

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Covid-19 atau Coronavirus merupakan penyakit menular yang mengganggu sistem pernapasan (WHO, 2020). Pada Desember 2019 Covid-19 ditemukan pertama kali di Wuhan, China dan pada Maret 2020 *World Health Organization* (WHO) mengumumkan bahwa virus Covid-19 merupakan pandemi global. Penyebaran Covid-19 yang semakin meluas serta memicu krisis kesehatan di dunia termasuk di Indonesia. Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa terdapat dua orang WNI positif Covid-19 dan telah secara resmi virus Covid-19 masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 (CNN Indonesia 2020). Menurut data dari Kementerian Kesehatan pada Agustus 2021 perkembangan Covid-19 telah mencapai angka sebesar 3.532.567 orang terkonfirmasi positif virus tersebut.

Dampak pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi sektor perdagangan ekonomi nasional sejak April 2020. Menurut (Pakpahan, 2020) ada tiga implikasi akibat dari pandemi Covid-19 yaitu dari sektor perdagangan, investor dan pariwisata. Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional yang juga terdampak serius terhadap menyebarnya virus Covid-19. Bukan hanya dari pendapatan serta aspek produksinya yang menurun melainkan juga dari hal jumlah tenaga kerja yang banyak kehilangan pekerjaannya. Ditambah lagi pemerintah melakukan berbagai macam pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial di seluruh daerah Indonesia

seperti Pembatasan Skala Besar (PSBB), tatanan kehidupan baru (*New Normal*) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial yang dilakukan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19 memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif dari pemberlakuan pembatasan sosial tersebut adalah dapat mencegah jumlah masyarakat yang terdampak virus Covid-19, karena dengan mengurangi aktifitas diluar dapat menjaga resiko tingginya penularan dari virus tersebut dan dampak negatif dari pemberlakuan kebijakan tersebut berdampak terhadap menurunnya pertumbuhan sektor perekonomian dan perdagangan (Ihza, 2020). Menurunnya pertumbuhan sektor perekonomian dan perdagangan memberikan implikasi negatif seperti penurunan kinerja perusahaan, menurunnya konsumsi dan daya beli masyarakat, serta eksistensi UMKM. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pandemi ini menyebabkan banyak tenaga kerja yang berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat.

Pandemi Covid-19 menyebabkan sedikitnya dua aspek ruang lingkup, yaitu tingkatan aktor (*level of analysis*) dan aspek kehidupan (*aspect or issues*) dimana dampak dari kedua aspek tersebut merambat kepada masyarakat dan perusahaan hingga kesehatan, sosial, dan ekonomi (Valerisha dan Putra, 2020). Pemberlakuan pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah, berdasarkan kedua aspek tersebut, mengakibatkan beberapa sektor usaha mengalami penurunan produksi serta omzet pada usahanya. Hasil survei Katadata Insight Center (2021), mengenai

dampak Covid-19 terhadap usaha dan penurunan omzet yang dilakukan terhadap 206 pelaku UMKM di wilayah Jabodetabek, ditunjukkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Data UMKM Terdampak Covid-19

Dampak Covid-19 Terhadap Usaha	
Kategori	Persentase
Terdampak Negatif	82,9%
Terdampak Positif	5,9%
Tidak Terdampak	11,2%
Dampak Covid-19 Terhadap Penurunan Omzet Usaha	
Kategori	Persentase
Tidak Berubah	0,6%
Meningkat > 30%	1,6%
Meningkat 0 – 30%	2,2%
Menurun 0 – 30%	31,7%
Menurun > 30%	63,9%

Sumber: Katadata Insight Center (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1. dapat diambil penjelasan bahwa dampak Covid-19 terhadap UMKM menimbulkan dampak negatif sebesar 82,9% yang dimana dampak tersebut memiliki dampak yang paling dominan dan pengaruh covid-19 terhadap omzet menyebabkan 63,9% dari UMKM mengalami penurunan omzet lebih dari 30%. Berdasarkan data tersebut para pelaku UMKM juga melakukan sejumlah upaya dalam membantu mempertahankan kondisi usahanya dimasa pandemi ini, upaya yang dilakukan seperti menurunkan produksi, mengurangi jumlah karyawan dan jam kerja serta memanfaatkan teknologi informasi untuk memudahkan sarana pemasaran.

