

**ANALISIS DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN  
USAHA KREATIF KULINER PEMPEK DI KOTA PALEMBANG**

**(KBLI 47245)**



Skripsi Oleh :

Rahmadiansyah AL

01021181520007

Ekonomi Pembangunan

*Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN**

**TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2021**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**ANALISIS DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN  
USAHA KREATIF KULINER PEMPEK DI KOTA PALEMBANG  
(KBLI 47245)**

Disusun Oleh :

Nama : Rahmadiansyah Al  
NIM : 01021181520007  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Ekonomi Industri

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

**Tanggal Persetujuan**

**Dosen Pembimbing**



**13-Maret-2020**

**Ketua : Prof. Dr. Bernadette Robiani.M.Sc  
NIP : 196402161989032001**



**12-Maret-2020**

**Anggota : Drs. Harunnurasyid, M.Com.  
NIP : 196002091989031001**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**ANALISIS DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN**  
**USAHA KREATIF KULINER PEMPEK DI KOTA PALEMBANG**  
**(KBLI 47245)**

Disusun Oleh:

Nama : Rahmadiansyah Al  
Nim : 01021181520007  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Ekonomi Pembangunan  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Industri

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 28 Agustus 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 02 Juli 2021

Ketua  
Anggota

Anggota



Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc. Drs. Harunnurrahyid, M.Com. Dr. Mukhlis S.E, M.Si

NIP: 196402161989032001 NIP: 196002091989031001 NIP: 197304062010121001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

**ASLI**  
JUR. EK. PEMBANGUNAN 6-8-2021  
FAKULTAS EKONOMI UNSRI



Dr. Mukhlis. S.E, M.Si

NIP. 197304062010121001

## **SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmadiansyah Al  
NIM : 01021181520007  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Bidang Kajian : Ekonomi Industri

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Dampak E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Kreatif Kuliner Pempek Di Kota Palembang (KBLI 47245)”**

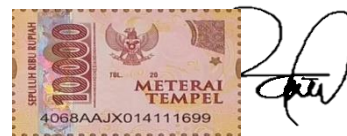
Pembimbing:

Ketua : Prof. Dr. Bernadette Robiani. M.Sc.  
Anggota : Drs. Harunnurasyid, M.Com.  
Tanggal Ujian : 28 Agustus 2020

Adalah benar-benar karya yang saya buat sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya tersebut. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia di cabut gelar sarjana / predikat kelulusan saya tersebut.

Indralaya, 10 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Rahmadiansyah Al  
NIM 01021281722094

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tugas akhir dengan judul “Analisis Dampak E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Kreatif Kuliner Pempek Di Kota Palembang (KBLI 47245)” Pada karya ilmiah ini penulis berusaha semaksimal mungkin untuk mengungkapkan dan menggali informasi serta menganalisis secara mendalam tentang dampak Dampak E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Kreatif Kuliner Pempek Di Kota Palembang .Kajian yang telah dilakukan menemukan banyak fenomena yang tentunya sangat menarik untuk dikaji secara ilmiah .

Salah satunya yaitu ditemukan bahwa responden mengalami peningkatan pendapatan penjualannya pada makanan kuliner yaitu pempek yang dimana setelah menggunakan e-commerce pedagang mengalami peningkatan pendapatan,hal ini tentunya sangat baik dimana pemanfaatan teknologi yang baik dan dipadukan dengan kuliner khas Palembang yang dimana akan berdampak baik kedepannya baik bagi pembeli dan juga penjualan makanan pempek di kota Palembang.

Dalam penyelesaian karya ilmiah tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat terkhusus orang-orang yang telah banyak mendukung selama ini. Penulis menyadari bahwa karya ilmiah skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat penulis harapkan untuk pengembangan keilmuan dimasa yang akan datang.

