

BAB 1

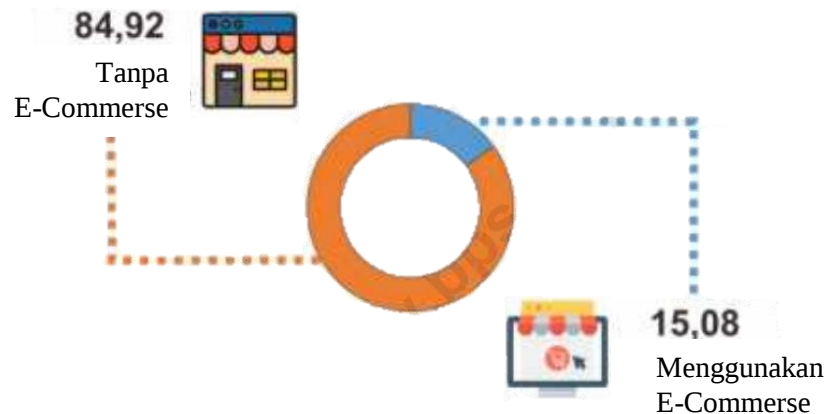
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu kegiatan ekonomi produktif yang keberadaannya sangat penting karena memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM memiliki beberapa keunggulan diantaranya dapat mengatasi pengangguran yakni mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan kesempatan kerja baru, membuka lapangan kerja baru, dan juga sebagai solusi usaha untuk masyarakat kecil, mampu meningkatkan produk domestik bruto (PDB), serta mampu bertahan pada saat krisis ekonomi. Mengacu pada data Badan Pusat Statistik (2014), ketika krisis moneter 1998, terlihat bahwa UMKM mampu bertahan meskipun terjadi inflasi hingga 88%, defisit neraca perdagangan 13%, penyerapan tenaga kerja oleh UMKM pada tahun 1998 sangat tinggi yaitu sebesar 57,34 juta (88,66%).

Perkembangan jumlah UMKM setiap tahun mengalami peningkatan baik kualitas dan kuantitasnya hingga rata rata 2,7 persen setiap tahunnya dari 2015 hingga 2017 (BPS, 2018). Meskipun demikian UMKM juga menghadapi banyak permasalahan antara lain hal hal yang berkaitan dengan kurangnya modal, kesulitan bahan baku, kurangnya pengetahuan produksi, persaingan usaha yang ketat dan kesulitan pemasaran (Tambunan, 2009). Oleh karena itu, dalam era ekonomi global atau era perdagangan bebas pelaku UMKM harus meningkatkan keunggulan kompetitifnya agar dapat bersaing di pasar global. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk media promosi dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan online maupun konvensional (Jansen, 2006; Supardi, 2009). Perkembangan teknologi yang pesat pada usaha perdagangan besar dan eceran mendorong UMKM untuk menggunakan media pemasaran melalui media *online* atau *e-commerce*. Menurut Susanto (2018), Evolusi teknologi ini mendorong pelaku usaha perdagangan

dapat menjangkau konsumen secara luas dan dalam waktu singkat yang mana hal ini merupakan potensi dan kesempatan bagi pelaku usaha.



