

**POTENSI *E-COMMERCE* SEBAGAI EKONOMI DIGITAL
DALAM PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN
(Studi Kasus UMKM di Kecamatan Kaliwates,
Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh:

Feni Aulia Rizky
NIM : 204105020120

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2024**

**POTENSI *E-COMMERCE* SEBAGAI EKONOMI DIGITAL
DALAM PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN
(Studi Kasus UMKM di Kecamatan Kaliwates,
Kabupaten Jember)**



SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Feni Aulia Rizky
NIM : 204105020120**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Disetujui Pembimbing

J E M B E R



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I.
NIP. 197308301999031002

**POTENSI E-COMMERCE SEBAGAI EKONOMI DIGITAL
DALAM PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN
(Studi Kasus UMKM di Kecamatan Kaliwates,
Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Senin
Tanggal : 29 April 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M.
NIP. 198509152019032005

Luluk Musfiroh, M.Ak.
NIP. 198804122019032007

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Anggota :

1. Dr. Hj. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT.
2. Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M.E.I.



MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ
عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكُّمٌ مَا يُرِيدُ

Artinya : “wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah), sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang dia kehendaki.” (QS. Al-Ma’idah [5]: 1).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquran dan Terjemahan* (Jakarta: Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), 143.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur yang mendalam. Akhirnya sampai pada titik ini dimana penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan dengan penuh rasa cinta, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berjasa dan berarti bagi penulis, yaitu:

1. Kepada kedua orang tua yang paling penulis cintai dan sayangi, Bapak (Mudaffar) dan Ibu (Yessy Damaihati) yang tiada hentinya memberikan doa dan dukungan, serta mendidik penulis dengan penuh sabar dan kasih sayang. penulis ucapkan terimakasih atas segala pengorbanannya, yang tidak mungkin bisa dibalas oleh penulis. Semoga penulis dapat menjadi harapan keluarga dengan kesuksesan, Amin.
2. Kepada almarhumah nenek (Rahayu Agustin) tercinta, yang sangat ingin melihat penulis menjadi sarjana. Terimakasih telah menjadi orang tua kedua, yang selalu memberikan doa, bantuan, dan dukungan yang tiada henti-hentinya.
3. Kepada kedua adik penulis (Bunga Intan Fadhillah) dan (Aryo Bimo Samudra), yang sudah menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada sepupu penulis (Chitra Aulia Putranti), penulis ucapkan terimakasih karena telah membantu dan memberi dukungan.
5. Kepada sahabat seperjuangan (Karin, Farido, Zulaiha, Wawa, Hilda, Okta, Faizah) yang telah memberikan dukungan.
6. Almamater UIN Khas Jember dan segenap dosen UIN KHAS Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu serta tenaga untuk memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Teman-teman kelas ES4 angkatan 2020 dan KKN Kelompok 89 Desa Karanganyar, Ambulu, Jember.

ABSTRAK

Feni Aulia Rizky, Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I 2024: *Potensi E-commerce sebagai Ekonomi Digital dalam Pertumbuhan Perekonomian (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember)*”.

Kata kunci: *E-Commerce*, Ekonomi Digital, Pertumbuhan Ekonomi

Perkembangan industri tidak lepas dari perkembangan teknologi khususnya teknologi digital. Para pelaku usaha mulai dari industri dengan skala besar hingga skala yang paling kecil seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini dituntut untuk bisa mengoptimalkan teknologi digital dalam setiap aktivitas usaha. Pemanfaatan digital telah membuka ruang usaha baru bagi Pelaku usaha UMKM, sehingga perlu untuk *meng-upgrade* memasarkan produknya secara digital guna mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Fokus dalam penelitian ini adalah 1). Bagaimana potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam pertumbuhan perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember 2). Bagaimana dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember

Tujuan dalam penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui dan mendeskripsikan potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam pertumbuhan perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates, 2) Untuk mengetahui dan mendeskripsikan dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif deskriptif. Dalam menentukan informan peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu pertimbangan dalam memilih informan yang dianggap mengetahui informasi mengenai permasalahan yang hendak diteliti. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian yaitu 1). *E-commerce* sebagai ekonomi digital dalam pertumbuhan perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Bertambahnya pengguna *e-commerce* meningkatkan aktivitas dalam berbelanja *online* hal tersebut membuat sektor ekonomi digital mengalami pertumbuhan ekonomi. Pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates setelah menggunakan *e-commerce* mengalami peningkatan sebanyak 24,5 persen dibandingkan sebelum menggunakan *e-commerce*.

2). Dampak dari penggunaan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates yang pertama yaitu memperluas jangkauan pemasaran serta mempermudah dalam memperoleh konsumen. Dampak kedua yaitu transaksi yang mudah, karena fitur yang terdapat di *e-commerce* sangat mudah untuk digunakan sehingga proses jual beli menjadi praktis dan efisien.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag, M.M selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Sofiah, M.E selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah.
5. Dr. Siti Masrohatin, S.E, M.M selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Segenap dosen yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti sebagai bekal dunia dan akhirat.
8. Dra. Sartini, M.M Selaku Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember.
9. Tim penguji Skripsi.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.

22 Februari 2024

Feni Aulia Rizky
204105020120

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
<i>Sumber: Data Diolah dari Peneliti Terdahulu</i>	29
B. Kajian Teori.....	29

BAB III	50
METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Lokasi Penelitian	50
C. Subjek Penelitian	51
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Analisis Data	54
F. Keabsahan Data	55
G. Tahap-Tahap Penelitian	56
BAB IV	58
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	58
A. Gambaran Objek Penelitian	58
B. Penyajian Data dan Analisis	61
C. Pembahasan Temuan	70
BAB V	77
PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Jumlah UMKM per Kecamatan di Kabupaten Jember	5
2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	26
2.2	Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> bagi Penjual	31
4.1	Luas Wilayah di Kecamatan Kaliwates	60
4.2	Jumlah Kenaikan Pendapatan	65



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
1.1	Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2013-2023	2



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

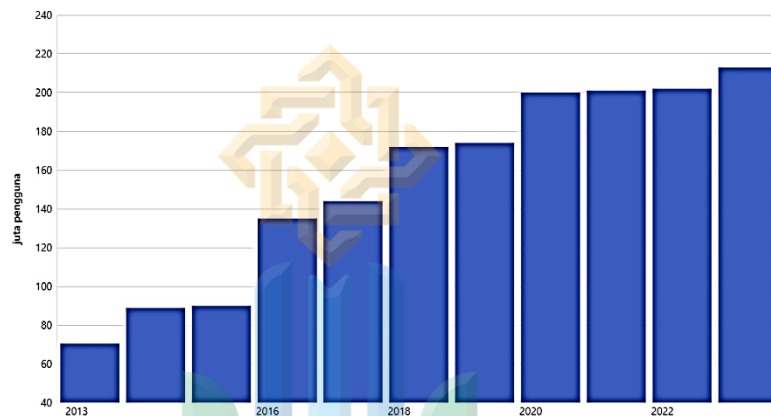
A. Latar Belakang

Perkembangan industri tak lepas dari perkembangan teknologi khususnya teknologi digital. Dunia digital terus memacu munculnya industri baru di ekonomi digital di Indonesia. Demikian dapat terjadi karena teknologi yang mengalami perkembangan sangat cepat dan pesat. Informasi bukan lagi hanya sebagai media untuk melakukan suatu transaksi serta komunikasi, melainkan juga menjadi sumber utama mendatangkan keuntungan dalam perekonomian. Dengan perkembangan ini, berdampak pada masyarakat memasuki era ekonomi digital. Indonesia adalah negara yang berpeluang tinggi untuk ekonomi digital dapat berkembang. Dampak yang terjadi di masyarakat ialah perubahan sosial masyarakat menjadi semakin kompleks. Terjadinya perubahan dalam gaya hidup karena perubahan model bisnis dari berbagai industri. Segala hal kini memungkinkan dapat dikendalikan dari berbagai tempat melalui perangkat internet.²

Pada saat ini pelaku usaha serta konsumen telah melekat dengan dunia digital. Tumbuhnya bisnis digital telah membuat teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan. Dengan memanfaatkan teknologi digital di satu sisi dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi melalui otomatisasi produksi, sedangkan di sisi lain digital platform juga mampu memperluas jangkauan pasar dan membuka ruang usaha. Berdasarkan data

² Fai, "Ekonomi digital indonesia," UMSU, Juli 20, 2023, <https://umsu.ac.id/berita/ekonomi-digital-indonesia/>.

dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), menunjukkan pengguna internet di Indonesia yaitu sebesar 78,19 persen pada tahun 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari jumlah populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa.³



Gambar 1.1
Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2013-2023
 Sumber: *Databoks-katadata (Annur,2023)*

Sistem pemasaran dengan menggunakan *e-commerce* mempermudah pelaku UMKM dalam menjangkau lebih banyak orang melalui situs web dan sosial media sehingga pelaku usaha bisa memperoleh banyak pelanggan dengan dana terjangkau. Semuanya menjadi lebih praktis, efisien, dan biaya yang minim. Berdasarkan pada data Statista *Market Insights*, jumlah pengguna daring atau *e-commerce* di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlah tersebut meningkat sebanyak 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu 158,65 juta pengguna. Melihat trennya, pengguna *e-commerce* di Indonesia terpantau terus meningkat. Jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Tren

³ M.F Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah, “ Startegi Digital Marketing Dengan Instagram dan Tiktok Pada Butik DOT.ID,” *HUMAN FALAH Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, No. 1(2023): 126-128.

kenaikan jumlah pengguna *e-commerce* ini diprediksi masih terus terjadi hingga empat tahun ke depan. Bank Indonesia (BI) menyatakan, bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp476,3 triliun di tahun 2022. Nilai tersebut diperoleh dari 3,49 miliar transaksi *e-commerce* di tahun sebelumnya. Nilai transaksi *e-commerce* tahun 2022 lebih tinggi 18,8% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 401 triliun. Kendati, angkanya masih di bawah target bank sentral sebesar Rp 489 triliun. Pertumbuhan pesat bisnis *e-commerce* ini disebabkan kebiasaan para konsumen yang mulai bergantung pada situs-situs *e-commerce* untuk membeli berbagai macam produk, terutama yang susah mereka temukan di toko-toko fisik. Serta, karena meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahun.⁴

Para pelaku usaha mulai dari skala kecil hingga skala besar seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini dituntut untuk bisa mengoptimalkan teknologi digital dalam setiap aktivitas usaha. Dengan pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku usaha, maka dapat terbentuk suatu ekosistem kewirausahaan digital, yang akhirnya dapat menghadirkan ekonomi digital dimana semua aktivitas ekonomi dapat terhubung secara digital. Digitalisasi memberikan peluang dan potensi yang besar untuk dimanfaatkan. Pelaku UMKM dituntut untuk melakukan digitalisasi untuk meningkatkan usahanya supaya tidak tertinggal oleh perkembangan teknologi dan memiliki daya saing dalam menjalankan usahanya, karena

⁴ Ridhwan Mustajab, "Pengguna *E-commerce* RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023," Data Indonesia September 4, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>.

penguasaan teknologi digital menjadi salah satu modal utama dalam meningkatkan suatu usaha.⁵

UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian. UMKM dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan. Banyak hal yang bisa dimanfaatkan seperti pengurangan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi, penguatan struktur ekonomi lokal, penciptaan lapangan pekerjaan, serta pembangunan negara. Langkah yang dapat dilakukan dalam memperbaiki kehidupan perekonomian di Indonesia salah satunya adalah memperkuat UMKM, seperti menyediakan lapangan pekerjaan dengan begitu akan mengurangi angka kemiskinan.⁶

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tercatat pada triwulan IV 2022 pertumbuhan Indonesia yaitu sebesar 5,01% hal tersebut masih terbilang cukup tinggi di era pertumbuhan ekonomi dunia mengalami pelemahan. Yang menjadi penopang utama dari perekonomian di Indonesia yaitu UMKM, berkontribusi sebesar 60,5 % terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).⁷

Dengan zaman yang semakin maju ini UMKM dapat terbantu dalam menjualkan produk dan jasanya dengan cara *online*, baik dengan *marketing* area lokal, nasional hingga global. Sektor utama yang memberikan

⁵ Marike Kondo, Herry Langi, Yoice Putung, dan Arief Kumaat, "Model *E-commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara," *Technomedia Journal* (TMJ) 8, no. 2 (2023): 222, <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2089>.

⁶ Fadhillah Insani, "Analisis *E-commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021), 1.

⁷ Hersa Farida Qoriani, Nurul Fatima Ahyatus, dan Qoyyimatun Nisa, "Pendampingan Percepatan Nomer Induk Berusaha (NIB) Dalam Rangka Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Nasional Di Desa Pepe Kecamatan Sedate Kabupaten Sidoarjo," *PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, No. 1(2023).

berkontribusi besar di ekonomi digital yaitu *e-commerce* atau elektronik *commerce* merupakan jual beli atau periklanan dengan menggunakan jaringan internet. Pengguna belanja *online* di Indonesia memang sangat tinggi sehingga tidak heran jika *e-commerce* terus tumbuh dan turut memeriahkan jagat perdagangan di dunia maya. *E-commerce* menyerahkan dampak yang positif kepada pelaku usaha, seperti pemasaran dan operasi yang inovatif dalam mengelola sumber daya untuk meningkatkan kinerja secara keseluruhan.⁸

Tabel 1.1
Jumlah UMKM per Kecamatan di Kabupaten Jember 2020

No.	Kecamatan	Jumlah
1	Sumberbaru	523
2	Tanggul	1,231
3	Semboro	922
4	Kencong	1,098
5	Jombang	453
6	Umbulsari	542
7	Puger	1,097
8	Balung	1,093
9	Bangsalsari	1,034
10	Rambipuji	883
11	Ajung	542
12	Wuluhan	773
13	Ambulu	1,085
14	Jenggawah	874
15	Tempurejo	765
16	Silo	376
17	Sukowono	552
18	Ledokombo	448
19	Kalisat	838
20	Sumberjambe	568
21	Jelbuk	421
22	Arjasa	442

⁸ Ade Onny Siagian, "Strategi Pemasaran *E-commerce* Bagi UMKM Indonesia Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia," *YAYASAN AKRAB PEKANBARU AKRAB JUARA* 6, no. 1 (2021): 3, <https://doi.org/10.58487/Akrabjuara.V6i1.1389>.

23	Pakusari	672
24	Sumbersari	6,463
25	Patrang	6,624
26	Kaliwates	8,044
27	Sukorambi	336
28	Panti	487
29	Mumbulsari	442
30	Mayang	532
31	Gemukmas	956
Jumlah		42,146

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember

Kabupaten Jember terletak di Provinsi Jawa Timur dengan memiliki 31 kecamatan. Kabupaten Jember memiliki ribuan pelaku UMKM yang aktif. Kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu Kecamatan Kaliwates, dengan pelaku UMKM sebanyak 8.044. Kecamatan Kaliwates adalah salah satu kecamatan yang berlokasi strategis pusat kota dan juga juga menjadi pusat perbelanjaan/Mall hal tersebut menjadi potensi dalam aktivitas perekonomian.⁹ Pemasaran melalui media sosial atau biasa dikenal dengan jual beli *online* saat ini sedang marak terjadi. Yang dimana para pelaku usaha UMKM memasarkan barang dagangannya melalui media internet sebagai alat yang banyak digunakan oleh masyarakat, dengan adanya *e-commerce* pengusaha UMKM dapat menggunakan *smartphone* untuk mempromosikan produknya supaya familiar di kalangan masyarakat.