Indralaya, 16 Juli 2021



Penulis

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, oleh karena itu dalam kesempatan yang baik ini perkenankan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, berkat serta inayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan seluruh anggota keluarga. Karena berkat doa dan bantuan mereka baik berupa moril dan moril penulis mampu menyelesaikan masa studi dan skripsi ini dengan baik dan lancar.
3. Ibu Prof.Dr.Bernadette Robiani.M.Sc. dan bapak Drs.Harunnurrasyid,M.Com. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis, baik secara teoritis dan teknis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Mukhlis, S.E., M.Si selaku dosen penguji atas masukan dan saran untuk kemajuan dan kebaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Mukhlis, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan.
6. Admin Jurusan dan staff Dekanat yang telah banyak membantu alur birokrasi demi kelancaran skripsi ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan IMEPA FE UNSRI periode 2017/2018 yang telah kebersamai penulis dalam berjuang bersama mengurus himpunan hingga saling suport yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.
8. Rekan-rekan Ekonomi Pembangunan Angkatan 2015 atas kebersamaan dan cerita maupun pengalaman selama dunia perkuliahan.

## ABSTRAK

### ANALISIS DAMPAK E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN USAHA KREATIF KULINER PEMPEK DI KOTA PALEMBANG

(KBLI 47245)

Oleh:

Rahmadiansyah AL

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan strategi pemasaran menggunakan E-commerce sebagai teknik penjualan terhadap pendapatan usaha kreatif kuliner pempek di Kota Palembang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah uji beda yang akan digunakan adalah uji parametric (*Paired Sampel T -Test*). Hasil uji membuktikan bahwa peningkatan yang terjadi sesudah penggunaan strategi pemasaran menggunakan E-commerce dengan jumlah pendapatan paling kecil meningkat sebesar 16 persen, peningkatan terbesar setelah penggunaan pemasaran menggunakan E-commerce dengan jumlah pendapatan terbesar mencapai 38 persen. *test* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan setelah menggunakan bentuk strategi promosi E-commerce yang mana setelah menggunakan strategi tersebut pendapatan lebih jauh tinggi dibandingkan menggunakan strategi konvensional

***Kata kunci : E-commerce, Usaha Kreatif, Paired Sampel T -Test***

Mengetahui


Ketua



Prof. Dr. Bernadette Robiani. M.Sc.

NIP. 196402161989032001

Anggota



Drs. Harunnurasyid, M.Com.

NIP. 196002091989031001

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Mukhlis.S.E,M.Si

NIP: 197304062010121001

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF THE IMPACT OF E-COMMERCE ON REVENUE OF PEMPEK CULINARY CREATIVE BUSINESS IN PALEMBANG CITY

(KBLI 47245)

By:


Rahmadiansyah AL

This study aims to determine the impact of using a marketing strategy using E-commerce as a sales technique on the business income of pempek culinary creative in Palembang city. The method use in this study is a different test that will be used is a parametric test (Paired Sample T-test). The test result prove that the increace that occurs after the use of marketing strategies using E-commerce with the smallest amount of income increases by 16 percent, the largest increase after use of marketing using E-commerce with langest amount of income reahing 38 percent. The test show that there is a difference in income before and after using this form of E-commerce promotion strategy which after using this stratrgy the income is much higer that using a conventional strategy.

***Kata kunci : E-commerce, Creative Enterprises Paired Sampel T -Test***

Mengetahui

Ketua



Prof. Dr. Bernadette Robiani. M.Sc.

NIP. 196402161989032001

Anggota



Drs. Harunnurrasyid, M.Com.

NIP. 196002091989031001

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



30/07/21

Dr. Mukhlis.S.E.M.Si

NIP: 197304062010121001



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

	Nama : Rahmadiansyah AL
	NIM : 01021181520007
	Tempat, Tanggal Lahir : Indralaya 29 Oktober 1997
	Alamat : Jl.Tanjung Raya Lingkungan III RT 005 RW 000 Kelurahan Indralaya Raya Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir.
	Handphone : 082281072013
Agama	Islam
Jenis Kelamin	Laki-Laki
Status	Belum Menikah
Kewarganegaraan	Indonesia
Email	<a href="mailto:Rahmadiansyah75@gmail.com">Rahmadiansyah75@gmail.com</a>
<b>Pendidikan</b>	
2003 – 2009	SD Negeri 4 Indralaya
2009 – 2012	Mts Negeri Sakatiga
2012 – 2015	SMA Negeri 1 Unggulan Indralaya Utara
2015 – 2020	Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya
<b>Riwayat Organisasi</b>	
2018 – 2019	Kepala Divisi Kerohanian IMEPA FE UNSRI 2017/2018