Gambar 1.1

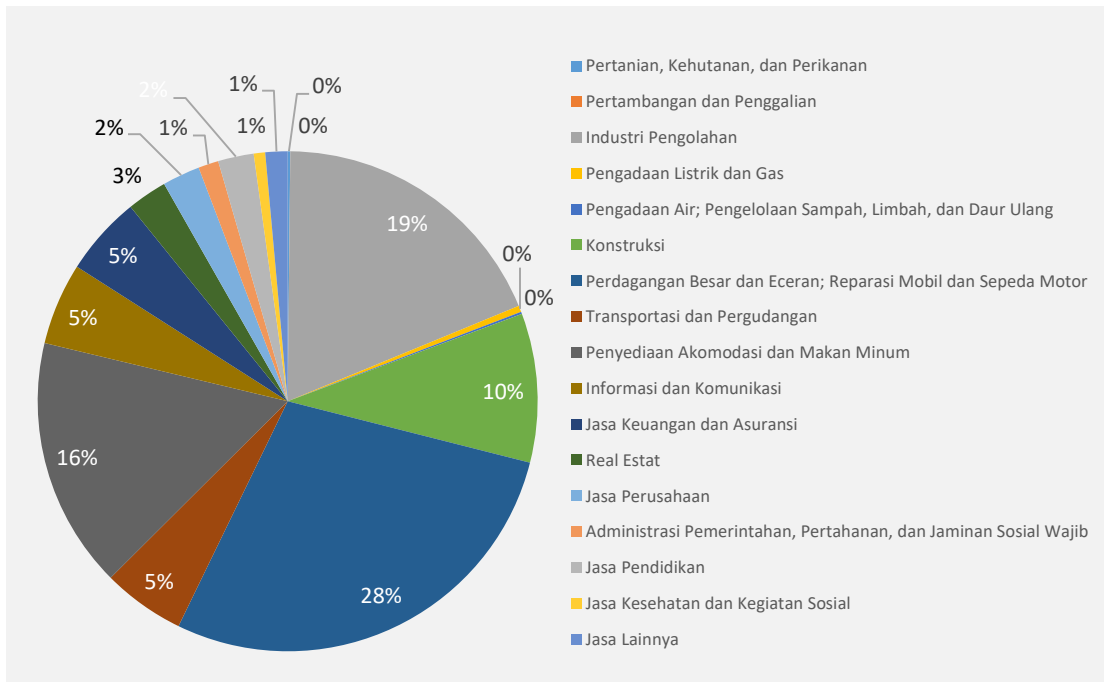
Persentase UMKM Pengguna *E-Commerce* di Indonesia, 2019

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019

Berdasarkan gambar 1.2 data (BPS, 2019) menunjukkan 15,08 persen UMKM mulai mengembangkan usahanya dengan melakukan transaksi *e-commerce*, tetapi 84,92 persen belum menggunakan *e-commerce*. Alasan terbanyak usaha tidak menggunakan *e-commerce* karena lebih nyaman berjualan secara langsung (*offline*) yaitu sebanyak 70,89 persen. Alasan terbanyak kedua adalah tidak tertarik berjualan *online* sebanyak 42,52 persen. Dan alasan terbanyak ketiga usaha tidak melakukan *e-commerce* adalah kurangnya pengetahuan atau keahlian dalam *e-commerce* yaitu sebanyak 21,78 persen.

Surabaya sebagai Ibukota Jawa timur yang merupakan pusat pemerintahan yang berperan strategis sebagai poros perekonomian di Jawa Timur dan memiliki sumbangsih yang besar dalam perekonomian Jawa Timur. Kota Surabaya memiliki potensi-potensi unggulan dalam meningkatkan perekonomian daerah yang berasal dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. selain itu, UMKM yang ada di Surabaya

mempunyai peran yang penting didalam perekonomian masyarakat Surabaya. Mengacu pada data yang dirilis oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (2019) peningkatan jumlah UMKM sampai dengan tahun 2018 tercatat sebanyak 26.854 di mana sebanyak 22.924 merupakan Usaha Mikro dan Kecil.



Gambar 1.2
Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto
Menurut Lapangan Usaha di Kota Surabaya, 2020

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Kota Surabaya sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur memiliki peran strategis pada skala nasional sebagai pusat pelayanan kegiatan Indonesia Timur khususnya pada bidang perdagangan pada simpul nasional dan internasional. Hal ini ditunjukkan dengan kinerja sektor tertinggi yang berkontribusi terhadap PDRB Kota Surabaya tahun 2020 adalah sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar Rp106.340.870.000.000,-. Selanjutnya diikuti oleh sektor industri

pengolahan dengan nilai kontribusi sebesar Rp76.384.520.000.000,- yang berkontribusi paling tinggi kedua dalam pembentuk PDRB Kota Surabaya.

