

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi (*e-commerce*) semakin pesat di seluruh dunia termasuk Indonesia. Saat pandemi Covid-19, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI mencatat penggunaan internet mengalami kenaikan 5-10% dan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022 yang menyebabkan diberlakukannya *Work From Home* (WFH) yang membuat karyawan dapat mengerjakan tugas dan pekerjaan dari tempat tinggal karena terhubung dengan internet dan memiliki fasilitas yang mendukung. Perkembangan pesat teknologi dan informasi ini telah mendorong semua sektor, termasuk UMKM. UMKM melakukan adopsi teknologi dan informasi (*e-commerce*) karena perkembangan ini memudahkan penjualan dan promosi barang dan jasa kepada masyarakat. Meskipun tingkat pemanfaatan teknologi dan informasi (*e-commerce*) UMKM di Indonesia masih tergolong rendah namun jika ada bantuan dan dorongan dari berbagai pihak dalam jangka panjang, maka akan banyak UMKM yang memanfaatkan atau mengadopsi teknologi dan informasi (*e-commerce*).

Yosi Erlanitasari *et al.* (2019) menjelaskan bahwa menurut penelitian, 36% UMKM di Indonesia masih belum terhubung ke internet, sementara 37% lainnya hanya memiliki sumber daya *online* yang sangat mendasar seperti komputer atau koneksi *broadband*. Kurang dari sepersepuluh (9%) adalah perusahaan *online* tingkat lanjut dengan keterampilan *e-niaga*, dan hanya sebagian kecil (18%) yang memiliki kemampuan *online* sedang (menggunakan *website* atau media sosial). Apalagi, hanya 5% UMKM yang bisa berbisnis online. Bahkan, keterlibatan digital UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sebesar 2%. Hasil penelitian tersebut didukung oleh Rahayu Ningsih *et al.* (2019) yang menjelaskan bahwa kurangnya pengetahuan industri dan kapasitas untuk memindai, menganalisis, dan memahami peluang pasar

dan preferensi konsumen merupakan hambatan utama yang mencegah UMKM menerapkan *e-commerce*. Keterlibatan pemerintah diperlukan untuk mendorong adopsi *e-commerce* UMKM melalui sosialisasi dan pelatihan yang ekstensif dalam sistem berjenjang melalui kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya termasuk sektor komersial (*marketplace*) dan komunitas sosial. Pelatihan tersebut harus dapat meningkatkan kapasitas UMKM dengan memberikan sesi pelatihan dan instruksi yang disesuaikan dengan pasar, strategi pemasaran *online*, cara membaca peluang pasar, dan pengemasan yang menarik yang membantu UMKM dalam memperluas target pasar mereka dan menembus pasar melalui *online* saluran.

Azka *et al.* (2021) menjelaskan bahwa untuk mengatasi kekurangan dan hambatan tersebut dapat diselesaikan melalui layanan teknologi cerdas karena perkembangan teknologi dan informasi yang semakin meningkat dan maju setiap waktu. Oleh sebab itu, perkembangan teknologi dan informasi sangat penting untuk dimanfaatkan di kota-kota besar seperti Kota Yogyakarta. Hal tersebut didukung oleh Noveriyanto *et al.* (2018) yang menjelaskan bahwa fenomena ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung rencana pemerintah kota dalam hal mengelola pelayanan publik yang berbasis teknologi dan informasi melalui cara menyiapkan berbagai sarana dan prasarana berupa infrastruktur dan aplikasi. Di mana hal tersebut memiliki dampak yaitu memberikan kemudahan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Tujuan pelayanan publik yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta adalah menciptakan *smart city* dan sebagai perwujudan tujuan tersebut, pemerintah Kota Yogyakarta menciptakan aplikasi *Jogja Smart Service* (JSS) dan menaruh seluruh layanan publik dalam aplikasi tersebut. Menurut Kepala Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta, Tri Hastono, jumlah pengguna aktif aplikasi *Jogja Smart Service* (JSS) pada tahun 2021 sebesar 82.948 dengan 49.814 adalah warga Kota Yogyakarta. Salah satu wujud keberhasilan layanan melalui *Jogja Smart Service* (JSS) dalam membangun *E-Government* adalah dengan membentuk sebuah aplikasi kelompok SIM bernama “NGLARISI” yang diluncurkan pada 27 Juni 2019. Sebagai penyedia teknologi kebutuhan makanan dan minuman ASN (Aparatur Sipil Negara) atau PNS di lingkungan Pemkot hingga penyedia Gandeng Gendong yang bergerak di industri kuliner, SIM Nglarisi merupakan bagian dari inovasi

pemerintah kota. Gerakan Gandeng Gendong merupakan upaya komprehensif untuk memberdayakan masyarakat dan mengurangi kemiskinan. Nglarisi didirikan dengan tujuan untuk memperkuat masyarakat, khususnya anggota Kartu Menuju Sehat (KMS) Kota Yogyakarta, dan membantu pengentasan kemiskinan. Kehadiran aplikasi ini diharapkan dapat memudahkan para pelaku *food service* Yogyakarta untuk lebih bersemangat dalam memasarkan dan mempromosikan barang dagangannya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik menyusun penelitian berjudul **“Hubungan Antara Perkembangan Teknologi Terhadap Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana hubungan aplikasi kelompok SIM Nglarisi dengan UKM yang berada di Kota Yogyakarta?
- b. Bagaimana pengaruh aplikasi SIM Nglarisi terhadap perkembangan UKM di Kota Yogyakarta?
- c. Bagaimana pemerintah Kota Yogyakarta menyikapi berbagai permasalahan yang menyebabkan masih banyak UKM yang tidak berkembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui hubungan aplikasi kelompok SIM Nglarisi dengan UKM yang berada di Kota Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh aplikasi SIM Nglarisi terhadap perkembangan UKM di Kota Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyikapi berbagai permasalahan yang menyebabkan masih banyak UKM yang tidak berkembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

- a. Dapat lebih mengetahui dan memahami kondisi UKM di Kota Yogyakarta.
- b. Dapat mengetahui peran dan upaya Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap UKM di Kota Yogyakarta.

1.4.2 Bagi Pemerintah

- a. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan terhadap topik terkait.
- b. Sebagai bahan dan sarana evaluasi Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyikapi segala sesuatu yang berhubungan dengan topik penelitian.

1.4.3 Bagi Masyarakat

- a. Sebagai referensi penelitian yang berhubungan dengan topik penelitian ini.
- b. Sebagai referensi untuk mengembangkan usaha di Kota Yogyakarta

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab I dalam penelitian ini akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab II dalam penelitian ini akan menguraikan konsep dan teori empiris terkait Hubungan Antara Perkembangan Teknologi Terhadap Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah. Dalam bab ini juga disajikan studi terkait yang diacu dalam penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab III dalam penelitian ini akan menguraikan lokasi riset atau penelitian, data, model alat analisis, dan tahapan analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab IV dalam penelitian ini akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan yang bersifat terpadu.

BAB V Penutup

Bab V dalam penelitian ini akan menguraikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan topik dan akan disajikan secara terpisah.