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	xii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	xii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ixii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....	xii
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xii
ABSTRAK .....	vxii
ABSTRACT.....	vixii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR .....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I .....	15
PENDAHULUAN .....	15
1.1 Latar Belakang .....	15
1.2 Rumusan Masalah .....	221
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
BAB II.....	24
STUDI PUSTAKA .....	24
2.1 Landasan Teori .....	314
2.1.1 Teori Perilaku Industri.....	255
2.1.2 Teori Pendapatan .....	288
2.1.3 Teori Biaya Produksi.....	299
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pikir.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian .....	36
BAB III .....	37

METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	37
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.3 Metode Penentuan Sampel .....	38
3.3.1 Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
3.4 Teknik Analisis.....	41
3.4.1 Pengujian Hipotesis .....	41
3.4.1.1 Uji Beda .....	41
3.5 Uji Normalitas .....	42
3.6 Batasan Operasional Variabel .....	42
BAB IV .....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
4.1 Gambaran Umum .....	44
4.1.1 Gambaran Umum Usaha Industri Pempek .....	44
4.1.2 Alasan Menjadi Pengusaha Pempek di Kota Palembang .....	46
4.1.3 Tingkat Pendidikan .....	48
4.1.4 Bahan Baku.....	50
4.1.5 Bahan Penolong .....	52
4.1.6 Proses Produksi.....	52
4.2 Hasil Pembahasan.....	54
4.2.1 Pendapatan .....	54
4.3 Hasil Analisis Data .....	58
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019.....	16
Tabel 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2014-2016 .....	17
Tabel 1.3 Persentase Kontribusi PDB Subsektor Ekraf 2013-2019.....	18
Tabel 1.4 Industri Kecil Formal Kota Palembang Tahun 2019 .....	18
Tabel 1.5 Data Daerah Lokasi Persebaran Industri Kecil Formal Pempek 2019..	20
Tabel 3.1. Daftar Sampel Usaha Kuliner Pempek Sektor Formal di Kota Palembang Tahun 2019 .....	40
Tabel 4.1 Jumlah Pengusaha Berdasarkan Alasan Menjadi Pengusaha Pempek..	47
Tabel 4.2. Jumlah Responden Menurut Lamanya Usaha.....	48
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Pemilik Industri Pempek di Kota Palembang.....	49
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Banyaknya Tenaga Kerja.....	49
Tabel 4.5 Jumlah Upah Tenaga Kerja Industri Pempek di Kota Palembang.....	50
Tabel. 4.6 Tabel Bahan Baku Industri Pempek di Kota Palembang.....	51
Tabel 4.7 Biaya Bahan Penolong Pempek .....	552
Tabel 4.2 Harga Jual Produk.....	54
Tabel 4.3 Jumlah Penjualan Konvensional dan E-commerce.....	55
Tabel. 4.4 Pendapatan Sebelum dan Sesudah menggunakan Bentuk Strategi Pemasaran E-commerce .....	56
Tabel. 4.5 Pendapatan Maksimum, Pendapatan Minimum dan Rerata Sebelum dan Sesudah menggunakan Bentuk Strategi Pemasaran E-commerce .....	57
Tabel 4.5 Uji smimov Kolmogov .....	59
Tabel 4.6 Uji Paired Sample Test .....	60

## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 2.1 Model Analisis Organisasi Industri.....</u>	165
<u>Gambar 2.2 Kurva Biaya Total (TC), Biaya Variabel (VC), Biaya Tetap (FC), Biaya Marginal (MC), Biaya Rata-rata (AC), Biaya Berubah Rata-rata (AVC)..</u>	30