E-commerce merupakan sarana yang saat ini banyak diminati untuk melakukan transaksi jual beli *online* karena diduga dapat memanajemen

⁹ Moch Arief, Misbahul Munir, dan Hersa Farida Qoriani, "Comparative Analysis Of Gojek And Grab Excellence Strategies In Improving The Market In Jember Regency," *Jurnal Syntax DRIMATION* 4, No. 6 (2023): 652.

waktu.¹⁰ Platform *e-commerce* yang sering digunakan saat ini seperti, *Shopee*, Tokopedia, Lazada, Gojek.¹¹ Berkembangnya *e-commerce* diharapkan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan teknologi digital serta berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi khususnya pada Kecamatan Kaliwates. Sebagian besar UMKM di Kecamatan Kaliwates yang semula hanya melakukan transaksi secara *offline* saat ini telah bertransformasi secara *online*. Ekonomi digital telah membuka ruang usaha baru bagi Pelaku usaha UMKM, sehingga perlu untuk meng-*upgrade* memasarkan produknya secara digital guna mempertahankan keberlangsungan usahanya. Zaman yang serba digital tidak mungkin untuk dihindari.¹²

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Potensi *E-commerce* sebagai Ekonomi Digital dalam Pertumbuhan Perekonomian (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan pokok masalah dalam penelitian ini yaitu:

¹⁰ Siti Indah Purwaning Yuwana, Ayu Wulandari, “Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN Khas Jember.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam JEBI* 3, No. 2(2023): 112.

¹¹ Nurul Amalia Sari, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar,” (Skripsi Universitas Negeri Makassar, 2019), 3.

¹² Siti Indah Purwaning Yuwana, “*Coronanomics* : Strategis Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19,” *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review JTEBR* 2, No. 1 (2020): 49.

1. Bagaimana potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam pertumbuhan perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates?
2. Bagaimana dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran yang menjelaskan arah yang hendak dituju dalam proses penelitian. Tujuan penelitian harus merujuk terhadap masalah-masalah yang sebelumnya sudah dirumuskan.¹³

Berdasarkan pada fokus penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian yang dirumuskan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam pertumbuhan perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi mengenai kontribusi apa yang hendak dipersembahkan setelah selesai penelitian. Kegunaan dari penelitian ini yaitu bersifat teoretis dan bersifat praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini dipaparkan sebagai berikut:¹⁴

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

¹⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

1. Manfaat Teoretis

Harapan dari penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi pengembangan ilmu pengetahuan, wawasan, dan memperluas kajian di dunia akademik khususnya tentang potensi *e-commerce* dalam mendorong perekonomian.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam mendorong pertumbuhan perekonomian di Kecamatan Kaliwates.

- b. Manfaat bagi Akademisi

Manfaat penelitian ini bagi akademisi adalah dapat memberikan kontribusi khususnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di lingkungan kampus khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah, dan penelitian ini sebagai literatur penelitian terdahulu di waktu selanjutnya.

- c. Manfaat bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat adalah membantu memberikan informasi mengenai potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam mendorong pertumbuhan perekonomian khususnya kepada UMKM di Kecamatan Kaliwates.

E. Definisi Istilah

Pemahaman mengenai istilah yang penting menjadi fokus peneliti dalam judul penelitian dengan tujuan supaya tidak terjadi kesalahan mengenai istilah-istilah yang dimaksud oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. *E-commerce*

E-commerce merupakan segala kegiatan atau transaksi jual beli melalui sarana elektronik seperti jaringan internet.¹⁵ Maka *e-commerce* dapat diartikan sebagai kegiatan dalam memasarkan barang melalui jejaring sosial tanpa batasan waktu. *E-commerce* yang dimaksud dalam penelitian ini seperti GoJek, ShopeeFood, GrabFood yang berkecimpung di bidang kuliner.

2. Ekonomi digital

Ekonomi digital merupakan aktivitas ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital dalam melakukan kegiatan produksi, distribusi, serta konsumsi baik itu barang maupun jasa. Hal ini mencakup berbagai bidang salah satunya seperti *e-commerce*.¹⁶

3. Pertumbuhan ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu kondisi terjadinya perubahan keadaan perekonomian masyarakat secara terus menerus ke arah yang dianggap lebih baik dalam kurun waktu tertentu. Perekonomian

¹⁵ Fadhillah Insani, "Analisis *E-commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021), 12.

¹⁶ Dhani Gunawan Idat, "Memanfaatkan Era Ekonomi Digital untuk Memperkuat Ketahanan Nasional" *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, (2019): 6, <https://doi.org/10.55960/jlri.v7i2.67>.

masyarakat mengalami peningkatan dengan adanya aktivitas seperti jual beli.¹⁷

4. UMKM

UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perseorangan atau badan usaha. Dikatakan sebagai Usaha Mikro apabila memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam Undang-Undang dengan jumlah aset terbanyak Rp 50,000.000. dan jumlah omzet terbesar maksimal Rp 300.000.000.¹⁸ UMKM yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu para pelaku usaha mikro yang berkecimpung dibidang kuliner di Kecamatan Kaliwates.

Judul Potensi *E-Commerce* Sebagai Ekonomi Digital dalam Pertumbuhan Perekonomian adalah kekuatan jual beli melalui pemanfaatan teknologi internet dalam kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi dalam proses terjadinya perubahan keadaan perekonomian ke arah yang lebih baik jangka waktu tertentu.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun pembahasan di dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:¹⁹

¹⁷ Khairan Tambunan, *Ekonomi Pembangunan*, (Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), 2.

¹⁸ Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, dan Dian Marlina Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* 4, No. 2 (2019): 139-140, <https://dx.doi.org/10.31002/Rep.V4i2.1952>.

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri dari sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, pernyataan keaslian, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel

2. Bagian Inti

BAB I PENDAHULUAN: pada bab ini adalah dasar dalam sistematika penelitian skripsi, yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan. Hal itu memiliki fungsi sebagai gambaran skripsi secara umum.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sebagai pembanding guna menyusun kepustakaan serta kajian teori dalam mendukung karya ilmiah ini.

BAB III METODE PENELITIAN: pada bab ini berisi tentang pendekatan serta jenis penelitian yang dipakai, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian yang hendak dilakukan.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS: pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian , penyajian data, serta analisis serta pembahasan temuan.

BAB V PENUTUP: pada bab terakhir ini yaitu menarik kesimpulan yang ada setelah melakukan proses di bab-bab sebelumnya, yang selanjutnya menjadi sebuah hasil atau analisis dari permasalahan yang

diteliti. Selanjutnya adanya saran untuk pihak yang bersangkutan di dalam penelitian skripsi secara khusus, maupun pihak yang membutuhkan penelitian secara umum.²⁰



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

²⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini peneliti akan mencantumkan beberapa hasil penelitian-penelitian terdahulu yang saling berkaitan untuk menjadikan salah satu acuan yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.²¹

1. Penelitian Leni Gustina tahun 2022 dengan judul “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang”. Rumah Kreatif BUMN (RKB) merupakan rumah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi selain itu pusat edukasi, pengembangan, dan digitalisasi UMKM. Tujuan didirikannya RKB ini adalah sebagai upaya memperdayakan ekonomi kerakyatan, khususnya pelaku UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian Indonesia. RKB juga akan menyediakan pelatihan yang berjenjang, yaitu pelatihan dengan Modul Tingkat Dasar, Modul Tingkat Lanjutan, dan Modul Belajar Sendiri. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pengusaha UMKM dalam menguasai *e-commerce*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang?. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan analisis mengenai pengaruh *e-commerce*

²¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

terhadap peningkatan pendapatan UMKM binaan RKB BNI Kota Padang, variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang. Dengan dibuktikan nilai signifikan *e-commerce* secara parsial dari uji signifikan parametrik individual (uji t) sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai thitung yaitu sebesar $4,050 >$ dari t tabel $2,009$.²²

2. Penelitian Bindarto tahun 2022 dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi”. Persaingan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin ketat dalam hal ekonomi digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi. Perkembangan ekonomi digital semakin meningkat akibat pandemi covid-19. Namun, tidak semua UMKM di Indonesia sudah menerapkan konsep digital karena kurangnya pengetahuan atau kurang tersedianya sarana dan prasarana pendukung ekonomi digital. Fokus penelitian ini adalah 1) Apa faktor pendukung bagi UMKM dalam menghadapi tantangan Ekonomi Digital? 2) Sektor apa saja yang bisa dikembangkan UMKM di wilayah Sulawesi Tenggara? dan 3) Strategi apa yang digunakan untuk pengembangan UMKM berbasis ekonomi digital dalam rangka pemulihan ekonomi?. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan

²² Leni Gustiana, “Pengaruh *E-commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang,” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 4, no 1 (2022): 160, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>.

pengembangan UMKM dalam ekonomi digital harus memperhatikan faktor-faktor pendukungnya diantaranya ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi seperti *smartphone* (HP), tablet, laptop dan PC desktop. Disamping itu, strategi penerapan ekonomi digital yaitu meningkatkan pangsa pasar ke Luar Negeri, menambah unit produksi dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan proses marketing online. keterlibatan para warganet baik sebagai pelanggan, social media influencer, maupun sebagai Reseller menjadi faktor penentu dalam ekonomi digital. Keberhasilan UMKM dalam mengembangkan usahanya ini dapat membantu pemulihan ekonomi Indonesia yang mengalami penurunan akibat pandemi covid-19.²³

3. Penelitian khoirul Anam tahun 2021 dengan judul “Efektivitas Penjualan Melalui Pemanfaatan Sistem *E-commerce* Pada Toko Jamu Herbal King Betiri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember”. Pada era modern ini terdapat berbagai cara yang digunakan oleh pemilik usaha dalam memasarkan produknya, cara yang banyak digunakan pada saat ini adalah dengan menggunakan media elektronik, media ini cukup efektif dalam memasarkan produk yang dijual dikarenakan media ini sudah mulai banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya. cara yang digunakan oleh pengusaha dalam memasarkan produknya melalui media elektronik dikenal dengan *e-commerce*. Fokus dalam penelitian

²³ Nurul Amalia Sari, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar,” (Skripsi Universitas Negeri Makassar, 2019), 9.

ini adalah 1) Bagaimana pemanfaatan penjualan melalui sistem *e-commerce* pada Toko Jamu Herbal King Betiri, 2) Apa saja kendala dalam menggunakan sistem *e-commerce* pada Toko Jamu Herbal King Betiri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Penggunaan sistem *e-commerce* sangat berdampak optimal bagi penjual, dimana *output* atau target tercapai, seperti dalam proses penjualan mempermudah antara penjual dan pembeli karena konsumen tidak perlu datang ke toko, dari segi target penjualan mencapai 85%, sebelumnya 1-2 box produk jadi setelah menggunakan toko online bisa sampai 4-5 box dan perluasan pangsa pasar lebih luas, penjualan Toko Jamu Herbal King Betiri cakupannya hingga nasional seperti Malang, Jakarta, Surabaya dan Sulawesi. Dalam penggunaan sistem *e-commerce* terdapat beberapa kendala, kendala yang dihadapi oleh penjual yaitu jaringan dan aplikasi yang error sehingga dalam proses jual beli tidak menggunakan *e-commerce*.²⁴

4. Penelitian Fadhillah Insani tahun 2021 dengan judul “Analisis *E-commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)”. Merebaknya pandemi *covid-19* di seluruh dunia yang disebabkan oleh virus Covid-19 ini merupakan jenis virus baru yang ditemukan pada Desember tahun 2019. Meskipun, pandemi membatasi aktivitas fisik, namun di lain sisi kegiatan belanja

²⁴ Khoirul Anam, “Efektivitas Penjualan Melalui Pemanfaatan Sistem *E-commerce* Pada Toko Jamu Herbal King Betiri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember” (Skripsi, IAIN Jember, 2021), 63.

online terus meningkat. Hal ini membuat para pelaku UMKM beralih pada *e-commerce* untuk melakukan pemasaran usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM Kota Medan serta bagaimana *e-commerce* sebagai ekonomi digital dapat mendorong pertumbuhan perekonomian di tengah pandemi *COVID-19*. Fokus dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM kota Medan di tengah pandemi *COVID-19*? 2) Bagaimana *e-commerce* sebagai ekonomi digital dapat mendorong pertumbuhan perekonomian Kota Medan di tengah pandemi *COVID-19*?. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Hasil penelitian ini terdapat beberapa dampak yang dirasakan para pelaku UMKM Kota Medan yang menggunakan *e-commerce* diantaranya yaitu mempermudah dan memperluas pemasaran, dengan menggunakan *e-commerce* pelaku usaha dapat dimudahkan dalam melakukan transaksi dengan pembeli, meningkatkan omset penjualan, penjualan mereka mengalami peningkatan semenjak menerapkan *e-commerce*.²⁵

5. Penelitian Mega Muli Utami Tahun 2021 Dengan Judul “Dekomigital (Desa Ekonomi Digital): Strategi transformasi UMKM Desa Digital Sebagai Upaya Pemulihan Perekonomian Pada Masa Pandemi Di Indonesia”. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berdampak besar terhadap perekonomian dengan kontribusi pendapatan mencapai 60%

²⁵ Fadhillah Insani , “Analisis *E-commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan , 2021), 59.

dari PDB Indonesia. Akan tetapi, 90 persen UMKM terdampak pandemi Covid-19 tidak hanya di perkotaan saja, tetapi juga di pedesaan. Pembatasan sosial mengakibatkan transaksi ekonomi desa mengalami penurunan baik dalam internal desa maupun dengan wilayah sekitarnya. Transformasi desa digital menjadi kunci utama agar transaksi ekonomi di masa pandemi dapat terus berjalan. Program desa berbasis *e-commerce* di Desa Taobao, Tiongkok, menjadi benchmark dari interpretasi hal tersebut. 1) Bagaimana cara mentransformasikan UMKM desa menjadi sektor usaha berekosistem digital? 2) Bagaimana sistem dan tahapan untuk mengimplementasikan konsep Dekomigital (Desa Ekonomi Digital) sehingga mampu mewujudkan pemulihan ekonomi pada masa pandemi? 3) Apa saja manfaat yang dihasilkan bagi masyarakat dari konsep Dekomigital (Desa Ekonomi Digital) bagi pemangku kepentingan dan masyarakat?. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi untuk mentransformasikan UMKM desa dengan sistem digital yaitu dengan menggagas suatu konsep yang disebut dekomigital (desa ekonomi digital) yang menyinergikan antara implementasi *e-commerce* dan database UMKM desa, *upgrading village marketing center* (bumdes), dan reformasi masyarakat desa go-digital yang mampu mewujudkan pemulihan ekonomi pada masa pandemi. diharapkan konsep dekomigital dapat memajukan sumber daya desa dalam

teknologi dan informasi digital serta membuat produsen di pedesaan mampu menjangkau kegiatan transaksi ekonominya secara lebih luas.²⁶

6. Penelitian Nursyakilah Syikin tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar”. Perkembangan digitalisasi telah menciptakan terobosan baru di bidang ekonomi, yaitu dalam interaksi bisnis ke bisnis, bisnis ke pelanggan. Persaingan UMKM yang semakin ketat dalam hal Ekonomi Digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi, oleh sebab itu para UMKM harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan Ekonomi Digital. Misalnya seperti yang terjadi saat ini di Kota Makassar yang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Sulawesi Selatan, merujuk pada data Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, jumlah pelaku UMKM sebanyak 16.492 orang yang bergerak pada beragam sektor. Salah satunya adalah sektor kuliner yang banyak diminati masyarakat. Hal ini pun dikatakan oleh Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar Evi Aprilianti yang mengatakan bahwa Kota Makassar memang terkenal dengan kekayaan kulinernya. Fokus dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah kuliner di Kota Makassar, Kecamatan Rappocini. Metode penelitian yang digunakan

²⁶ Mega Muli Utami, “Dekomigital (Desa Ekonomi Digital): Strategi transformasi UMKM Desa Digital Sebagai Upaya Pemulihan Perekonomian Pada Masa Pandemi Di Indonesia”, *Inspire Journal* 1, No 2 (2021): 230-231.

