

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang pesat seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan, mendatangkan berbagai macam perubahan didasarkan pada sistem digitalisasi. Perubahan cara berinteraksi dengan konsumen dalam dunia bisnis dipengaruhi oleh teknologi digital, yang memungkinkan terjadi komunikasi langsung dan interaktif melalui layanan media sosial dan web perusahaan (Orinaldi, 2020). Kemajuan teknologi juga merupakan suatu transformasi digital yang dialami dunia saat ini. Transformasi digital mengacu pada proses yang didorong oleh kemajuan teknologi digital, yang menciptakan model bisnis inovatif dan mampu mengubah lanskap pasar serta industri di seluruh dunia, sehingga dalam organisasi berdampak besar pada penciptaan nilai, strategi, dan mekanisme struktur organisasi. Dampak pada keberlanjutan organisasi dipengaruhi oleh perubahan beberapa praktik manajemen dengan adanya transformasi digital bisnis. Hasil dari transformasi digital, dengan aset kecerdasan buatan dan modal komputer yang mengubah pertumbuhan termasuk dalam pembentukan organisasi digital (Feroz & Chiravuri, 2021). Teknologi adalah suatu sistem yang diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk mempermudah kegiatan manusia dan memperoleh tingkat efisiensi serta efektifitas yang memberikan dampak besar tetapi dengan tenaga yang sedikit.

Kemajuan teknologi telah mendorong perbaikan pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Teknologi digital UKM merupakan trend teknologi yang digunakan sebagai perubahan dalam meningkatkan kinerja proses bisnis. Digitalisasi yang dihasilkan dapat menjadi trend baru yang mendoktrin siapa saja untuk beralih dan mengikuti trend tersebut, sama halnya dengan pelaku UKM yang harus bisa memenuhi keinginan konsumen dibawah tekanan teknologi yang semakin canggih. Digitalisasi dapat memperkenalkan saluran komunikasi yang lebih baik antara pelanggan dan UKM, yang mana kedua belah pihak bisa saling bertukar pikiran hanya melalui media online misalnya, pelanggan yang akan memberikan rating atau penilaian terhadap produk yang dipasarkan. Digitalisasi

UKM memerlukan inovasi teknologi yang mampu menciptakan perubahan pada kondisi pasar sekaligus mengurangi biaya transaksi. Hal ini, dapat memberikan pengaruh positif bagi pelaku UKM dalam upaya menghemat biaya dan tenaga. Perkembangan teknologi yang merupakan inovasi baru dalam dunia digital dapat memudahkan UKM dalam melakukan proses pemasaran dan transaksi dengan pembeli. Inovasi tersebut berupa penerapan penggunaan sistem *e-commerce* yang memungkinkan UKM untuk melakukan penjualan produk secara *online* dan sistem *e-payment* yang memudahkan proses transaksi. Sistem pembayaran *online* menjadikan suatu tantangan bagi para pelaku usaha untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan zaman, karena perkembangan pengetahuan teknologi pada konsumen yang juga meningkat. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan nilai jual produk UKM. Perkembangan teknologi ini menjadi jalan baru dalam membuka peluang bagi UKM agar lebih maju untuk mengelola usaha dalam bidangnya masing-masing.

Inovasi teknologi yang berkembang memperkenalkan berbagai macam perubahan baru dalam dunia perekonomian terutama bagi UKM. Penjualan dan transaksi dapat dengan mudah dilakukan hanya melalui media online menggunakan alat elektronik. Proses jual beli bisa dilakukan tanpa harus ada interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli yang dalam prakteknya dilakukan secara online, teknologi canggih yang menawarkan proses jual beli *online* ini adalah *Electrick Commerce (E-Commerce)*. *E-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai sistem pemasaran digital.