## DAFTAR LAMPIRAN

<a href="#"><u>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian</u></a> .....	64
<a href="#"><u>Lampiran 2. Daftar Responden Penelitian</u></a> .....	67
<a href="#"><u>Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian</u></a> .....	68
<a href="#"><u>Lampiran 4. Hasil Regresi</u></a> .....	69

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang separuh jadi, atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang, seiring dengan kondisi sumber daya alam yang semakin terdegradasi setiap tahunnya. Melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Pemerintah Indonesia berusaha menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan kesempatan Ekonomi Kreatif di Indonesia (Bekraf, 2019)

Ekonomi kreatif (Ekraf) yaitu sebuah konsep ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, inspirasi, atau kreatifitas dari sumber daya manusia (SDM) sebagai unsur produksi utama dalam aktivitas ekonominya. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mengaplikasikan definisi dari agenda strategis untuk menjabarkan ekonomi kreatif yakni penciptaan skor tambah dan kreatifitas yang dilindungi kekayaan intelektual, dan bersumber dari pengelolaan adat istiadat, ilmu pengetahuan dan teknologi. Semisal, sebuah aktivitas fotografi yang dijalankan semata cuma karena hobi tidak dapat digolongkan sebagai Ekonomi Kreatif, meski sebuah aktivitas fotografi yang menciptakan pendapatan bisa digolongkan kedalam Ekonomi Kreatif ( Rhizky, 2018)

Di Indonesia, geliat Ekraf telah mulai terasa semenjak sekitar satu dekade yang lalu, dikala Pekan Produk Budaya Indonesia digelar pertama kali pada tahun 2007. Pekan Produk Budaya Indonesia kemudian berubah nama menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia pada tahun 2009, dan pada tahun yang bersamaan, terbit intruksi Presiden Nomor 6 tahun 2009 perihal Pengembangan Ekonomi Kreatif, salah satu legislasi pencetus yang menempatkan Ekraf di pentas nasional. Kesudahannya, pada tahun 2011, terbit Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar aturan terbentuknya kementerian baru yang bertanggung jawab untuk ekonomi kreatif : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dengan menterinya, Mari Elka Pangestu (Bekraf, 2019)

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019**

<b>Pertumbuhan Kontribusi Ekraf Terhadap PDB Indonesia</b>				
<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Rp. 852 triliun	Rp.922,59 triliun	Rp. 1.009 triliun	Rp. 1.105 triliun	Rp.1.211 triliun*

*Sumber : Opus ringkasan data statistik ekonomi kreatif Indonesia 2019*

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 bahwa ekonomi Kreatif memiliki potensi yang cukup menjanjikan. Pada 2016, kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian nasional sebesar 7,44 persen dan diproyeksikan akan terus meningkat. Dari segi nilai, Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif diproyeksikan telah melampaui 1.009 triliun pada 2017 dan meningkat mendekati 1.105 triliun pada 2018, Kemudian pada tahun 2019 di proyeksikan mencapai 1.211 triliun.



**Tabel 1.2 Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2014-2016**

Industri Kreatif	Tahun		
	2017	2018	2019
<b>Aplikasi dan Game Developer</b>	0.105	0.0945	0.147
<b>Arsitektur</b>	0.147	0.147	0.1365
<b>Desain interior</b>	0.0105	0.0105	0.0105
<b>Desain Komunikasi Visual</b>	0,05	0.0105	0.0105
<b>Desain Produk</b>	0.0105	0.0105	0.021
<b>Fashion</b>	0.7875	0.525	0.756
<b>Film,Animasi,dan Video</b>	0.0105	0.0105	0.0105
<b>Fotografi</b>	0.021	0.021	0.0315
<b>Kriya</b>	0.588	0.7245	0.357
<b>Kuliner</b>	2.268	1.2285	2.268
<b>Musik</b>	0.0315	0.0315	0.0315
<b>Penerbitan</b>	0.252	0.294	0.2205
<b>Periklanan</b>	0.0735	0.0525	0.0525
<b>Semi Pertunjukkan</b>	0.021	0.021	0.021
<b>Seni Rupa</b>	0	0.0105	0.0105
<b>Televisi dan radio</b>	0.945	0.7245	0.924
<b>PDB Ekonomi Kreatif</b>	5.37	3.91	5

