

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dilansir pada tahun 2018 oleh Kementerian Koperasi dan UMKM, bahwa pada tahun 2018 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 99,99% dari total seluruh bisnis yang ada di Indonesia dan memberikan sumbangan sebanyak 57,3% dari total Pendapatan Domestik Bruto. Oleh karena itu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) digolongkan sebagai salah satu pilar perekonomian di Indonesia. Hal ini menunjukkan sebuah fakta bahwa UMKM merupakan motor penggerak perekonomian dan telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian di Indonesia. Sebuah UMKM juga merupakan usaha padat karya, sehingga mampu menyerap dan memanfaatkan tenaga kerja sehingga hal ini sangat membantu pemerintah untuk mengatasi jumlah pengangguran di Indonesia (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020).

Sejak merebaknya Coronavirus-2019 (Covid-19) infeksi di Wuhan China pada bulan Desember, telah menyebar dengan cepat di China dan banyak negara lainnya. Dampak epidemi Covid-19 terhadap perekonomian banyak negara di dunia juga sangat dahsyat (Ihza, 2020). Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) telah melakukan survei mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap 571 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Survei dilakukan pada 6-24 April 2020, dimana hasilnya 70% UMKM mengalami pemberhentian produksi akibat Covid-19. Di sisi lain, Menteri Koperasi dan UMKM mengemukakan bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan UMKM (Kala'lembang, 2020).

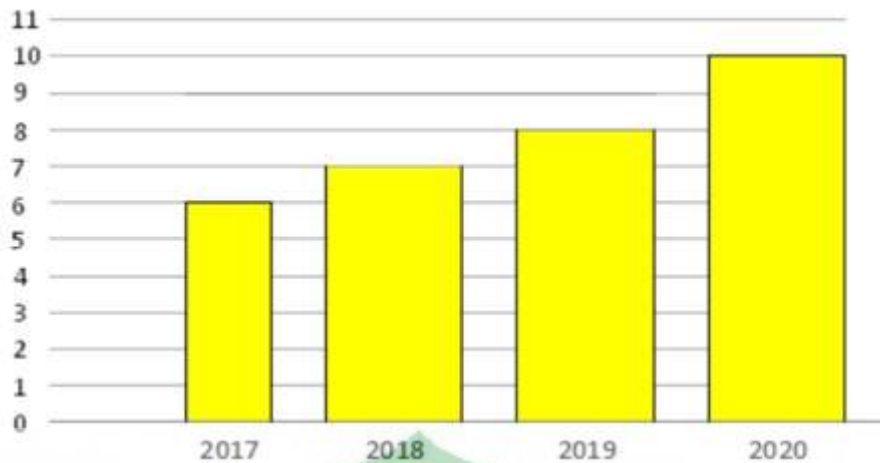
Dampak dari COVID-19 tidak hanya mengganggu perekonomian di Indonesia, tetapi juga menyerang sektor perdagangan yaitu dari penerimaan pajak yang juga mengalami penurunan. Hal ini berdampak sangat serius karena dalam penerimaan pajak sector perdagangan sangat memiliki kontribusi besar dalam mendongkrak penerimaan negara tepatnya yaitu

berada pada urutan kedua terbesar. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data terkait dengan ekspor migas dan non-migas yang menyebutkan terjadinya penurunan ekspor migas dan non-migas yang dampaknya ditimbulkan oleh pandemic ini, tidak heran karena memang China adalah importir minyak mentah terbesar di dunia (Nasution, Erina, & Muda, 2020).

Tidak hanya itu saja, pandemi COVID-19 juga menyebabkan turunnya produksi yang dihasilkan China, padahal tumpuan barang dunia dan produksi sentral barang dunia terpusat di China. Apabila terjadi koreksi negatif atas produksi di China maka dunia akan mengalami gangguan *supply chain* yang pada akhirnya dapat menurunkan proses produksi dunia yang bahan bakunya di impor dari China. Negara Indonesia sendiri sangat membutuhkan bahan baku dari China untuk melakukan proses produksi khususnya bahan baku part elektronik, furnitur, plastik, tekstil dan komputer (Nasution, Erina, & Muda, 2020).

Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tertinggi di dunia karena semakin banyaknya pelaku usaha yang mengembangkan usahanya ke arah digital dalam beberapa tahun belakangan dan perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir ini (Anggraeni et al., 2019). Tingginya pertumbuhan *e-commerce* juga dilatar belakangi oleh penggunaan internet di Indonesia yang terus bertambah. Dalam melakukan *e-commerce* penggunaan internet menjadi pilihan favorit oleh kebanyakan orang karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet. Sedangkan pengertian dari perdagangan itu sendiri adalah pertukaran barang, jasa dan informasi melalui transaksi antara kedua belah pihak atas dasar persetujuan dari keduanya. (Romindo, 2019).

