

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di era revolusi 4.0 telah memberikan dampak yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Perkembangan ini dapat menciptakan model bisnis baru dan pelaku ekonomi yang sangat dinamis, sehingga dapat mengubah praktik ekonomi tradisional yang sudah ada sebelumnya. Perekonomian yang sekarang kita sebut dengan konsep ekonomi *digital* ini terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Indonesia mengalami peningkatan ekonomi digital secara keseluruhan, yang berdampak pada peningkatan perekonomian nasional. Ekonomi *digital* dinilai mampu menjawab tantangan perkembangan ekonomi yang bergejolak.

Pemerintah Indonesia bergerak dalam pengembangan ekonomi masyarakat sebagai agen komersial. Jumlah wirausahawan akan meningkat dengan merangsang ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat meningkatkan daya saing perekonomian Indonesia. Hal ini didukung oleh pandangannya (Nasution et.al 2017) bahwa adopsi digital penting dan diperlukan dalam pembangunan nasional, khususnya bagi perekonomian.

Era yang semakin maju membuat teknologi komunikasi semakin berkembang dan berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Salah satu

teknologi komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah Internet. Meningkatnya penggunaan Internet didukung oleh hampir setiap aktivitas dan kebutuhan manusia saat ini yang terhubung dengan Internet. Kemajuan teknologi informasi membuka peluang komunikasi yang lebih luas, itulah sebabnya munculnya media sosial seperti Facebook, Twitter, TikTok dan Instagram sangat fenomenal.

Jumlah penduduk negara Indonesia adalah sebanyak 256,4 juta jiwa hingga 130 juta jiwa, atau sekitar 49% di antaranya adalah pengguna media sosial aktif. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terjadi peningkatan yang sangat signifikan dengan pengguna Internet sejak tahun 2013-2017 (Kominfo.go.id, 2017).

Data survei yang dilakukan APJII menjelaskan bahwa 50,7% pengguna internet menggunakan komputer atau 67,2 juta orang, sedangkan 49,3% pengguna internet menggunakan *smartphone* atau setara dengan 65,3 juta orang. Internet memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk memfasilitasi komunikasi dengan internet (Effendi, 2010). Pertumbuhan media sosial merupakan faktor utama dalam penggunaan internet di negara ini.

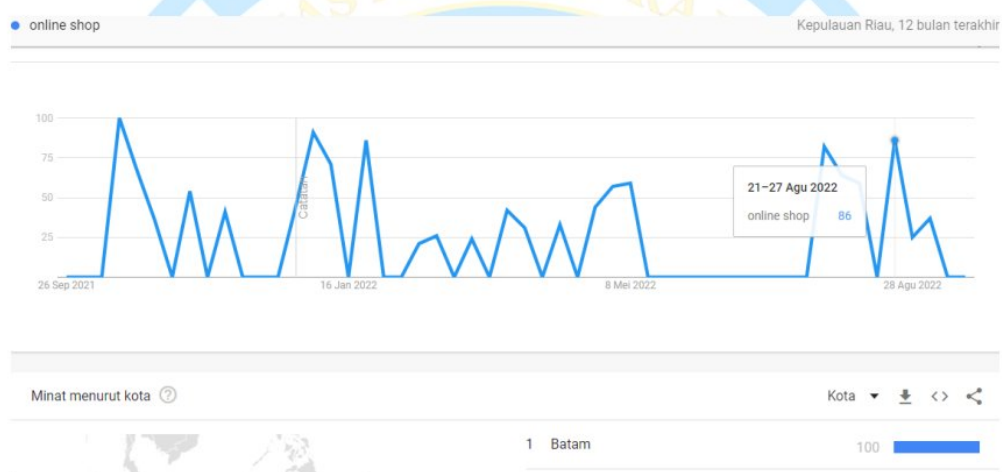
Media sosial sangat diperlukan saat ini, karena berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku manusia seperti komunikasi interpersonal, kerjasama dalam organisasi dan perdagangan tergantung pada setiap jenis teknologi komunikasi. Alasan penggunaan teknologi ini berbeda-beda, tergantung dari tujuan penggunaannya. Khusus bagi perusahaan, mereka membutuhkan anggaran untuk menyebarluaskan informasi produk kepada pelanggan (Siricharoen, 2012).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan pesat, Instagram seakan menjadi gaya hidup (*lifestyle*) bagi penggunanya. Pengguna Instagram saat ini sudah semakin membludak. Seperti yang dilansir dari Kompas.com (29/9/2017), bahwa pengguna Instagram sudah mencapai angka 800 juta orang pengguna aktif. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89 persen Instagrammers yang berusia 18-34 tahun. Instagrammers mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata mereka berusia 18-24 tahun sebanyak 59 persen, usia 25-34 tahun 30 persen, dan yang berusia 35-44 tahun 11 persen. Pengguna Instagram perempuan yang paling aktif sebanyak 63 persen dan laki-laki 37 persen. Berdasarkan jumlah tersebut, dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang sangat populer dan digemari oleh banyak orang. Sebagai salah satu media sosial yang paling populer, Instagram tidak hanya sekedar digunakan sebagai wadah untuk bermedia-sosial tetapi juga sering disalahgunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk menyebarkan konten-konten berupa foto ataupun video yang berisi isu kebencian, hoax dan menyulut opini publik.

Saat ini Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan hiburan saja. Selain sebagai jejaring sosial yang populer, Instagram juga merupakan jejaring sosial yang membawa banyak peluang besar dalam dunia bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pelaku usaha *Online Shop* yang memproduksi berbagai jenis produk sejenis dengan keunggulan masing-masing dengan menggunakan media sosial. Dengan perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang semakin canggih, dan meningkatnya tingkat kebutuhan

manusia yang semakin kompleks, hal ini mendorong para pelaku usaha *Online Shop* untuk terus mengembangkan usahanya.

