

BAB I

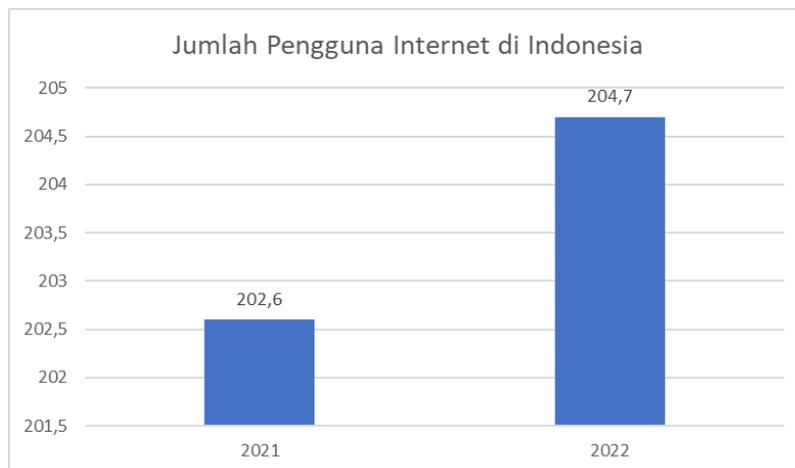
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 memberikan pengaruh besar terhadap dinamika sosial, hal ini sering dikaitkan dengan bagaimana perubahan terjadi secara terus-menerus. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban manusia. Salah satunya sosial media adalah sebuah wadah yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara online tanpa dibatasi ruang dan waktu. Social Media memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sosial di masyarakat, khususnya di generasi milenial. (Maulana *et al*, 2020).

Transformasi digital yang memungkinkan peningkatan produksi terjadi sebagai akibat dari perkembangan teknologi yang mempengaruhi permintaan dan penawaran di sektor industri. Selain berpengaruh pada proses produksi, revolusi industri ini juga membawa dampak pada seluruh rantai nilai industri. Hal tersebut akhirnya berdampak terhadap perubahan model bisnis yang berbasis digital guna mendapatkan kualitas produk yang baik dengan efektif dan efisien (Amalia, 2019).

Salah satu bentuk transformasi digital yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah penggunaan media sosial berbasis internet atau transaksi online. Pelaku usaha dari industri mikro dan kecil memanfaatkan jejaring media sosial sebagai alat komunikasi yang populer untuk mempromosikan produk mereka. Dengan hadirnya media sosial, para pelaku industri mikro dan kecil dapat memperluas jangkauan pasar dan memudahkan pemasaran produk mereka kepada masyarakat luas. Ada banyak jenis media sosial yang tersedia saat ini, seperti platform marketplace yang menjadi tempat bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka di bidang fashion, makanan, dan bidang lainnya. (Herman Wijaya dan Lulu Nailufaroh, 2022).



Sumber : We Are Social, 15 Februari 2022

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna internet di Indonesia 2021-2022

Indonesia adalah termasuk negara dengan jumlah populasi pengguna internet terbesar di dunia, Menurut laporan *We Are Social*, ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Jumlah

pengguna internet di Indonesia naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Sementara itu, tingkat partisipasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal tahun 2022. Tercatat jumlah penduduk Indonesia sebanyak 277,7 juta jiwa pada tahun 2022. Pemerintah diharapkan dapat terus mendukung perluasan cakupan internet hingga ke seluruh pelosok negeri. Karena di era digital ini, internet dapat sangat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk keperluan pendidikan, bisnis, maupun hiburan (Sinaga, 2022).

Salah satu contohnya adalah E-commerce yang dapat dipelajari dan dilakukan dengan mudah oleh seluruh kalangan masyarakat. Tingkat perkembangan ekonomi digital suatu negara dapat diukur dari kemajuan bisnis dan perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi, kolaborasi, dan kerjasama antar perusahaan atau individu (Nugraha dan Nuraeni, 2021). E-commerce dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara online dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke toko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal (Maulana, 2015).

Dari sudut pandang ekonomi Islam, e-commerce sebagai tren ekonomi digital merupakan sesuatu yang baru dan kontemporer. E-commerce memiliki definisi yang sama dengan perdagangan konvensional, akan tetapi ada beberapa kaidah hukum yang mengatur transaksi agar sesuai dengan ketentuan syariat Islam, Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Jumuah 62 : ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah mengizinkan hambanya untuk melakukan berbagai aktivitas di muka bumi selama tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dalam Islam tidak ada dikotomi antara spiritual dan material, mengingat semua perbuatan dilakukan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT.