Di bawah ini merupakan grafik pengguna jejaring sosial *network* sebagai bisnis *online e-commerce* dari tahun 2017 sampai tahun 2020 (Ayu & Lahmi, 2020).



**Gambar 1.1**

Grafik penggunaan jejaring sosial *network* sebagai bisnis *online e-commerce*.

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pengguna jejaring sosial *network* yang berbasis bisnis *online e-commerce* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal tersebut menandakan bahwa dari tahun ke tahun banyak para pelaku bisnis yang memanfaatkan internet sebagai sarana bisnisnya. *E-commerce* memberikan peran bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, baik bagi pelaku bisnis, konsumen, maupun pemerintah. Dan salah satu peran dari *e-commerce* bagi pelaku bisnis: Dapat meningkatkan jangkauan pemasaran. Yang artinya dengan *e-commerce*, pelaku usaha dapat memperluas market hingga ke luar daerah dan dengan demikian, produk yang dimiliki akan dikenal oleh lebih banyak calon pelanggan potensial. Bila jangkauan meningkat, maka potensi penjualan juga akan meningkat (Ayu & Lahmi, 2020).

Dunia *e-commerce* terbuka lebar untuk pelaku UMKM agar dapat meningkatkan penjualannya. Hampir semua UMKM di anjurkan untuk mengubah cara transaksi mereka, yang awalnya secara *offline* maka di masa pandemi ini beralih menjadi *online*. *E-commerce* dipercaya dapat meningkatkan penjualan para pelaku UMKM (Kala'lembang, 2020). Masih banyak UMKM yang belum memiliki daya saing yang cukup baik, apalagi menghadapi pandemi COVID-19. Karena memiliki keterbatasan modal,

sumber daya manusia dan pemahaman bisnis, maka tidak sedikit UMKM yang mengalami kebangkrutan saat pandemi COVID-19. UMKM yang ingin bertahan mulai beralih ke bisnis *online* untuk menggantikan pendapatan yang didapatkan secara *offline*, karena pembatasan pergerakan manusia pada masa COVID-19 (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020).

*E-commerce* merupakan salah satu revolusi bisnis yang bermula dari beberapa iklan portal web di tahun 1995, terus berkembang hingga dimana masa resesi tahun 2008-2009 merupakan bisnis yang tetap stabil dalam menghasilkan profit (Ayu & Lahmi, 2020). *E-commerce* memiliki berbagai definisi, yang salah satu definisinya ialah menurut Hartman dan Amir pada tahun 2000 dalam bukunya yang berjudul "*Not Ready-Strategies for Success in the E-Economy*" memberikan definisi terhadap *E-Commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-C) (Romindo, 2019).

Berbagai langkah inovatif dalam rangka lebih memberdayakan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada masa pandemi Covid-19 diambil Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Cirebon melalui Dinas Koperasi dan UMKM. Menurut M Ferry Afrudin selaku Kepala Dinas (Kadis) Koperasi dan UMKM Kabupaten Cirebon, melalui *e-commerce* para pelaku UMKM dapat mengakses pasar dalam jangkauan lebih luas karena memanfaatkan teknologi digital. Selain itu, dari sisi Sumber Daya Manusia (SDM) dapat meningkatkan penguasaan manajemen bisnis yang dipasarkannya ([KabarDaerah.com](http://KabarDaerah.com), 2020). Menurut Kominfo di tahun 2018, dengan melibatkan *Marketplace* (Bukalapak, Blibli.com, Tokopedia, Shopee, Blanja dan Grab Food) telah tercapai sejumlah 4.914.413 UMKM yang telah *Go Online* melalui kegiatan *On Boarding* ke *Marketplace* (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020).

Praktek jual beli suatu produk secara *online* juga telah digunakan oleh BT Batik Trusmi yang berlokasi di Plered, Kabupaten Cirebon. Batik

merupakan produk garmen yang menjadi kebanggaan Indonesia terbukti dijadikannya pakaian batik sebagai salah satu pakaian resmi di Indonesia (Lailah, 2019). BT Batik Trusmi merupakan salah satu perusahaan toko batik dan toko oleh-oleh yang terletak di desa Trusmi. Dan BT. Batik Trusmi juga telah memiliki *website* pribadi untuk memasarkan dan menjual produknya. Selain itu BT. Batik Trusmi juga menjual produk melalui *e-commerce* pada beberapa *marketplace*, diantaranya menggunakan Website, Instagram, Facebook, Lazada, Shopee dan Tokopedia (Yulie, 2021)

Menurut riset yang diprakarsai oleh Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (*Taylor Nelson Sofres*), produk fashion tetap mendominasi pasar *online* sebagai produk yang paling sering dibeli. Riset dilakukan dengan tujuan mengetahui perilaku masing-masing individu dalam berbelanja online dan kategori produk yang disasar. Sebanyak 1300 responden berumur 18 tahun ke atas di 12 kota-kota besar di Indonesia. Menurut responden yang mengaku membeli secara online dalam dalam sebulan terakhir, 78% di antaranya mengaku pernah membeli produk fashion secara online. Fakta ini membuat produk fashion, seperti yang diperkirakan, menduduki peringkat teratas produk yang paling sering dibeli secara online (Febriantoro, 2018).