Pemasaran digital adalah promosi produk atau merek menggunakan media elektronik yang memungkinkan evaluasi cepat dan akurat untuk mengukur keberhasilan kampanye dibandingkan metode konvensional (Carraz & Harayana, 2019). Secara keseluruhan konsep pemasaran digital telah mencakup semua strategi dan rencana pemasaran untuk kepuasan pelanggan yang lebih teroganisir dalam mencapai perubahan pada platform digital dan teknologi modern (Damoah, 2020). Pelaku UKM memiliki komitmen mengubah transaksi menggunakan *e-commerce* sebagai indikasi memanfaatkan manajemen baru. Layanan jasa yang cepat diakses seperti *e-commerce* memudahkan pelaku UKM dan pelanggan dan dari semua

layanan tersebut dapat segera ditindaklanjuti, sehingga pelaku UKM dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan (Risald, 2021). Teknologi digital juga memberikan kemudahan melalui pembayaran elektronik yang tidak melibatkan penggunaan uang *cash* untuk melakukan pembayaran. Transaksi pertukaran nilai tanpa menggunakan uang fisik ini terealisasi dalam model teknologi canggih yaitu, *e-payment*.

Pembayaran elektronik sangat penting bagi pelaku UKM dan konsumen dalam proses transaksi dan memberikan informasi pembayaran (Idugia, 2018). Pembayaran elektronik di UKM berperan penting bagi konsumen dan pedagang dalam hal melakukan pembayaran dan memberikan informasi pembayaran (Idugia, 2018). Sistem *e-payment* UKM merupakan perkembangan teknologi yang sekarang berguna dalam dunia bisnis untuk bersaing tanpa batasan dengan bisnis multinasional. Penggunaan teknologi pembayaran digital berupa *e-payment* pada UKM memberikan efek positif dari segi akurasi pembayaran maupun kualitas transaksi (Najib & Fahma, 2020). Inovasi teknologi tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas UKM dan efektif dalam mengurangi biaya operasional. Teknologi yang semakin berkembang mengharuskan UKM untuk lebih cepat beradaptasi dan *responsive* terhadap perubahan. Inovasi teknologi internet yang akan digunakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM) juga tidak serta merta lepas kendali dari kesiapan pelaku UKM, tetapi harus mempertimbangkan segala sesuatunya sebelum mengimplementasikan teknologi digital (Puspita, Christiananta, & Ellitan 2020). Kebutuhan masyarakat yang menginginkan adanya alat pembayaran praktis sebagai pendorong terciptanya inovasi sektor perbankan dan memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Peningkatan kinerja rantai pasok dapat dinilai melalui hubungan baik antara pemasok dan pelanggan. Hubungan yang baik dalam hal ini adalah kepercayaan antara beberapa pihak yang saling bekerjasama. Ketika, pelanggan dan pemasok saling memiliki rasa kepercayaan dalam setiap prosesnya maka kegiatan kerjasama akan berjalan dalam kurun waktu jangka panjang. Hal ini dapat mendukung meningkatnya kinerja rantai pasok dalam suatu organisasi. Selaras dengan pendapat Muhammad (2020), bahwa kepercayaan adalah kunci sebuah hubungan yang sehat.

Jika setiap pihak yang terlibat memiliki kepercayaan satu sama lain, maka dengan sendirinya hubungan antaranya akan terus berkembang dan berkelanjutan. Kepercayaan dalam hubungan internal maupun eksternal bisnis merupakan faktor krusial untuk mendukung integrasi rantai pasok di berbagai industri karena berpengaruh pada kinerja rantai pasok secara keseluruhan. Kepercayaan antara pihak dalam rantai pasok dapat mendukung kolaborasi, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi biaya (Bakalo & Bogale 2024).