*Sumber : Opus ringkasan data statistik ekonomi kreatif Indonesia 2017*

Menurut tabel 1.2 banyak sektor Ekonomi kreatif di Indonesia antara lain : Fotografi, Kuliner, Seni rupa, Arsitektur, Seni Pertunjukan, Kriya, Desain produk, Desain interior, Desain komunikasi visual. Sektor Ekonomi Kreatif yang akan dibahas disini adalah sektor Ekonomi Kreatif Kuliner. Lalu apa yang dimaksud dengan Ekonomi kreatif kuliner, Ekonomi Kreatif Kuliner adalah kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreatifitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal ; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan dan nilai produk tersebut,

untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 2.2%. Oleh karena itu pemerintah harus mendukung perkembangan ekonomi kreatif kuliner ini harus lebih maju.

**Tabel 1.3 Persentase Kontribusi PDB Subsektor Ekraf 2013-2019**

<b>Kontribusi Ekspor Ekonomi Kreatif</b>						
<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
8.98	8.07	8.53	9.12	10.83	13.52	14.45

*Sumber: Infografis ringkasan data statistik ekonomi kreatif Indonesia 2017.*

Berdasarkan tabel 1.3, diketahui bahwa kontribusi ekspor ekonomi kreatif mengalami persentasi yang signifikan terhadap PDB industri kreatif dari yang awalnya pada tahun 2013 sebesar 8,98 persen kemudian pada tahun 2019 naik menjadi 14.45 persen. Maka dari itu subsektor industri kreatif mempunyai peran cukup besar dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia.

**Tabel 1.4 Industri Kecil Formal Kota Palembang Tahun 2019**

No	Cabang Industri	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Investasi (Rp.000)
1	Pangan/makanan	5605	22151	220.794.610
2	Sandang dan Kulit	919	7752	2.911.291
3	Kimia dan Bahan Bangunan	3827	2417	152.160.237
4	Logam dan Jasa	2557	10946	104.703.030
5	Kerajinan dan Umum	563	3699	17.466.784
Jumlah		13.470	46.965	718.830.561

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Palembang, 2019

Dari tabel 1.4 dapat dilihat unit usaha pangan atau makanan di kota Palembang berjumlah 5.605 unit, jumlah tenaga kerja 22.151 dan jumlah investasi Rp. 220.794.610, sedangkan sektor unit usaha kimia dan bahan bangunan dengan jumlah unit usaha dibawah sektor pangan dengan 3.827 namun penyerapan tenaga kerja juga di bawah sektor pangan yaitu berjumlah 2.417 dan jumlah investasi Rp. 152.160.237. Untuk sektor logam dan jasa jumlah unit usahanya juga berjumlah 2.557 dibawah sektor pangan dan kimia dan bahan bangunan namun penyerapan tenaga kerjanya hanya berjumlah 10.946, jumlah investasi Rp. 104.703.030.

Berdasarkan uraian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa sektor pangan memegang peranan penting terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Kota Palembang khususnya dari sektor industri. Kota Palembang memiliki sektor makanan khas yaitu pempek yang berbahan dasar dari ikan, Kota Palembang dialiri oleh sungai, oleh sebab itu masyarakat Kota Palembang memiliki usaha pempek dan. Bisa dilihat pada Tabel 1.5

**Tabel 1.5 Data Daerah Lokasi Persebaran Industri Kecil Formal Pempek  
2019**

<b>No</b>	<b>Kecamatan</b>	<b>Populasi</b>
1	Seberang Ulu I	21
2	Seberang Ulu II	1.05
3	Iilir Timur I	16.8
4	Iilir Timur II	1.05
5	Iilir Barat I	6.3
6	Iilir Barat II	1.05
7	Plaju	1.05
8	Kemuning	9.45
9	Alang-alang lebar	2.1
10	Bukit Kecil	12.6
11.	Kertapati	1.05
<b>Jumlah</b>		<b>73.5</b>

*Sumber: Dinas Perindustrian Kota Palembang 2019, data diolah*

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat di lihat jumlah industri kecil formal pempek yang terdaftar di Dinas Perindustrian Kota Palembang yang berjumlah 73 industri kreatif kuliner. Ini menandakan bahwa industri kreatif kuliner terutama pempek di Kota Palembang sangat berkembang.

Semakin berkembangnya usaha kreatif pempek di Kota Palembang tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan diantara produsen pun semakin ketat. Produsen harus memiliki cara untuk meningkatkan pendapatan. Karena apabila produsen tidak memiliki formula khusus meningkatkan pendapatan maka produsen pempek akan kalah bersaing dengan produsen pempek lainnya.

Pesatnya perkembangan teknologi di era saat ini industri kreatif membutuhkan media pemasaran yang berbasis internet atau sering disebut

sebagai e-commerce ialah konsep baru yang awam dibebaskan sebagai pelaksanaan jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau melewati platform aplikasi. Meningkatnya perkembangan e-commerce tak terlepas dari semakin pesat berkembangnya era digital di Indonesia (Purnomo Rachmat Aldy, 2016)

Di Indonesia, Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) memiliki peranan atau kontribusi cukup besar dalam perekonomian nasional. Mengingat dengan semakin ketatnya persaingan di sebagian pasar, maka diharapkan UMKM dapat terus melakukan berbagai inovasi dan perubahan untuk meningkatkan daya saingnya, memanfaatkan e-commerce merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing. Dewasa ini, pengguna dunia maya di Indonesia semakin meningkat, pada tahun 2019 pengguna dunia maya di Indonesia mencapai 175,4 juta jiwa, jumlah ini meningkat cukup pesat apabila dibandingkan dengan tahun 2015 yang hanya mencapai 93,4 juta jiwa. Menurut Hanum (2017), 77% dari pengguna internet digunakan untuk mencari informasi produk dan berbelanja online. Pelanggan online shop di Indonesia yang menempuh 8,7 juta orang, dan nilai transaksi yang diprediksi menempuh US\$ 4,89 Miliar pada tahun 2016, potensi e-commerce tentu dapat terlihat jelas melalui angka-angka ini (Hanum Ayu Noviani, 2017)

Permasalahan klasik yang dihadapi oleh UMKM adalah pemasaran. Oleh sebab itu pelaku UMKM diharapkan bisa memperluas akses pasar dengan cara memanfaatkan fasilitas teknologi berita yang dapat dipakai sebagai media komunikasi bisnis secara global. Dengan adanya sistem e-commerce ini penjualan

mengalami peningkatan dari 1.060 bros/bulan menjadi 1.325 bros/bulan. Dengan memanfaatkan e-commerce pemasaran produk UMKM akan meningkat, sehingga kesejahteraan pelaku UMKM bisa meningkat (Sholihin, dkk 2016).

Dari uraian diatas terdapat permasalahan pada perkembangan pendapatan yaitu, upah/gaji, sewa, keuntungan, dan masih kurangnya dalam pemanfaatan teknologi e-commerce untuk meningkatkan pendapatan, output yang maksimal dan laba maksimal.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana dampak sebelum dan sesudah menggunakan e-commerce terhadap pendapatan usaha kreatif kuliner pempek di Kota Palembang ?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Sejalan dengan persoalan yang menjadi fokus penelitian ini, maka tujuan utama penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis dampak sebelum dan sesudah menggunakan e-commerce pada pendapatan usaha kreatif kuliner pempek di kota Palembang.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Sehubungan dengan masalah sebelumnya, adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat akademis, memberi manfaat bagi penulis dan pembaca untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah didapatnya, dan memberikan

masukannya yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan penulis dan pembaca mengenai usaha kreatif kuliner.