Menurut Alfrian dan Pitaloka (2020), upaya untuk bertahan dalam kondisi pandemi Covid-19 diperlukan strategi dalam melakukan perdagangan secara elektronik serta mengoptimalisasikan hubungan pemasaran dengan pelanggan. Ditengah pandemi Covid-19 dan penerapan pembatasan kegiatan, perubahan perilaku konsumen perlu diantisipasi oleh para pelaku usaha. Pada masa ini, konsumen lebih banyak menjalankan aktivitas dari rumah serta menggunakan teknologi digital sebagai sarana informasi (Bahtiar, 2021). Kondisi tersebut membuat para pelaku usaha atau wirausahawan dipaksa mengadopsi atau memanfaatkan teknologi yang tersedia dalam menjalankan usahanya yaitu dengan menerapkan *e-commerce* atau perdagangan elektronik ditengah pandemi dan penerapan pembatasan kegiatan. *E-commerce* adalah kegiatan sebagai sarana pertukaran dan penjualan antar individu maupun kelompok dengan berbasis teknologi (Leatemala, 2020).

Dalam menjalankan atau menerapkan *e-commerce* perlu kemampuan mengenai teknologi informasi, karena teknologi informasi merupakan ilmu dasar mengenai bagaimana cara penggunaan suatu sarana aplikasi teknologi (*e-commerce*). Sarana yang tersedia dalam dalam menjalankan proses *e-commerce* yaitu berupa penggunaan internet sebagai sarana aktivitas kinerja usaha. Penggunaan internet tersebut seperti penggunaan media sosial dan komunikasi melalui *e-mail* sebagai sarana pemasaran mengenai informasi suatu produk yang dipasarkan. Didukung dengan banyak munculnya sarana atau platform *e-commerce*

diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik dan hal ini juga menjadi peluang besar bagi para wirausaha dalam mengembangkan usahanya melalui *e-commerce*.

Selain itu, keberhasilan dalam menjalankan kegiatan *e-commerce* tergantung dari karakteristik wirausahawan. Sifat personal wirausahawan merupakan kunci dalam memaksimalkan efisiensi dengan menciptakan suatu terobosan yang inovatif guna menjaga kestabilan kinerja, pola berfikir positif, kreatif, serta mau memanfaatkan teknologi dalam menjalankan UMKM dimasa pandemi covid-19 (Dhamyantie dan Fauzan, 2017).

Seorang wirausahawan memerlukan keuletan, kerja keras, selalu bertanggung jawab sebaik mungkin, dapat berfikir kreatif dan inovatif dalam segala keadaan serta berani mengambil resiko dari berbagai situasi yang terjadi. Karakter – karakter tersebut diperlukan bagi seorang wirausahawan dalam meraih kesuksesan sebagai seorang wirausaha. Setiap langkah dan pikiran yang dilakukan oleh seorang wirausahawan adalah bisnis. Mimpi bagi seorang pebisnis adalah ide untuk berkarya dalam menciptakan bisnis baru. Strategi serta ketrampilan seorang wirausaha harus mampu mencari peluang kesuksesan bagi dirinya, orang lain, maupun perusahaannya. Maka dari itu untuk menggapai suatu kesuksesan, seorang wirausahawan yang berhasil perlu memiliki karakteristik wirausahawan. karakteristik wirausahawan memiliki faktor yang sangat menentukan kesuksesan bagi seorang wirausaha dalam menjalankan usaha UMKM (Islam dkk, 2011).

Penelitian terdahulu mengenai kinerja usaha yang telah dilakukan diantaranya adalah melihat pengaruh langsung karakteristik wirausahawan

terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Ludiya dan Mulyana (2020), adapun pengaruh langsung *e-commerce adoption* terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Agustina (2019), serta pengaruh langsung teknologi informasi terhadap kinerja usaha yang dilakukan oleh Christian (2019). Pada penelitian ini memodifikasi model yang sudah ada dengan memasukan teknologi informasi sebagai faktor moderator dari pengaruhnya karakteristik wirausahawan dan *e-commerce adoption* terhadap kinerja usaha. Dengan memasukan teknologi informasi sebagai moderator, penelitian ini berusaha ingin melihat apakah teknologi informasi dapat memperkuat karakteristik seorang wirausahawan dan *e-commerce adoption* sehingga dapat meningkatkan kinerja usahanya.