Prinsip dasar Islam memudahkan umatnya untuk melakukan transaksi jual-beli, namun dengan tetap memperhatikan beberapa ketentuan syariah yang harus dipenuhi. Dalam agama Islam, transaksi jual-beli yang mengandung unsur riba, gharar, penipuan, perjudian (maisir), dan hal-hal yang diharamkan dan merugikan salah satu pihak

dilarang. Konsep Islam mengizinkan setiap interaksi manusia dalam muamalah (hubungan sosial dan ekonomi) secara asalnya diperbolehkan, selama tidak ada dalil yang melarangnya. Prinsip ini terdapat dalam kaidah aturan hukum yang menyatakan "*Hukum asal dalam bidang muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya*" (al-Suyuti, 911H/1505M).

Dalam kaidah fikih muamalah, konsep yang relevan dengan e-commerce adalah penawaran jual beli. Salah satu bentuk jual beli yang dapat dilakukan adalah jual beli Salam, yaitu transaksi jual beli dimana pembayaran dilakukan di muka dan barang diserahkan di kemudian hari, dengan harga, spesifikasi, jumlah, mutu, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, sesuai dengan yang telah disepakati dalam akad. Jual beli salam dinyatakan dalam sabda Rasulullah SAW, yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Ibnu Abbas: "*Siapa yang melakukan jual beli salam, hendaklah melakukannya dengan takaran dan timbangan yang jelas, sampai batas waktu tertentu*" (al-Kahlany, t.th.: 49).

Sektor ekonomi digital mengalami pertumbuhan pesat diantaranya adalah e-commerce dan financial technology (fintech). E-commerce adalah cara pembelian dan menawarkan atau memperdagangkan suatu barang, melakukan administrasi, proses data secara online melalui internet (Deshmukh, 2019). Sementara fintech merupakan gabungan disiplin ilmu keuangan, teknologi, manajemen dan

inovasi yang dapat meningkatkan layanan keuangan dengan menggunakan teknologi (Malik dan Nurni, 2022).



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Gambar 1.2 Transaksi E-Commerce 2017-2021

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pembayaran mendorong pesatnya transaksi ekonomi digital melalui *e-commerce*. Menurut laporan Pertemuan Tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi *e-commerce* di Indonesia diproyeksi menyentuh Rp 403,3 triliun pada 2021. Jumlah ini tumbuh 51,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 266,3 triliun. Pesatnya perkembangan transaksi ekonomi dan keuangan digital ini sejalan dengan meningkatnya penerimaan dan preferensi masyarakat untuk berbelanja online, meluasnya ekosistem *e-commerce*, serta perkembangan layanan pembayaran digital. Sejalan dengan perkembangan transaksi *e-commerce*, transaksi pembayaran *digital*

banking pada 2021 diproyeksikan sebesar Rp 40 ribu triliun atau naik 46,1% (yoy). Peningkatan transaksi *digital banking* ini juga diperkirakan terus mengalami kenaikan hingga Rp 48,6 ribu triliun atau tumbuh 21,8% (yoy) pada 2022. Penggunaan uang elektronik pada 2021 juga diproyeksikan tumbuh 41,2% (yoy). Para pengusaha di Indonesia mulai menyadari bahwa internet dan teknologi digital sangat berperan penting dalam memudahkan transaksi bisnis mikro dan kecil dengan konsumen, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan (Slamet *et al*, 2016).

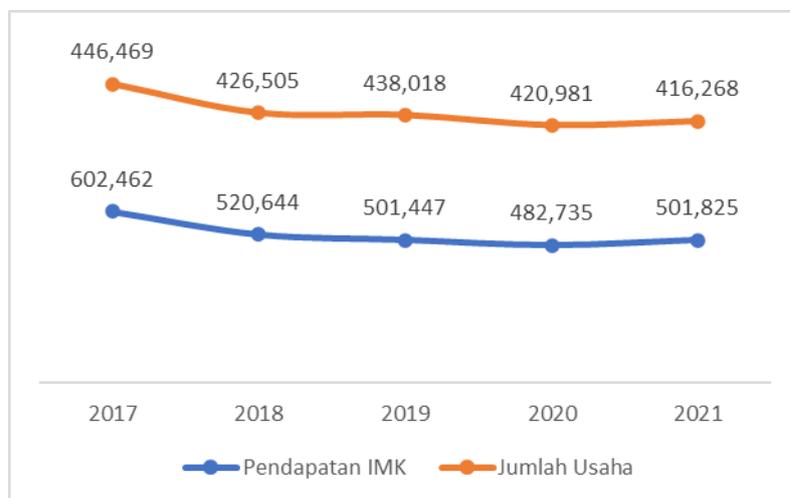
Berdasarkan hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta orang. Angka ini setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa (Haryanto, 2019). Meningkatnya Penggunaan Internet tentunya menjadi peluang bagi pengusaha untuk dapat meningkatkan pendapatannya dengan menggunakan Internet maupun menggunakan transaksi e-commerce. Menurut Menteri Keuangan Indonesia Sri Mulyani menjelaskan bahwa pembangunan beberapa infrastruktur pendukung ekonomi digital di Indonesia tidak merata. Masih banyak daerah di Indonesia yang kesulitan mengakses internet (Dianawanti, 2019).