Menurut (Sari, 2015) bahwa *Online Shop* atau internet *shopping* adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari penjual melalui internet tanpa harus bertemu langsung dengan penjual. atau pembeli langsung. *Online Shop* tidak hanya dilihat sebagai pilihan dalam berbelanja, namun kini menjadi bagian dari perubahan sosial budaya masyarakat.



Sumber: (Google Trends, 2022)

Gambar 1.1
Data Pelaku Online Shop Di Wilayah Kota Batam

Berdasarkan hasil survey diatas banyak terdapat pelaku usaha *Online Shop* yang berada di Kota Batam, khususnya di Kecamatan Bengkong. Maraknya *Online Shop* khususnya pada Instagram di Kecamatan Bengkong Kota Batam, di mulai adanya pandemi covid-19. Pelaku usaha yang awalnya hanya melakukan penjualan offline saja. Karena adanya masa karantina penjualan menjadi menurun pada saat pandemi , para pelaku usaha di Kecamatan Bengkong juga melakukan penjualan ke Digitalisasi dan bertahan sampai sekarang.



**Gambar 1.2
Peta Kecamatan Bengkong**

Bengkong adalah sebuah kecamatan di kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Batasannya dengan Kecamatan Batam Kota di sebelah tenggara dan dengan Kecamatan Batu Ampar di sebelah barat laut, Kecamatan Bengkong mempunyai luasan sekitar 19,272 ha dan memiliki jumlah penduduk 68,873 jiwa. Kecamatan Bengkong memiliki 5 Kelurahan yaitu, Kelurahan Bengkong Sadai, Bengkong Laut, Bengkong Indah, Bengkong Tanjung Buntung.

Ada berbagai jenis produk yang dijual oleh para pelaku usaha *Online Shop* di kecamatan Bengkong diantaranya makanan dan minuman, dari sekian banyaknya pelaku usaha yang di Kecamatan Bengkong sekitar 70 – 85 % para pelaku usaha mempunyai usaha makanan dan minuman. Karena banyak nya tempat hiburan yang berada di Kecamatan Bengkong Kota Batam. Dan juga ada pakaian bekas sepatu bekas dan berbagai produk bekas lainnya yang memiliki kualitas pakai dan ber-merk bagus (*merk branded*) yang diperjualkan di media sosial Instagram. Hal ini karena Kota Batam menjadi salah satu kota yang

berbatasan langsung dengan Singapura banyak barang bekas yang masuk ke kota Batam dari Singapura dan dijual kembali.

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman peneliti dilapangan terutama penggunaan aplikasi Instagram yang berada di Kecamatan Bengkong Kota Batam, dimana peneliti menelusuri bahwa perkembangan penggunaan dan pemanfaatan media sosial Instagram pada masa sekarang di Kecamatan Bengkong Kota Batam menjadi langkah awal untuk membuka sebuah usaha. Karena terdapatnya ratusan akun yang ada di Kecamatan Bengkong Kota Batam khusus untuk berjualan atau dinamakan akun bisnis. Dengan adanya aplikasi khususnya Instagram dapat membantu mempermudah penjual untuk menjual produknya dan memudahkan pembeli untuk memperoleh barang kebutuhannya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Ekonomi Digital Dan Media Sosial Instagram Sebagai Pengembangan Usaha Online Shop (Studi Pada Warga Kecamatan Bengkong)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi ada beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi secara parsial dan simultan terhadap pengembangan usaha *onlineshop* di Kecamatan Bengkong Kota Batam.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah di kemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Apakah Ekonomi Digital berpengaruh terhadap pengembangan usaha

Online Shop pada warga Kecamatan Bengkong Kota Batam?

2. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap Pengembangan usaha *Online Shop* pada warga Kecamatan Bengkong Kota Batam?
3. Apakah Ekonomi Digital dan Media Sosial berpengaruh terhadap pengembangan usaha *Online Shop* pada warga Kecamatan Bengkong Kota Batam?

1.4 Pembatasan Masalah

Dengan mempertimbangkan masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan memfokuskan pada pengaruh ekonomi *digital* dan media sosial instagram sebagai pengembangan usaha *online shop*.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan khusus di atas. Adapun tujuannya adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruhnya Ekonomi *Digital* terhadap pengembangan usaha *Online Shop* pada warga Kecamatan Bengkong Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruhnya Media Sosial terhadap pengembangan *Online Shop* pada warga Kecamatan Bengkong Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruhnya Ekonomi *Digital* dan Media Sosial terhadap Pengembangan usaha *Online Shop* pada warga Kecamatan Bengkong Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis, dapat membantu penulis memperdalam materi yang telah di ajarkan selama masa perkuliahan, serta menerapkan teori yang ada ke dalam dunia nyata (dunia usaha).
2. Manfaat Praktis, dari penulisan ilmiah ini diharapkan perkembangan bisnis *online shop* dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dari peran media sosial dalam menjalankan bisnis *online*.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan didalam penulisan. Adapun sistematika penulisan penelitian yang Penulis lakukan dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menguraikan tentang penjelasan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Kajian pustaka menguraikan tentang penjelasan teori dari masing-masing variabel penelitian, kemudian dilanjutkan dengan penelitianterdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian menguraikan tentang variabel-variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, dilanjutkan dengan

populasi dan penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan atas hasil penelitian data tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari hasil analisa bab-bab sebelumnya.