Menurut ajaran Islam, manusia sebagai pemimpin di muka bumi diminta oleh Allah untuk dapat mewujudkan suatu kemaslahatan atau mendatangkan kebaikan bagi sesama makhluk ciptaan Allah. Setiap manusia memiliki perbedaan dalam berperilaku yang disebabkan dari pengaruh kepribadian, nilai yang dianut, lingkungan serta proses penyerapan informasi yang berbeda. Akan tetapi, dari setiap perilaku yang dilakukan manusia diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu hal yang baik dan tidak merugikan bagi sesama manusia. Dalam berwirausaha diperlukan seperangkat nilai moral dan etika dalam berwirausaha. Dalam ajaran islam terdapat beberapa etika dalam berbisnis yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur bagi para pelaku wirausahawan dalam menjalankan dunia wirausahanya yakni, mengutamakan kejujuran dalam berbisnis, tidak melakukan perbuatan ingkar, menghapus unsur najsy, terhindar dari riba, dan menjalin persetujuan kedua belah

pihak (Sara dan Fitryani, 2020). Berikut dibawah ini penjelasan dalam Al-qur'an surah an-nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“hai orang – orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang tidak benar (batil), terkecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sendiri. Sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu.”

Dalam potongan surah pada ayat tersebut, ajaran islam sudah menyampaikan untuk berdagang atau berniaga daripada bekerja pada orang lain. Dalam berwirausaha, pelaku usaha atau wirausahawan perlu memiliki nilai etika serta moral dalam berbisnis dan pandai berperilaku dalam menjalankan suatu perdagangan, agar produk yang dipasarkan dapat tersalurkan oleh para konsumen dan sesuai dengan ajaran Islam.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, penelitian akan dilakukan kepada para pelaku usaha UMKM atau wirausahawan dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Wirausahawan dan E-Commerce Adoption terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Dengan Teknologi Informasi Sebagai Moderasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kinerja usaha, karakteristik wirausahawan, *e-commerce adoption*, dan teknologi informasi pada wirausahawan?
2. Apakah karakteristik wirausahawan dan *e-commerce adoption* dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan teknologi informasi sebagai moderator pada wirausahawan?
3. Apakah karakteristik wirausahawan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada wirausahawan?
4. Apakah *e-commerce adoption* berpengaruh terhadap kinerja usaha pada wirausahawan?
5. Apakah karakteristik wirausahawan berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan teknologi informasi sebagai moderator pada wirausahawan?
6. Apakah *e-commerce adoption* berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan teknologi informasi sebagai moderator pada wirausahawan?
7. Bagaimana karakteristik wirausahawan, *e-commerce adoption*, teknologi informasi, dan kinerja usaha pada wirausahawan menurut sudut pandang Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan rumusan masalah tersebut, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami gambaran kinerja usaha, karakteristik wirausahawan, *e-commerce adoption* dan teknologi informasi pada wirausahawan.
2. Untuk mengetahui dan memahami karakteristik wirausaha dan *e-commerce adoption* dapat dijadikan model yang berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan teknologi informasi sebagai faktor moderasi pada wirausahawan.
3. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap kinerja usaha pada wirausahawan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce adoption* terhadap kinerja usaha pada wirausahawan.
5. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausahawan terhadap kinerja usaha dengan teknologi informasi sebagai moderator pada wirausahawan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce adoption* terhadap kinerja usaha dengan teknologi informasi sebagai moderator pada wirausahawan.
7. Untuk mengetahui karakteristik wirausahawan, *e-commerce adoption*, teknologi informasi, dan kinerja usaha pada wirausahawan menurut sudut pandang Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah dua manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, sebagai berikut:

a. Manfaat Praktis

1. Diharapkan dapat memberikan masukan bagi wirausahawan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kinerja usaha di UMKM.
2. Dapat memberikan informasi kepada pihak wirausahawan yang berkenan dalam meningkatkan kinerja usaha suatu UMKM.

b. Manfaat Akademis

1. Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang pengaruh karakteristik wirausahawan, *e-commerce adoption*, dan teknologi informasi terhadap kinerja usaha.
2. Diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai karakteristik wirausahawan, *e-commerce adoption*, teknologi informasi, dan kinerja usaha bagi mahasiswa/i manajemen dalam bidang sumber daya manusia.