Ekonomi digital adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang memanfaatkan bantuan teknologi informasi dan komunikasi. Bagian dari ekonomi digital sekarang berkembang yaitu e-commerce dan fintech. E-

Commerce menurut Laudon menjelaskan bahwa implementasi perdaagangan dalam bentuk transaksi pembelian, penjualan, pembayaran, pemasaran dan promosi produk atau jasa di lakukan dengan memanfaatkan internet sebagai mediana. Sedangkan Financial Tecnology (Fintect) menurut Bank Indonesia (BI) merupakan hasil kombinasi antara layanan keuangan dengan teknologi yang akhirnya menggantikan model bisnis dari konvensional menjadi modern. Persaingan bisnis yang semakin ketat dalam ekonomi digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi, oleh karena itu para pelaku usaha harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut agar mengetahui dan menguasai digital marketing yang berkaitan dengan ekonomi digital (Sholihin *et al*, 2018).

Industri mikro dan kecil menjadi salah satu peran penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia dalam transformasi struktural yang memiliki keandalan dalam perspektif ekonomi (Firmansyah dan Muchlisoh, 2020). Industri mikro dan kecil ikut memegang peran sebagai pendorong industrialisasi dalam memasuki era revolusi industri 4.0. Sehingga, kondisi indutri mikro dan kecil dari tahun 2017 hingga 2020 menunjukkan perkembangan yang tidak baik dilihat dari penurunan pendapatan yang terus terjadi (Gambar 1.3). Pada tahun 2017, pendapatan Industri mikro dan kecil sekitar 602 triliun rupiah dan menurun menjadi 520 triliun rupiah 2018. Pendapatan Industri mikro dan

kecil menurun sebesar 13,58%. Hal ini sejalan dengan penurunan jumlah industri mikro dan kecil ditahun 2018 yang besarnya sekitar 4,49% (426 ribu usaha). Kemudian ditahun 2019, pendapatan industri mikro dan kecil kembali mengalami penurunan sebesar 4,49% menjadi 501 triliun rupiah. Sebaliknya, jumlah industri mikro dan kecil meningkat sebesar 2,72% (438 ribu usaha). Akan tetapi pendapatan industri mikro dan kecil kembali mengalami peningkatan menjadi 501 triliun rupiah pada tahun 2021, tetapi jumlah industri mikro dan kecil mengalami penurunan sebesar 416 ribu usaha seperti terlihat pada gambar 1.3 hal tersebut memperjelas bahwa indutri mikro dan kecil mengalami hambatan dalam perkembangannya (Badan Pusat Statistik, 2020).



Sumber: BPS Badan Pusat Statistik, diolah

Gambar 1.3 Pendapatan IMK dan Jumlah Usaha

Selain itu, pendapatan industri mikro dan kecil indonesia tidak tersebar dengan merata di seluruh provinsi seperti terlihat pada gambar diatas diKawasan Barat (KB) justru memiliki pendapatan industri mikro

dan kecil yang lebih tinggi daripada di Kawasan Timur (KT). Provinsi dengan kriteria dengan pendapatan yang sangat tinggi hanya dibagian Kawasan Barat, terutama di pulau Jawa. Sebaliknya, pendapatan dengan kriteria pendapatan industri mikro dan kecil rendah berada di Kawasan Timur (KT) dari enam provinsi kriteria pendapatan di Kawasan Barat dan Timur yang sangat rendah yaitu (Bengkulu, Sulawesi Barat, Kalimantan Utara, Maluku Utara, Papua Barat dan Papua). Sulawesi Selatan menjadi satu-satunya provinsi di KT yang memiliki pendapatan IMK berkategori sangat tinggi. Kondisi ini sangat berbeda dengan provinsi lainnya. Berdasarkan penelitian (Alwandi dan Muchlisoh, 2020), Sulawesi Selatan sudah menunjukkan perannya daerah core baru, daerah yang menjadi pusat perekonomian, sejak adanya asa desentralisasi. Sulawesi selatan juga didukung oleh letak geografisnya yang masuk dalam rute perdagangan sejak masa Kesultanan Gowa dan dilewati oleh alur laut kepulauan indonesia (Alwandi dan Muchlisoh, 2020)