Rantai pasok mencakup seluruh proses, alat, dan bahan yang dibutuhkan dalam transformasi produk, mulai dari bahan mentah hingga produk jadi atau produk setengah jadi hingga tersalurkan kepada konsumen, yang dikenal dengan istilah hulu hingga hilir. Proses ini meliputi pengadaan bahan baku, pemasok, distribusi bahan baku, pembelian, produksi, target produksi, hingga distribusi produk (Aswat, Maswadi, & Kusrini, 2023). Rantai pasok dalam setiap organisasi, mencakup semua fungsi yang bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, seperti pengembangan produk, pemasaran, operasional, distribusi, keuangan, dan layanan pelanggan (Chopra, Meindl, & Kalra, 2017). Manajemen rantai pasok bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja rantai pasok guna menciptakan keunggulan kompetitif dan memberikan manfaat maksimal bagi konsumen akhir (Heizer, Render, & Munson 2017). Pengoperasian rantai pasok bukan hanya pada suatu perusahaan tetapi juga berlaku pada UKM. Rantai pasok memiliki peran yang penting dalam menjalankan UKM dikarenakan rantai pasok menjadi aspek pokok atau dapat dikaitkan dengan “bahan pokok.” Ketika rantai pasok dapat tersalurkan dengan baik maka, proses produksi dan pemasaran dalam suatu UKM akan lebih maksimal. Manajemen rantai pasok berkontribusi pada peningkatan kinerja rantai pasok khususnya dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Dalam hal ini, konsumen sebagai pengguna produk menjadi fokus utama dari aktivitas proses produksi produk yang dihasilkan oleh pelaku UKM, dengan tujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang. Agar konsumen menjadi loyal, pelaku UKM harus terlebih dahulu memastikan konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan.

Perkembangan teknologi bukan hanya sekedar untuk kemajuan suatu

negara atau daerah tetapi merupakan kebutuhan dari masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam melakukan proses pembelian maupun proses pembayaran. Selain keunggulan dari adanya perkembangan teknologi dan pemanfaatan media digital, adapula kekurangan yang bisa saja timbul dari penggunaan teknologi tersebut. Salah satunya adalah masalah penipuan. Penipuan sering terjadi dengan mudah karena, teknologi digital dapat memberikan informasi yang cepat sehingga hal ini dimanfaatkan untuk membuat data palsu untuk melakukan penipuan. Setiap orang terutama pelaku UKM harus lebih memahami mengenai cara penggunaan teknologi baru dan dapat membaca situasi tentang penipuan, mengingat bahwa perubahan dari suatu teknologi tidak dapat dihindari. Tidak hanya penipuan, tetapi kegiatan pembayaran menggunakan sistem online seperti *e-payment* dapat menyebabkan inflasi akibat banyaknya uang yang beredar di masyarakat. Selain itu, pemanfaatan teknologi juga berdampak pada persaingan dalam era globalisasi, maka UKM harus memiliki kemampuan untuk menghadapi tantangan global. UKM diharapkan untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk, meningkatkan sumber daya manusia, memanfaatkan teknologi, serta memperluas pasar. Semua upaya ini penting untuk mengatasi dan bahkan menghilangkan faktor-faktor yang menyebabkan lemahnya daya saing UKM.

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang mandiri, tidak berafiliasi dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha menengah, merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak berafiliasi dengan usaha kecil atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria usaha menengah (Haryani, 2022). Berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 7 tahun 2021, menyatakan bahwa suatu usaha dianggap usaha kecil bila mempekerjakan lebih dari 10 hingga 49 tenaga kerja. Selanjutnya, suatu usaha ditetapkan sebagai usaha menengah bila memiliki jumlah tenaga kerja paling sedikit 50 sampai dengan 150 karyawan. UKM sangat berkaitan erat dengan proses kewirausahaan yang merupakan salah satu aspek penting dalam menjalankan UKM. Peran UKM dalam menggerakkan roda perekonomian harus mampu melihat peluang dan beradaptasi dengan berbagai perubahan di era digital.

Namun, penerapan UKM digital di Indonesia belum maksimal, dan UKM masih menghadapi berbagai tantangan terkait permintaan, pembiayaan, dan rantai pasokan (Wahid, 2019). Banyak UKM yang masih belum memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan penjualan. Hal ini dapat menjadi kelemahan, karena persaingan yang ada dalam kegiatan ekonomi UKM. Penyebab utama yang mengakibatkan teknologi belum dimanfaatkan secara maksimal adalah karena belum ada keseriusan dalam mempelajari perkembangan baru dan masih bertahan pada cara yang manual. Selain itu, kurangnya kemampuan dalam penggunaan bahasa Inggris membuat pelaku UKM menjadi sulit untuk memahami teknologi.

Kebutuhan internet di Indonesia masih belum merata, namun dengan respon positif dari masyarakat dan pelaku bisnis, infrastruktur internet kemungkinan akan mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah. Tantangan besarnya adalah memastikan keamanan transaksi bisnis *e-commerce*, agar masyarakat dapat percaya dengan layanan tersebut. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, sekitar 30 persen dari total 130 juta pengguna yang bertransaksi secara online belum merasa aman dalam melakukan transaksi secara online di internet. Untuk menghindari risiko, penting untuk memilih situs layanan *e-commerce* yang terpercaya untuk bertransaksi. Salah satunya dengan memperhatikan situs yang menawarkan berbagai pilihan produk dengan harga terbaik dan transparan. Semakin banyak produk yang terjual dengan ulasan yang positif, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat untuk merekomendasikan pengalaman berbelanja mereka di platform tersebut kepada khalayak banyak. Untuk mendapatkan pengalaman bertransaksi menggunakan layanan *e-commerce* yang memuaskan, disarankan untuk berbelanja di Tokopedia. Sebagai pelopor dalam menghubungkan penjual dan pembeli di Indonesia, Tokopedia berhasil membangun kepercayaan dengan memastikan kepuasan penggunanya. Platform ini telah mendukung lebih dari 2 juta UKM dan merek lokal yang menawarkan lebih dari 60 juta jenis produk dengan harga transparan yang bisa diakses dari Sabang hingga Merauke dan tentunya memiliki dampak yang baik untuk keberlanjutan bisnis UKM (Kompas.id, 2017). *E-commerce* memungkinkan integrasi data dalam rantai pasok, mulai dari manajemen inventaris hingga

permintaan pelanggan secara *real-time*. Dengan penggunaan platform *e-commerce*, UKM dapat mengelola persediaan lebih efisien, meningkatkan respons terhadap kebutuhan pasar, dan memperbaiki alur pengiriman barang, sehingga meningkatkan kinerja rantai pasok secara keseluruhan.

Tingkat adopsi pembayaran elektronik di sektor UKM masih terbilang rendah, dengan presentase 15% UKM yang belum melakukan transaksi non-tunai, dan 75% diantaranya ke sulitan untuk mempertahankan karakter kualitas layanan pelaku usaha saat beralih perdagangan elektronik (Meida, Astuti, & Nastiti 2022). Pada Agustus 2021, hanya 23% UKM yang telah bergabung dalam ekosistem digital (Islam, Hanque, & Barua, 2021). Di sisi lain, data menunjukkan bahwa penggunaan teknologi toko online oleh UKM di Pulau Jawa memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan, dengan DKI Jakarta mencatat angka sebesar 40,5%, diikuti Jawa Barat sebesar 21%, Jawa Timur sebesar 7%, dan Jawa Tengah sebesar 6,5% (Mulyono, 2019). Digitalisasi pembayaran melalui *e-payment* telah menjadi tren global, termasuk di Kota Madiun. Kota Madiun, sebagai bagian dari perkembangan ini, melihat adopsi *e-payment* oleh UKM sebagai upaya meningkatkan efisiensi transaksi. Selain itu, pemerintah Kota Madiun telah mengeluarkan Peraturan Walikota Nomor 32 Tahun 2020 yang mendorong digitalisasi sistem pembayaran untuk memudahkan transaksi bagi Masyarakat. Upaya ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui adopsi teknologi digital (Pemerintah Kota Madiun, 2020). Layanan *e-payment* mempengaruhi efisiensi dalam rantai pasok karena mempersingkat waktu pembayaran, mengurangi kesalahan transaksi, dan meningkatkan kecepatan aliran dana antara pelanggan, distributor, dan pemasok. Dengan pembayaran yang lebih cepat dan aman, proses distribusi barang menjadi lebih lancar dan waktu tunggu lebih singkat.