2. Manfaat teoritis, mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari untuk mendukung analisis pada penulisan makalah.
3. Manfaat operasional, memberi manfaat bagi pengusaha pempek di kota Palembang untuk menambah daya pikir dan wawasan industri pempek di kota Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azis A, Miftah H, A. A. (2017). Analisis Nilai Tambah Dan Marjin Pemasaran Pisang Menjadi Olahan Pisang (Studi Kasus Pada Industri Kecil “Srikandi”) Di Kelurahan Dangdeur Kecamatan Subang Kabupaten Subang Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 1(1).
- Barker, G. R. (2016). Digital Convergence and Diminished Creative Industry Growth: A New Zealand Case Study. *SSRN Electronic Journal*, 1–22. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2818563>
- Barovich Guntoro. (2018). Penerapan E-Commerce dan Inovasi Kemasan untuk Produsen Pia Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 1(3).
- Bekraf. (2019). *Laporan Tahunan Bekraf 2019*. [bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id). <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/opus-badan-ekonomi-kreatif-outlook>
- Bujor A, A. S. (2016). Modern technologies and business performance in creative industries: a framework of analysis. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(2).
- Butar, G. R. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas Di Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 2(3).
- Dwiputranti Made Irma, Oktora Adriyani, P. D. (2016). Penentuan demand dan Nilai Tambah Produk Industri Kreatif Pada Pasar Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(2).
- Hanum Ayu Noviani, S. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-commerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(4).
- Hapsari Nurmalita Rhizky. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif Bidang Kerajinan Di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 2(3).
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri : Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. LP3ES.
- Hildayanti Siti Komariah, A. J. (2017). Strategi Branding Usaha Kecil Industri Pempek Kelurahan 2 Ulu Dan 26 Ilir Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(2).
- Hristoski, I., & Mitrevski, P. (2016). Evaluation of Business-Oriented



Performance Metrics in eCommerce using Web-based Simulation. *Journal of Emerging research and solutions in ICT*, 1(1), 1–16.  
<https://doi.org/10.20544/ersict.01.16.p01>

Jauhari Jaidan. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(5).

Kamil Ahmad. (2015). Pendekatan Analisis Kinerja Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 4(5).

Lehman Kim, Yanotti Maria Belen, Angelopoulos Sveta, de D. A. (2018). Analysis of Extant Tasmanian Creative Industries Data. *Creative Industries*, 4(4).

Moelyati Trisniarti Adjeng, Sriati, Marwa Taufiq, S. D. (2012). Analisis Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Makanan Khas Palembang Berbasis Ikan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(4).

Nugrahani Dewi Shanti. (2011). E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(5).

Pranata I Made Adi, D. G. S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 1(6).

Purnomo Rachmat Aldy. (2016). Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(6).

Purwaningsih Ratna, K. P. D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 1(7).

Rohmah Umi. (2017). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(6).

Sa'ad Walia Nabila. (2017). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 3(6).

Sako Maria Elfrida, dan A. N. H. (2016). Analisis Pendapatan Usaha Industri Jamu di Kelompok Tani Prima Mandiri Desa Usapinonot. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 6(1).

Saragih MFA, H Hasnudi, T. W. (2018). Analisis Pendapatan Petani Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Sayur Mayor Di Kecamatan Purba

- Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 1(5).
- Sasmitha Ni Putu Ria, Ketut AA, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Pada Industri Kerajinan Bambu Di Desa Belega Kabupaten Gianyar. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 6(5).
- Sulistiyorini Prastuti, Nur Ika Royati, E. Y. (2019). Pengaruh Adopsi E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pedagang Batik Di Pasar Grosir Setono. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 5(2).
- Wu Maoguo, X. R. (2016). Impact of Internet Usage on Residential Real Estate Brokerage Firms' Financial Performance. *International Journal of Management Sciences*, 6(11).