Gambar 1.4 Persebaran pendapatan IMK di Indonesia tahun 2017-

2021

Pada gambar 1.4 menunjukkan bahwa adanya ketimpangan pendapatan industri mikro dan kecil antar provinsi ditahun 2017. Ketimpangan pendapatan industri mikro dan kecil ini tidak menyebabkan banyak perubahan di tahun 2018-2021. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien gini pendapatan industri mikro dan kecil yang tidak banyak berubah (berkisaran pada angka 0,5764) seperti pada gambar diatas nilai koefisien gini semakin mendekati 1 menunjukkan ketimpangan yang terjadi semakin tinggi. Jika dilihat dari penurunan dan peningkatan pendapatan industri mikro dan kecil disetiap provinsi, terindikasi terjadinya ketimpangan yang semakin tinggi. Provinsi di Kawasan Timur banyak yang terjadi penuruanan pendapatan industri mikro dan kecil di kedua tahun, 2018 dan 2021. Akan tetapi di Kawasan Barat, kabanyakan provinsi terjadi penurunan pendapatan industri mikro dan kecil disalah satu tahun saja, 2018 dan 2021. Mengakibatkan, pendapatan industri mikro dan kecil Kawasan Barat (KB) cenderung semakin tinggi dan pendapatan industri mikro dan kecil di Kawasan Timur (KT) cenderung semakin rendah. (Firmansyah dan Muchlishoh, 2021).

Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa studi teoritis sebelumnya yang menunjukkan bahwa penggunaan internet dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan mempercepat pengembangan dan adopsi proses inovasi dan dengan demikian

mendorong persaingan yang menghasilkan pengembangan produk baru, proses, dan model bisnis (Bahrini, 2022). Selain itu hasil penelitian tersebut menjelaskan berhubungan dengan studi empiris sebelumnya yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari internet terhadap pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang (Bahrini, 2019).

Berdasarkan uraian diatas peneliti kemudian ingin menganalisis determinan pendapatan industri mikro dan kecil di Indonesia. Yang mana pada saat ini, penelitian Industri mikro dan kecil di Indonesia masih sangat sedikit. Padahal, Industri mikro dan kecil memiliki peran besar bagi perekonomian indonesia, oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengamati perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan Industri mikro dan kecil di indonesia dan mengidentifikasi keterkaitan spasial pendapatan Industri mikro dan kecil antar provinsi. Hal ini kemudian menjadi satu alasan mengapa Industri mikro dan kecil sangatlah menarik untuk dijadikan suatu objek di dalam penelitian. Dengan hadirnya ekonomi digital diharapkan dapat berperan penting untuk meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat di indonesia melalui IKM. Atas dasar pemikiran tersebut, peneliti kemudian tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **"Determinan Pendapatan Industri Mikro dan Kecil di Indonesia"**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah diuraikan pada latar belakang diatas, maka penelitian ini difokuskan pada pengaruh variabel *Ekonomi Digital, Trining, Partnership dan Tingkat Pendidikan* terhadap *Pendapatan Industri mikro dan kecil* pada Industri mikro dan kecil di Indonesia selama 5 tahun yaitu dari tahun 2017-2021.

C. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan industri mikro dan kecil di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh mengikuti pelatihan terhadap pendapatan industri mikro dan kecil di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh partnership terhadap pendapatan industri mikro dan kecil di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan industri mikro dan kecil di Indonesia?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis hubungan pendapatan industri mikro dan kecil terhadap ekonomi digital di indonesia

2. Untuk menganalisis hubungan pendapatan industri mikro dan kecil terhadap mengikuti pelatihan di indonesia
3. Untuk menganalisis hubungan pendapatan industri mikro dan kecil terhadap partnership di indonesia
4. Untuk menganalisis hubungan pendapatan industri mikro dan kecil terhadap tingkat pendidikan di indonesia.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dibidang ekonomi Industri mikro kecil di Indonesia. Hasil peneltian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk membandingkan teori-teori yang ada dengan kenyataan dilapangan. Khususnya pada bidang industri mikro kecil di indonesia.

b. Bagi industri mikro dan kecil

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk memberikan masukan mengenai berbagai pertimbangan pengambilan kebijakan dalam bidang industri mikro dan kecil dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan ekonomi digital, pendapatan dan penyerapan tingkat pendidikan Industri mikro dan kecil.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sebagai bahan perbandingan dan bahan pertimbangan untuk penelitian yang akan datang.