

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dari tahun ke tahun jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Bandung semakin meningkat. UMKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008. Usaha mikro adalah usaha milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang dengan kriteria asset : maksimal Rp 50.000.000, kriteria omzet : maksimal Rp 300.000.000. Usaha kecil adalah usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dengan kriteria asset : Rp 50.000.000-Rp 500.000.000, kriteria omzet : Rp 300.000.000-Rp 2.500.000.000. Usaha menengah adalah usaha yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan kriteria asset : Rp 500.000.000-Rp 10.000.000.000, kriteria omzet : Rp >2.500.000.000-Rp 50.000.000.000.

Melihat adanya omzet untuk setiap usaha maka sekarang ini semakin banyak media jual beli dan semakin mudah untuk digunakan. Hal itu dilakukan untuk menaikkan omzet setiap pemilik usaha. Melihat adanya suatu kebutuhan, maka sekarang banyak perusahaan yang bergerak dalam media jual beli *online*, salah satunya adalah BLANJA.com.

BLANJA.com merupakan salah satu media *online* jual beli yang dikelola oleh anak perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom) yaitu Metraplaza sejak tahun 2013. PT. Telkom itu sendiri merupakan satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang

telekomunikasi, sebagai penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Pada tahun 2016 Kementerian BUMN memiliki program untuk UMKM binaan BUMN dapat menggunakan layanan BLANJA.com sehingga PT. Telkom baru bergabung dan memasarkan BLANJA.com untuk berfokus pada peningkatan UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com di tahun 2016.

Pada tahun 2016 PT. Telkom menargetkan 470 UMKM untuk menggunakan layanan BLANJA.com namun yang tercapai hanya 95 UMKM. Dalam 95 UMKM tersebut terdapat 11 UMKM sudah melakukan transaksi, 51 UMKM hanya *upload* produk, dan 33 UMKM tidak *upload* produk tetapi sudah memiliki akun. Dapat dikatakan terdapat 66 UMKM yang tetap menggunakan layanan BLANJA.com. Terdapat 33 UMKM tidak menggunakan layanan hal itu dikarenakan UMKM telah menggunakan layanan media jual beli *online* lainnya sehingga UMKM membandingkan BLANJA.com dengan media jual beli *online* lain yang telah mereka ikuti.

Melihat pada jumlah UMKM yang baru tercapai, diketahui jumlah UMKM tahun 2012 yaitu 56.534.591 UMKM dan tahun 2013 yaitu 57.895.721 UMKM. Maka, masih banyak peluang UMKM untuk dapat bergabung dengan BLANJA.com.

Sejauh ini langkah yang dilakukan PT. Telkom dalam menarik UMKM untuk menggunakan layanan BLANJA.com adalah dengan cara kontak langsung dengan UMKM dan menawarkan pelatihan tata cara penggunaan layanan BLANJA.com.

PT. Telkom perlu meningkatkan jumlah UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com hal itu bertujuan untuk mensukseskan salah satu program Kementerian BUMN, yaitu untuk membantu UMKM memasarkan produknya melalui BLANJA.com.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Melihat pada latar belakang masalah dapat diidentifikasi beberapa kemungkinan, yaitu :

1. PT. Telkom belum mengetahui faktor apa saja yang dipentingkan oleh UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com.
2. Terdapat ketidakpuasan yang dialami UMKM saat menggunakan layanan BLANJA.com.
3. PT. Telkom belum mengetahui faktor kinerja apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan UMKM untuk tetap menggunakan layanan BLANJA.com.
4. PT. Telkom belum mengetahui strategi yang tepat untuk BLANJA.com kepada UMKM.
5. UMKM sudah menggunakan media jual beli *online* selain BLANJA.com.

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Untuk memperjelas permasalahan dan memperhitungkan adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian, maka dilakukan pembatasan masalah agar tercapainya masalah yang dituju secara tepat. Pembatasan masalah yang ditetapkan sebagai berikut :

1. Daerah yang diteliti hanya Binong, Baraya, Sukamenak, Soreang, dan Someah.
2. UMKM sudah merasa puas dengan berjualan langsung tanpa menggunakan layanan media jual beli *online*.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada hal-hal yang telah diuraikan di atas, maka ditetapkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa faktor yang dipentingkan oleh UMKM dalam menggunakan layanan media jual beli *online*?
2. Bagaimana kepuasan UMKM terhadap BLANJA.com?
3. Bagaimana pengaruh kinerja BLANJA.com terhadap keputusan UMKM untuk tetap menggunakan BLANJA.com?

4. Bagaimana prioritas perbaikan kinerja yang harus dilakukan BLANJA.com?
5. Usulan apa yang dapat dilakukan oleh PT. Telkom untuk dapat meningkatkan jumlah UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Melihat pada perumusan masalah, maka dapat diketahui apa saja yang menjadi tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor yang dipentingkan dalam menggunakan layanan media jual beli *online*.
2. Mengetahui kepuasan UMKM terhadap BLANJA.com.
3. Mengetahui pengaruh kinerja BLANJA.com terhadap keputusan UMKM untuk tetap menggunakan BLANJA.com.
4. Mengetahui faktor apa saja yang perlu diperbaiki dalam penerapan layanan BLANJA.com.
5. Mengetahui usulan apa saja yang diberikan untuk PT. Telkom untuk meningkatkan UMKM dalam menggunakan layanan BLANJA.com.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini dibutuhkan suatu sistematika penulisan yang dapat menjadi gambaran untuk memperjelas penelitian, maka sistematika penulisan tersebut diuraikan dalam enam bab sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang menjadi gambaran untuk melakukan penelitian yang terdiri dari identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, dan tujuan penelitian.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi teori-teori yang bersumber dari buku maupun teori-teori yang bersumber dari jurnal, yang digunakan untuk menjadi acuan dalam melakukan penelitian.

**BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menggambarkan langkah-langkah dalam bentuk *flowchart* yang berguna untuk menjelaskan apa saja yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian untuk menyusun tugas akhir dari awal sampai akhir.

**BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Pada bab ini berisi data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner. Data tersebut digunakan untuk melakukan pengolahan data penelitian.

**BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Pada bab ini berisi metode-metode yang digunakan untuk pengolahan data sehingga dapat memberikan hasil dari pengolahan tersebut dan hasil yang didapat dianalisis untuk penelitian lebih lanjut.

**BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi kesimpulan atas hasil dari analisis yang telah dilakukan dan penulis dapat memberikan saran atas masalah yang dimiliki oleh PT. Telkom.