Pada skala Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Salah satu sektor usaha yang berkembang pesat adalah usaha perdagangan pakaian jadi. Hal ini dikarenakan pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping makanan (pangan) dan tempat tinggal (papan). Menurut data yang dirilis oleh Pusdatin Kementerian Perdagangan (2014), pada periode 2009 sampai 2014, rata-rata konsumsi domestik pakaian jadi di Indonesia mengalami kenaikan 6,98% per tahun. Kenaikan konsumsi pakaian jadi tertinggi terjadi pada tahun 2009-2010 yaitu sebesar 19,6%. Sehingga terjadi peningkatan jumlah perdagangan pakaian jadi baik secara grosir maupun yang eceran, disebabkan oleh adanya kenaikan konsumsi pakaian jadi dari tahun ke tahun. Di Provinsi Jawa Timur, menurut hasil survei Bank Indonesia Jawa Timur yang dikutip dari dpm-ptsp.surabaya.go.id (2017) menunjukkan bahwa di Jawa Timur kategori perdagangan besar & eceran, mencatatkan peningkatan permintaan, terutama kelompok barang perlengkapan rumah tangga khususnya pada sub kelompok pakaian jadi, tas, dompet, koper dan ransel, farmasi, serta kosmetik tumbuh sebesar 19,05 % dan juga barang lainnya juga tumbuh sebesar 14,90% dari survei sebelumnya.

Dengan peningkatan jumlah pelaku UMKM maka meningkat pula persaingan usaha didalamnya. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan usaha, para pelaku UMKM perdagangan pakaian jadi mulai menggunakan teknologi informasi secara *online* atau *e-commerce* agar tercapai efisiensi teknis dalam kinerjanya serta pengembangan inovasi produksi. Keadaan yang efisien dibutuhkan untuk pelaku usaha tetap bertahan dalam persaingan pasar dengan memanfaatkan *input* yang ada menjadi *output* yang optimal atau dengan cara mendapatkan *input* yang minimum dengan *output* tertentu.(Swasono, 1993). Tetapi masih ada usaha perdagangan pakaian jadi bertahan dengan sistem *offline* karena keterbatasan sumberdaya manusia dan investasi.

Menurut Riza Fathoni dkk. (2019) meneliti tentang tingkat efisiensi teknis pada industri kreatif unggulan Kota Bandung dengan menggunakan *Data Envelopment Analysis* (DEA). Menghasilkan industri *fashion* dan industri musik merupakan industri kreatif unggulan yang efisien di Kota Bandung. Industri *fashion* termasuk yang efisien karena *input* yang digunakan dapat menghasilkan omzet yang besar, selain itu industri *fashion* merupakan ikonik Kota Bandung, sehingga menjadikan daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal maupun luar kota untuk berbelanja produk *fashion* baik di pasar tradisional maupun modern di Kota Bandung. Penelitian lain berkaitan dengan teknologi informasi dilakukan oleh Beck, R., Wigand, R. T., & Konig, W. (2005) yang menganalisis penerapan *e-commerce* pada UKM sektor manufaktur di empat negara, berdasarkan data empiris yang dikumpulkan melalui survei dan diolah dengan menggunakan *Data Envelopment Analysis* (DEA). Hasil menunjukkan bahwa penerapan berbagai aplikasi *e-commerce* menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi dalam semua negara. Jumlah UKM manufaktur yang efisien pada Negara Denmark 31,4%, Jerman 31,3%, Prancis 13,3% dan Amerika Serikat 44,9%.

