yang diberikan serta produk yang dipesan tidak sesuai dengan harapan konsumen dan banyaknya kasus penipuan

yang dilakukan oleh para pelaku *ecommerce*, sehingga para konsumen ragu untuk berbelanja *online*, hal ini menyebabkan menurunnya tingkat penjualan usaha pada bisnis *online* tersebut.

Kendala yang dihadapi pelaku bisnis online yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis pada penggunaan *ecommerce* adalah kurangnya pengetahuan yang dimiliki pelaku bisnis online terhadap penggunaan *ecommerce*, sehingga penggunaan *ecommerce* belum optimal, seperti penggunaan *adsense Facebook* dan *Instagram*, website dagang yang dibuat kurang dioptimalkan, dan tidak semua *market place* digunakan untuk lapak dagangan.

Saat ini persaingan semakin ramai karena banyak orang yang menjadi pengusaha, sehingga masing-masing bisnis saling berlomba menciptakan inovasi terbaru demi mempertahankan eksistensinya. Dapat dipastikan tidak adanya inovasi akan membuat konsumen merasa bosan, meninggalkan produk tersebut, dan bisa dipastikan bisnis akan tenggelam di tengah ketatnya persaingan. Inilah yang mendorong para pelaku bisnis, baik skala kecil maupun besar dituntut untuk selalu berinovasi meningkatkan daya saing usahanya (Widodo, 2015: 48). Hal ini dikarenakan keinginan konsumen yang selalu berubah – ubah dan ketidakpastian lingkungan.

Pelaku bisnis yang memiliki kemampuan berinovasi tinggi akan lebih baik dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kemampuan baru yang akan meningkatkan kinerja bisnis (Widodo, 2015: 48). Kemampuan dalam produk dan inovasi bisnis sangat penting bagi bisnis untuk mengeksplorasi peluang baru dan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Bakar & Ahmad, 2017: 52). Adapun

permasalahan pada inovasi di pada Pelaku Bisnis *Online* di Komunitas Yuk Bisnis adalah pada umumnya diwarnai oleh lemahnya kemampuan para pelaku bisnis dalam memprediksi atau membaca dan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang kemudian dapat di gunakan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Dalam faktor internal permasalahan muncul dari kurangnya pengembangan inovasi dengan hal – hal yang baru sehingga mempengaruhi suatu kinerja bisnis. Para pelaku bisnis kurang memperhatikan dalam hal melakukan perbaikan pada produk, proses penjualan, pemasaran yang telah ada, sehingga usahanya cenderung tidak memiliki nilai yang lebih di mata para konsumen. Sedangkan faktor eksternal seperti teknologi, supplier, konsumen, pesaing, distributor, tenaga kerja.

E-commerce dan Inovasi yang baik mampu menjadi pendorong dalam meningkatkan kinerja bisnis bagi para pelaku bisnis *online* di Tasikmalaya sehingga mampu kinerja perusahaannya. Penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi atau *e-commerce* dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar sehingga mampu bersaing dengan pasar global dan meningkatkan kinerja bisnis. Sedangkan Inovasi yang berkesinambungan merupakan strategi peningkatan daya saing produk yang memiliki ciri unik dan keunggulan produk sehingga mendukung kinerja perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, terutama dilihat dari permasalahannya penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan menyajikannya dalam bentuk usulan penelitian dengan judul “**Pengaruh E-**

Commerce dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan pada Pelaku Bisnis Online yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka agar penelitian terarah dengan baik, maka permasalahan pokoknya dapat di identifikasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana *E-Commerce* pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.
2. Bagaimana Inovasi pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.
3. Bagaimana Kinerja Perusahaan pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.
4. Bagaimana Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. *E-Commerce* pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.
2. Inovasi pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.

3. Kinerja Perusahaan pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.
4. Pengaruh *E-Commerce* dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan pada Pelaku Bisnis *Online* yang tergabung di Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian yang diperoleh ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat ataupun memberikan sedikit wawasan untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu:

1. Pengembangan ilmu pengetahuan

Dapat menjadi kontribusi wawasan ilmu pengetahuan umumnya bidang manajemen operasional, khususnya mengenai *e-commerce*, inovasi dan kinerja perusahaan.

2. Terapan ilmu pengetahuan

a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pemahaman khususnya tentang permasalahan yang diteliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu pegangan atas bahan informasi yang diperlukan dalam pengambilan kebijakan – kebijakan dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam permasalahan yang sama di masa yang akan datang.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan contoh bagi perusahaan lain dan bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian terhadap permasalahan yang serupa di masa yang akan datang, terkait pengaruh *ecommerce* dan inovasi terhadap kinerja perusahaan.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian telah dilakukan kepada para pelaku Bisnis Online yang tergabung dalam Komunitas Yuk Bisnis Tasikmalaya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 (enam) bulan, dimulai pada bulan Februari tahun 2020 sampai dengan bulan Mei tahun 2020. Adapun jadwal penelitiannya secara lengkap pada Lampiran 1. (terlampir)