Menurut T. Alvi Syahri Mahzura pada penelitiannya yang berjudul “Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan.” mengungkapkan bahwa dengan menggunakan *e-commerce* dapat menyebabkan kenaikan penjualan yang diperoleh Burger Sei Putih. Dan itu adalah penjualan burger pada tahun 2013-2016 (sebelum memanfaatkan *e-commerce*) dan pada tahun 2017 – tahun berjalan 2020 setelah memanfaatkan *e-commerce* dan melakukan mitra kerja sama dengan *Grab Food*. (Mahzura, 2020).

Banyak penelitian yang menyebutkan tentang keterkaitan antara penerapan dari *e-commerce* dapat meningkatkan pendapatan suatu usaha, peneliti merasa perlu untuk mengkaji keterkaitan antara penerapan *e-commerce* di BT. Batik Trusmi Cirebon dengan pendapatan yang didapatkannya selama masa pandemi Covid-19. Berdasarkan latar belakang

yang telah dikemukakan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon dan dampaknya terhadap Pendapatan selama masa pandemi COVID-19**”.

## **B. Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas penulis mengidentifikasi permasalahan yaitu Analisis Penerapan *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon dan dampaknya terhadap Pendapatan selama masa pandemi COVID-19.

### **2. Pembatasan Masalah**

Penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak terjadi perluasan masalah yang dibahas dan memberikan kemudahan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah pada penelitian ini hanya pada Analisis Penerapan *E-commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon dan dampaknya terhadap Pendapatan yang didapat oleh BT. Batik Trusmi selama masa pandemi COVID-19.

### **3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas maka penulis merumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana penerapan aplikasi *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi dalam memasarkan dan menjual produk pada masa Covid-19?
- b. Apakah penerapan *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi berdampak terhadap pendapatan pada masa Covid-19?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang peneliti ajukan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui penerapan dari aplikasi *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi dalam memasarkan dan menjual produk selama Covid-19.
- b. Untuk mengetahui dampak penerapan *e-commerce* terhadap pendapatan di BT. Batik Trusmi selama Covid-19.

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan serta pemahaman mengenai bagaimana penerapan aplikasi *e-commerce* di BT. Batik Trusmi dan apa saja dampak yang ditimbulkannya terhadap pendapatan pada BT. Batik Trusmi selama masa COVID-19.

#### b. Bagi Praktisi

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui bagaimana penerapan aplikasi *e-commerce* di BT. Batik Trusmi dan apa saja dampak yang ditimbulkannya terhadap pendapatan pada BT. Batik Trusmi pada masa COVID-19.

#### c. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti lain yang memiliki tema yang serupa dan juga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan memberikan kontribusi yang positif bagi dunia keilmuan yang ada di bidang penerapan *e-commerce* pada suatu UMKM selama COVID-19. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan ide pemikiran dan pengetahuan baru terkait dengan Analisis Penerapan *E-commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon dan dampaknya terhadap Pendapatan selama masa pandemi COVID-19.

## E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan model konseptual akan teori yang saling berhubungan satu sama lain terhadap berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan merupakan gambaran konsep atau alur penelitian yang dilakukan dalam kajian ini. Dalam penelitian ini, tujuan yang akan dicapai adalah untuk mengetahui penerapan dari *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon dan dampaknya terhadap pendapatan pada masa pandemi COVID-19.

Observasi dilakukan untuk mengetahui pengetahuan dasar secara umum yang dimiliki oleh BT. Batik Trusmi Cirebon dengan cara melakukan pengamatan terhadap berbagai situs *e-commerce* yang digunakan oleh BT. Batik Trusmi untuk melakukan penjualan produknya secara *online* yang telah ditemukan terdapat 4 situs yang digunakan oleh BT. Batik Trusmi untuk memasarkan produknya, yaitu melalui *Whatsapp*, *Website* Pribadi milik BT. Batik Trusmi, *Shopee* dan *Tokopedia*. Karena saat pandemi pada BT. Batik Trusmi mengalami penurunan *sales* drastis, sehingga mencari alternatif lain yaitu dengan mengandalkan penjualan *online* pada sekitar pertengahan tahun 2020.

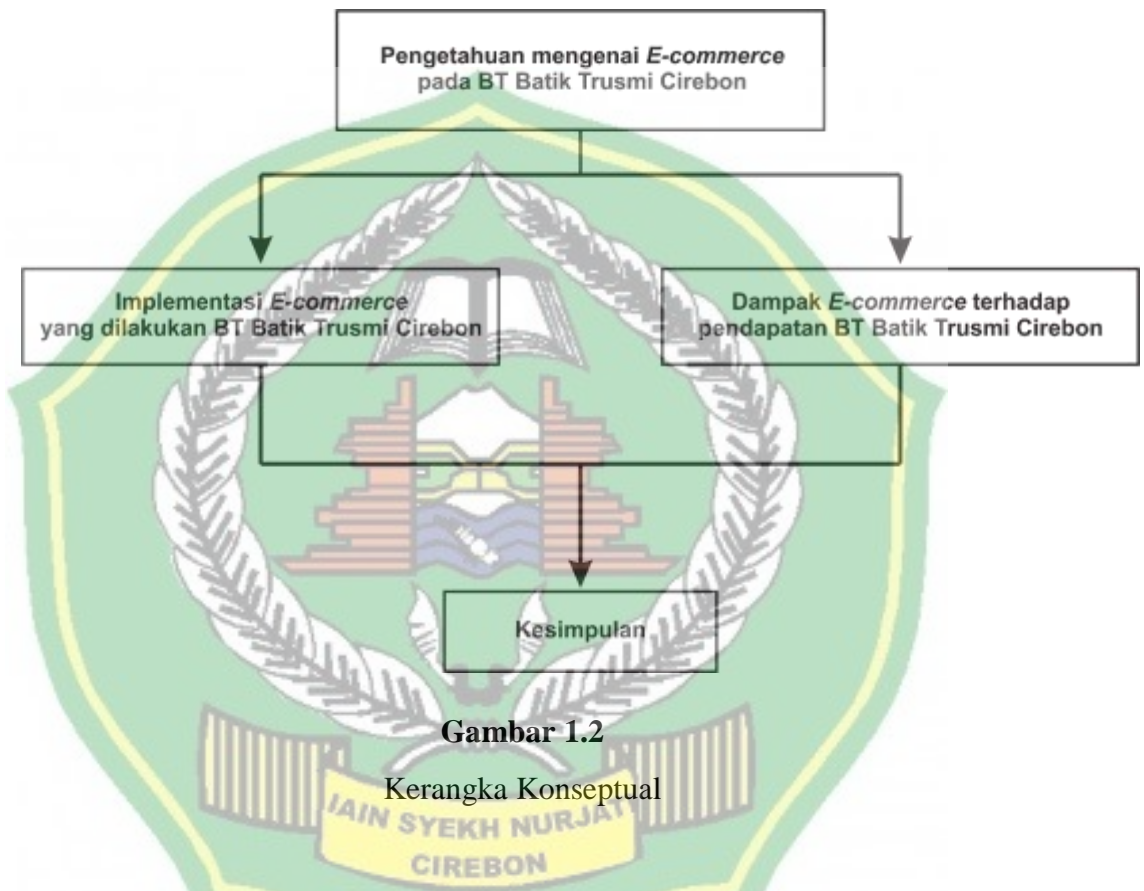
Terkait tentang Implementasi *e-commerce* dan Dampak penerapannya terhadap pendapatan di BT. Batik Cirebon. Implementasi *E-commerce* yang dilakukan oleh BT. Batik Trusmi akan menjelaskan beberapa hal seperti: prosedur dari Transaksi Jual – Beli yang dilakukan melalui situs *e-commerce* (khususnya *website* pribadi BT. Batik Trusmi), sistem pembayaran dan sistem keamanan yang mereka terapkan pada halaman *website* pribadi milik BT. Batik Trusmi. Karena prosedur, sistem dan sistem keamanan suatu halaman *e-commerce* menjadi suatu hal yang penting untuk dipertimbangkan para customer sebelum membeli suatu barang melalui jejaring internet seperti saat ini.

Dampak yang diperoleh dari penerapan *e-commerce* tersebut terhadap pendapatan BT. Batik Trusmi Cirebon selama pandemi Covid-19 dengan durasi waktu sejak tahun 2020 hingga tahun 2021 kemarin ialah terjadinya kenaikan pendapatan dari penjualan produk secara *online*. Dengan *sales e-commerce* di tahun 2020 periode Juni hingga Desember = Rp 557.522.954



dan di tahun 2021 penjualan melalui *platform e-commerce* mengalami kenaikan *Sales Growth* sebesar 230% serta masih banyak lagi dampak yang didapatkan dari penerapan *e-commerce* pada BT. Batik Trusmi selama pandemi COVID-19.

Kesimpulan dalam penelitian ini dapat ditarik berdasarkan hasil analisa atau penelitian yang diperoleh. Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.2**  
Kerangka Konseptual

#### F. Literature Review

Penelitian Terdahulu bertujuan sebagai rujukan dalam penelusuran yang terkait dengan tema yang akan diteliti. Penelitian terdahulu ini digunakan peneliti sebagai referensi dalam melakukan penelitian. Studi mengenai penerapan dari *e-commerce* pada Masa Pandemi Covid-19 telah banyak dilakukan dikalangan sarjana, dan dijadikan sebagai pedoman dasar penelitian ini.

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu:

**Tabel 1.1**

Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Pengarang	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sunarti, Susan Rachmawati, Frisma Handayanna, Destiana Rosanti, Arum Herlianti Fadhila (2019)	Peningkatan Pendapatan UKM Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web <i>Marketplace E-Commerce</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan observasi partisipatif.	Hasil penelitian dari kegiatan ini berupa aplikasi <i>marketplace e-commerce</i> menyediakan layanan jual beli barang sehingga menciptakan peluang bisnis para UKM dalam memasarkan produknya dan target luaran yang diharapkan kemampuan kelompok sasaran meningkat 80% dalam bidang bidang pemasaran melalui internet.
2.	Indah Andayani, Maria Veronika	Strategi Pemberdayaan Masyarakat	Penelitian menggunakan pendekatan	Beberapa kendala yang dialami pelaku UMKM

	Roesminingsih dan Wiwin Yulianingsih (2021)	Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19.	kualitatif dengan metode wawancara dan observasi. 18 Sampel pelaku UMKM berasal dari kabupaten Kediri dengan stratified random sampling.	kabupaten Kediri terletak pada proses pemasaran produk, sehingga strategi pemberdayaan yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM adalah pemberdayaan pemasaran produk secara online melalui platform market digital dan dapat melalui strategi pemberdayaan inovasi produk UMKM untuk beralih pada produk yang paling dibutuhkan (masker, hand sanitizer).
3.	Teti Sumarni dan Linda Daniati Melinda (2020)	Media Sosial dan <i>E-commerce</i> sebagai Solusi Tantangan Pemasaran Pada	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif	Pembuatan logo, stiker, akun google, akun <i>WhatsApp Business</i> , Instagram dan

		Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : UMKM Warung Salapan)	dengan observasi partisipatif.	Akun Gofood adalah upaya untuk menjawab tantangan pada pemasaran selama masa Pandemi Covid-19 dalam usaha kecil, khususnya UMKM Warung Salapan. Dengan dibuatkannya logo, stiker, akun google, akun <i>WhatsApp Business</i> , Instagram dan Akun Gofood. Harapannya adalah pemilik usaha Warung Salapan dapat meningkatkan penjualannya pada saat pandemi Covid-19.
4.	Khofifah Nur Ihza (2020)	Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah	Metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik	Dampak Covid-19 terhadap UMKM Ikhwa Comp lumayan tinggi, antara lain dapat

		<p>(UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto)</p>	<p>pengambilan data berupa wawancara, diskusi dengan pelaku usaha dan dari beberapa sumber artikel – artikel lainnya.</p>	<p>menurunkan pendapatan serta penurunan tingkat daya beli masyarakat. Ada beberapa upaya pelaku usaha guna meningkatkan suatu pendapatan seperti mempelajari lebih detail lagi tentang teknologi, memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen serta memperhatikan kualitas barang yang akan di jual ke konsumen. Selain itu hasil penelitian ini merekomendasikan strategi bertahan umkm adalah dengan melakukan perdagangan melalui <i>e-commerce</i>, Digital marketing, penambahan layanan terhadap</p>
--	--	---	---	--



				<p>konsumen serta mengoptimalkan hubungan pemasaran dengan para konsumen, dan mempertahankan produk serta menjaga pelanggan yang sudah ada.</p>
5.	T. Alvi Syahri Mahzura (2020)	<p>Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan.</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan jawaban responden dan hasil wawancara yang kemudian disajikan dalam tabel dan grafik dengan menggunakan sumber data primer dan teknik pengumpulan data berupa wawancara, penyebaran, angket dan</p>	<p>Pemanfaatan <i>e-commerce</i> dalam meningkatkan penjualan adalah peningkatan keuntungan, peningkatan hubungan mitra, dikenal masyarakat luas, sistem pengendalian internal yang lebih baik. Namun disisi lain terdapat dampak negatif dari penggunaan <i>E-commerce</i> dalam meningkatkan penjualan yaitu batalnya pesanan dari pelanggan, tidak tersedianya</p>

			observasi.	tempat parkir yang luas, kendala jaringan pada mesin EDC dan peluang pemesanan fiktif.
6.	Tedy Ardiansyah (2020)	Model Platform <i>E-Commerce</i> Dalam Mendukung Kesuksesan UMKM Di Indonesia.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana pendekatan yang dilakukan melalui studi literatur.	Bahwan bentuk dari model yang tepat untuk kesuksesan UMKM di Indonesia melalui platform <i>e-commerce</i> dari berbagai pemain digital bisnis.
7.	Nadia Ika Purnama, Linzzy Pratamu Putri dan Rahmad Bahagia (2021)	Analisis <i>E-commerce</i> Dalam Membantu Penjualan UMKMd di Tengah Pandemi	Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menjelaskan fenomena dan data serta penelitian terdahulu, lalu menarik kesimpulan dari persoalan yang ada.	<i>Electronic commerce</i> atau yang dikenal dengan <i>e-commerce</i> berperan sangat penting dalam membantu UMKM pada masa pandemi, adapun peran yang diberikan oleh <i>e-commerce</i> diantaranya adalah

				<p>meningkatkan pendapatan UMKM, meningkatkan penjualan UMKM, dan sebagai strategi pemasaran dan media promosi bagi UMKM.</p>
8.	Achmad Alfin (2021)	<p>Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19.</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis kualitatif dengan langkah eksploratif dengan menggunakan teknik observasi partisipatif.</p>	<p>berbagai macam strategi yang bisa dilakukan pelaku usaha diantaranya melakukan penjualan secara <i>E-commerce</i>, melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan.</p>



9.	Amanda Mastisia Rakanita (2019)	Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Karangsari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis kualitatif. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.	Pemanfaatan <i>e-commerce</i> akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM, produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan. Selain itu, pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menghemat biaya promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Hal ini pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing bagi UMKM di Desa Karangsari, Kecamatan Karangtengah,
----	---------------------------------	---	---	---

				Kabupaten Demak.
10.	Hanung Eka Atmaja, Ivo Novitaningtyas (2021)	Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi Covid-19.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif eksplorasi dengan teknik observasi partisipatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan hasil dari observasi dan data sekunder berdasarkan tinjauan terhadap penelitian sebelumnya.	Menganjurkan UMKM untuk menjual produknya melalui <i>e- commerce</i> dan melakukan promosi produk melalui digital marketing sebagai strategi pemasaran bertahan di masa pandemi. Selain itu, UMKM juga perlu mengoptimalkan hubungan pemasaran dengan pelanggan melalui customer relationship marketing agar tercipta pelanggan yang loyal.
11	Maya Richmayati, Elminaliya Sandra, Jeff Mutiara,	Analisis Dampak Covid 19 Terhadap Pendapatan ( Gojek Dan Pedagang	Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik	Pedagang <i>online</i> dan gojek dimasa covid-19 tetap bertahan dalam melakukan kegiatannya, serta

	Suyatni (2022)	<i>Online</i> Batam	Di pengambilan data berupa wawancara, diskusi dengan pedagang online dan dari beberapa sumber artikel –artikel lainnya.	pendapatan yang diperoleh meningkat pada situasi pandemi Covid-19.
12	Sharfina Nabilah, Muhammad Nursan dan Pande Komang Suparyana (2021)	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus UMKM Zea Food Di Kota Mataram).	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengambilan data berupa wawancara langsung kepada pemilik usaha Zea Food dan dari beberapa sumber jurnal lainnya.	Dampak pandemic Covid-19 terhadap UMKM Zea Food cukup tinggi, yaitu terjadi peningkatan omset penjualan sebesar 60 persen di masa pandemic Covid-19. Hal ini disebabkan karena Zea Food menggunakan digital marketing untuk melakukan promosi penjualan produknya. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk bertahan serta meningkatkan omset

				penjualannya di masa pandemic, antara lain dengan <i>e-commerce</i> , digital marketing, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, serta CRM.
13.	Abu Muna Almaududi Ausat dan Suherlan (2021)	<i>Obstacles and Solutions of MSMEs in Electronic Commerce during Covid-19 Pandemic: Evidence from Indonesia</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis kualitatif. Teknik pengumpulan Data termasuk mendengarkan dan merekam informasi penting untuk melakukan analisis data melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	Di era krisis, UMKM yang sudah lama beroperasi harus menentukan perubahan pola pikir dan tingkat kedewasaan dalam menentukan pendirian atau keyakinan masing-masing langkah mengadopsi teknologi baru. Beberapa pendidikan, pelatihan, pameran, dan pendampingan program harus dilaksanakan dalam rangka

				memenuhi kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas dalam <i>e-commerce</i> .
14.	Doharman Lumban Tungkup (2020)	<i>The Importance of Online Transportation Effectiveness for Business Resistance Strategies During the Covid-19 Pandemic</i>	Studi ini menggabungkan kualitatif metode penelitian dengan langkah eksploratif dengan teknik observasi partisipatif.	Menyarankan agar UMKM terlihat untuk melibatkan diri dalam <i>e-commerce</i> , dengan fokus pada pemasaran dan kolaborasi digital peluang untuk membangun dan mengoptimalkan hubungan pelanggan.
15.	Yoanita Kartika Sari Tahalele, Marini Yunita Tanzil dan Fabio Ricardo Toreh (2020)	<i>The Importance of E-Commerce on The Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in The Rural Area During Covid-19</i>	Analisis didasarkan pada kualitatif penelitian menggunakan focus group discussion terhadap 6 wanita yang memiliki UMKM di industri kreatif di Biak Numfor	Diharapkan pelatihan <i>e-commerce</i> mampu menyumbangkan kerangka kerja dan gagasan kepada masyarakat, pemerintah, dan pelaku UMKM terkait dengan pentingnya <i>e-commerce</i> dan pelatihan

			dan telah mengikuti pelatihan <i>e-commerce</i> .	pengembangan UMKM di pedesaan selama Covid-19.
--	--	--	---	--

