BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Identifikasi Masalah

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong terjadinya transformasi besar dalam berbagai sektor kehidupan, terutama pada bidang ekonomi dan bisnis. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara individu berkomunikasi, tetapi juga merevolusi pola transaksi, pemasaran, serta model bisnis secara keseluruhan. Kehadiran internet, platform digital, dan *e-commerce* memungkinkan proses jual beli dilakukan secara lebih cepat, efisien, serta menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan layanan berbasis online turut memperkuat urgensi adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha. Dalam konteks ini, teknologi digital berfungsi sebagai instrumen strategis yang mendukung aktivitas usaha, bukan sebagai pihak yang menjalankan usaha itu sendiri.

Pemanfaatan *e-commerce* sebagai bagian dari teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *E-commerce* memberikan berbagai kemudahan, antara lain dalam hal promosi produk, interaksi dengan pelanggan, efisiensi biaya operasional, serta perluasan akses pasar. Pelaku UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam kegiatan usahanya berpotensi memperoleh keuntungan kompetitif, baik dari sisi peningkatan volume penjualan maupun optimalisasi pendapatan. Hal ini sejalan dengan arah kebijakan nasional yang mendorong percepatan transformasi digital di sektor UMKM sebagai pilar penting perekonomian nasional.

Secara normatif, penguatan UMKM telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang menegaskan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta pengentasan kemiskinan. Regulasi tersebut menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM melalui peningkatan akses terhadap teknologi, informasi, pembiayaan, dan pemasaran. Dalam era ekonomi digital, pemanfaatan teknologi informasi, termasuk *e-commerce*, menjadi bagian integral dari upaya pemberdayaan UMKM sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang tersebut.

Selain itu, penggunaan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi juga berkaitan erat dengan aspek hukum transaksi elektronik. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, yang memberikan landasan hukum terhadap aktivitas elektronik, termasuk transaksi perdagangan melalui media digital. Keberadaan UU ITE memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis berbasis digital, sehingga mendorong kepercayaan dan keamanan dalam ekosistem *e-commerce*.

Transformasi digital tidak hanya terjadi di wilayah perkotaan, tetapi juga mulai merambah wilayah pedesaan. Desa sebagai unit pemerintahan terkecil memiliki potensi ekonomi yang signifikan, terutama melalui kegiatan usaha masyarakat yang berskala kecil. Dalam konteks pembangunan desa, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menegaskan bahwa desa memiliki kewenangan dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat,

termasuk dalam pengembangan ekonomi desa. Undang-undang tersebut mendorong desa untuk mengoptimalkan potensi ekonomi lokal melalui pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan ekonomi, serta pemanfaatan teknologi yang relevan dengan kebutuhan desa.

Salah satu instrumen kelembagaan ekonomi desa yang diatur dalam UU Desa adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Penguatan peran BUMDes selanjutnya dipertegas dalam Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa, yang menyatakan bahwa BUMDes dibentuk untuk mengelola usaha, memanfaatkan aset, mengembangkan investasi dan produktivitas, menyediakan jasa pelayanan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Dalam praktiknya, BUMDes memiliki peran strategis sebagai motor penggerak ekonomi desa, baik melalui pengelolaan unit usaha desa maupun dukungan terhadap usaha masyarakat, termasuk UMKM.

Dalam kaitannya dengan transformasi digital, BUMDes berpotensi berperan sebagai fasilitator dalam mendorong digitalisasi UMKM desa, misalnya melalui penyediaan akses pemasaran digital, pelatihan literasi digital, kerja sama distribusi produk, hingga integrasi usaha desa dengan platform *e-commerce*. Dengan demikian, keberadaan BUMDes menjadi bagian penting dari ekosistem ekonomi desa yang dapat memperkuat adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM. Namun demikian, tingkat efektivitas pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM di desa masih bervariasi, dipengaruhi oleh faktor literasi digital, infrastruktur, kesiapan pelaku usaha, serta dukungan kelembagaan.

Desa Medan Krio sebagai salah satu desa yang memiliki aktivitas ekonomi masyarakat yang dinamis juga tidak terlepas dari fenomena tersebut. Sebagian

masyarakat desa menggantungkan pendapatan pada kegiatan usaha mandiri yang tergolong UMKM. UMKM di desa berperan penting dalam menopang ekonomi keluarga, menciptakan kesempatan kerja, serta mendukung perputaran ekonomi lokal. Akan tetapi, pelaku UMKM di desa masih menghadapi berbagai keterbatasan, antara lain dalam hal akses pasar, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen. Di sisi lain, perkembangan *e-commerce* membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja usaha dan pendapatan.

Sebelum pemanfaatan teknologi digital dalam bentuk *e-commerce*, aktivitas UMKM di Desa Medan Krio umumnya masih didominasi oleh sistem usaha konvensional. Pelaku usaha menjalankan kegiatan pemasaran melalui metode tradisional, seperti penjualan langsung kepada konsumen, promosi dari mulut ke mulut, serta mengandalkan pelanggan yang berada di sekitar wilayah desa. Proses transaksi dilakukan secara tunai, pencatatan keuangan masih sederhana, dan jangkauan pasar relatif terbatas. Pola usaha seperti ini menyebabkan UMKM memiliki keterbatasan dalam memperluas pasar, meningkatkan volume penjualan, serta membangun daya saing yang lebih kuat. Pendapatan usaha cenderung bergantung pada tingkat kunjungan pelanggan secara fisik dan kondisi pasar lokal.

Namun demikian, seiring dengan pesatnya perkembangan digitalisasi dan meningkatnya penggunaan internet dalam aktivitas ekonomi, pelaku UMKM di Desa Medan Krio mulai menghadapi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada transaksi online, kemudahan akses informasi produk, serta berkembangnya platform *e-commerce* menciptakan tekanan sekaligus peluang bagi UMKM. Di satu sisi, UMKM yang

belum mengadopsi teknologi digital berpotensi mengalami penurunan daya saing akibat pergeseran preferensi konsumen. Di sisi lain, perkembangan *e-commerce* menghadirkan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta membuka akses terhadap segmen pelanggan yang lebih luas. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi faktor penting yang memengaruhi keberlanjutan dan perkembangan UMKM, termasuk dalam kaitannya dengan peningkatan pendapatan usaha.

Pada tingkat lokal, transformasi digital juga mulai merambah wilayah pedesaan, termasuk Desa Medan Krio. Aktivitas ekonomi masyarakat desa didominasi oleh usaha mandiri yang berskala kecil, di mana sebagian besar termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat desa melalui penciptaan lapangan kerja dan sumber pendapatan. Namun demikian, banyak pelaku UMKM di desa masih menghadapi keterbatasan dalam pemasaran, akses pelanggan, serta pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi manfaat *e-commerce* dengan tingkat pemanfaatannya oleh UMKM di desa.

Namun demikian, tidak semua UMKM mampu beradaptasi secara optimal terhadap perubahan teknologi. Kesenjangan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, minimnya pemahaman strategi pemasaran online, serta resistensi terhadap teknologi menjadi tantangan nyata, terutama bagi UMKM di wilayah desa. Sebagian pelaku UMKM masih mengandalkan metode penjualan tradisional, sehingga berpotensi tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin digital.

Tabel 1.1 Kategori Jumlah UMKM yang Menggunakan *E-Commerce*

Kategori	Jumlah UMKM	Sumber Data
Total UMKM di Desa Medan Krio	133 UMKM	Beberapa sumber penelitian menyebutkan bahwa Desa Medan Krio memiliki sekitar 133 UMKM yang aktif (termasuk sektor kuliner, jasa, perdagangan, dan lainnya).
UMKM yang masih menggunakan metode Konvensional	25 UMKM	Berdasarkan data penelitian, sekitar 25 UMKM di Desa Medan Krio yang masih menggunakan metode konvensional
UMKM yang memanfaatkan *E-Commerce* dan media sosial	40% dari total UMKM	Berdasarkan data penelitian, sekitar 40% UMKM di Desa Medan Krio sudah memanfaatkan e-commerce dan media sosial untuk promosi dan penjualan.
Jumlah UMKM yang memanfaatkan *E-Commerce*	53 UMKM	Perkiraan jumlah UMKM yang memanfaatkan e-commerce (40% dari 133 UMKM ≈ 53 UMKM). Perlu validasi data lebih lanjut lewat survei langsung di lapangan.

Sumber : Kantor Kepala Desa Medan Krio & Jurnal

Di sisi lain, penetrasi teknologi digital di masyarakat pedesaan terus meningkat. Penggunaan *smartphone*, akses media sosial, dan transaksi digital mulai menjadi hal yang umum. Kondisi ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi UMKM desa. UMKM yang mampu memanfaatkan *e-commerce* berpotensi meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan pendapatan. Sebaliknya, UMKM yang tidak bertransformasi digital berisiko mengalami stagnasi bahkan penurunan daya saing.

Pemanfaatan teknologi digital juga dapat memperkuat sektor pariwisata dan ekonomi kreatif desa. Program pemberdayaan di sektor pariwisata telah terbukti efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa (Suharno et al., 2020; Hairunisya et al., 2020). Selain itu, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan limbah plastik dan produk kreatif lokal juga menjadi fokus dalam pemberdayaan masyarakat desa (Auralia et al., 2023; Devi et al., 2022).

Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) juga menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan ekonomi desa. Melalui BUMDes, masyarakat desa dapat mengelola potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan serta kontribusi terhadap pembangunan (Iskandar et al., 2021; Amir & Wahida, 2023). Selain itu, pengembangan desa pintar (*smart village)* juga menjadi pendekatan yang relevan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Nuraini et al., 2021). Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat desa melalui teknologi digital tidak hanya dapat meningkatkan ekonomi kreatif, tetapi juga memberdayakan masyarakat secara keseluruhan melalui pengembangan potensi lokal, pelatihan digital, dan pengelolaan usaha ekonomi berbasis komunitas.

Desa Medan Krio memiliki potensi UMKM yang cukup besar, terutama pada sektor kuliner, kerajinan rumah tangga, perdagangan kecil, dan jasa berbasis komunitas. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, pelaku UMKM di Desa Medan Krio mulai menunjukkan adaptasi terhadap pemanfaatan teknologi, khususnya dalam hal pemasaran dan komunikasi usaha. Beberapa pelaku usaha telah memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk mempromosikan produk, menerima pesanan, serta menjalin hubungan langsung dengan konsumen. Pemanfaatan teknologi digital ini membantu UMKM memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas pada wilayah desa dan sekitarnya, sekaligus meningkatkan visibilitas produk lokal agar mampu bersaing dengan produk dari luar daerah.

Namun demikian, penerapan teknologi digital pada UMKM Desa Medan Krio masih menghadapi sejumlah tantangan. Keterbatasan literasi digital,

minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, serta belum optimalnya pemanfaatan *marketplace* dan sistem pembayaran digital menjadi hambatan utama. Selain itu, belum semua pelaku UMKM memiliki akses terhadap pelatihan teknologi dan pendampingan usaha yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif pemerintah desa, perguruan tinggi, dan mitra industri dalam memberikan edukasi, pelatihan, serta pendampingan digitalisasi UMKM. Melalui penguatan kapasitas teknologi digital, UMKM Desa Medan Krio diharapkan mampu meningkatkan efisiensi usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Setelah sebagian pelaku UMKM di Desa Medan Krio mulai memanfaatkan teknologi digital melalui platform *e-commerce*, terjadi perubahan dalam pola pengelolaan dan aktivitas usaha. Pemanfaatan *e-commerce* memberikan alternatif saluran pemasaran yang lebih luas, memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen di luar wilayah desa tanpa keterbatasan geografis. Proses promosi menjadi lebih variatif melalui media digital, interaksi dengan pelanggan berlangsung lebih cepat, dan sistem transaksi mulai beralih ke metode non-tunai. Kondisi ini berimplikasi pada meningkatnya visibilitas produk, kemudahan akses informasi bagi konsumen, serta peluang peningkatan volume penjualan. Bagi beberapa UMKM, adopsi *e-commerce* mulai menunjukkan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha dan peningkatan pendapatan.

Meskipun demikian, tingkat pemanfaatan *e-commerce* di kalangan UMKM Desa Medan Krio belum sepenuhnya merata. Sebagian pelaku usaha mampu beradaptasi dengan baik melalui penggunaan marketplace dan media sosial,

sementara lainnya masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan literasi digital, kemampuan pengelolaan platform, serta konsistensi dalam pemasaran online. Selain itu, peningkatan penggunaan *e-commerce* juga menuntut perubahan dalam manajemen usaha, termasuk pada aspek pelayanan pelanggan, pengemasan produk, dan kecepatan distribusi. Variasi kesiapan dan kemampuan adaptasi ini menciptakan perbedaan hasil yang diperoleh UMKM, terutama dalam kaitannya dengan peningkatan pendapatan usaha. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting untuk dikaji guna memahami sejauh mana pemanfaatan *e-commerce* teknologi digital berpengaruh terhadap pendapatan pemilik UMKM di Desa Medan Krio.

Meskipun peluang pemanfaatan *e-commerce* sangat besar, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini juga terjadi pada UMKM di Desa Medan Krio. Sebagian besar pemilik UMKM masih mengandalkan pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di pasar atau melalui relasi sekitar. Keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital, rendahnya literasi digital, serta kurangnya pendampingan menjadi faktor utama yang menghambat pemanfaatan *e-commerce* oleh masyarakat desa.

Selain itu, masih terdapat anggapan bahwa penggunaan *e-commerce* memerlukan kemampuan teknologi yang rumit serta biaya yang besar, sehingga menimbulkan keraguan dan resistensi di kalangan pelaku UMKM. Kurangnya pemahaman mengenai manfaat jangka panjang *e-commerce* juga menyebabkan rendahnya motivasi pelaku usaha untuk beralih ke sistem pemasaran digital.

Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan stagnasi pendapatan UMKM.

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang memiliki kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Di Indonesia, UMKM berperan sebagai tulang punggung ekonomi rakyat, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan ekonomi lokal. Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan modal, akses pasar, kapasitas manajerial, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Di tengah pesatnya transformasi digital, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital agar tetap relevan dan kompetitif. Pemanfaatan *e-commerce* menjadi salah satu strategi yang dapat membantu UMKM mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional dan memperluas akses pasar.

Perubahan teknologi digital juga memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan. Konsumen modern cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Aktivitas pencarian produk, perbandingan harga, hingga proses pembelian kini banyak dilakukan melalui platform digital. Media sosial dan *marketplace* menjadi ruang utama interaksi ekonomi antara penjual dan pembeli. Perubahan perilaku ini memaksa pelaku usaha untuk mengubah strategi pemasaran dari pendekatan tradisional menuju pendekatan digital. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan teknologi digital memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau pasar baru, serta meningkatkan volume penjualan. Sebaliknya, pelaku usaha yang tidak

melakukan adaptasi digital berisiko kehilangan pelanggan dan mengalami penurunan daya saing.

Pemanfaatan *e-commerce* bagi UMKM tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran, tetapi juga pada peningkatan efisiensi operasional usaha. Sistem digital memungkinkan pengelolaan inventori, pencatatan transaksi, layanan pelanggan, hingga strategi promosi dilakukan secara lebih terstruktur dan terukur. Selain itu, teknologi digital memberikan akses terhadap data pasar yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Dengan demikian, adopsi *e-commerce* berpotensi meningkatkan kinerja usaha, termasuk peningkatan omzet dan pendapatan pelaku UMKM. Namun, potensi tersebut tidak selalu terealisasi secara optimal karena berbagai hambatan, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan pemahaman teknologi, minimnya keterampilan pemasaran digital, serta kendala infrastruktur.

Fenomena kesenjangan digital (*digital divide*) masih menjadi tantangan nyata dalam proses transformasi digital UMKM, terutama di wilayah pedesaan. Sebagian pelaku UMKM di desa masih mengandalkan metode usaha konvensional karena keterbatasan akses teknologi Dengan mengatasi fenomena masalah ini, diharapkan pelaku usaha UMKM di Desa Medan Krio dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan ekonomi kreatif dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian terkait pemberdayaan masyarakat Desa Medan Krio melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif menjadi sebuah langkah krusial. Alasan utamanya adalah potensi ekonomi kreatif Desa Medan Krio yang tinggi, namun belum optimal. Pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi kunci untuk membuka gerbang kemajuan ekonomi

kreatif dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan fenomena permasalahan yang ada di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Teknologi Digital Terhadap Pendapatan Pemilik UMKM Di Desa Medan Krio".**

1.2. Batasan Masalah

Dari permasalahan yang dibahas dalam latar belakang masalah diatas adalah pada pemanfaatan *e-commerce* berbasis teknologi digital dalam meningkatkan pendapatan pemilik UMKM di Desa Medan Krio.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan focus penelitian di atas rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Seperti apa pemanfaatan *e-commerce* teknologi digital oleh pemilik UMKM di desa Medan krio?
2. Seberapa tinggi tingkat pendapatan pemilik UMKM di desa Medan krio ?
3. Apakah pemanfaatan *e-commerce* teknologi digital berpengaruh terhadap pendapat pemilik UMKM di desa Medan Krio?

1.4.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* teknologi digital oleh pemilik UMKM di Desa Medan Krio.
2. Untuk mengetahui tingkat pendapatan pemilik UMKM di Desa Medan Krio.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* teknologi digital terhadap pendapatan pemilik UMKM di Desa Medan Krio.

1.5.Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini terdiri atas manfaat teoretis dan manfaat praktis sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu Pendidikan Masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan konsep dan praktik pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi digital. Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik mengenai pemanfaatan *e-commerce* sebagai salah satu strategi pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan UMKM di wilayah pedesaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan wawasan kepada pemilik UMKM mengenai pentingnya pemanfaatan *e-commerce* berbasis teknologi digital dalam mengembangkan usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan pendapatan.

b. Bagi Masyarakat Desa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat desa akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana peningkatan kesejahteraan ekonomi dan kemandirian masyarakat.

c. Bagi Pemerintah Desa dan Pemangku Kepentingan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi dalam merumuskan kebijakan serta program pemberdayaan UMKM berbasis teknologi digital yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

d. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung implementasi kebijakan Kampus Berdampak dan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada penyelesaian permasalahan nyata di masyarakat.

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY