

# **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 kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Indonesia mengalami peningkatan Transaksi digital secara keseluruhan, yang berdampak pada peningkatan perekonomian nasional. Transaksi digital dinilai mampu menjawab tantangan perkembangan ekonomi yang bergejolak.

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, Instagram, dan TikTok sangat fenomenal.

Jumlah penduduk negara Indonesia adalah sebanyak 256,4 juta jiwa hingga 130 juta jiwa, atau sekitar 49% diantaranya adalah pengguna media sosial aktif. Berdasarkan data yang dimiliki oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode

2021-2022. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang (dataindonesia, 2022). Melihat usianya, tingkat penetrasi internet paling tinggi di kelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Posisi kedua ditempati oleh kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. Berdasarkan tingkat pendapatannya, penduduk dengan pemasukan di atas Rp5 juta hingga Rp15 juta paling banyak yang mengakses internet. Tingkat penetrasi internet di kelompok pendapatan lebih dari Rp15 juta sebesar 88,53%. Kemudian, persentasenya di kelompok dengan pendapatan lebih dari Rp1 juta hingga Rp5 juta sebesar 88,07%.

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, 2018).

**Tabel 1.1**  
**Lima Media Sosial Paling Sering digunakan Di Indonesia**

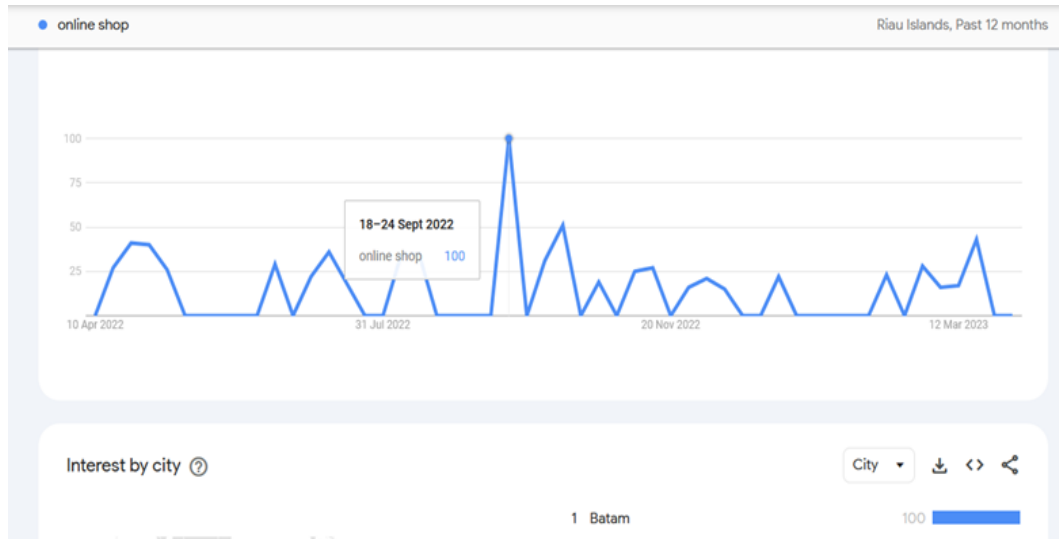
<b>Media Sosial</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>Youtube</b>	88%	88%	88%	72%	94%
<b>Whatsapp</b>	83%	83%	84%	89%	92%
<b>Facebook</b>	82%	82%	82%	70%	63%
<b>Instagram</b>	80%	79%	79%	60%	93%
<b>Twitter</b>	54%	55%	56%	23%	54%
<b>Responden 18-55 Tahun</b>	1.000	1.000	1.000	1.000	1.023

*Sumber: (Lokadata, 2023)*

Berdasarkan survei diatas terdapat kesimpulan bahwa Facebook merupakan aplikasi yang paling sering digunakan di Indonesia, dilihat dari persentase data lima tahun terakhir bahwa facebook merupakan aplikasi yang paling sering digunakan dengan persentase yang stabil. Dibandingkan dengan aplikasi lainnya yang memiliki persentase yang tidak stabil penggunaannya oleh pengguna di Indonesia.