yaitu kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM yang berada di Kecamatan Rappocini telah menggunakan dan memanfaatkan bagian dari ekonomi digital untuk kepentingan usahanya. Peran Ekonomi Digital yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini antara lain sebagai saran promosi produk/jasa, memberikan akses kepada pelanggan maupun produsen, mempermudah transaksi dengan adanya istilah transaksi online, serta meningkatkan penjualan produk yang otomatis dapat meningkatkan pendapatan bagi suatu usaha..²⁷

7. Penelitian Kusniawan Nur Muhammad Fitra tahun 2020 dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada UMKM Kecamatan Enggal Kota Bandar Lampung Tahun 2019)”. Arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba *digital* saat ini semakin pesat. *Digital marketing* saat ini sudah menjadi bagian dari masyarakat. Orang-orang yang sebelumnya tidak berhubungan dengan *digital marketing* sekarang telah mulai tertarik dalam bidang tersebut. Era dimana seseorang akan mempertanyakan bila dia tidak memiliki akun sosial media. Perkembangan *digital marketing* tidak hanya menimbulkan dampak positif namun juga menimbulkan dampak negatif. Salah satu dampak negatif yang terjadi dilapangan adalah adanya penyimpangan yang terjadi karena tidak memenuhi syarat sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang didalamnya terdapat prinsip

²⁷ Nursyakilah Syikin, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar”, (Skripsi, Universitas Bosowa Makassar, 2020), 70.

kejujuran dan tanggung jawab. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di kecamatan Enggal 2) apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Enggal menurut perspektif ekonomi Islam. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Perkembangan UMKM di Bandar Lampung mengalami perkembangan yang cukup baik karena sebagian dari pengusaha UMKM sudah mulai mengikuti perkembangan arus *digital* dengan cara pemasaran menggunakan *digital marketing*. Meskipun masih banyak UMKM yang belum menggunakan sistem *digital marketing*. beberapa UMKM di Kecamatan Enggal bahwa pendapatan pertahun Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami peningkatan pada tahun 2019 di Kecamatan Enggal. Untuk kenaikan pendapatannya rata-rata sebesar 19% ini setelah menggunakan *digital marketing*. Dan berdasarkan observasi di lapangan UMKM diatas telah menggunakan *digital marketing* sebagai alat pemasaran mereka. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di era *digital* menjadikan persaingan UMKM menjadi ketat dan mengharuskan para pelaku UMKM mengikuti perkembangan dengan cara memanfaatkan tekonologi, salah satunya dengan menggunakan *digital marketing* untuk memaksimalkan pendapatan para pelaku UMKM.²⁸

²⁸ Kusniawan Nur Muhammad Fitra, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada UMKM Kecamatan Enggal Kota Bandar Lampung Tahun 2019)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), 12.

8. Penelitian Al Fadilla Darma Nasri tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Penerapan *E-commerce* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bengkulu)”. Pada sekarang ini sudah banyak orang yang melakukan jual beli secara tidak langsung salah satu contohnya adalah jual beli melalui internet atau *e-commerce*. Hadirnya bisnis online ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan internet. *E-commerce* adalah model bisnis di mana produk dijual langsung ke konsumen atau kepada pelaku bisnis lainnya. *E-commerce* memberikan pilihan kepada produsen-produsen tentang jenis usaha dan skala usaha yang diminati dan yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan teknologi informasi *e-commerce*, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah penerapan *e-commerce* berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu. 2) Seberapa besar pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Penerapan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dalam uji t dengan nilai sig yang kurang dari alpha ($\alpha = 0.05$) yaitu 0,010. Hasil uji koefisien determinasi dengan nilai R square sebesar 0,196 atau

19,6 %, yang artinya bahwa variabel penerapan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu, dengan keterangan interpretasi koefisien kategori sangat rendah.²⁹

9. Penelitian Eri Yanti Nasution tahun 2020 dengan judul “Perkembangan Transaksi Bisnis *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”. Dinamika perekonomian tidak terlepas dari perkembangan serta kemajuan teknologi, infrastruktur, produktivitas dan inovasi. Kemajuan ilmu pengetahuan memberikan dampak dalam kemajuan teknologi. *Disruptive innovation* menciptakan pasar sendiri yang berlanjut pada sektor bisnis *digital (e-commerce)*. Perkembangan teknologi juga diiringi dengan perkembangan cara menyampaikan informasi dalam berkomunikasi sehingga aktivitas menjadi lebih cepat dengan menggunakan internet dengan aplikasi sosial media. Fokus dalam penelitian ini adalah 1) Perkembangan TIK telah menyebabkan perubahan perilaku ekonomi masyarakat Indonesia yang ditandai dengan fenomena perkembangan bisnis yang berbasis internet atau *e-commerce*. 2) Meningkatnya pengguna internet sebanyak 132,7 juta pada tahun 2016, tetapi pengguna internetnya masih belum banyak memanfaatkan peluang pasar *e-commerce*. 3) Perkembangan *e-commerce* di Indonesia, ternyata dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya sektor perdagangan dan jasa. 4) Melihat perkembangan *e-*

²⁹ Al Fadilla Darma Nasri, “Pengaruh Penerapan *E-commerce* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bengkulu), (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2020), 70.

commerce menunjukkan pertumbuhan positif yang berpotensi untuk pasar *e-commerce* di masa depan, tetapi dapat mengurangi usaha-usaha yang masih tetap menggunakan pola pikir tradisional. 5) Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah justru dapat menghambat pertumbuhan ekonomi pada sektor *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada jangka waktu 10 tahun. Variabel GDP, JNTE dan JPI memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, jika naiknya nilai dari GDP dan JNTE dan JPI akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara signifikan. Pertumbuhan ekonomi pada era teknologi digital menjadi mesin penggerak pertumbuhan ekonomi dalam bentuk aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari dalam menjalani jual beli dengan melakukan transaksi secara digital dan berkomunikasi secara digital juga melalui web atau marketplace yang telah eksis di Indonesia.³⁰

10. Penelitian Nurul Amalia Sari tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar”. Usaha mikro, kecil dan menengah memiliki peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kota Makassar mempromosikan produk mereka melalui

³⁰ Eri Yanti Nasution, “Perkembangan Transaksi Bisnis *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”, 2020.

internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan *smarphone* yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah perkembangan ekonomi digital berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar?. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan analisis mengenai pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar, Perkembangan ekonomi digital merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu usaha untuk itu diperlukan peningkatan pengetahuan mengenai ekonomi digital bagi para pelaku usaha.³¹

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas maka disimpulkan letak persamaan dan perbedaan sebagai berikut.³²

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Leni Gustina (2022)	Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang	a) Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu membahas mengenai <i>e-commerce</i> dan usaha UMKM	a) Perbedaan dari penelitian ini adalah data diperoleh dari wawancara, angket, dan dokumentasi b) Fokus

³¹ Nurul Amalia Sari, "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Di Kota Makassar," *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi* 3, no. 3 (2023): 1-8, <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i2.384>

³² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			<p>Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif</p> <p>b) Metode yang digunakan yaitu kualitatif</p>	<p>penelitian yaitu peningkatan pendapatan</p>
2.	Bindarto (2022)	Strategi Pengembangan UMKM Dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi	<p>a) Persamaan dari penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan ekonomi digital terhadap UMKM</p> <p>b) Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif</p>	<p>a) perbedaan penelitian terletak pada sumber data diperoleh dari jurnal, buku, berita nasional maupun dari situs web instansi pemerintah seperti BPS.</p>
3.	Khoiril Anam (2021)	Efektivitas Penjualan Melalui Pemanfaatan Sistem <i>E-commerce</i> Pada Toko Jamu Herbal King Betiri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember.	<p>a) Persamaan dari penelitian ini membahas mengenai <i>e-commerce</i></p> <p>b) Metode yang digunakan yaitu kualitatif</p> <p>c) Data diperoleh melalui wawancara</p>	<p>a) Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu efektivitas penjualan</p>
4.	Fadhillah Insani (2021)	Analisis <i>E-commerce</i> Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan).	<p>a) Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai <i>e-commerce</i> sebagai ekonomi digital</p> <p>b) Metode penelitian yaitu kualitatif</p> <p>c) Data diperoleh melalui wawancara</p>	<p>a) Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu pertumbuhan ekonomi di tengah pandemi Covid-19.</p>

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Mega Muli Utami (2021)	Dekomigital (Desa Ekonomi Digital): Strategi transformasi UMKM Desa Digital Sebagai Upaya Pemulihan Perekonomian Pada Masa Pandemi Di Indonesia	a) Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada pembahasan mengenai UMKM dan ekonomi digital b) Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif	a) perbedaan penelitian ini terletak pada penelitian ini membahas mengenai pemulihan ekonomi di masa pandemi
6.	Nursyakilah Syikin (2020)	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar	a) Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai <i>e-commerce</i> dalam peningkatan perekonomian b) Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif	a) perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian yaitu tingkat pendapatan
7.	Kusniawan Nur Muhammad Fitra (2020)	Pengaruh Digital <i>Marketing</i> Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empiris Pada UMKM Kecamatan Enggal Kota Bandar Lampung Tahun 2019)	a) Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai digital <i>marketing</i>	a) Perbedaan dari penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif b) penelitian ditambah dengan tinjauan ekonomi islam
8.	Al Fadilla Darma Nasri (2020)	Pengaruh Penerapan <i>E-commerce</i> Terhadap	a) Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai <i>e-</i>	a) Perbedaan dari penelitian ini adalah data diperoleh dari

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bengkulu).	<i>commerce</i> dan usaha UMKM	kuesioner b) Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif
9.	Eri Yanti Nasution (2020)	Perkembangan Transaksi Bisnis <i>E-commerce</i> terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia	a) Persamaan dari penelitian ini yaitu membahas mengenai <i>e-commerce</i> terhadap pertumbuhan ekonomi	a) Perbedaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif b) Data berbentuk angket
10.	Nurul Amalia Sari (2020)	Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar	a) Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai ekonomi digital dan UMKM	a) Perbedaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif b) Data diperoleh dari kuesioner

Sumber: Data Diolah dari Peneliti Terdahulu

B. Kajian Teori

Kajian teori membahas mengenai teori yang dijadikan sebagai dasar dalam melakukan penelitian, pembahasan secara lebih komprehensif, serta mendalam akan semakin memperluas wawasan peneliti dalam mengkaji persoalan yang akan dipecahkan dengan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian tersebut.³³

³³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 92.

1. *E-commerce*

a. Pengertian *E-commerce*

E-commerce atau disebut dengan *electronic commerce* adalah sarana dalam berbisnis melalui media komputer, yang menyangkut konsumen. *E-commerce* sebenarnya sudah ada sejak 20 tahun lalu tepatnya pada akhir tahun 70-an serta pada awal tahun 80-an. Generasi pertama *e-commerce* hanya dilakukan oleh sesama perusahaan dalam bentuk transaksi jual beli yang difasilitasi oleh EDI (*Electronic Data Interchange*) dalam transaksi jual beli elektronik yang terdiri dari transfer dokumen elektronik dan EFT (*Electronic Funds Transfer*). *E-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, serta pemasaran barang maupun jasa dengan menggunakan sistem elektronik contohnya seperti internet, *www (world wide web)* dan jaringan internet lainnya. *E-commerce* melibatkan pertukaran data elektronik, transfer dana elektronik, dan mengumpulkan data dengan sistem otomatis. *E-commerce* mencakup penjualan, distribusi, pemasaran, dan pembelian yang dilakukan dengan menggunakan sistem elektronik contohnya internet atau bentuk jaringan komputer lainnya.³⁴

Perkembangan teknologi yang terus mengalami perkembangan pesat menjadikan internet hal yang tidak asing lagi di lingkungan masyarakat. Populer pemakaian internet menjadikan kesempatan

³⁴ Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani; *Ekonomi Digital* (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 7.

kepada perusahaan untuk mengimplementasikan sistem *e-commerce* dalam menjalankan kegiatan bisnis. Kegiatan *e-commerce* saat ini diaplikasikan pada perusahaan berdasar internet, tidak hanya dalam lingkup penjualan maupun pembelian akan tetapi kegiatan seperti pemasaran, penjualan, serta pembayaran yang dibeli lewat internet adalah salah satu kegiatan *e-commerce*. Sebelum melakukan transaksi jual beli, maka harus ada kesepakatan antara dua pihak dalam melakukan transaksi. Sebagaimana telah tertera di Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja tentang informasi dan transaksi elektronik. Transaksi dapat terjadi apabila adanya penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan adanya persetujuan untuk menerima penawaran setelah penawaran diterima secara elektronik.³⁵

Terdapat beberapa kelebihan dan kekurangan penggunaan *e-commerce* sebagai berikut:³⁶

Tabel 2.2

Kelebihan dan Kekurangan *E-commerce* terhadap Penjual

Keuntungan	kerugian
1. Tidak ada batasan lokasi pemasaran	1. Layanan konsumen terbatas
2. Mengurangi siklus waktu	2. Keterlambatan pengiriman
3. Meminimalisir biaya	3. Memperbarui perangkat untuk pengembangan usaha
4. meningkatkan pendapatan	4. Kerusakan selama di transportasi dan pengiriman
5. Mudah untuk memulai dan mengelola	
6. Semua penjual dapat berkompetisi dengan	

³⁵ Sartika, Ekonomi Digital, 9.

³⁶ Bambang Irawan, Konsep Dasar *E-Business* (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023), 59,

<p>level yang sama</p> <p>7. Lebih mudah dalam mencari partner bisnis</p> <p>8. Meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi</p> <p>9. Lebih banyak tersedia informasi elektronik</p> <p>10. Lebih banyak jangkauan kepada pembeli.</p>	<p>5. Adanya biaya transaksi</p> <p>6. Keamanan yang rawan akan <i>hacker</i></p> <p>7. Kurangnya interaksi secara langsung dengan konsumen</p> <p>8. Diperlukannya koneksi internet</p> <p>9. Kompetisi menjadi lebih ketat</p> <p>10. Permasalahan dalam perlindungan hak cipta.</p>
--	--

Sumber: Konsep Dasar *E-Business*

b. Jenis *E-commerce*

Ada sejumlah klasifikasi perdagangan elektronik. Para akademisi menetapkan sejumlah garis besar untuk mengklasifikasikan perdagangan elektronik; masing-masing diilustrasikan dari sudut pandang yang unik. Akibatnya, *e-commerce* dapat diklasifikasikan sebagai berikut.³⁷

1) *Business to Business* (B2B)

Bentuk transaksi yang terdapat di suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Transaksi ini terjadi saat perusahaan membutuhkan barang atau jasa yang berasal dari perusahaan lain. Jenis usaha ini, supaya berjalan dengan lancar dibutuhkan biaya yang lebih tinggi karena transaksi yang dilakukan besar. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh besar dengan risiko yang juga besar.

³⁷ Bambang Irawan, Konsep Dasar *E-Business*, 48.

2) *Business to consumer (B2C)*

Suatu bisnis yang melakukan penjualan barang dan jasa terhadap konsumen baik itu individu maupun grup. Kemudian konsumen memilih suatu barang memesannya. Setelah memesan, situs web otomatis akan meneruskan permintaan pesanan ke perusahaan dan perusahaan melakukan proses pesanan tersebut lalu mengirimkan pesanan ke konsumen.

3) *Consumer to consumer (C2C)*

Bisnis yang dimana konsumen menjual barang ataupun jasa pada konsumen lain. Misalnya, seseorang menjual mobil kepada orang lain, atau bahkan menyewa tempat dengan memposting informasinya di halaman web yang ditentukan. transaksi dilakukan ketika konsumen membeli produk setelah melihat iklan di halaman web. Dalam model bisnis jenis ini berhubungan bisnis secara langsung satu sama lain tanpa melalui perantara.³⁸

4) *Consumer to business (C2B)*

Bisnis semacam ini terjadi ketika konsumen menjual barang atau jasanya sendiri ke suatu bisnis atau perusahaan. model bisnis yang di mana pengguna menghasilkan produk atau layanan yang digunakan oleh bisnis dan institusi. Misalnya, seorang fotografer dapat melisensikan fotonya untuk digunakan oleh bisnis.

³⁸ Bambang Irawan, Konsep Dasar *E-Business*, 48.

5) *Government to business (G2B)*

bisnis ini merupakan transaksi yang menggunakan halaman web utama untuk mengirim dan menerima data, serta menjalankan bisnis, dengan lembaga pemerintah. contoh bisnis semacam ini adalah dokumentasi hukum, ketenagakerjaan, dan jaminan sosial.

6) *Government to government (G2G)*

Kategori bisnis *e-commerce* yang terakhir adalah perdagangan elektronik konsumen ke administrasi atau konsumen ke pemerintah. Jenis bisnis ini membantu individu untuk meminta informasi atau memberikan komentar mengenai pelayanan publik langsung ke pemerintah atau lembaga pemerintah. Misalnya, tagihan listrik, biaya/pembayaran asuransi kesehatan, dan pajak. Model jenis ini dianggap sebagai cara mudah bagi konsumen untuk berkomunikasi langsung dengan pemerintah.

2. Ekonomi Digital

Ekonomi digital didefinisikan sebagai “virtual dibuat dan dipertukarkan, terjadi suatu transaksi, hubungan satu sama lain, dimatangkan dengan menggunakan internet apapun sebagai media pertukaran”. Ekonomi digital merupakan aktivitas ekonomi yang dilandaskan oleh teknologi digital internet.³⁹ Keberadaan ekonomi digital

³⁹ Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani; Ekonomi digital (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 1, https://books.google.co.id/books/about/Ekonomi_Digital.html?id=B4BKEAAAQBAJ&redir_esc=y.

diidentifikasi dengan semakin populernya transaksi perdagangan atau bisnis perkembangan bisnis dengan pemanfaatan media digital sebagai media komunikasi, kolaborasi, serta kegiatan ekonomi sesama perusahaan atau sesama individu contohnya *e-business* dan *e-commerce*.⁴⁰

Pertama kali konsep ekonomi digital diperkenalkan oleh Don Tapscott pada tahun 1996 yaitu karakteristik sebagai ruang intelegen yang terdiri dari informasi, akses instrument informasi, kapasitas informasi, dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital pertamakali yaitu TIK, *e-commerce*, distribusi digital barang maupun jasa. Terdapat karakteristik penting dalam ekonomi digital yaitu:⁴¹

a. *Knowledge*

Knowledge (pengetahuan) adalah sumber daya terpenting yang wajib ada di dalam organisasi. Pengetahuan melekat pada otak manusia, maka faktor intelegensi dari sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan adalah penentu sukses tidaknya organisasi tersebut dalam mencapai tujuan. Pengetahuan ini yang menjadikan nilai dari perusahaan dalam menciptakan barang maupun jasa.

b. *Digitalization*

proses transformasi dari berbagai bentuk menjadi format dari media berbentuk cetak menjadi bentuk digital walaupun konsep ini terlihat sederhana, akan tetapi keberadaannya menghasilkan perubahan besar

⁴⁰ Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani; *Ekonomi digital* (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 1.

⁴¹ Sartika, *Konsep Dasar E-Business*, 2.

dalam dunia ekonomi. Hal tersebut tentu meningkatkan efisiensi perusahaan karena mengurangi biaya yang berkaitan dengan proses pembuatan, penyimpanan, dan pertukaran media yang memungkinkan manusia agar dapat bertukar informasi dengan cepat.

c. *Virtualization*

Apabila menjalankan bisnis dalam dunia nyata membutuhkan aset fisik contohnya seperti bangunan, namun apabila menjalankan bisnis secara virtualisasi hanya dengan menggunakan perangkat dan dapat menjangkau calon pembeli dari berbagai wilayah. Dalam menjalankan bisnis tersebut proses yang sering terjadi yaitu pertukaran data dan informasi diperoleh secara virtual, tanpa adanya kehadiran fisik antara pihak yang bersangkutan dengan yang melakukan transaksi secara *online*.

d. *Internetworking*

Tidak ada perusahaan dalam menjalankan usaha tidak menjalin kerja sama dengan pihak lain, hal tersebut juga berlaku dalam menjalankan bisnis melalui dunia maya untuk meningkatkan relasi.

e. *Innovation*

Bisnis melalui internet yaitu 24 jam, berbeda halnya dengan bisnis *offline* atau di dunia nyata yang memiliki jam kerja tertentu. Dengan begitu dibutuhkannya inovasi secara berkelanjutan agar bisnis tersebut dapat terus berjalan dan berkembang.⁴²

⁴² Sartika, Konsep Dasar *E-Business*, 3.

f. *Immediacy*

Dalam menjalankan bisnis di dunia maya, konsumen akan dipertemukan dengan bermacam-macam perusahaan yang mempromosikan produk yang sama. Dalam memilih perusahaan, konsumen akan memutuskan perusahaan yang memberikan *benefit* paling tinggi. Dengan begitu perusahaan memiliki kecepatan informasi melihat situasi untuk menarik perhatian konsumen.

3. Pertumbuhan Ekonomi

Definisi pertumbuhan ekonomi adalah salah satu kenaikan suatu kapasitas dalam jangka panjang di suatu negara untuk menyediakan barang ekonomi kepada masyarakatnya. Pertumbuhan ekonomi juga dapat didefinisikan suatu proses kenaikan kapasitas produksi di suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Secara global, istilah dari pertumbuhan ekonomi dipakai guna memaparkan perkembangan ekonomi di negara maju, sedangkan untuk istilah pembangunan ekonomi dipakai guna memaparkan perkembangan ekonomi di negara berkembang. Pembangunan ekonomi adalah suatu proses pendapatan perkapita yang mengalami peningkatan dalam jangka panjang, yang diikuti dengan perubahan ciri-ciri krusial suatu masyarakat seperti perubahan struktur sosial, sistem politik, kegiatan ekonomi, dan nilai-nilai masyarakat.⁴³

⁴³ Khairan Tambunan, *Ekonomi Pembangunan*, (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), 3.

Dalam suatu negara pembangunan ekonomi biasanya diikuti dengan peningkatan ekonomi dengan PDB (Produk Domestik Bruto) sebagai indikator nya. Tujuannya yaitu guna mencapai ekonomi yang sejahtera dengan kesempatan kerja serta mengoptimalkan laju pertumbuhan. Agar dapat menggapai kesejahteraan dunia serta akhirat. Ekonomi suatu negara dapat diukur dari jumlah barang dan jasa, baik itu dari segi konsumsi maupun produksi. Nilai produksi dan jasa ini yang kemudian menjadi pusat perhitungan di dalam menentukan jumlah PDB. Apabila pertumbuhan ekonomi di suatu negara tersebut baik maka permasalahan mengenai perekonomian di negara tersebut akan dapat teratasi. Dalam hal ini permasalahan mengenai perekonomian seperti tingkat inflasi yang tinggi, pengangguran, kemiskinan, pendapatan dibawah rata-rata sehingga pemerintah harus memiliki solusi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut dengan tujuan mencapai stabilitas pertumbuhan ekonomi.⁴⁴

Terdapat beberapa teori dalam pembangunan yang dominan digunakan dalam negara berkembang, seperti 1) Teori Pertumbuhan Linear 2) Teori Pertumbuhan Struktural 3) Teori Ketergantungan Internasional 4) Teori Neo Klasik.⁴⁵

a. Teori Pertumbuhan Linear

Pada saat berakhirnya perang dunia kedua negara-negara miskin di dunia berkeinginan untuk mulai tumbuh, para ekonom yang

⁴⁴ Endang Mulyani, *Ekonomi Pembangunan* (Yogyakarta: UNY Press), 2.

⁴⁵ Ansofino, Putri Melisa, Yolamalinda, Lovelly, dan Nilmadesri, *Buku Ajar Ekonomi Pembangunan* (Padang: STKIP PGRI Sumbar Press, 2020), 12.

berada di negara industri terjebak dalam perangkap konseptual untuk menganalisis pertumbuhan ekonomi yang masih bergantung pada sektor pertanian dan sama sekali tidak didukung oleh struktur ekonomi modern.

1) Teori Rostow

Teori pertumbuhan ekonomi yang dilahirkan oleh W.W Rostow yang pada awalnya dipaparkan dalam artikel *economic journal* yang selanjutnya dibangun lebih luas di bukunya yang berjudul; *The Stage of Economic Growth*. Teori Rostow berlandaskan pada pengalaman pembangunan Negara maju di Eropa. Rostow memformulasikan pola pembangunan yang ada menjadi pola pembangunan ekonomi. Beliau berpendapat bahwa proses perkembangan ekonomi dibedakan menjadi lima tahap pertumbuhan ekonomi, yaitu a) masyarakat tradisional b) prasyarat untuk lepas landas c) lepas landas d) gerakan ke arah kedewasaan e) tahap konsumsi tinggi.

2) Teori Adam Smith

Adam Smith membagi pertumbuhan ekonomi dalam lima tahap yaitu, berburu, bercocok tanam, beternak, berdagang, dan berindustri. Teori ini menyatakan masyarakat akan berevolusi dari masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern yang kapitalis. Pertumbuhan ekonomi dalam prosesnya berkembang karena adanya pembagian kerja.

b. Teori Pertumbuhan Struktural

Teori perubahan struktural memfokuskan perhatiannya pada proses yang memungkinkan negara yang tertinggal guna merubah struktur perekonomian pada negara mereka dari bentuk perekonomian lebih berorientasi ke kehidupan perkotaan. Dalam teori ini ekonom-ekonom mengemukakan teorinya.⁴⁶

1) Teori Pembangunan W. Arthur Lewis

Teori pembangunan Lewis merupakan salah satu teoritis pembangunan yang paling terkenal, yang memfokuskan perhatian pada transformasi struktural. Terdapat dua faktor, yaitu sektor tradisional (sektor pertanian) mengalami surplus tenaga kerja. Hal ini karena kondisi hidup penduduknya berada di kondisi subsisten, sehingga nilai produk marginal tenaga kerjanya bernilai nol. Sektor industri perkotaan modern yang tingkat produktivitas input tinggi yang digunakan termasuk tenaga kerja memiliki nilai positif sehingga menjadi tujuan bagi para pekerja yang asalnya dari pedesaan.

2) Teori Pembangunan Hollis B. Chenery

Memfokuskan perhatian pada proses yang mengubah struktur ekonomi, industri dan kelembagaan secara berangsur-angsur pada negara berkembang. Menggeser dari sektor pertanian beralih menuju sektor industri.

⁴⁶ Ansofino, Putri Melisa, Yolamalinda, Lovelly, dan Nilmalesri, *Buku Ajar Ekonomi Pembangunan* (Padang: STKIP PGRI Sumbar Press, 2020), 14.

c. Teori Ketergantungan Internasional

Teori ketergantungan internasional di pandang negara berkembang sebagai korban dari kerasnya berbagai macam faktor kelembagaan, ekonomi, politik, baik itu berskala domestik sampai internasional. Terdapat pemikiran utama dalam teori ketergantungan internasional.⁴⁷

1) Teori Paul Bran

Menurut teori ini eksploitasi serta dominan yang dilakukan kepada negara yang tertinggal oleh negara maju sehingga negara tertinggal akan terus bergantung. Keawetan hubungan negara berkembang terhadap pertumbuhan sejarah hubungan internasional yang tidak selaras dengan negara maju dalam sistem kapitalis internasional. Praktik eksploitatif negara maju terhadap negara berkembang menjadikan negara tertinggal semakin bergantung pada negara maju.

2) Teori Paradigma Palsu

Teori paradigma palsu menghubungkan antara ketertinggalan negara berkembang dengan kesalahan serta tidak tepatnya saran yang diberikan para pakar internasional, walaupun saran itu baik namun informasi diberikan dengan secara tepat. Seperti struktur sosial tradisional, hak kepemilikan tanah yang tidak merata,

⁴⁷ Ansofino, Putri Melisa, Yolamalinda, Lovelly, dan Nilmadesri, *Buku Ajar Ekonomi Pembangunan* (Padang: STKIP PGRI Sumbar Press, 2020), 16,

kesempatan untuk memperoleh kredit usaha mengalami ketimpangan.

d. Teori Neo-klasik: Fundamentalisme Pasar

Teori ini berfokus kepada penawaran dan permintaan sebagai pendorong produksi, harga, serta konsumsi baik itu barang maupun jasa.⁴⁸

1) Teori Pertumbuhan Neo-Klasik Tradisional

Teori pertumbuhan neoklasik tradisional mengemukakan pertumbuhan *output* selalu bersumber pada satu atau lebih faktor mengenai kenaikan kuantitas dan kualitas dari tenaga kerja melalui jumlah pertumbuhan penduduk serta perbaikan pendidikan.

2) Teori pertumbuhan baru (Endogen) Romer

Teori Teori Romer mengasumsikan proses pertumbuhan asalnya dari tingkat perusahaan dan masing-masing industri produksi dengan skala yang stabil, hal tersebut sesuai dengan asumsi persaingan pasar sempurna.⁴⁹

3) Teori Dorongan Kuat (*Big Push Models*)

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Rosenstein-Rodan pada tahun 1960, yang mengangkat isu kegagalan koordinasi, bagaimana kegagalan pasar yang dapat menimbulkan

⁴⁸ Khairina Tambunan. *Ekonomi Pembangunan Buku Diktat* (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), 23.

⁴⁹ Khairina Tambunan. *Ekonomi pembangunan Buku Diktat* (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020), 12.

kebutuhan akan perekonomian yang terencana, dan berbagai upaya kebutuhan akan dicetuskan oleh kebijakan-kebijakan publik supaya pembangunan ekonomi dapat berjalan secara cepat.

4) Teori cincin O

Michael Kremer mengemukakan bahwa produksi modern mensyaratkan bahwa kegiatan harus dilaksanakan secara baik dan bersama-sama, supaya masing-masing dapat memperoleh nilai yang lebih baik. Teori cincin O menjelaskan, tidak hanya ada keberadaan jebakan kemiskinan, akan tetapi juga alasan mengapa yang terjatuh ke jebakan kemiskinan memiliki penghasilan yang masih dibawah rata-rata.

4. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM merupakan unit usaha produktif di sektor ekonomi yang berdiri sendiri, baik dilakukan secara mandiri maupun badan usaha. Di dalam Undang-Undang, definisi dari UMKM adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan, tempat usaha, dan hasil penjualan tahunan. UMKM memiliki tujuan yaitu memperluas lapangan pekerjaan dan secara luas memberikan pelayanan pada masyarakat. Dengan kata lain UMKM adalah kelompok bisnis atau usaha yang dilaksanakan oleh individu, kelompok, serta badan usaha.

Menurut UUD 1945 yang dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR RI/1998 mengenai politik ekonomi dalam rangka

demokrasi ekonomi, usaha mikro, kecil, dan menengah diperlukannya pemberdayaan sebagai bagian dari internal ekonomi masyarakat yang memiliki kedudukan, peran, serta potensi yang strategis guna mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang, berkeadilan. Kemudian dibuatkan pengertian UMKM melalui UU No. 9 Tahun 1999 karena semakin berkembangnya keadaan yang dinamis diubah ke Undang-Undang Cipta Kerja mendefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik seseorang atau badan usaha yang telah memenuhi kompetensi usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang.
- b. Usaha kecil adalah usaha produktif ekonomi yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak termasuk anak perusahaan atau anak cabang yang dikuasai atau menjadi bagian dari Usaha Besar yang termasuk dalam kriteria sebagaimana diatur oleh Undang-Undang.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak termasuk anak perusahaan.

a) Kriteria UMKM

Ketentuan mengenai usaha kecil yang selama ini berlaku berdasarkan pada kondisi saat ini, yaitu berkaitan dengan badan usaha dari pelaku usaha yang telah menjadi jati diri.

Berdasarkan Undang-Undang pasal 6 No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM memaparkan sebagai berikut.⁵⁰

- 1) Kriteria Usaha Mikro, yaitu mempunyai kekayaan bersih dengan jumlah terbanyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki penghasilan tahunan dengan jumlah terbanyak sebesar Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria Usaha kecil, yaitu mempunyai kekayaan dengan jumlah bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai total terbanyak sebesar Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai total terbanyak sebesar Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria Usaha Menengah, yaitu mempunyai kekayaan bersih dengan jumlah bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai total terbanyak sebesar 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak tergolong tanah dan bangunan tempat usaha atau mempunyai hasil penjualan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai total terbanyak sebesar Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

⁵⁰ Lathifah Hanim dan Noorman, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha* (Semarang: Unissula Press, 2018), 11-12,

b) Ciri-ciri UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah adalah sektor ekonomi yang membedakannya dengan usaha yang lain. Berikut adalah ciri-ciri UMKM.⁵¹

- 1) Jenis produk tidak ditetapkan sewaktu-waktu bisa berganti sesuai dengan permintaan pasar
- 2) Lokasi usaha dapat diubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan
- 3) Usaha yang dijalankan biasanya belum memiliki izin usaha seperti NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- 4) Manajemen yang dilakukan masih sederhana
- 5) Karyawan atau pegawai yang dimiliki masih sedikit
- 6) Belum memiliki pencatatan keuangan, sekalipun ada relatif sederhana
- 7) Modal usaha diperoleh dari tabungan pribadi, pinjam keluarga, atau dari lembaga keuangan
- 8) Tingkat pendidikan dari SDM masih rendah, rata-rata lulusan SD hingga SMA

c) Kelebihan dan kekurangan UMKM

Dengan fleksibilitas yang tinggi, UMKM memiliki berbagai kelebihan, terutama dalam segi pembentukan dan operasional. UMKM mempunyai kontribusi besar bagi

⁵¹ Diyawana Putri Nasution, Keterkaitan UMKM Dalam Mengurangi Kemiskinan (Klaten: Tahta Media, 2023), 5-6, [Http://Tahtamedia.Co.Id/Index.Php/Issj/Article](http://Tahtamedia.Co.Id/Index.Php/Issj/Article).

perputaran ekonomi di suatu negara. Berikut merupakan kelebihan UMKM.⁵²

1) Fleksibilitas Operasional

Biasanya UMKM dikelola oleh tim kecil yang tiap-tiap anggotanya mempunyai wewenang dalam menentukan keputusan. Dengan begitu membuat UMKM lebih fleksibel dalam operasional sehari-harinya, kecepatan akan reaksi bisnis terhadap perubahan yang ada cukup tinggi.

2) Inovasi Cepat

Tidak adanya kedudukan organisasi dan kontrol dalam UMKM, membuat produk dan ide-ide baru dapat dirancang, dibuat, serta diluncurkan dengan cepat. Walaupun ide tersebut berasal dari pemikiran karyawan bukan berasal dari pemilik namun kedekatan diantara mereka membuat gagasan tersebut cenderung lebih muda untuk didengar dan diterima.

3) Struktur Biaya Rendah

Mayoritas usaha tidak memiliki ruang kerja khusus seperti di perkantoran. Sebagian dijalankan di rumah dengan anggota keluarga sendiri sebagai pegawainya. Dengan begitu dapat mengurangi biaya tambahan dalam operasionalnya.

⁵² Nuramalia Hasanah, Saparuddin Muhtar, dan Indah Muliasari, *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 22-25.

4) Kemampuan Fokus

Usaha tidak wajib untuk mendapatkan kuantitas penjualan dalam skala besar guna mencapai titik balik modal mereka. Faktor tersebut membuat usaha untuk fokus di pasar yang spesifik. Misalnya, usaha kerajinan hanya mampu fokus membuat satu jenis dan model tertentu saja untuk dapat mencapai laba.

Berbeda dengan perusahaan besar yang harus membayar sewa gedung serta sejumlah pegawai dengan jumlah banyak sehingga harus selalu mampu menjual barang guna menutup biaya operasional lainnya. Selain mempunyai kelebihan UMKM juga mempunyai kekurangan yang membuat pengelola mengalami hambatan dalam menjalankan usaha. Berikut merupakan kekurangan UMKM.

5) Kurangnya Waktu dalam Melengkapi Kebutuhan

Karena kurangnya tingkat pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha membuat pelaku usaha kerap bekerja keras memenuhi kebutuhan pokok bisnisnya seperti produksi dan pemasaran. Hal tersebut membuat tekanan jadwal yang besar, membuat mereka tidak dapat fokus dalam menyelesaikan persoalan satu persatu. Tekanan seperti itu datang saat bisnis mereka mendapatkan pesanan barang dalam jumlah yang

banyak atau beberapa pesanan yang masuk dalam jangka waktu yang bersamaan.

6) Kontrol Ketat atas Anggaran dan Pembiayaan

Usaha skala kecil biasanya mempunyai anggaran terbatas. Akhirnya sering kali dana dibagi-bagi guna membiayai kebutuhan seefisien mungkin. Terbatasnya modal membuat usaha kecil menghemat dengan ketat untuk mencegah kekurangan biaya operasional.

7) Kekurangan Tenaga Ahli

Usaha kecil menengah biasanya tidak mampu membayar tenaga ahli dalam menyelesaikan pekerjaan tertentu. Hal tersebut menjadi kelemahan usaha kecil menengah. Apalagi dibandingkan dengan bisnis besar yang bisa mempekerjakan banyak tenaga ahli. Kualitas produk barang atau jasa yang diperoleh tanpa menggunakan tenaga ahli berada di bawah standar tertentu.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan di penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan kumpulan data pada suatu latar alamiah dengan tujuan menggambarkan fenomena terjadi yang dimana peneliti dimana peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi sumber. Analisis data bersifat induktif kualitatif.⁵³

Metode penelitian kualitatif sering dikatakan dengan metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan dengan keadaan yang alamiah (*natural setting*), disebut sebagai kualitatif karena data diperoleh dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Penelitian dilakukan pada obyek yang alamiah. Obyek alamiah adalah objek yang dikembangkan apa adanya. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri guna memahami secara mendalam obyek yang diteliti.⁵⁴

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menjelaskan dimana letak penelitian hendak dilakukan. Lokasi penelitian ini berisikan wilayah penelitian seperti teks, organisasi, desa, dan lain sebagainya. Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus melakukan survei lokasi terlebih dahulu. Adapun lokasi yang dijadikan sebagai lokasi penelitian yaitu UMKM yang ada di Kecamatan Kaliwates,

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 9.

⁵⁴ Imam Gunawan, "Metode Penelitian Kualitatif."

Kabupaten Jember. Alasan peneliti meneliti lokasi ini karena Kecamatan Kaliwates merupakan salah satu lokasi strategis yang berada di pusat kota, yang dimana UMKM banyak yang memasarkan dagangannya melalui *e-commerce*.

C. Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah pihak-pihak yang bertanggung jawab dan kompeten dalam memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. Dalam penelitian ini teknik pemilihan informan yang digunakan peneliti adalah menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* adalah penggunaan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sampel diambil tidak secara acak tetapi ditentukan sendiri oleh peneliti. Adapun pertimbangan yang akan digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini sebagai berikut:⁵⁵

1. Subjek yang masih terkait atau masih aktif secara penuh melakukan pemasaran dan penjualan melalui *e-commerce*.
2. Subjek yang mempunyai cukup informasi, dan mempunyai kesempatan untuk dimintai keterangan dan data yang dibutuhkan terkait masalah penelitian.

Berdasarkan kriteria yang disebutkan di atas dan melalui data yang diperoleh selama pra riset oleh Penulis, maka responden atau informan dalam penelitian ini adalah 10 pelaku UMKM yang menerapkan *e-commerce* pada usahanya di Kecamatan Kaliwates. Dalam penelitian ini, peneliti

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2022), 96.

memilih 10 informan secara acak. Angka 10 merupakan jumlah yang sudah cukup untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti, sebagaimana ciri khas penelitian kualitatif bahwa jumlah informan tidak memiliki angka yang pasti.

Adapun jumlah informan harus memenuhi dua syarat, yakni kecukupan dan kesesuaian informasi yang didapatkan. Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum. Pada umumnya, penelitian kualitatif hanya menggunakan sampel yang kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya 1 informan saja. Hal ini dikarenakan penelitian kualitatif bukan menghendaki representasi, namun menjelaskan fenomena.⁵⁶

Dalam penelitian ini subjek yang dijadikan sebagai informan sebagai berikut:

- a. Penjual seblak : Ibu Holifah
- b. Penjual gado-gado : Bapak Tekno
- c. Penjual roti bakar : Ibu Tia
- d. Penjual nasi goreng : Ibu Elen
- e. Penjual bakso : Bapak Tarub
- f. Penjual nasi goreng : Bapak Selamat
- g. Penjual es campur : Ibu Siti
- h. Penjual nasi pecel : Ibu Yani
- i. Penjual lalapan : Mas Wawan

⁵⁶ Ade Heryana, "Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif," Universitas Esa Unggul, Desember, 2018, https://www.researchgate.net/publication/329351816_Informan_dan_Pemilihan_Informan_dalam_Penelitian_Kualitatif.

- j. Penjual es degan : Bapak Agus

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah-langkah yang paling penting di dalam melakukan penelitian, yang dimana tujuan utama dari pengumpulan data guna memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Data dapat dikumpulkan pada *natural setting* atau kondisi yang alamiah. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.⁵⁷

1. Observasi

Observasi atau disebut pengamatan adalah suatu kegiatan terhadap proses dengan tujuan merasakan lalu memahami pengetahuan dari suatu fenomena yang didasarkan pada pengetahuan atau gagasan yang sebelumnya telah diketahui, guna memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan dalam melakukan.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses kegiatan tanya-jawab secara lisan yang digunakan untuk memperoleh informasi-informasi secara langsung dengan cara memberikan pertanyaan dan kemudian diteliti hasil jawaban mengenai persepsi dan pengalaman.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2022), 224.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian merupakan pelengkap penelitian kualitatif dari wawancara yang dilakukan selama proses pengumpulan data. Dokumen dapat berbentuk tulisan maupun gambar.⁵⁸

E. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif dilakukan saat pengumpulan data berlangsung, serta sesudah pengumpulan data dalam waktu tertentu. Mengelola data guna memperoleh suatu informasi sehingga karakteristik pada data dapat menjawab permasalahan yang hendak diteliti oleh peneliti yang dikenal sebagai analisis data. Menurut Model Miles dan Huberman bahwa dilakukan secara interaktif dan terus-menerus sampai tuntas. Analisis data mempunyai langkah-langkah atau tahapan sebagai berikut.⁵⁹

1. Pengumpulan Data

Langkah pertama yang dilakukan ialah pengumpulan data hasil wawancara, dan berbagai dokumentasi berdasarkan pada kategori yang sesuai dengan masalah penelitian yang selanjutnya dikembangkan dengan pencarian data selanjutnya.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis merangkum, memilah data yang pokok dan penting, memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian mencari pola intinya. Reduksi data dilakukan secara konsisten selama penelitian. Hasil dari reduksi data yaitu dalam bentuk

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2022), 242.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2022), 246.

ringkasan dari catatan lapangan, baik dari catatan awal, perluasan, hingga penambahan.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah rentetan informasi terorganisir yang digunakan dalam menarik kesimpulan riset yang akan dilakukan. Peneliti dapat dengan mudah memahami makna dari data yang telah ada serta dapat merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami. Peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat guna menggambarkan potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam mendorong perekonomian.

4. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan data sesuai dengan fokus penelitian yang telah dipaparkan. Data-data yang telah dideskripsikan kemudian disimpulkan secara umum. Pada poin ini peneliti mendeskripsikan tentang potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam mendorong perekonomian. Setelah disimpulkan, peneliti menganalisis data kembali sampai semua data kompleks.

F. Keabsahan Data

Setelah data terkumpul dan sebelum peneliti menulis laporan hasil penelitian, penulis mengecek data yang telah diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, kemudian dengan data yang diperoleh peneliti akan dapat diuji keabsahannya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Alasan peneliti menggunakan triangulasi sumber adalah

guna menguji data yang telah diperoleh oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang telah diperoleh perlu untuk diuji.⁶⁰

G. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam tahap-tahap penelitian peneliti menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang hendak dilakukan, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan. Terdapat tahapan-tahapan penelitian sebagai berikut.⁶¹

1. Tahap pra survei
 - a. Menyusun rencana penelitian
 - b. Memilih lapangan penelitian
 - c. Menyusun surat ijin penelitian
 - d. Memilih informan
 - e. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap penelitian lapangan
 - a. Memahami latar belakang dan tujuan penelitian
 - b. Memasuki lokasi penelitian
 - c. Mencari sumber data yang telah ditentukan pada subjek penelitian
 - d. Mengumpulkan data yang belum lengkap
3. Tahap akhir penelitian
 - a. Menganalisa data dengan menggunakan prosedur penelitian yang telah ditetapkan

⁶⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 91.

⁶¹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Pers, 2021), 108.

- b. Mengurus perizinan selesai penelitian
- c. Menyajikan hasil data dalam bentuk laporan
- d. Merivisi laporan yang telah disempurnakan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Pada gambaran objek penelitian, peneliti akan memaparkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan narasumber atau objek penelitian secara umum. Berikut adalah pemaparan mengenai objek penelitian secara umum.

1. Letak Geografis dan Penduduk Kabupaten Jember

Kabupaten Jember merupakan wilayah kabupaten yang menjadi bagian dari wilayah Provinsi Jawa Timur. Jember berada di lereng pegunungan Argopuro membentang ke arah selatan sampai dengan Samudera Indonesia. Kedudukan Kabupaten Jember mempunyai peran strategis yaitu sebagai salah satu Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) memiliki luas 3.293,34 km² dengan ketinggian sekitar 0 - 3.330 mdpl, dengan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) sekitar 8.338,5 km² berbatasan dengan Kabupaten Banyuwangi, Bondowoso, Lumajang.⁶²

Mayoritas penduduk adalah suku Jawa dan Madura. Suku Madura dominan di daerah utara dan Suku Jawa di daerah selatan, pesisir pantai. Percampuran kedua suku ini di Kabupaten Jember menciptakan kebudayaan baru yaitu budaya pandhalungan. Masyarakat pandhalungan memiliki karakteristik yang unik sebagai hasil dari penetrasi kedua budaya tersebut.⁶³

⁶² Badan Perwakilan Provinsi Jatim, "Kabupaten Jember".

⁶³ Rudi Setiawan, "sejarah kota jember".

2. Sejarah Kecamatan Kaliwates

Kecamatan Kaliwates merupakan kecamatan yang berada di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Kecamatan ini mulanya bernama Kecamatan Jember, sampai pada tanggal 19 April 1976 Kecamatan Jember dibagi menjadi 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumpalsari, dan Kecamatan Patrang. Kaliwates bersama dengan Sumpalsari dan Patrang menjadi wilayah pusat kota di Kabupaten Jember. Letak kantor Bupati Jember berada di Kecamatan ini, sehingga Kecamatan Kaliwates dapat disebut sebagai ibukota Kabupaten Jember.

Kaliwates juga menjadi pusat dari Perbelanjaan atau Mall , serta Penginapan utama di Jember. Seperti Roxy Mall, Lippo Plaza, Transmart Jember, Matahari *Departement Store* dan Pasar Tanjung (pasar yang menjadi pasar tradisional utama di Kabupaten Jember) adalah beberapa perbelanjaan yang ada di Jember. Kantor Polres Jember, Kantor Bank Indonesia, Kantor OJK, Kantor cabang PTPN XII, dan beberapa kantor kedinasan juga terletak di Kecamatan ini. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember dan Universitas Islam Jember adalah perguruan tinggi yang berada di kaliwates.