Mempertimbangkan efisiensi teknis dalam usaha tentunya akan lebih baik lagi apabila diikuti dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis itu sendiri. Pitipat Nittayakamolphon (2020) meneliti tentang tingkat efisiensi teknis dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis pada perusahaan tekstil masyarakat di Chaloem Phra Kiat, Na Pho, Provinsi Buriram, Thailand dengan menggunakan metode *Two-Stage DEA*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 70% perusahaan tekstil masyarakat di Chaloem Phra Kiat dan Distrik Na Pho, Provinsi Buriram tidak efisien dalam kinerja teknis dan kinerja teknis murni. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk menggali kembali faktor-faktor yang dapat meningkatkan efisiensi usaha apabila nilai efisiensi tidak terpenuhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis pada perusahaan tekstil di Chaloem Phra Kiat dan Na Pho Provinsi Buriram adalah proporsi modal per tenaga kerja, lokasi, pengalaman

pemimpin dan jenis produk dalam usaha dapat membantu usaha tekstil di kawasan tersebut untuk meningkatkan efisiensi teknis usahanya.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* di Kota Surabaya pada tahun 2020. Pemilihan lokasi Kota Surabaya sebagai objek utama dalam penelitian ini karena Surabaya merupakan pusat industri dan perdagangan di Provinsi Jawa Timur. Jika dibandingkan dengan wilayah lainnya, Kota Surabaya merupakan kontributor terbesar pada jumlah pelaku usaha perdagangan besar dan eceran yaitu mewakili 7,8% dari keseluruhan pelaku usaha perdagangan besar dan eceran di Provinsi Jawa Timur (Badan Pusat Statistik, 2016).

1.2 Kesenjangan Penelitian

Penelitian tentang efisiensi teknis telah banyak dilakukan (Maya dan Anton, 2019; Septiawan, 2020; José Manuel Xavier, et. al., 2015). Metode analisis yang sering digunakan untuk mencari efisiensi teknis dari industri adalah Data Envelopment Analisis (DEA) dengan menggunakan *input* dan *output* yang berbeda sesuai dengan objek diteliti. Variabel yang sering digunakan sebagai *input* suatu usaha antara lain modal, biaya *overhead*, dan biaya tenaga kerja. Sedangkan, pada sisi *output*, variabel yang sering digunakan adalah volume penjualan, dan omzet penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis menggunakan Regresi Tobit juga banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu (Chaeroenrat dan Harvie, 2017; Nittayakamolphon, 2020; Sueyoshi, 1999) dengan menggunakan *Two-Stage DEA*. variabel terikat dan bebas yang sering digunakan pada sebagian besar penelitian, antara lain Ukuran Perusahaan, Usia Perusahaan, Modal per Tenaga Kerja dan Lokasi Perusahaan sebagai variabel bebas, dan hasil efisiensi teknis dari hasil perhitungan DEA sebagai variabel terikat.

Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membandingkan antara dua kelompok pelaku usaha perdagangan besar dan eceran khususnya pada bidang pakaian jadi di Kota Surabaya yang memiliki metode pemasaran *offline* dengan metode pemasaran *offline* dan *online*. menggunakan penambahan alat analisis *Uji Independent Sample T-Test* untuk mengetahui perbandingan Dengan menggunakan variabel berupa efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dengan *offline* dan *online*, menghasilkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata efisiensi teknis yang signifikan.

Selain itu pada penelitian ini alat analisis DEA menggunakan variabel Modal Awal (I_1), Biaya Tenaga Kerja (I_2), Biaya *Overhead* (I_3), dan Biaya Bahan Baku (I_4). Variabel *output* Omzet Penjualan (O_1), menggunakan asumsi VRS, dan menggunakan *input oriented*. Menghasilkan bahwa usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* masih belum efisien secara teknis.

Analisis Regresi Tobit menggunakan variabel dependen (terikat) yaitu Tingkat Efisiensi Teknis (Y), variabel independen (bebas) Lama Usaha (X_1), Jumlah Toko (X_2), Jumlah Tenaga Kerja (X_3), Modal Kredit (X_4), dan terdapat tambahan variabel Jumlah Toko *Online* pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online*. Variabel Modal Kredit merupakan variabel *dummy*. Menghasilkan bahwa mayoritas variabel independen yang digunakan tidak berpengaruh signifikan terhadap efisiensi teknis pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online*.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* di Kota Surabaya
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* di Kota Surabaya

3. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan rata-rata efisiensi teknis antara usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dengan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efisiensi teknis pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* di Kota Surabaya secara simultan dan parsial.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efisiensi teknis pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* di Kota Surabaya secara simultan dan parsial.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Dalam menguji tingkat efisiensi teknis, uji beda Independent sample T-test dan faktor –faktor yang memengaruhi efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* menggunakan tiga alat analisis. Analisis DEA memiliki variabel Modal Awal (I_1), Biaya Tenaga Kerja (I_2), Biaya *Overhead* (I_3), dan Biaya Bahan Baku (I_4). Variabel *output* Omzet Penjualan (O_1), menggunakan asumsi VRS, dan menggunakan *input oriented*, diolah menggunakan *software* DEAP 2.1. Untuk mengetahui perbedaan rata-rata antara Usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan usaha perdagangan usaha pakaian jadi *offline* dan *online* menggunakan uji *Independent Sample T-Test*. Regresi Tobit digunakan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis, memiliki variabel dependen (terikat) yaitu tingkat efisiensi teknis (Y), variabel independen (bebas) Lama Usaha (X_1), Jumlah Toko (X_2), Jumlah Tenaga Kerja (X_3), Modal Kredit (X_4). Selain itu terdapat tambahan variabel Jumlah Toko *Online* pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online*. Variabel Modal Kredit merupakan variabel *dummy*.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis DEA untuk mengetahui tingkat efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi di Kota Surabaya. Hasil dari usaha perdagangan

pakaian jadi *offline* menghasilkan rata-rata efisiensi teknis sebesar 65% serta terdapat 8 usaha yang efisien secara teknis. Usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* menghasilkan rata-rata efisiensi teknis sebesar 77,1% serta terdapat 20 usaha yang efisien secara teknis. Kemudian untuk hasil uji perbedaan, pada *equal variance assumed* diperoleh nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar $0.001 < 0.05$, yang artinya terdapat perbedaan rata-rata efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dengan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online*.

Hasil analisis Regresi Tobit pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* menunjukkan secara simultan variabel (lama usaha, jumlah toko, jumlah tenaga kerja, dan modal kredit) berpengaruh signifikan terhadap efisiensi teknis. Kemudian secara parsial, variabel lama usaha dan jumlah toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi teknis, variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap efisiensi teknis adalah jumlah tenaga kerja, dan modal kredit. Hasil analisis Regresi Tobit pada usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* menunjukkan secara simultan variabel (lama usaha, jumlah toko *offline*, jumlah toko *online*, jumlah tenaga kerja, dan modal kredit) berpengaruh signifikan terhadap efisiensi teknis. Kemudian secara parsial, variabel jumlah toko *online* dan modal kredit memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi teknis, variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap efisiensi teknis adalah lama usaha, jumlah toko *offline*, dan jumlah tenaga kerja.

1.6 Kontribusi Riset

Penelitian ini memiliki kontribusi riset yaitu :

1. Diketahui nilai dari efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* di Kota Surabaya
2. Diketahui perbandingan efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dengan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* di Kota Surabaya

3. Diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan usaha perdagangan pakaian jadi *offline* dan *online* di Kota Surabaya

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bagian yaitu:

Bab 1:

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang topik permasalahan, kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi riset, dan sistematika penulisan.

Bab 2:

Bab kedua adalah tinjauan pustaka yang berisi tentang landasan teori meliputi teori produksi, efisiensi, teori efisiensi, UMKM, Regresi Tobit, Independent sample T-Test, penelitian sebelumnya dan hipotesis.

Bab 3:

Bab ketiga adalah metode penelitian yang berisi tentang pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi variabel, definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, model analisis, dan teknik analisis.

Bab 4:

Bab keempat adalah hasil dan pembahasan yang berisi tentang penjelasan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan, deskripsi hasil penelitian, analisis dan pengujian hipotesis.

Bab 5:

Bab kelima adalah simpulan dan saran yang berisi tentang pembahasan kesimpulan yang dapat dikerucutkan berdasarkan penelitian dan saran yang diberikan untuk masukan terhadap penelitian yang akan datang. Untuk bagian ke enam berisi tentang daftar pustaka.