Perbedaan antara penelitian yang akan dibuat oleh penulis dengan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan referensi, ialah terdapat pada Subjek Penelitian yang peneliti ambil sebagai tempat yang akan diteliti terkait topik yang terkait, yaitu pada BT. Batik Trusmi. Sebelumnya belum terdapat karya tulis baik Artikel Jurnal maupun Skripsi yang menjadikan BT. Batik Trusmi sebagai Subjek Penelitian terkait dampak dari penerapan *e-commercenya* terlagi di masa COVID-19.

Berdasarkan perbedaan dari studi kasus dari penelitian terdahulu tersebut. Maka dalam penelitian ini walaupun mengangkat tema yang serupa dengan beberapa referensi diatas, yaitu tentang dampak yang ditimbulkan dengan adanya penerapan dari *e-commerce* dimasa pandemi COVID-19 namun kali ini peneliti akan meneliti pada studi kasus yang berbeda dan dengan berdasarkan periode tertentu.

#### **G. Metodologi Penelitian**

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu adalah suatu penelitian yang ditunjuk untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, pariwisata, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan yang lainnya(Moleong, 2012).

Adapun penelitian kualitatif mempunyai dua tujuan utama, yang pertama yaitu, menggambarkan dan mengungkap (*to describe and explore*) dan yang kedua menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*)(Afifah, 2018). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu

untuk memberi gambaran secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai semua hal yang berkaitan dengan Analisis Penerapan dari *E-Commerce* yang diberlakukan oleh BT. Batik Trusmi selama masa Covid-19.

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang pengumpulan datanya dilakukan di lapangan untuk mengadakan pengamatan terhadap suatu fenomena dalam suatu keadaan (Susanto, 1999). Penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (Arikunto, 1998).

Dilihat dari sifatnya, penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan *reality empiric* dibalik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejernih mungkin, tanpa adanya perlakuan terhadap objek yang diteliti. Pada umumnya deskriptif merupakan penelitian non hipotesis sehingga dalam langka penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis (Gunawan, 2015). Penelitian deskriptif yang penulis maksud adalah penelitian yang menggambarkan bagaimana Implementasi dari *e-commerce* Di BT. Batik Trusmi Cirebon pada Masa Pandemi Covid-19. Selain itu, data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti, tidak dituangkan dalam bentuk angka-angka.

Metode studi kasus adalah suatu desain pembelajaran berbasis tingkat satuan pendidikan metode ini berbentuk penjelasan tentang masalah, kejadian atau situasi tertentu, kemudian mahasiswa ditugasi mencari alternatif pemecahannya kemudian metode ini dapat juga

digunakan untuk mengembangkan berpikir kritis dan menemukan solusi baru dari suatu topik yang dipecahkan(Moleong, 2012).

Metode ini dapat dikembangkan atau diterapkan apabila mahasiswa memiliki pengetahuan awal tentang masalah. Metode studi kasus ini mendorong penetapan masalah, investigasi dan persuasi oleh karena itu, satu dari elemen terpenting metode studi kasus adalah termasuk didalamnya diskusi secara kolaboratif isu yang ada pada kasus. Dengan cara itu, mahasiswa dapat mengidentifikasi apa yang mereka ketahui dan apa yang perlu mereka ketahui dengan tujuan untuk memahami kasus dan menetapkan masalah untuk diinvestigasi.

## 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana suatu data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder(Arikunto, Metodologi Penelitian, 2006).

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan. Yang termasuk data primer adalah transkrip hasil wawancara dan hasil temuan-temuan saat proses pelaksanaan penelitian. Adapun yang dijadikan sumber data primer dalam penelitian ini yaitu data hasil wawancara mendalam kepada Kepala Supervisor bidang *e-commerce*, beberapa karyawan pada bidang Pemasaran Online (*Digital Marketing*) dan bidang *e-commerce* di BT. Batik Trusmi dan dokumentasi.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer yang bersumber dari buku, jurnal, laporan tahunan, literatur dan dokumen lain yang berhubungan dengan masalah penelitian sebagai bahan rujukan atau bahan acuan.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap penelitian ini agar diperoleh data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik triangulasi, yaitu gabungan dari



berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Teknik dalam triangulasi dapat diperoleh melalui:

a. Wawancara

Wawancara adalah interaksi yang berlangsung terjadi antara dua orang dalam situasi saling berhadapan kepada salah seorang yang melakukan wawancara guna meminta informasi kepada orang yang diteliti mengenai disekitar pendapat dan keyakinannya (Emzir, 2014). Dalam wawancara terbagi menjadi beberapa macam yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur.

Peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur. Dengan wawancara terstruktur setiap responden diberikan pertanyaan yang sama dan peneliti akan mencatatnya. Peneliti akan menyiapkan pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya untuk memudahkan proses wawancara dan memperoleh hasil yang diinginkan. Informan utama dalam wawancara ini adalah supervisor *e-commerce* BT. Batik Trusmi, dan Beberapa Karyawan pada bidang *e-commerce* dan *Digital Marketing* di BT. Batik Trusmi (Emzir, 2014).

Dalam penelitian ini penulis akan menafsirkan “Analisis Penerapan *E-Commerce* pada BT. Batik Trusmi Cirebon dan Dampaknya terhadap pendapatan selama masa pandemi COVID-19” langsung kepada kepala bidang *e-commerce* dan pemasaran produk di Batik Trusmi, dengan cara melakukan observasi atau wawancara secara langsung kepada narasumber sehingga informasi yang didapatkan lengkap untuk menjawab isu yang akan diteliti.

b. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini sebagai pelengkap atas hasil observasi dan wawancara. Bentuk dari dokumen ini beraneka ragam, seperti tulisan, gambar ataupun sebuah karya monumental. Dengan metode dokumentasi ini peneliti mencari dan mendapatkan data-data tertulis laporan naskah-naskah kearsipan maupun data-data gambar yang ada di BT. Batik Trusmi.

#### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai di lapangan. Analisis data merupakan proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan (Moleong, 2012). Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu dari observasi, wawancara sampai dengan dokumen pribadi. Analisis data ini disusun secara sistematis dan dijabarkan dan ditarik kesimpulan sehingga dapat diceritakan kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman. Dalam model ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu:

##### a. *Data Reduction*

Maksud dari mereduksi data yaitu merangkum, memilih data dan memfokuskannya. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Semua data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari BT Butik Trusmi Kab. Cirebon dikumpulkan dan dirangkum kemudian disesuaikan dengan fokus penelitian.

##### b. *Data Display*

Data yang didapatkan dari hasil penelitian lapangan ditampilkan guna memperoleh suatu kesimpulan. Mendisplaykan data dapat mempermudah memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang sudah dirangkum untuk dipahami lebih dalam dengan tujuan mencapai suatu kesimpulan.

##### c. *Conclusion Drawing/ Verification*

Catatan yang diperoleh dari berbagai sumber dan dari observasi disimpulkan dan disesuaikan dengan fokus penelitian. Setelah data

hasil penelitian ditampilkan dalam bentuk naratif dan dipelajari lebih dalam maka akan didapatkan suatu kesimpulan yang disesuaikan dengan fokus penelitian di BT. Batik Trusmi(Gunawan, 2015).

#### **5. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di BT. Batik Trusmi yang beralamat di Jl. Trusmi No.148, Weru Lor, Plered, Cirebon, Jawa Barat 45154.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam memahami dan memberikan gambaran umum tentang penelitian yang telah diuraikan, adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, dalam bab ini akan menjelaskan secara garis besar sesuatu yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka berpikir, literature review, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**, dalam bab ini berisi uraian teori-teori yang digunakan dalam membahas Analisis Penerapan *E-Commerce* pada BT. Batik Trusmi di masa COVID-19.

**BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**, dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum tentang lokasi penelitian yaitu BT. Batik Trusmi Cirebon yang berada di Plered. Gambaran umum berupa sejarah, alamat, serta gambaran umum tentang *E-commerce* atau Jual Beli *Online* Di BT Batik Trusmi Cirebon pada Masa Pandemi Covid-19

**BAB IV ISI PEMBAHASAN**, dalam bab ini berisi mengenai hasil pembahasan mengenai Analisis Penerapan *E-Commerce* pada BT. Batik Trusmi dan Dampaknya terhadap Pendapatan selama masa Pandemi COVID-19. Dalam bab ini juga dibahas mengenai Strategi Pemasaran produk yang digunakan selama menggunakan *e-commerce*, dan Profitabilitas BT. Batik Trusmi selama Pandemi Covid-19 dengan penggunaan *e-commerce*.

**BAB V PENUTUP**, bab ini merupakan bagian terakhir dalam penelitian ini, yang mana didalamnya terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian serta pembahasan dari permasalahan yang diteliti dan juga didalamnya terdapat saran yang penulis bagikan mengenai hasil penelitian.