Menurut Sari (2018) bahwa *online shop* atau internet *shopping* merupakan 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.

Kota Batam merupakan salah satu kota di Kepulauan Riau yang terbesar di urutan pertama di Kepulauan Riau. Kota Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kondisi makro ekonomi Kota Batam Perekonomian Kota Batam tahun 2020 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp161,36 triliun dan atas dasar harga konstan (ADHK) mencapai Rp106,03 triliun. Pertumbuhan ekonomi Kota Batam pada tahun 2020 mengalami kontraksi sebesar 2,55 persen. Kontraksi pada tahun 2020 didorong oleh Lapangan Usaha Konstruksi yang memberikan andil penurunan pada pertumbuhan ekonomi sebesar 1,42 persen. Dari sisi pengeluaran, komponen Pembentukan Modal Tetap Bruto memberikan andil kontraksi terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 2,07 persen. Pada tahun 2020, Lapangan usaha yang kontraksi pertumbuhan terdalam adalah Jasa Lainnya, dengan pertumbuhan sebesar 67,98 persen.



Sumber: (Google Trends,2022)

### Gambar 1.1 Data Pelaku Online Shop Di Wilayah Kota Batam

Berdasarkan hasil survei diatas banyak terdapat pelaku usaha *online shop* yang berada di kota Batam, khususnya di kecamatan Nongsa. Maraknya *online shop* khususnya pada Facebook di kecamatan Nongsa Kota Batam, di mulai adanya pandemic covid-19. Pelaku usaha yang awalnya hanya melakukan penjualan offline saja. Karena adanya masa karantina penjualan menjadi menurun pada saat pandemic, para pelaku usaha di kecamatan Nongsa juga melakukan penjualan ke digitalisasi dan bertahan sampai sekarang.



Sumber: (ArsipKpd.Batam, 2023)

### Gambar 1.2 Peta Kecamatan Nongsa

Nongsa adalah sebuah kecamatan di kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Kecamatan ini merupakan bagian dari kecamatan lama yakni kecamatan Batam Timur dan Sebagian wilayah dari kecamatan Batam Barat tepatnya Desa Sei Beduk, kecamatan Nongsa terdiri dari kelurahan Ngenang, kelurahan Kabil, Kelurahan Batu Besar, kelurahan Sambau. Luas wilayah kecamatan Nongsa adalah 290,36 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk tahun 2020 sebanyak 73.059 jiwa dan kepadatan 251,61 jiwa/km<sup>2</sup>.

Ada berbagai jenis produk yang dijual oleh para pelaku usaha *online shop* di kecamatan Nongsa diantaranya makanan, minuman, kosmetik, barang elektronik, dari sekian banyaknya pelaku usaha yang ada di kecamatan Nongsa sekitar 70-85% para pelaku usaha mempunyai usaha makanan dan minuman. Karena banyaknya tempat hiburan yang berada di kecamatan Nongsa Kota Batam. Para pelaku usaha

memilih berjualan makanan dan minuman dikarenakan ingin mengasah keterampilan yang dimiliki, mengisi waktu kosong ketika berada di rumah saja, banyak ide-ide membuat makanan dan minuman di internet dan ingin mempraktekkannya. Para pelaku usaha yang berjualan kosmetik dan barang elektronik beralasan bahwa mereka ingin lebih dikenal di seluruh Indonesia bahkan dunia.