3. Letak Geografis Kecamatan Kaliwates

Berdasarkan data dari BPS tahun 2022 Kaliwates berada pada posisi masuk kota Jember dari arah barat Lumajang dan Surabaya, yang terdiri dari daerah datar 97%, berbukit 2%, bergumuk 1%. Jumlah

populasi penduduk sebanyak 125.855 jiwa. Berikut adalah luas wilayah Kecamatan Kaliwates:⁶⁴

Tabel 4.1
Luas Wilayah di Kecamatan Kaliwates

No.	Kelurahan	Luas Daerah (km ²)
1.	Mangli	2,97
2.	Sempusari	3,65
3.	Kaliwates	3,71
4.	Tegal Besar	7,62
5.	Jember Kidul	1,99
6.	Kepatihan	2,08
7.	Kebon Agung	2,92
Jumlah		24,94

Sumber Data: Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jember

Dari data yang telah dijelaskan diatas Kecamatan terdiri dari 7 kelurahan yaitu Kelurahan Mangli, Sempusari, Kaliwates, Tegal Besar, Jember Kidul, Kepatihan, Kebon Agung. Berikut batas wilayah dari Kecamatan Kaliwates :

- a. Sebelah utara : Kecamatan Sukorambi
- b. Sebelah selatan : Kecamatan Ajung
- c. Sebelah timur : Kecamatan Sumbersari
- d. Sebelah barat : Kecamatan Rambipuji

4. Karakteristik Informan

Dalam penelitian ini, informan yang dijadikan sebagai narasumber adalah pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Kaliwates dimana menggunakan *e-commerce* sebagai perantara memasarkan produknya serta pelaku UMKM yang dijadikan informan di dalam penelitian ini masih

⁶⁴ Kecamatan Kaliwates dalam Angka 2022, BPS

aktif menggunakan *e-commerce* sampai saat ini. Peneliti mencari informasi mengenai informan yaitu melalui rekomendasi dari teman dan aplikasi *e-commerce*. Kemudian peneliti menyaring pelaku UMKM berdasarkan kriteria yang sebelumnya telah ditetapkan. Adapun lima pelaku UMKM tersebut adalah:⁶⁵

- a. Penjual seblak : Ibu Holifah
- b. Penjual gado-gado : Bapak Tekno
- c. Penjual roti bakar : Ibu Tia
- d. Penjual nasi goreng : Ibu Elen
- e. Penjual bakso : Bapak Tarub
- f. Penjual nasi goreng : Bapak Selamat
- g. Penjual es campur : Ibu Siti
- h. Penjual nasi pecel : Ibu Yani
- i. Penjual lalapan : Mas Wawan
- j. Penjual es degan : Bapak Agus

B. Penyajian Data dan Analisis

Proses selanjutnya dalam skripsi ini adalah menyajikan hasil data yang didapatkan selama penelitian. Seperti yang sudah dijelaskan di dalam bab sebelumnya, bahwa pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi guna mendukung penelitian ini. Setelah melakukan proses pengumpulan data di lapangan, data-data yang diperoleh dari hasil penelitian ini disesuaikan dengan rumusan

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2020), 94.

masalah, setelah itu dipaparkan secara rinci sesuai dengan bukti yang diperoleh. Peneliti akan menguraikan secara berurutan dalam menyajikan data berdasarkan pada pokok permasalahan, sebagai berikut:⁶⁶

1. Bagaimana potensi *E-commerce* sebagai ekonomi digital mendorong pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Kaliwates?

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Holifah selaku penjual seblak pada tanggal 22 Desember 2023, beliau mengatakan:

Selama berjualan seblak ini membantu ekonomi saya mbak, ditambah semenjak Covid-19 orang - orang banyak yang belanja itu menggunakan *e-commerce*. Sebelum menggunakan *e-commerce* pendapatan saya rata-rata perhari Rp 300.000,00 - Rp 400.000,00. Setelah menggunakan *e-commerce* pendapatan meningkat Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00.⁶⁷

Berikut serupa hasil wawancara dengan Bapak Tarub selaku penjual bakso pada tanggal 23 Desember 2023, beliau mengatakan:

Kalau menurut saya sedikit terbantu mbak ekonomi saya, pembeli menjadi lebih banyak. Alhamdulillah untuk menyekolahkan anak-anak saya dari hasil jualan yang saya rintis selama berpuluh-puluh tahun. pendapatan saya sekitar Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00, kemudian jualan saya sempat jatuh kemudian saya mencoba berjualan menggunakan aplikasi *online*, pendapatan saya Rp 500.000,00 - Rp 2.000.000,00.⁶⁸

Berikut serupa hasil wawancara dengan Bapak Tekno selaku penjual gado-gado pada tanggal 27 Desember 2023:

Sangat terbantu dengan jualan *online* ini walaupun sama-sama ramai antara pembeli *online* dengan *offline* tapi lumayan juga menambah pembeli saya. Untuk hasil dagangan saya perhari saya mendapatkan Rp 300.000,00 - Rp 1.000.000,00 sebelum

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*, 243.

⁶⁷ Holifah, diwawancara oleh Penulis, Jember 22 Desember 2023.

⁶⁸ Tarub, diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Desember 2023.

menggunakan aplikasi *online*. Setelah menggunakan jualan *online* perhari ya sekitar Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00.⁶⁹

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Tia selaku penjual roti bakar pada tanggal 12 Januari 2024, beliau mengatakan:

Cukup membantu ekonomi saya. Kalau orang jualan ya kadang rame kadang ya sepi disyukuri saja. Apalagi sekarang saingan banyak ada dimana-mana. Pendapatan sebelum menggunakan pemasaran lewat *online* kira-kira Rp 250.000,00 - Rp 500.000,00. setelah menggunakan aplikasi sekitar Rp 250.000,00 - Rp 600.000,00 sedikit menambah pendapatan.⁷⁰

Berikut hasil wawancara dengan ibu Elen selaku penjual nasi goreng pada tanggal 12 Januari 2024, beliau mengatakan:

Hasil dari jualan ini cukup membantu perekonomian keluarga saya mbak. Untuk mendapatkan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce* tidak begitu banyak perubahan selisih mbak, mungkin perhari pendapatan rata-rata Rp 1.000.000,00 - Rp 2.000.000,00 tidak menentu kadang ramai kadang sepi. Saya jualan itu sampai sehabisnya dagangan saya.⁷¹

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Agus selaku penjual es degan pada tanggal 22 Maret 2024:

Sangat membantu perekonomian saya dan keluarga mbak. Keuntungan yang saya dapatkan bertambah lumayan lah mbak untuk sehari-hari. Pendapatan perhari sebelum menggunakan aplikasi sekitar Rp 100.000,00 kalau sebelum menggunakan aplikasi sedikit ada peningkatan kadang bisa di atas Rp 200.000,00 usaha ini hanya sampingan saja hanya waktu malam saya buka mbak.⁷²

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Selamat selaku penjual nasi goreng pada tanggal 22 Maret 2024:

⁶⁹ Tekno, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Desember 2023.

⁷⁰ Tia, diwawancara oleh Penulis, Jember, 12 Januari 2024.

⁷¹ Elen, diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Desember 2024.

⁷² Agus, diwawancara oleh Penulis, Jember 22 Maret 2024.

Alhamdulillah dengan adanya pemasaran lewat *online* ini membantu karena pendapatan meningkat, jualan saya juga lebih banyak dikenal lagi. Pendapatan setiap hari sebelum menggunakan aplikasi itu sekitar Rp 400.000,00. terus semenjak Covid-19 dagangan mulai sepi karena *lockdown* akhirnya saya coba jualan lewat aplikasi *online* pendapatan saya sekitar Rp 500.000,00 itu.⁷³

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Yani selaku penjual nasi pecel pada tanggal 23 Maret 2024:

Cukup membantu perekonomian saya mbak, penjualan jadi meningkat. Lewat *online* membantu mendapatkan pelanggan jadi tidak hanya sekitaran saja. Dengan hasil jualan ini saya bisa menyekolahkan anak - anak saya. Sebelumnya pendapatan itu ya kurang lebih Rp 300.000,00 itu. Setelah menggunakan aplikasi rata-rata Rp 350.000,00.⁷⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual es campur pada tanggal 23 Maret 2024:

Kalau pembeli yang pesan lewat *online* itu sedikit membantu mbak, karena kebanyakan pelanggan *offline*-nya mbak. Pendapatan perharinya itu tidak menentu mbak kadang di atas Rp 200.000,00 kalau lagi ramai kalau lagi sepi di bawah Rp 100.000,00. Menurut saya *online* tidak begitu banyak ada saja yang pesan tapi jarang-jarang.⁷⁵

Hasil wawancara dengan Mas Wawan selaku penjual lalapan pada tanggal 23 Maret 2024.

Saya merasa terbantu ya dengan *e-commerce* pemasaran menjadi lebih meluas sehingga pendapatan yang saya peroleh juga meningkat. Pendapatan sebelum menggunakan *e-commerce* itu Rp 500.000,00 - Rp 2.000.000,00. Setelah adanya *e-commerce* pendapatan yang saya peroleh kalau lagi ramai Rp 3.000.000,00 kalau sepi Rp 1.000.000,00.⁷⁶

⁷³ Selamat, diwawancara oleh Penulis, Jember 22 Maret 2024

⁷⁴ Yani diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Maret 2024.

⁷⁵ Siti diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Maret 2024.

⁷⁶ Wawan diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Maret 2024.

Tabel 4.2
Jumlah kenaikan Pendapatan

No	Nama Pedagang	Sebelum Menggunakan <i>E-Commerce</i> (Rp)	Setelah Menggunakan <i>E-Commerce</i> (Rp)
1.	Bapak Agus	100.000,00	200.000,00
2.	Ibu Siti	200.000,00	200.000,00
3.	Ibu Yani	300.000,00	350.000,00
4.	Bapak Selamat	400.000,00	500.000,00
5.	Ibu Tia	500.000,00	600.000,00
6.	Bapak Kholifah	400.000,00	1.000.000,00
7.	Bapak tekno	1.000.000,00	1.500.000,00
8.	Bapak Tarub	1.500.000,00	2.000.000,00
9.	Ibu Elen	2.000.000,00	2.000.000,00
10.	Mas Wawan	2.000.000,00	3.000.000,00

Sumber : Wawancara dengan Pedagang

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pendapatan setelah menggunakan *e-commerce*. Oleh karena itu, dengan adanya peningkatan pendapatan maka *e-commerce* dapat membantu perekonomian masyarakat.

2. Bagaimana dampak penerapan *E-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember ?

Dari hasil wawancara dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di UMKM Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, diperoleh data-data sebagai berikut:

Berdasarkan penelitian di lapangan menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki dampak terhadap UMKM. Informan yang dijadikan sebagai narasumber berjumlah 10 pelaku UMKM menyatakan bahwa dengan menggunakan *e-commerce* sangat membantu dalam memasarkan

produknya. Dengan menerapkan *e-commerce* jangkauan pasar menjadi lebih luas dan juga dapat menjadi cara dalam memajukan usaha. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Holifah selaku penjual seblak pada tanggal 22 Desember 2023, beliau mengatakan:

Berjualan dengan menggunakan *e-commerce* memiliki dampak banyak dalam meningkatkan penjualan mbak. Pembeli juga menjadi lebih luas yang awalnya hanya tetangga sekitar rumah yang beli, setelah saya berjualan lewat *e-commerce* pembeli dari berbagai tempat. Selain dampak positif juga ada dampak negatifnya, negatif-nya itu kadang pembeli langganan ke sini tapi memberi rating jelek ke jualan saya akhirnya rating toko saya jadi jatuh, sepertinya memang sengaja untuk menjatuhkan. Kalau Fitur-fitur yang ada di aplikasi mudah dipakai. Awal mula saya berjualan hanya lewat *offline* saja dipinggir jalan sekitar tahun 2020, lalu 2 minggu kemudian saya mencoba mendaftarkan jualan saya ke *e-commerce*. Aplikasi yang digunakan yaitu Gojek, Shopee, Grab, Bang-Jek. Saya jualan *offline* sampai siang atau sore mbak, tetapi kalau *online* sampai malam kan lebih fleksibel sewaktu-waktu bisa saya buka. Hanya saja kendalanya kalau lewat *online* notifikasi pesanan tidak terdengar tiba-tiba driver sampai.⁷⁷

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Tarub selaku penjual bakso pada tanggal 23 Desember 2023, beliau mengatakan:

Iya mbak, cakupan pembeli menjadi lebih luas tidak hanya dari lingkungan sekitar saja. Transaksi juga mudah, driver mengambil pesanan tetapi tidak membayar uang tunai langsung ke penjual tetapi melalui transfer. Setelah itu sekitar 15 menit uang dari pembeli di transfer oleh pihak aplikasi ke kita selaku penjual, selambat-lambatnya *transfer* hanya 1 jam saja itupun kalau sedang ramai tetapi jarang.⁷⁸

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Tekno selaku penjual gado-gado pada tanggal 27 Desember 2023, beliau mengatakan:

⁷⁷ Holifah, diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Desember 2023.

⁷⁸ Tarub, diwawancara oleh Penulis, Jember, 23 Desember 2023.

Saya berjualan sudah lebih dari 20 tahun mbak, untuk *online* sudah 5 tahun jauh sebelum adanya wabah Covid-19 itu saya sudah menggunakan aplikasi *online*. Pelanggan saya juga banyak mbak apalagi ditambah dengan menggunakan jualan *online* sangat merasa terbantu, bisa lebih meningkatkan pendapatan saya. Cara pakai aplikasi juga gampang mbak.⁷⁹

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Tia selaku penjual roti bakar pada tanggal 12 Januari 2024, beliau mengatakan:

Dengan menggunakan *e-commerce* omset saya juga meningkat, pemasaran juga jadi semakin luas. Aplikasi yang saya gunakan seperti Gojek, Shopee, Grab, Bang-Jek. Semua pembayaran dilakukan transfer dari pihak aplikasi, kecuali Bang-Jek driver membayar menggunakan uang *cash* ke saya. Tapi banyak juga pembeli yang pesan lewat *WhatsApp*, kan kadang ada orang yang malas antri mbak jadi pesan dulu nanti kalau sudah jadi tinggal ambil kesini pembelinya. Kendalanya di harga jual itu pihak aplikasi mengambil keuntungan 20%. Contohnya harga jual kalau *offline* itu Rp 12.000 setelah tambahan 20% dari aplikasi harga jualan saya menjadi Rp 14.400 Jadi kalau pesan lewat aplikasi harga lebih mahal mbak belum lagi biaya penanganan sama ongkir, akhirnya pembeli pesan lewat *WhatsApp*.⁸⁰

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Elen selaku penjual nasi goreng pada tanggal 12 Januari 2024, beliau mengatakan:

Saya berjualan nasi goreng sejak tahun 1994, kalau berjualan secara *online* sejak tahun 2020. Untuk aplikasi yang digunakan untuk jualan hanya Grab Merchant (Grab) saja. Pada masa Covid-19 di tahun 2020 kami merasa sedikit terbantu oleh adanya aplikasi *online* tersebut. Untuk berjualan di pinggir jalan seperti ini menurut saya lebih mudah di *offline* ya. Kalau kendala yang ada pada aplikasi tidak ada.⁸¹

Berikut hasil wawancara dengan Mas Ivan selaku pengguna *e-commerce* pada tanggal 12 Januari 2024:

Dengan adanya *e-commerce* sangat bermanfaat buat saya. Terkadang kita malas buat keluar rumah cari makanan, sekarang

⁷⁹ Tekno, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Desember 2023.

⁸⁰ Tia, diwawancara oleh Penulis, Jember, 12 Januari 2024.