Tingkat kepercayaan yang tinggi antara UKM, pemasok, dan konsumen dapat meningkatkan kolaborasi, mengurangi biaya transaksi, dan mempercepat aliran informasi, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja rantai pasok secara keseluruhan. Dengan adanya kepercayaan, pelaku usaha dapat mengurangi biaya dan aktivitas yang tidak penting, serta waktu tunggu kedatangan bahan baku lebih

cepat. Selain itu, kepercayaan juga mendorong integrasi rantai pasokan yang lebih baik, yang berdampak positif terhadap kinerja rantai pasok UKM Rizky & Hidayat (2020) dalam Jahroni (2024). Selain itu, kepercayaan terhadap teknologi digital, termasuk *e-payment* dan *e-commerce*, menjadi faktor penting dalam adopsi teknologi oleh UKM di Kota Madiun. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan digital dapat meningkatkan kolaborasi dan efisiensi dalam rantai pasok.

Penelitian ini mengembangkan penelitian dari Kilay, Simamora, & Putra (2022) yang berjudul “Pengaruh Layanan *E-Payment* dan *E-Commerce* terhadap Kinerja *Supply Chain*: Implikasi Inovasi Terbuka dan Solusi Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Usaha Menengah (UMKM) di Indonesia,” dengan menambah variabel yaitu, Tingkat Kepercayaan. Variabel tambahan yang digunakan, mengacu dari jurnal penelitian Sari (2023). Penelitian Sari (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok.

Penelitian ini berfokus pada satu daerah di Jawa Timur yaitu Kota Madiun. UKM di kota Madiun terbilang cukup bagus dan merata. Kota Madiun yang dikenal juga sebagai Kota Pecel pada tahun 2024 memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian lokal. Perkembangan UKM di Madiun diharapkan akan tetap berlanjut untuk meningkatkan kinerja usaha dan terus memberikan manfaat bagi pelanggan. Berdasarkan pada yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini mengangkat judul “PENGARUH LAYANAN *E-PAYMENT*, LAYANAN *E-COMMERCE*, DAN TINGKAT KEPERCAYAAN TERHADAP KINERJA RANTAI PASOK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KOTA MADIUN.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan permasalahan penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan layanan *e-payment* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok UKM di Kota Madiun?
2. Apakah penggunaan layanan *e-commerce* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok UKM di Kota Madiun?

3. Apakah tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok UKM di Kota Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Memperoleh bukti empiris bahwa layanan *e-payment* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok UKM di Kota Madiun.
2. Memperoleh bukti empiris bahwa layanan *e-commerce* mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok UKM di Kota Madiun.
3. Memperoleh bukti empiris bahwa tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok UKM di Kota Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan pengetahuan, khususnya mengenai pengaruh penggunaan layanan *e-payment*, layanan *e-commerce*, dan tingkat kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok pada usaha kecil menengah (UKM) di Kota Madiun.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi usaha kecil (UKM)

Sebagai bahan evaluasi dan referensi bagi UKM untuk menganalisis pengimplementasian aktivitas pemasaran melalui penggunaan layanan *e-payment*, layanan *e-commerce*, dan tingkat kepercayaan dalam usaha yang dijalankan dan dapat menerapkan sistem digital dengan baik dari solusi yang diberikan.

2. Bagi Peneliti dan Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan, khususnya dalam memahami pengaruh penggunaan layanan *e-payment*, layanan *e-commerce*, dan tingkat kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok pada usaha kecil menengah (UKM) di Kota Madiun. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan

pembaca, serta dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas tentang pengaruh penggunaan layanan *e-payment*, layanan *e-commerce*, dan tingkat kepercayaan terhadap kinerja rantai pasok pada UKM dengan hasil yang lebih maksimal.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai landasan teori, hasil-hasil penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka berpikir atau model penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan terkait .

BAB 5 PENUTUP

Bab ini membahas tentang simpulan, keterbatasan, dan saran.