

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi di era globalisasi membuka kesempatan dalam proses interaksi dan jalan baru memperluas koneksi manusia (Hermawanto dan Anggraini, 2020). Kemajuan ini tidak lepas dari perkembangan internet yang menjadi sarana berkomunikasi maupun berbelanja khususnya belanja *online (online shopping)*. Teknologi yang menyangkut bisnis ini terdapat di sektor jual-beli barang melalui *e-commerce*. Pradana (2015) menjelaskan penjual dan pembeli yang terlibat dalam *e-commerce*, menggunakan teknologi internet untuk melakukan transaksinya.

Perkembangan usaha *e-commerce* ini juga didukung dengan berbagai metode pembayaran yang ada di *platform e-commerce*, seperti, *cash on delivery (COD)*, transfer antar bank (ATM, *internet banking, mobile banking*), *e-wallet*, dan kartu debit/kredit. Perkembangan ekonomi digital yang dirasa positif tersebut, diikuti dengan tumbuhnya *fintech*. Anisah dan Crisnata (2021) menyebutkan bahwa perusahaan *fintech* di Indonesia telah menyediakan produk *e-wallet* yang bervariasi menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Hardi (2021) menyebutkan seperti OVO yang telah bekerjasama dengan pihak lain seperti *Hypermart, First Media, Bolt!, Agoda*, dan *merchant* lainnya dalam memberi layanan bertransaksi menggunakan *e-wallet* jenis OVO. Hal ini juga tercermin dari *delivery channel* tradisional yang sudah digunakan oleh masyarakat sebelumnya. Laporan hasil survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia berjudul *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*

menjelaskan bahwa *delivery channel* tradisional transfer antar bank seperti ATM, *phone banking*, *mobile banking*, dan media lainnya di mana ATM masih menjadi yang terbanyak digunakan oleh masyarakat.

Survei Status Literasi Digital Indonesia tahun 2020 menjelaskan bahwa Indonesia adalah pasar ekonomi yang besar di Asia Tenggara yaitu dengan nilai ekonomi digital sebesar US\$ 40 miliar di tahun 2019 dan akan naik hingga US\$ 133 miliar di tahun 2030 (KOMINFO, 2020). Hasil di dalam survei tersebut juga menunjukkan bahwa salah satu komponen dari indeks literasi digital yaitu informasi dan literasi data masih belum merata antar wilayah yang satu dengan yang lain. Strategi yang digunakan Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk mencapai tujuan ekonomi digital tersebut dengan meluncurkan Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) SiBerkreasi guna mendorong masyarakat berkontribusi menyebarkan konten positif dan produktif di dunia digital.

Penghujung akhir tahun 2019 yang lalu terjadi pandemi virus COVID-19. Gitiyarko (2020) menjelaskan bahwa pemerintah Indonesia telah berupaya mencegah penyebaran virus tersebut dengan melakukan *social distancing*. Dampak aturan *social distancing* tersebut ikut membebani laju pertumbuhan perekonomian. Berdasarkan gambaran kondisi di atas, penelitian ini penting dilakukan guna untuk menganalisis perkembangan jumlah usaha *e-commerce* yang mengalami perubahan volume transaksi dampak dari pandemi COVID-19 dan kaitannya dengan bidang usaha *e-commerce*. Analisis yang dilakukan tersebut juga diikuti dengan melihat perbedaan kondisi metode pembayaran yang sering digunakan pada usaha *e-commerce*, perbedaan indeks literasi

digital, serta perbedaan laju pertumbuhan PDRB di tingkat provinsi di Indonesia pada tahun 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana gambaran jumlah usaha *e-commerce* yang mengalami perubahan volume transaksi dampak dari pandemi COVID-19 dan kaitannya dengan bidang usaha *e-commerce*. Analisis yang dilakukan ini juga akan diikuti dengan melihat gambaran perbedaan kondisi metode pembayaran yang sering digunakan pada usaha *e-commerce*, perbedaan indeks literasi digital, serta perbedaan laju pertumbuhan PDRB di tingkat provinsi di Indonesia pada tahun 2020.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran perkembangan jumlah usaha *e-commerce* yang mengalami perubahan volume transaksi dampak dari pandemi COVID-19 dan kaitannya dengan bidang usaha *e-commerce*. Penelitian ini juga untuk mengetahui kondisi perbedaan metode pembayaran yang sering digunakan pada usaha *e-commerce*, perbedaan indeks literasi digital, serta perbedaan laju pertumbuhan PDRB di tingkat provinsi di Indonesia pada tahun 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi *entrepreneur* pengetahuan literasi digital dapat ikut serta dalam meningkatkan produktivitas jumlah usaha *e-commerce* yang mengalami perubahan volume transaksi akibat dampak pandemi COVID-19.
2. Bagi masyarakat pengetahuan tentang berbagai jenis metode pembayaran dapat memberikan alternatif dalam cara bertransaksi.

3. Bagi peneliti dan pembaca dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau pembandingan dalam bidang studi terkait.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari beberapa bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka tersebut mencakup landasan teori dan studi terkait yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian ini menjelaskan tentang data dan sumber data yang digunakan untuk penelitian, serta langkah penelitian yang dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab tersebut membahas hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab penutup ini disajikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.