⁸¹ Elen, diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Desember 2024.

lebih praktis tinggal pesan saja makanan dari rumah lewat *handphone* gak perlu ribet. Kendalanya harga lebih mahal misalnya kalau pake aplikasi kita pesen itu harganya Rp 9.000 kalau kita datang langsung ke tempat itu harganya Rp 13.000. Itu masih belum termasuk biaya layanan dan ongkir. jadi saya kalau pesan tunggu ada voucher gratis ongkir.⁸²

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Agus selaku penjual es degan pada tanggal 22 Maret 2024:

Adanya jualan *online* ini tentu berdampak mbak, sekarang itu kan apa-apa serba HP tinggal pesan orang gak perlu kesini cuma ya kalau pesen *online* itu ada biaya tambahan. Fitur-fitur yang ada di aplikasi juga mudah untuk digunakan, jadi orang-orang yang kurang ngerti sama HP masih bisa tau cara pakainya. saya mulai jualan ini dari tahun 2021.⁸³

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Selamat selaku penjual nasi goreng pada tanggal 22 Maret 2024:

Aplikasi yang saya gunakan itu Gojek. Kalau menurut saya berdampak mbak dari segi pendapatan dan juga menambah pembeli. Saya berjualan itu sudah lama, memang sekarang ini makin lama persaingan itu semakin ketat jadi harus pinter-pinter kita ngikutin perkembangan zaman biar tidak tertinggal. Kendala yang ada di fitur aplikasi itu kadang kalau ada pesanan masuk maps sama *driver* itu tidak sama jadi *driver* itu nyampe sini dulu, iya kalau pas dapat *driver* yang sabar gitu enak kadang gak sabaran.⁸⁴

Hasil wawancara dengan Ibu Yani selaku penjual nasi pecel pada tanggal 23 Maret 2024:

Iya berdampak jualan pakai *online* ini walaupun tidak sebanyak pembeli yang datang langsung ke tempat, tetapi ada saja lumayan untuk tambahan mbak. Saya berjualan kurang lebih selama 3 tahun. Kendala itu ada pada saya yang kurang mengerti tentang HP atau bahasa sekarang gaptেক mbak, mungkin kalau

⁸² Ivan, diwawancara oleh Penulis, Jember 12 Januari 2024.

⁸³ Agus, diwawancara oleh Penulis, Jember 22 Maret 2024.

⁸⁴ Selamat, diwawancara oleh Penulis, Jember 22 Maret 2024.

saya paham HP gitu saya bisa lebih mengikuti lagi memperluas pemasaran jualan saya.⁸⁵

Hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual es campur pada tanggal 23 Maret 2024:

Aplikasi *online* membantu memperluas pemasaran sebenarnya tetapi kalau di tempat jualan saya kurang berpengaruh *e-commerce* itu, pembeli lebih banyak datang langsung ke tempat. Mungkin kendala karena saya kurang aktif jualan pake HP, jadi ya kurang mengikuti perkembangan. Jarang yang pesen lewat aplikasi ada saja tapi tidak menentu.⁸⁶

Hasil wawancara dengan Mas Wawan selaku penjual lalapan pada tanggal 23 Maret 2024:

Adanya *e-commerce* membantu usaha saya kak, sekarang semua semakin canggih ya jadi kita selaku penjual mau tidak mau dituntut untuk ngikutin perkembangan zaman demi kemajuan usaha. Karena kalau tidak mengikuti bisa kalah sama saingan yang semakin banyak. Saya buka usaha ini dari 2015 awalnya ibu saya yang buka usaha ini saya hanya membantu saja. Kendala nya kadang di maps itu tidak sesuai antara aplikasi dengan driver. Keterangan nya driver masih di jalan ternyata sudah sampai di lokasi.⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan pemasaran melalui *e-commerce* memiliki dampak positif dan efektif terhadap UMKM khususnya di Kecamatan Kaliwates, karena dengan menggunakan *e-commerce* penjualan menjadi meningkat serta tidak adanya batasan waktu dalam memasarkan produk. Selain itu juga fitur-fitur yang ada pada *e-commerce* mudah untuk digunakan dalam berjualan.

⁸⁵ Yani, diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Maret 2024.

⁸⁶ Siti diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Maret 2024.

⁸⁷ Wawan diwawancara oleh Penulis, Jember 23 Maret 2024

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai temuan-temuan perihal potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital dalam pertumbuhan perekonomian (studi kasus UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Guna mengetahui tentang potensi *e-commerce* sebagai ekonomi digital data tersebut peneliti dapatkan dari wawancara, pengamatan dan dokumentasi.

Data didapatkan bukan dalam bentuk angka tetapi dalam bentuk argumentasi dari pelaku serta konsumen UMKM diperoleh dari pengamatan yang telah dilakukan. Sedangkan untuk dokumentasi, peneliti mendapatkan data dari UMKM yang ada di Kecamatan Kaliwates melalui foto-foto yang didokumentasikan.

1. *E-commerce* sebagai Ekonomi Digital dalam Pertumbuhan Perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember

E-commerce atau disebut dengan *electronic commerce* adalah sarana dalam berbisnis melalui media komputer, yang menyangkut konsumen. *E-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, serta pemasaran barang maupun jasa dengan menggunakan sistem elektronik contohnya seperti internet, *www* (*world wide web*) dan jaringan internet lainnya. *E-commerce* melibatkan pertukaran data elektronik, transfer dana elektronik, dan mengumpulkan data dengan sistem otomatis. *E-commerce* mencakup penjualan, distribusi, pemasaran, dan pembelian yang dilakukan dengan menggunakan sistem elektronik contohnya internet atau bentuk jaringan komputer lainnya.

Ekonomi digital merupakan aktivitas ekonomi yang dilandaskan oleh teknologi digital internet. Keberadaan ekonomi digital diidentifikasi dengan semakin populernya transaksi perdagangan atau bisnis perkembangan bisnis dengan pemanfaatan media digital sebagai media komunikasi, kolaborasi, serta kegiatan ekonomi sesama perusahaan atau sesama individu contohnya *e-business* dan *e-commerce*.

Hasil observasi penelitian lapangan, UMKM dengan menggunakan *e-commerce* sebagai ekonomi digital menunjukkan bahwa adanya peningkatan pendapatan dibandingkan dengan pendapatan sebelumnya yang mana dengan menggunakan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pemasaran yang mudah ditemui banyak kalangan.

Dalam wawancara langsung dengan pelaku UMKM mereka mengaku sangat terbantu dengan adanya *e-commerce*, keuntungan yang diperoleh dari berjualan *online* dapat menambah pendapatan. Kemajuan teknologi tersebut mereka manfaatkan sebagai perantara dalam memasarkan produknya sehingga penjualan bisa meningkat seperti via ShopeeFood, GoFood, Bang-Jek, dan GrabFood. Namun meskipun penjualan yang mudah informan mengaku harga jual menjadi lebih tinggi karena pihak perantara mengambil keuntungan 20% dari harga produk yang ditetapkan oleh mereka, walaupun terdapat potongan biaya aplikasi keuntungannya masih didapat oleh penjual.

Berdasarkan pelaksanaan lapangan, UMKM menggunakan *e-commerce* sebagai cara memasarkan dan menjual produk ke konsumen.

Maka dalam hal ini sesuai dengan *ecommerce* sebagai sarana dalam penjualan melalui media elektronik. Dengan pendapatan yang didapatkan maka *e-commerce* menjadi ekonomi digital bagi pelaku UMKM untuk berjualan.

Berdasarkan pada hasil penelitian terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates yang menggunakan *e-commerce* dalam pemasaran serta menggunakan data yang berasal dari artikel, jurnal, serta sumber-sumber yang terkait. Peneliti mendapati beberapa hal yang dibahas lebih mengenai penerapan *e-commerce* pada UMKM terhadap pertumbuhan perekonomian.

pelaku usaha kini aktif berjualan dengan *e-commerce* hal tersebut terjadi karena masyarakat cenderung berbelanja melalui *e-commerce*. Sebagai bukti nyata yaitu para pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates. Sebanyak 10 narasumber dalam penelitian ini mengatakan bahwa mereka menggunakan *e-commerce* untuk memajukan usahanya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan meningkatkan perekonomian pelaku UMKM.

Peningkatan penggunaan *e-commerce* sejalan dengan peningkatan minat belanja *online* semenjak pandemi *covid-19*. Terjadinya perubahan ini tak terlepas dari perubahan sosial masyarakat. Dengan adanya *e-commerce* masyarakat menjadi lebih mudah untuk berbelanja, sehingga dengan perubahan ini pelaku usaha menjadi diuntungkan seperti pembeli meningkat dan untuk ongkos kirim ditanggung oleh pembeli. Pada *e-*

commerce pembeli bebas memilih barang dan dapat mengakses selama 24 jam.

Bertambahnya pengguna *e-commerce* meningkatkan aktivitas dalam berbelanja *online* hal tersebut membuat sektor ekonomi digital mengalami pertumbuhan ekonomi. *E-commerce* berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Jember sebesar 4,53 persen pada tahun 2022 angka tersebut meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya di tahun 2021 sebesar 4 persen. Pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates setelah menggunakan *e-commerce* mengalami peningkatan sebanyak 24,5 persen dibandingkan sebelum menggunakan *e-commerce*.

2. Dampak penerapan *E-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember

Guna mengetahui akan dampak penerapan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, peneliti mencoba menganalisis keuntungan dari penggunaan *e-commerce*.

a. Mempermudah Transaksi

Perkembangan teknologi yang terus mengalami perkembangan pesat menjadikan internet hal yang tidak asing lagi di lingkungan masyarakat. Populer pemakaian internet menjadikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk mengimplementasikan sistem *e-commerce* dalam menjalankan kegiatan bisnis. Kegiatan *e-commerce* saat ini diaplikasikan berdasar pada internet, tidak hanya dalam

lingkup penjualan maupun pembelian akan tetapi kegiatan seperti pemasaran, penjualan, serta pembayaran yang dibeli lewat internet adalah salah satu kegiatan *e-commerce*. Sebelum melakukan transaksi jual beli, maka harus ada kesepakatan antara dua pihak dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diperoleh hasil dari penggunaan *e-commerce* membantu mempermudah serta memperluas jangkauan pemasaran pada UMKM Kecamatan Kaliwates bahwa semua informan menyatakan bahwa *e-commerce* membantu mengembangkan usaha.

kemudahan yang ada di *e-commerce* dalam bertransaksi pada penjualan UMKM di Kecamatan Kaliwates. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan sebanyak 10 informan mengatakan bahwa transaksi jual beli dengan *e-commerce* mempermudah mereka, karena fitur yang terdapat di *e-commerce* sangat mudah untuk digunakan sehingga proses jual beli menjadi praktis dan efisien.

Dari beberapa kemudahan yang ada pada *e-commerce* terdapat juga kendala yang dirasakan oleh penjual yaitu dari pihak aplikasi mengambil biaya sebesar 20% sehingga harga jual menjadi lebih mahal dibandingkan dengan membeli produk secara *offline*. Dengan adanya tambahan harga sebesar 20% membuat penjual merasa bingung dengan harga jual produk agar tidak terlalu mahal mengingat banyaknya persaingan.

b. Memperluas pemasaran

Informan yang dijadikan sebagai narasumber dari penelitian ini yaitu berjumlah 10 pelaku UMKM. Pelaku UMKM mengaku sangat terbantu dengan adanya *e-commerce*, pasaran menjadi luas karena konsumen tidak hanya berasal dari sekitar saja namun semua bisa menjangkau. 8 informan menggunakan aplikasi seperti ShopeeFood, GoFood, Bang-Jek, GrabFood. 1 informan menggunakan 1 aplikasi yaitu Grab. Sedangkan 1 informan menggunakan aplikasi GoFood.

Kemudian, peneliti menganalisis kemudahan yang ada di *e-commerce* dalam bertransaksi pada penjualan UMKM di Kecamatan Kaliwates. Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan sebanyak 10 informan mengatakan bahwa transaksi jual beli dengan *e-commerce* mempermudah mereka, karena fitur yang terdapat di *e-commerce* sangat mudah untuk digunakan sehingga proses jual beli menjadi praktis dan efisien.

c. Meningkatkan Penjualan

Peneliti melakukan analisis mengenai *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan terhadap usaha UMKM di Kecamatan Kaliwates. Peneliti membuat pertanyaan terhadap informan mengenai tingkat penjualan apakah mengalami peningkatan setelah menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan produk usaha mereka. Hal tersebut bertujuan guna mengetahui seberapa pengaruh *e-commerce* pada penjualan saat ini.

Dari penelitian tersebut, peneliti mendapati bahwa 7 pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan pada usaha mereka setelah menggunakan *e-commerce*. Terdapat 3 informan menyatakan *e-commerce* tidak sepenuhnya berjalan di usaha mereka, alasan tersebut dikarenakan kebanyakan dari konsumen datang langsung ketempat atau secara *offline*.

Penjualan mengalami peningkatan sehingga membuat informan merasa terbantu dengan pemasaran melalui *e-commerce*. Hal tersebut menjadi salah satu langkah dalam memajukan usaha di tengah ketatnya persaingan yang sedang terjadi. Selain itu, dengan penggunaan *e-commerce* dapat menjadikan perubahan untuk UMKM agar kedepannya digital dapat menjadi acuan dalam pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Selanjutnya fitur-fitur yang terdapat di aplikasi seperti ShopeeFood, GrabFood, Go-Food mudah untuk digunakan dalam melakukan pemasaran dan jual beli.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. *E-commerce* sebagai Ekonomi Digital dalam Pertumbuhan Perekonomian UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

Bertambahnya pengguna *e-commerce* meningkatkan aktivitas dalam berbelanja *online* hal tersebut membuat sektor ekonomi digital mengalami pertumbuhan ekonomi. *E-commerce* berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Jember sebesar 4,53 persen pada tahun 2022 angka tersebut meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya di tahun 2021 sebesar 4 persen. Pendapatan pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates setelah menggunakan *e-commerce* mengalami peningkatan sebanyak 24,5 persen dibandingkan sebelum menggunakan *e-commerce*.

2. Dampak penerapan *E-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.

Adanya dampak dari penggunaan *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates yang pertama yaitu memperluas jangkauan pemasaran serta mempermudah dalam memperoleh konsumen. 10 Infoman mengaku dengan *e-commerce* mereka merasa sangat terbantu. 7 pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan pada usaha mereka

setelah menggunakan *e-commerce*. Terdapat 3 informan menyatakan *e-commerce* tidak sepenuhnya berjalan di usaha mereka, alasan tersebut dikarenakan kebanyakan dari konsumen datang langsung ketempat atau secara *offline*. Dampak kedua yaitu transaksi yang mudah, 7 informan mengatakan bahwa transaksi jual beli dengan *e-commerce* mempermudah mereka karena fitur yang terdapat di *e-commerce* sangat mudah untuk digunakan sehingga proses jual beli menjadi praktis dan efisien.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran dalam tulisan skripsi ini yaitu Pelaku UMKM yang telah menggunakan *e-commerce* dapat memanfaatkan dengan sebaik mungkin agar dapat meningkatkan performa baik itu toko maupun penjualan. Selain itu juga, fitur yang diberikan oleh pihak *e-commerce* banyak sekali kemudahan sehingga akan disayangkan jika tidak dimaksimalkan. Selain itu pelaku UMKM juga agar tetap berhati-hati dalam menggunakan aplikasi, karena bisa saja terjadi pembajakan data oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Anam, Khoirul. "Efektivitas Penjualan Melalui Pemanfaatan Sistem E-commerce Pada Toko Jamu Herbal King Betiri Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember". Skripsi, IAIN Jember, 2021.
- Ansofino, Putri Meliza S., Yolamalinda, Lovelly Dwindi D., Nilmadesri Rosya P. M. *Buku Ajar Ekonomi Pembangunan*. Padang: STKIP PGRI Sumbar Press, 2020.
- Arief, Moch, Misbahul Munir, dan Hersa Farida Qoriani. "Comparative Analysis Of Gojek And Grab Excellence Strategi In Improving The Market In Jember Regency." *Jurnal Syntax DMIRATION* 4, no. 6 (2023): 650-66. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i6.598>.
- Bindarto. "Strategi Pengembangan UMKM Dengan Memanfaatkan Peluang Ekonomi Digital Untuk Mendukung Pemulihan Ekonomi". *Jurnal Universitas HKBP Nommensen* (2022): 1-7.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Alquran dan Terjemahan*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Fai. "Ekonomi Digital Indonesia". UMSU, September 9, 2023, [Umsu.Ac.Id: https://umsu.ac.id/Berita/Ekonomi-Digital-Indonesia/](https://umsu.ac.id/Berita/Ekonomi-Digital-Indonesia/).
- Garcia, Mendonca Herbert, "Perdagangan," *Jurnal Inovasi, Proyek Dan Teknologi – Jipt* 4, no. 2 (2018): 240-251, [doi 10.5585/iptec.v4i2.68](https://doi.org/10.5585/iptec.v4i2.68).
- Gustina, Leni, Welia Novita, dan Yohan Triadi, "Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang." *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis* 4, no. 1 (2022): 152-161, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>.
- Hadion, Hamzah Vensuri, Musnaini Widiyanti, Denok Sunarsi, Haudi, Dodi, Prasada, Lily Setyawati, Asep Muhammad L., dan Irfan. *Digitalisasi UMKM*. Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2020.
- Hanim. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: Unissula Press, 2018.