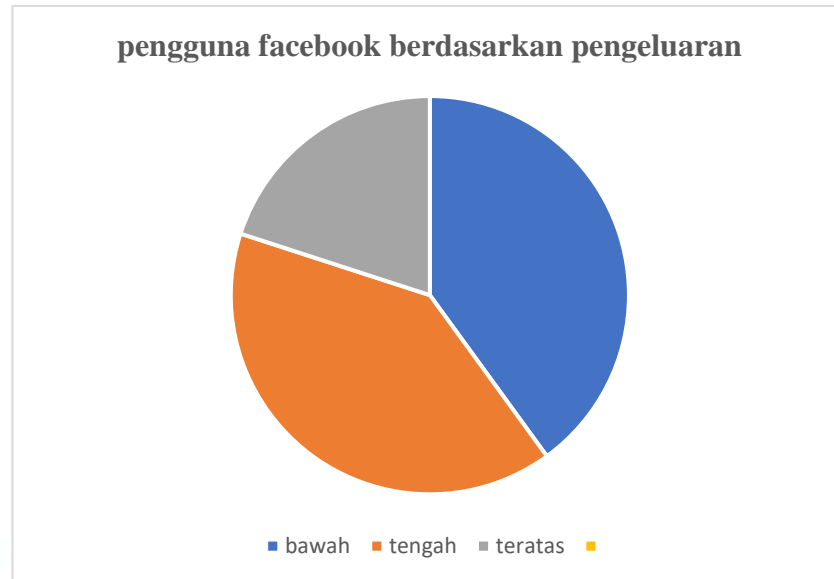
Menurut penelitian yang dilakukan (Nursyakilah, 2020), transaksi digital mempunyai pengaruh terhadap pengembangan usaha online terutama para pelaku usaha UMKM di seluruh Indonesia. Mayoritas pelaku usaha online telah menggunakan dan memanfaatkan bagian dari transaksi digital untuk kepentingan usahanya. Peran transaksi digital sebagai sarana pengembangan, sarana promosi produk/jasa, memberikan akses kepada pelanggan maupun produsen, mempermudah transaksi dengan adanya istilah transaksi online, serta meningkatkan penjualan produk.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan pesat, Facebook seakan menjadi gaya hidup (*lifestyle*) bagi penggunanya. Pengguna Facebook saat ini sudah semakin membludak. Indonesia memiliki 129,85 juta pengguna facebook per januari 2022, Di Indonesia, pengguna Facebook masih didominasi kalangan muda tepatnya generasi Z dan generasi milenial. Hal itu tercermin dari laporan BPS periode April 2021, di mana 33,6 persen pengguna Facebook di Indonesia di rentang usia 25-34 tahun, kemudian 30,2 persen berada di rentang usia 18-24 tahun. Sisanya 14,3 persen berada di rentang usia 35-44 tahun, 11,2 persen 13-17 tahun, 5,8 persen 45-54 tahun, 25 persen di atas 64 tahun, dan yang paling sedikit berada di rentang usia 55-64 tahun dengan persentase 1,7

persen. Berdasarkan jumlah tersebut, dapat disimpulkan bahwa Facebook merupakan media sosial yang sangat populer dan digemari oleh banyak orang. Sebagai salah satu media sosial yang sangat populer, maka tidak mengherankan apabila media Facebook dapat menjadi peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang potensial. Facebook menawarkan tempat iklan kepada para pelaku usaha *online shop* di Kecamatan Nongsa dalam memasarkan atau promosi produk. Facebook menjadi media sosial yang paling mudah digunakan untuk semua kalangan umur.

Saat ini facebook tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja. Selain sebagai jejaring sosial yang populer, Facebook 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 mengingat tingkat kebutuhan manusia yang semakin kompleks, hal ini mendorong para pelaku usaha online shop untuk terus mengembangkan usahanya.

Menurut penelitian yang dilakukan (Putri, 2022), media sosial Facebook berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pengembangan usaha online. Media sosial Facebook berpengaruh terhadap pengembangan dan peningkatan omset penjualan pelaku usaha online. Penelitian yang dilakukan (Muzzaki, 2020), juga mengatakan media sosial Facebook memberikan pengaruh dalam pengembangan penjualan bisnis online. Media sosial Facebook dapat melakukan promosi produk/jasa dengan biaya cenderung murah.



*Sumber: (KataBatam, 2021)*

**Gambar 1.3**  
**Pengguna Facebook Berdasarkan Pengeluaran**

Berdasarkan survei kesejahteraan rakyat yang dilakukan oleh KataBatam, menemukan bahwa sebanyak 74,07 persen penduduk Batam berusia 10 tahun keatas adalah pengguna Facebook. Survei yang dilakukan pada tahun 2021 ini, angka pengguna facebook menjadi rata-rata 87,95 persen atau naik lebih dari 13 persen hanya dalam waktu satu tahun. Jika dirinci menurut kelompok pengeluaran; 40 persen warga berpengeluaran terbawah yang menggunakan Facebook sebanyak 81,15 persen. 40 persen warga berpengeluaran tengah yang menggunakan Facebook sebanyak 91,16 persen, dan 20 persen warga berpengeluaran teratas yang menggunakan Facebook sebanyak 94,23 persen. Sementara jika dilihat dari jenis kelamin, pengguna Facebook perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, yakni 91,73 persen berbanding dengan 87,58 persen.



Berdasarkan pengamatan dan pengalaman peneliti dilapangan terutama penggunaan aplikasi Facebook yang berada di kecamatan Nongsa Kota Batam, dimana peneliti menelusuri bahwa perkembangan penggunaan dan pemanfaatan media sosial Facebook pada masa sekarang di kecamatan Nongsa Kota Batam menjadi langkah awal untuk membuka sebuah usaha. Karena terdapatnya ratusan akun yang ada di kecamatan Nongsa Kota Batam khususnya Facebook 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 Transaksi Digital Dan Media Sosial Sebagai Pengembangan Usaha Online Shop Platform Facebook (Studi Pada UMKM Kecamatan Nongsa)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang dan judul penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil kesimpulan penulis mengidentifikasi ada beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi secara parsial dan simultan terhadap pengembangan usaha *online shop* di kecamatan Nongsa Kota Batam sebagai berikut.

1. Bagaimana transaksi digital mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha online shop pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam
2. Bagaimana Media Sosial mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha online shop *platform* Facebook pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan terkait penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah Transaksi Digital berpengaruh terhadap pengembangan usaha *Online Shop* pada UMKM kecamatan Nongsa Kota Batam?
2. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap pengembangan usaha *Online Shop platform* Facebook pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam?
3. Apakah Transaksi Digital Dan Media Sosial berpengaruh terhadap pengembangan usaha *Online Shop* pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam?

### 1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar rumusan masalah, maka pembatasan masalah pada penelitian ini dengan memfokuskan pada pengaruh Transaksi *digital* dan media sosial sebagai pengembangan usaha *online shop platform* Facebook.

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Transaksi Digital terhadap pengembangan usaha *Online Shop* pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap pengembangan *Online Shop Platform* Facebook pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh Transaksi *Digital* dan Media Sosial terhadap pengembangan usaha *Online Shop platform* Facebook pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Bagi Instansi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat serta memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan secara umum, khususnya dalam manajemen kewirausahaan.

#### 2) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan penulis karena dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah, untuk mendapatkan gelar sarjana, serta penulis dapat melakukan analisis secara nyata untuk mengetahui pengaruh ekonomi *digital* dan media sosial terhadap pengembangan usaha *online shop*.

#### 3) Bagi Pihak Lain

Untuk pihak-pihak lain yang turut membaca karya tulis ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan sesuai dengan topik penulisan dan sebagai sumbangan pemikiran tentang pengetahuan untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kewirausahaan, khususnya pengaruh ekonomi *digital* dan media sosial dalam pengembangan usaha *online shop* dan penelitian ini diharapkan dapat

menjadi bahan referensi dalam membantu penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

### **1.7 Sistematika penulisan**

Untuk memperjelas arah, pandangan dan tujuan penelitian ini, sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II            KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini membahas tentang landasan teori yang mendukung analisis dan pembahasan, memuat review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III           METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas tentang penjelasan mengenai pendekatan penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas tentang data penelitian dan memberikan jawaban serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis yang didapatkan oleh peneliti.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian, dan saran. Bagian akhir terdiri dari: daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