- Hasanah, Nuramalia, Saparuddin Muhtar, dan Indah Muliastuti. *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia), 2020.
- Heryana, Ade. "Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif". Universitas Esa Unggul, Desember, 2018. <https://www.researchgate.net/publication/329351816> Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif.
- Hidayatullah M.F, Nathania Nur R, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah. "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik DOT.ID." *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 10, no. 1 (2023): 126-135.
- Idat, "Memanfaatkan Era Ekonomi Digital Untuk Memperkuat Ketahanan Nasional." *Jurnal Kajian Lemhannas RI* (2019): 5-11.
- Insani, Fadillah, "Analisis *E-commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada UMKM Di Kota Medan)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021.
- Irawan, Bambang, Indra S., Wenny, Zunan, Akmal, Mohammad Wasil, Aprizal, Dewi Alima, Novi, Soeharjoto, Najirah Umar, Siti Chasanah, Ana Fitriyatul, dan Luluk Tri H., *Konsep Dasar E-Business*. Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Katarzy, Cheba, Maja Kiba-Janiak, Anna Baraniecka, dan Tomasz Kolakowski. "Impact Of External Factors On *E-commerce* Market In Cities And Its Implications On Environment." *Journal Elsevier*, (2021): 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.103032>
- "Kembangkan Ekonomi Digital, Indonesia Butuh Talenta Digital Berkualitas." *Kominfo.Go.Id* September 9, 2023, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/47689/Siaran-Pers-No-28hmkominfo032023-Tentang-Kembangkan-Ekonomi-Digital-Indonesia-Butuh-Talenta-Digital-Berkualitas/0/Siaran-Pers>, 2023.
- Kondoji, Marike, Herry Langi, Yoice Putung, dan Arief Kumaat, "Model *E-commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara." *Technomedia Journal (TMJ)* 8 no. 2 (2023): 222-234.

- Kusniawan, Fitra. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam". Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Lenny, Luthfiah, Rizky Yanuarti, Indah Ibanah, Laily Mutmainnah, dan Restiani Sih harsanti, "E-commerce Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Moss 1 di Kabupaten Jember." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)* 4, no 2 (2023): 1162-1168, <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1008>.
- Marshely, Amilia, Destin Fitria, dan Vicky Sanjaya. "Pengaruh Penggunaan Promosi Online dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen". *Jurnal: Kalianda Halok Gagas* 4, no. 2 (2022): 93-100. <https://ojs.stiemkalianda.ac.id>.
- Nasri, Darma Al Fadilla. "Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bengkulu)." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020.
- Nasution, Dewi Sartika, *Ekonomi Digital*. Nusa Tenggara Barat: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Nasution, Eri Yanti. "Perkembangan Transaksi Bisnis E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, (2020): 506-519.
- Nursyakilah, Syikin. "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Rappocini Kota Makassar." Skripsi, Universitas Bosowa, 2020.
- Prasetyo, Dwi Yuli. "Peranan Website E-commerce Guna Meningkatkan Perekonomian Di Wilayah Perbatasan (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Indragiri Hilir)." *Jurnal Bappeda* 2, no. 2 (2016): 95-102.
- Purnama, Indah. "Pengaruh Promosi Online Dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen." *Youth & Islamic Economic Journal* 1 no. 2 (2020): 14-20.
- Putri, Handayani Nugrah Leksono Putri. "E-commerce Sebagai Penunjang Ekonomi Digital Di Jawa Tengah." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan* 2 no. 1 (2022): 9-14,

- Qoriani, Hersa F., Eva, Nurul Fatimah, A., dan Qoyyimatun Nisa. "Pendampingan Percepatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Dalam Rangka Pertumbuhan Ekonomi Nasional Di Desa Pepe Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo." *PE DAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 1, no. 1 (2023): 117-128.
- Sarfiah, Nur Sudati, Hanung Eka Atmaja, dan Dian Marlina Verawati. "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa." *Jurnal Rep (Riset Ekonomi Pembangunan)* 4, no. 2 (2019): 137-146. <http://dx.doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.
- Sari, Nurul Amalia "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar." *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, (2023): 1-8. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v3i2.384>
- Siagian, Ade Onny. "Strategi Pemasaran *E-commerce* Bagi UMKM Indonesia Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia." *YAYASAN AKRAB PEKANBARU Akrab Juara* 6, no 1 (2021): 1-15.
- Sugiharto. *Memanfaatkan E-commerce Dengan Benar*. Retrieved September 24, 2023, From Kementrian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/memanfaatkan-e-commerce-dengan-benar.html>, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- "Survei Apjii Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang" Apjii, September 23, 2023, <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.
- Susanto, Barkah, Akrim Hadiano, Fardan Nur C., Miftachul Rochman, Muhammad Mirza S., dan Aditya Ari D., "Penggunaan Digital Marketing Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Jurnal Community Empowerment*, 6, no. 1 (2020): 42-47, <https://doi.org/10.31603/ce.4244>.
- Taher, Ghada. "*E-commerce: Advantages And Limitations*." *International Journal Of Academic Research in Accounting, Finance And Management Sciences* 11, no 1 (2021): 153-165. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARAFMS/v11-i1/8987>.
- Tambunan, Khairina, Isnaini Harahap, dan Marliyah. "Analisis Kointegrasi Zakat dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2015-2018." *Aktsar Journal* 2, no.2 (2019): 249-264.

- Tira, Fitria Nur. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara". *Jurnal: Ilmiah Ekonomi Islam*, 3, no. 1 (2019); 52-62.
- Utami, Mega Muli, Renaldi Manurung, dan Febrian Aji Nugroho. "Dekomigital (Desa Ekonomi Digital): Strategi transformasi UMKM Desa Digital Sebagai Upaya Pemulihan Perekonomian Pada Masa Pandemi di Indonesia." *Inspire Journal* 1, no. 2 (2021): 213-234. <https://ejournal.uksw.edu/inspire>.
- Vena, Meylinda Maudy. "Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem *Online Shop*." Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.
- Wahyuningrum, Ratih. "Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online." *Jurnal Management Bisnis* 21, no. 3 (2018): 275-290.
- Widagdo, Prasetyo Budi. "Analisis Perkembangan *E-commerce* Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia." *Researchgate* (2016): 1-10.
- Yuwana, Siti Indah Purwaning, Ayu Wulandari. "Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN Khas Jember." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam JEBI*, 111-124, 2023.
- Yuwana, Siti Indah Purwaning. "Coronanomics : Strategi Revitalisasi UMKM Menggunakan Teknologi Digital di Tengah Pandemi Covid-19." *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review* 2, no 1 (2020): 47-59. <https://jtebr.unisan.ac.id>.
- Zahra, Aulia, Ira Hairun Nisa M., Miranda, Yudi Faikhrul Rozi, dan Nurbaiti. "Peluang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pemasaran Ekonomi Digital di Sumatera Utara." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (Jikem)* 2 no. 2 (2022): 5169-5176.

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus Penelitian
Potensi <i>E-Commerce</i> Sebagai Ekonomi Digital Dalam Pertumbuhan Perekonomian (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember)	A. <i>E-Commerce</i>	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian <i>E-Commerce</i> Jenis <i>E-Commerce</i> 	<ol style="list-style-type: none"> <i>Business to Business (B2B)</i> <i>Business to Consumer (B2C)</i> <i>Consumer to Consumer (C2C)</i> <i>Consumer to business (C2B)</i> <i>Government to Business (G2B)</i> <i>Government to goverment (G2G)</i> 	<ol style="list-style-type: none"> Informan: Pedagang UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember Sumber data Sekunder: Buku-buku atau sumber yang relevan. 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan penelitian: <ol style="list-style-type: none"> Kualitatif Jenis Penelitian: <ol style="list-style-type: none"> Deskriptif Teknik pengambilan sampel: <ol style="list-style-type: none"> <i>Purposive</i> Metode pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> Observasi Wawancara Dokumentasi Teknik analisis data: <ol style="list-style-type: none"> Analisis deskriptif Keabsahan data: <ol style="list-style-type: none"> Triangulasi sumber 	<ol style="list-style-type: none"> Bagaimana dampak penerapan <i>E-commerce</i> pada UMKM di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember ? Bagaimana potensi <i>E-commerce</i> sebagai ekonomi digital dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Kaliwates?
	B. Ekonomi Digital	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Ekonomi Digital Karakteristik Ekonomi Digital 	<ol style="list-style-type: none"> <i>Knowledge</i> <i>Digitalization</i> <i>Virtualization</i> <i>Internetworking</i> <i>Innovation</i> <i>Immediacy</i> 			
	C. Pertumbuhan ekonomi	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Pertumbuhan Ekonomi 	<ol style="list-style-type: none"> Teori pertumbuhan ekonomi 			

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feni Aulia Rizky
NIM : 204105020120
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 2 April 2024
Saya yang menyatakan



Feni Aulia Rizky
204105020120

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana dampak penerapan *E-commerce* pada UMKM di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember ?

- a. Sejak kapan Bapak/Ibu mendirikan usaha?
- b. Sejak kapan Bapak/Ibu berjualan dengan menggunakan *e-commerce*?
- c. Apakah Bapak/Ibu merasa sangat terbantu dengan berjualan menggunakan *ecommerce*?
- d. Apa saja kendala dalam berjualan menggunakan *e-commerce*?
- e. Apakah Bapak/Ibu terdapat kendala saat menggunakan fitur-fitur yang ada di *ecommerce*?

2. Bagaimana potensi *E-commerce* sebagai ekonomi digital dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Kaliwates?

- a. Apakah dengan berjualan menggunakan *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan?
- b. Bagaimana tingkat penjualan Bapak/Ibu setelah menggunakan aplikasi *e-commerce*?
- c. Apakah penghasilan yang diperoleh dapat mengatasi perekonomian keluarga?

Nomor : B-1895 /Un.22/7.a/PP.00.9/10/2023
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

18 Oktober 2023

Kepada Yth.

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember
Jalan Letjen S.Parman No.89, Tegal Boto Kidul, Karangrejo, Kec. Sumbersari,
Kabupaten Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Feni Aulia Rizky
NIM : 204105020120
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Potensi E-commerce Sebagai Ekonomi Digital dalam Pertumbuhan Perekonomian UMKM Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO**

JL. KARIMATA NO. 115 TELP. (0331) 336101

JEMBER

Nomor : 518/177/324/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Selesai Penelitian**

Jember, 20 Maret 2024

Kepada :

Yth. Sdr.

Kabupaten Jember

di -

JEMBER

Menindaklanjuti surat rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember Nomor : 074/3132/415/2023 tanggal 03 November 2023 tentang Surat Rekomendasi Ijin Penelitian atas nama :

NAMA : **FENI AULIA RIZKI**
NIM : 204105020120
Instansi/Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : "Potensi E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Pertumbuhan Perekonomian UMKM Kecamatan kaliwates Kabupaten Jember"

Telah melaksanakan penelitian di Dinas Koperasi dan usaha Mikro pada tanggal 03 November 2023 dengan baik .

Demikian disampaikan terimakasih.

**An. KEPALA DINAS
KOPERASI DAN USAHA MIKRO
KABUPATEN JEMBER
SEKRETARIS**

NANIK INDAH RUPIANI, SH, M.Si

Pembina Tk. I

NIP. 19680322 199403 2 010

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

POTENSI E-COMMERCE SEBAGAI EKONOMI DIGITAL DALAM
PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN (STUDI KASUS UMKM DI
KECAMATAN KALIWATES, KABUPATEN JEMBER)

NO	HARI/TANGGAL	KATERANGAN	PARAF
1.	Senin, 6 November 2023	Penyerahan surat izin Penelitian kepada Bapak Nur Holic Pinar Koperasi dan Usaha Mikro	
2.	Jumat, 22 Desember 2023	wawancara dengan Ibu Houfan selaku penjual seblat	
3.	Sabtu, 23 Desember 2023	wawancara dengan Bapak Tarub selaku penjual bakso	
4.	Rabu, 27 Desember 2023	wawancara dengan Bapak Tekno selaku penjual gado-gado	
5.	Jumat, 12 Januari 2024	wawancara dengan Ibu Tia selaku penjual roti bakar	
6.	Jumat, 12 Januari 2024	wawancara dengan Ibu Elen selaku penjual nasi goreng	
7.	Jumat, 22 Maret 2024	wawancara dengan Ibu Yani selaku penjual nasi pecel	
8.	Jumat, 22 Maret 2024	wawancara dengan Bapak Selamet selaku penjual nasi goreng	

9.	Sabtu, 23 Maret 2024	Wawancara dengan Ibu Siti selaku Penjual es campur.	
10.	Sabtu, 23 Maret 2024	Wawancara dengan Bapak Agus selaku Penjual es degan	
11.	Sabtu, 23 Maret 2024	wawancara dengan Mar Wawan selaku Penjual talapan	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI



Dokumentasi 1: Jumat, 22 Desember 2023 Bersama Ibu Holifah selaku Penjual Seblak



Dokumentasi 2: Sabtu, 23 Desember 2023 Bersama Bapak Tarub selaku Penjual Bakso



Dokumentasi 3: Rabu, 27 Desember 2023 Bersama Bapak Tekno selaku Penjual Gado - Gado



Dokumentasi 4: Jumat, 12 Januari 2024 Bersama Ibu Tia selaku Penjual Roti Bakar



Dokumentasi 5: Jumat, 12 Januari 2024 Bersama Ibu Elen selaku Penjual Nasi Goreng



Dokumentasi 6 : Jumat, 22 Maret 2024 Bersama Bapak Agus selaku Penjual Es Degan



Dokumentasi 7 : Jumat, 22 Maret 2024 Bersama Bapak Selamat Selaku Penjual Nasi Goreng



Dokentasi 8 : Sabtu, 23 Maret 2024 Bersama Ibu Yani Selaku Penjual Nasi Pecel



Dokumentasi 9 : Sabtu, 23 Maret 2024 Bersama Ibu Siti Selaku Penjual Es Campur



Dokumentasi 10 : Sabtu, 23 Maret 2024 Bersama Mas Wawan Selaku Penjual Lalapan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : FENI AULIA RIZKY
NIM : 204105020120
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Potensi *e-commerce* Sebagai Ekonomi Digital Dalam
Pertumbuhan Perekonomian (Studi Kasus UMKM Di
Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.


Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 27 Maret 2024

Operator Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER


Luluk Musfiroh





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Feni Aulia Rizky

NIM : 204105020120

Semester : VIII / 8

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 1 April 2024
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Sofiah, M.E.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BIODATA PENULIS



Nama : Feni Aulia Rizky
Nim : 204105020120
Tempat, Tanggal lahir : Jember, 22 Februari 2002
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Letjen Suprpto Gg. Gumuk, Kel. Kebonsari,
Kab. Jember.
No. Hp : 089612519392
Email : feniaulia02@gmail.com

Riwayat pendidikan

1. SDN Kepatihan 05 Jember
2. SMPN 08 Jember
3. SMAU BPPT Darus Sholah Jember
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember