ANALISIS DAMPAK EKONOMI DIGITAL PADA SENTRA UKM RENDANG TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN LAMPOSI TIGO NAGORI KOTA PAYAKUMBUH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam



DISUSUN OLEH

WILDANIA SUCI RAMADHANI
NIM 3220212

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK
BUKITTINGGI
TAHUN AKADEMIK
2023/202

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisi Dampak Ekonomi Digital Pada Sentra UKM Rendang Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dikecamatan Lamposi Tigo Nagori Kota Payakumabuh ." Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Kemudian shalawat dan salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai macam halangan dan rintangan. Namun, penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan dengan penuh ketulusan dan keikhlasan dari beberapa pihak. Maka, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga, pertama kali kepada orang tua tercinta Ibundadan Ayahanda yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang,kesabaran serta pengorbanan dan perjuangan yang tak kenal lelah untuk masadepan dan kehidupan penulis. Selanjutnya atas bantuan dan arahan yang telah diberikan, penulis juga mengucapkan terimakasih tak terhingga kepada:

1. Prof Dr. Ridha Ahida, M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
2. Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam
3. Rika Widianita, ME selaku ketua program studi Ekonomi Islam yang sudah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menutut ilmu di UIN SMDD Bukittinggi
4. Zuwardi, MA selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan nasehat kepada penulis dalam menjalani perkuliahan.
5. Habibatur Ridhah M.M selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan buah fikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh staff kepegawaian selingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan staff kepegawaian Rektorat Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang pernah memberikan penulis segenap ilmu yang dimiliki, arahan dan bimbingan kepada penulis.
7. Seluruh staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh staff dan kepegawaian Batik Tigo Sarumpun dan UMKM Kabupaten Lima Puluh Kota yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan mensuport penulis dalam penulisan skripsi ini.

9. Keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam penulisan skripsi ini serta selalu memberikan nasehat agar penulis menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
10. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam EI. G 20.
11. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bukittinggi, 21 Juli 2024

Windania Suci Ramadhani
NIM.3220212

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia termasuk kedalam negara berkembang dengan tingkat populasi penduduk yang padat.Kemiskinan yang tinggi,pengangguran,serta rendahnya tingkat kesejahteraan dan pendidikan rendah merupakan beberapa masalah yang sering dihadapi dan terjadi ditengah-tengah masyarakat.Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menekan hal tersebut adalah dengan berwirausaha.Usaha kecil mikro kecil menengah dapat dikembangkan dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia guna meningkatkan kreatifitas dan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu cara utama UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat adalah dengan menciptakan lapangan kerja. UMKM sering menjadi penghasil lapangan kerja terbesar di banyak negara, terutama di sektor informal. Dengan mempekerjakan penduduk lokal, UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan memberikan akses ekonomi kepada mereka yang kurang beruntung. Dalam beberapa kasus,UMKM juga memberikan peluang kerja bagi kelompok-kelompok marginal atau terpinggirkan seperti perempuan, kaum muda, atau komunitas adat.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi,kegiatan berwirausaha mulai dikombinasikan dengan teknologi yang tersedia.Kegiatan usaha yang dahulunya dilakukan dengan cara manual dan tradisional,pada saat sekarang ini sudah menggunakan cara digital.Dimulai dari cara pengolahhan bahan baku sampai kepada pemasaran hingga produk sampai ketangan konsumen sudah menggunakan teknologi digital.

Payakumbuh adalah sebuah kota di Provinsi Sumatra Barat, Indonesia,yang dikelilingi Kabupaten Lima Puluh Kota. Payakumbuh merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi di Sumatra Barat. Pada akhir 2018,Pemerintah Kota Payakumbuh mempromosikan daerahnya sebagai Kampung Rendang. Produksi rendang di Kota Payakumbuh sebanyak 1.147 kilogram per hari yang diproduksi oleh 37 Industri Kecil Menengah (IKM) di wilayah setempat. Ada sekitar 30 varian rendang dengan berbagai macam bahan yang diproduksi masyarakat Payakumbuh.

Salah satu sentra UMKM yang sedang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh adalah Sentra Makanan tradisional Rendang yang berlokasi di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagori, Kota Payakumbuh. Sentra ini bahkan juga dikenal dengan Kampung Rendang Payakumbuh (KRP).

Industri rendang di Kecamatan Lamposi Tigo nagori ini terus mengalami perkembangan mengingat letak geografisnya yang strategis karena Payakumbuh terletak pada jalur jalan lalu lintas arteris yang menghubungkan kota-kota seperti Padang, Padang Panjang, Bukit Tinggi, Payakumbuh, Bangkinang dan Pekan Baru. Selain itu Payakumbuh yang terletak di antara dua Ibu Kota Provinsi,menjadikan kota ini sebagai kota persinggahan bagi orang-orang yang bepergian menuju kota-kota di Sumatera Barat dan Riau, baik yang datang dari Sumatera Barat maupun dari Riau.

Tabel.1.1
Produsen Rendang Terbesar Di Kampung Rendang

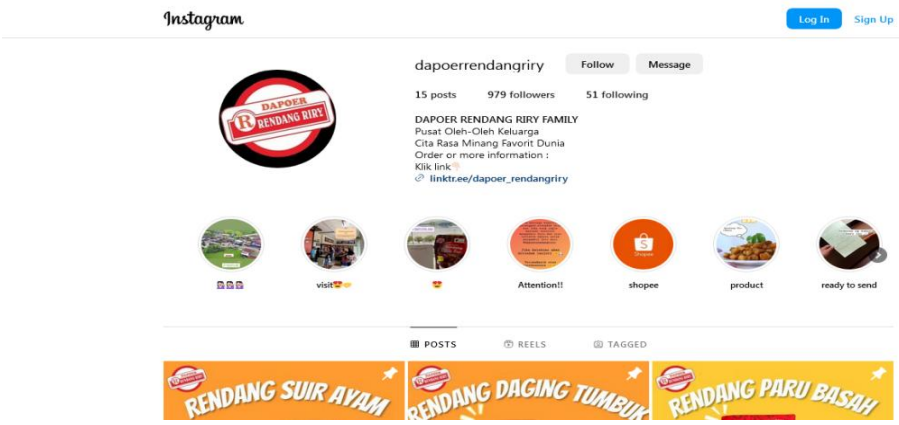
NO	Nama Perusahaan	Pemilik	Alamat
1	Rendang Erika	Farida Eriani	Lamposi,Tigo Nagori

2	Rendang Riri	Ratna Juwita	Lamposi,Tigo Nagori
3	Rendang Yolanda	Ernawati	Lamposi,Tigo Nagori

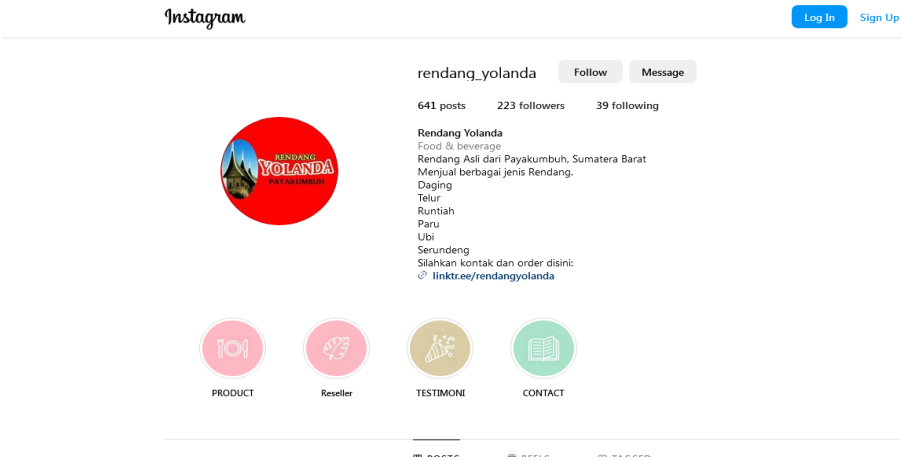
Sumber:Dinas Koperasi,UMKM,dan Perindustrian

Penetapan kampung rendang sudah dimulai sejak tahun 2018,akan tetapi perkembanganya baru dimulai pada tahun 2020.Ada beberapa jenis rendang yang terkenal yaitunya rendang daging dan rendang paru.Proses pembuatan rendang dimulai dari pengolahan bahan baku yang didatangkan langsung dari peternakan sapi yang ada di Padang Mangateh Kota Payakumbuh.Setelah itu bahan baku diolah untuk dijadikan rendang.Proses pembuatan rendang masih menggunakan metode tradisional yaitu memasak rendang dengan menggunakan tunggu kayu.Setelah dimasak rendang dikemas kedalam kemasan yang telah didesain dengan sebaik mungkin dengan ukuran yang bervariatif,mulai dari isian ¼ Kg hingga 1 Kg.

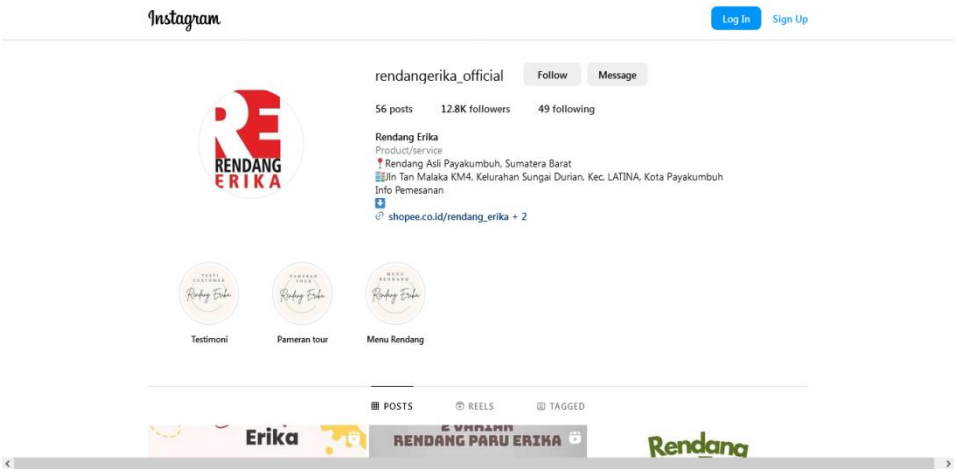
Setelah melalui proses pembuatan dan pengemasan para produsen rendang memasarkan produknya ke berbagai daerah,seperti Batusangkar,Sawah Lunto,Padang Panjang,Bukittinggi,dan Padang. Bahkan produk rendang juga dipasarkan keluar provinsi seperti Riau dan Pulau Jawa.Proses Pemasaran bukan hanya dilakukan secara langsung,akan tetapi juga memanfaatkan media online,seperti pemasaran melalui aplikasi Tiktok,Instagram,*e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.



Gambar.1:Instagram Rendang Riry



Gambar.2 :Instagram Rendang Yolanda



Gambar.3:Instagram Rendang Erika

Gambar diatas adalah contoh pemasaran yag dilakukan oleh empat pelaku usaha rendang terbesar yang ada di Kecamaan Lamposi Tigo Nagori.Pemasaran dilakukan melalui media sosial yaitu Instagram.Harga yang ditawarkan dari masing-masing usaha cukup beragam,tergantung dari varian dan besaran produk yang dijual.Dimulai dari harga Rp.75,000-300.000 untuk varian rendang daging dan rendang paru,Rp.12.000-60.000 untuk varian rendang telur.Rp.70.000-280.000 untuk varian rendang suir berat,Rp.60.000-300.000 untuk varian rendang belut,Rp.65.000-300.000 untuk varian rendang jamur.

Tabel.1.2
Data penjualan Rendang Erika di Market Place

Shopee			**Tokopedia**		
Nama Produk	**Terjual**	**Total Penjualan (Rp)**	**Nama Produk**	**Terjual**	**Total Penjualan**
R.Daging 250 gr	603	45.225.000	R.Suir Ayam	3	201.000
R.Telur Erika	122	2.684.000	R.Daging	9	675.000
R.Telur 200 gr	24	432.000	R.Telur 500 gr	4	140.000
R.Suir 200 gr	207	14.490.000	R.ParuKering	18	1.260.000
R.Belut Kering	7	455.000	R.Paru Basah	30	2.250.000
R.ubi	64	960.000	R.Belut	3	210.000
R.Paru Kering200 gr	71	4.970.000	R.Ubi	1	22.000
R.Daging 500 gr	7	1.050.000	R.Jamur Tiram	1	65.000
R.Paru Basah 250 gr	99	7.425.000	R.Daging Erika 500 gr	2	300.000
R.Cubadak	2	110.000	R.telur	161	2.898.000

			Erika		
R.Daging	105	7.875.000	**Jumlah**	**232**	**8.021.000**
R.Jamur	3	195.000			
R.Daging Tumbuk	15	1.125.000			
Jumlah	**1.329**	**86.996.000**			

Sumber:Market Place Rendang Erika

Tabel.1.3
Data penjualan Rendang Riry di E-commerce

Shopee			**Tokopedia**		
Nama Produk	**Terjual**	**Total Penjualan (Rp)**	**Nama Produk**	**Terjual**	**Total Penjualan**
R.Daging Sapi 250 gr	155	11.625.000	R.Paru Basah 250 gr	19	1.330.000
R.Telur 200 gr	275	4.675.000	R.Suir Sapi 200 gr	24	1.536.000
R.Telur 250 gr	33	701.250	R.Telur 200 gr	153	2.601.000
R.Suir Daging Sapi 200 gr	15	975.000	R.Paru Kering 250 gr	30	2.400.000
R.Baluik 250 gr	6	360.000	R.Paru Kering	45	2.925.000
R.ubi 250 gr	23	488.750	R.Baluik	5	300.000
R.Paru Kering 250 gr	5	400.000	R.Telur	161	2.737.000
R.Suir Sapi 250 gr	34	2.720.000	R.Suir Jamur	5	300.000
R.Paru Kering 200 gr	24	1.560.000	R.Daging Tumbuk	22	1.540.000
R.Kalio Jengkol	10	500.000	R.Suir Ayam	13	845.000
R.Suir Ayam 250 gr	2	130.000	R.Daging Sapi 250 gr	100	7.500.000
R.Paru Basah 250	7	490.000	R.Ubi 250 gr	42	892.500

gr					
R.Daging Tumbuk 250 gr	2	140.000	**Jumlah**	**619**	**24.906.500**
Jumlah	**593**	**24.765.000**			

Sumber:Market Place Rendang Riry

Tabel.14
Data penjualan Rendang Yolanda di Market Place

Shopee			**Tokopedia**		
Nama Produk	**Terjual**	**Total Penjualan (Rp)**	**Nama Produk**	**Terjual**	**Total Penjualan**
R.Suir Sapi 200 gr	22	1.540.000	R.Suir 200 gr	20	1.400.000
R.Daging Sapi 250 gr	28	1.960.000	R.Daging Sapi 250 gr	52	3.640.000
R.Telur 200 gr	10	300.000	R.Telur 200 gr	15	450.000
R.Paru Sapi Kering	15	1.050.000	R.Paru Sapi Kering 200 gr	13	910.000
R.Ubi 250 gr	8	240.000	R.Ubi 250 gr	6	180.000
Jumlah	**83**	**5.090.000**	**Jumlah**	**106**	**6.580.000**

Sumber:Market Place Rendang Yolanda

Berdasarkan ke-empat data di atas,terlihat penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha rendang,yaitunya Rendang Erika,Rendang Riri ,dan Rendang Yolanda.Jumlah pesanan yang bisa dicapai oleh usaha Rendang Erika yaitu sebanyak 1.561 dengan total pendapatan dari penjualanya sebesar Rp.95.017.000.Jumlah pesanan yang bisa dicapai oleh usaha Rendang Riri yaitu sebanyak 1.212 dengan total pendapatan dari penjualanya sebesar Rp.49.671.500.Jumlah pesanan yang bisa dicapai oleh usaha Rendang Yolanda

sebanyak 189 dengan total pendapatan dari penjualanya yaitu 11.670.000.

Rata-rata setiap IKM yang ada di Payakumbuh memproduksi 31 kilogram rendang per hari, jika dikalkulasikan seluruh IKM bisa berproduksi sekitar 1.147 kilogram per hari atau lebih dari 1 ton. Dengan produksi yang cukup besar tersebut maka sangat layak Kota Payakumbuh menyandang predikat sebagai kota rendang.Saat ini di Sentra IKM Rendang sudah berhasil menghasilkan 9 varian rendang yaitu: rendang daging sapi, rendang telur, rendang paru kering dan basah, rendang suir daging sapi dan daging ayam, rendang belut, rendang tuna, rendang jamur, dan pasta rendang.

Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori bisa dibilang menjadikan usaha rendang sebagai pekerjaanya.Ada yang bekerja sebagai pemasok bahan baku rendang seperti peternak ayam yang memasok telur dan daging ayam kepada pengusaha rendang sebagai bahan baku pembuatan rendang telur dan rendang ayam.Ada juga masyarakatnya yang bekerja sebagai karyawan untuk pembuatan rendang dan karyawan toko,ada juga yang bekerja sebagai reseller dari produk rendang itu sendiri.

Tabel 1.5
Data jumlah penduduk dan resapan tenaga kerja di Kampung Rendang

Tahun	Jumlah penduduk	Resapan tenaga kerja usaha rendang			
		Penyedia bahan baku		Pengusha rendang	Karyawan
		Ayam dan telur	Sapi		
2019	10.155	29	54	12	96
2020	11.049	29	53	12	161
2021	11.485	29	57	15	120

2022	11.734	31	55	15	192
2023	11.981	31	63	16	201

Sumber:BPS kota Payakumbuh dalam tahun 2019-2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa resapan tenaga kerja dari usaha rendang yang ada di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori yaitu terdiri dari penyedia bahan baku,pengusaha rendang dan juga karyawan yang direkrut oleh pengusaha rendang tersebut.Dari tahun 2019-2023 terjadi kenaikan jumlah pendududuk,akan tetapi untuk resapan tenaga kerjanya terjadi kenaikan dan penurunan.Pada tahun 2019-2020 terjadi kenaikan dari jumlah karyawan yang direkrut sebanyak 65 orang.Sedangkan dari segi penyedia bahan baku daging sapi terjadi penurunan.Pada tahun 2021 terjadi penurunan drastis dari karyawan,hal itu dikarenakan kasus wabah virus corona yang mengakibatkan para pekerja tidak boleh keluar rumah sehingga banyak para pekerja yang diberhentikan.Pada tahun 2022-2023 terjadi kembali peningkatan karyawan dikarenakan wabah virus corona yang mulai menghilang dan penjualan yang semakin meningkat.

Dari segi pengumpulan keuntungan,usaha rendang yang ada di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori memanfaatkan teknologi perbankan digital yang memudahkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi.Para pembeli yang melakukan pembelian di e-commerce membayar produk dengan cara melakukan transfer uang ke rekening bank yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha.Hal tersebut sesuai dengan penerapan ekonomi digital yang memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin meneliti lebih lanjut

mengenai dampak penerapan ekonomi digital pada sentra UKM rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori dengan judul:**”DAMPAK EKONOMI DIGITAL PADA SENTRA UKM RENDANG TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN LAMPOSI TIGO NAGORI KOTA PAYAKUMBUH.**

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkanlatarbelakangdiatasmakapenulismengidentifikasipermasalahan tersebut sebagai berikut :

a. Adanya ekonomi digital berdampak pada perkembangan UMKM rendang yang ada di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori Kota Payakumbuh.
b. Adanya sentra UKM rendang berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori Kota Payakumbuh.

C. BATASAN MASALAH

Dari masalah yang telah dijabarkan di atas, maka penulis membatasi masalah penelitian untuk mempermudah penulis dalam menganalisis maka penulis perlu membatasi masalah ini yaitu dampak ekonomi digital pada sentra UKM rendang terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori Kota Payakumbuh.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak ekonomi digital terhadap perkembangan sentra UKM rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori?
2. Bagaimana dampak UKM rendang terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori?

E. TUJUAN PENELITIAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas,maka tujuan penilitian adalah :

a. Untuk menganalisis dampak ekonomi digital terhadap perkembangan sentra UKM rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.
b. Untuk menganalisis dampak ukm rendang terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

2. Kegunaan penelitian

i. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk bahan informasi sebagai acuan untuk pelaku usaha rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

ii. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana menerapkan teori-teori yang didapat dari perkuliahan dan digunakan sebagai pembelajaran untuk penelitian selanjutnya.

2) Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber wawasan mengenai Dampak Ekonomi Digital Pada Sentra UKM Rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

3) Bagi Studi Terkait Dimasa Mendatang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh kepada peneliti selanjutnya, terutama bagi peneliti tentang Dampak Ekonomi Digital Pada Sentra UKM Rendang Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

4) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

F. PENJELASAN JUDUL

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman memahami judul diatas, maka penulis perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang terdapat didalam judul yaitu :

Dampak : Pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif)[1]

Ekonomi Digital : yaitu bagian dari output ekonomi yang menggabungkan teknologimultiguna berbasis internet yang diterapkan dalam model bisnis barang atau jasadigital yang variatif.[2]

Sentra :Tempat yang terletak ditengah-tengah,titik pusat (kota,industri,pertanian,dan sebagainya)

UKM :Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil.

Peningkatan kesejahteraan :Peningkatan kemakmuran,dalam keadaan sehat dan damai

[1]KBBI

[2]Maharani,Ekonomi Digital:Peluang dan Tanntangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia,CoIS2019,hal 2

Masyarakat :Sekumpulan orang yang saling bergaul membentuk sarana dan prasarana dan satu lingkungan.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. KESEJAHTERAAN

1. Pengertian Kesejahteraan.

Sejahtera, menurut Kamus Besar Indonesia, merujuk pada situasi yang aman sentosa, dan makmur. Aman berarti terbebas dari bahya dan gangguan. Hidup yang aman menandakan suatu kehidupan yang terbebas dari segala kesukaran dan bencana. Sehingga, hidup yang sentosa adalah hidup dalam suasana aman, damai dan tidak ada kekacauan. Dalam arti yang lebih luas kesejahteraan adalah terbebasnya seseorang dari jeratan kemiskinan, kebodohan dan rasa takut sehingga dia memperoleh kehidupan yang aman dan tentram secara lahiriah maupun batiniah.[3]

Kesejahteraan merupakan hal atau keadaan sejahtera, keamanan, keselamatan, ketentraman, kemakmuran dan sebagainya. Sedangkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 13 tahun 1998 menyebutkan, kesejahteraan social adalah suatu tata kehidupan dan penghidupan social baik material maupun spiritual yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, ketentraman lahir dan batin yang memungkin bagi setiap warga Negara untuk mengadakan pemenuhan kebutuhan jasmani, rohani, social yang sebaik-baiknya bagi hak dan kewajiban asasi manusia dengan pancasila.[4]

---

[3]Sukma,Sari"Konsep Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Alquran"*jounal Of Qur'an and Hadis Studies*.Vol.3No.1(2020)

[4] Buku Ilmu Kesejahteraan Sosial dan pekerjaan sosial

2. **Kemiskinan adalah kurangnya kesejahteraan.**

Menurunya kemiskinan berarti neiknya kesejahteraan. Kedua istilah ini saling terkait dan memandang masalah yang sama dari dua sisi yang berbeda. Defenisi umum kemiskinan adalah kurangnya kesejahteraan, dan kedua istilah tersebut digunakan saling tukar. Misalnya, jika seseorang benar-benar kekurangan kesejahteraan, maka dia dia dakam kemiskinan. Disisi lain, jika dia berada dalam kondisi yang sangat sejahtera, maka hidupnya ditandai dengan kemakmuran, kebahagiaan dan kepuasan.[5]

3. **Pengukuran kesejahteraan.**

Tingkat kesejahteraan masyarakat melakukan pengukuran terhadap beberapa indikator, yaitu kependudukan, kesehatan dan gizi, pendidikan, ketenagakerjaan, pola konsumsi, perumahan dan lingkungan, sosial dan lain-lain. Kemudian Tingkat kesejahteraan ini kemudian dikelompokkan dalam dua klasifikasi yaitu masyarakat sejahtera dan masyarakat tidak sejahtera.

Kesejahteraan merupakan hal penting yang menjadi perhatian semua negara di dunia, termasuk Indonesia. Kesejahteraan tidak hanya diukur secara material tetapi juga diukur secara rohani. Secara material, kesejahteraan diukur dari kekayaan yang dimiliki seseorang, kesehatan, gizi, pendidikan, aset, perumahan, dan hak-hak tertentu dalam

[5] Menuju Kesejahteraan dalam Masyarakat(buku panduan pemerintah pusat.(Bogor Barat: center for internasional Forestry Research,2007)

masyarakat. Sedangkan secara rohani kesejahteraan diukur dari kebahagiaan yang dirasakan.

4. Indikator yang Mempengaruhi Kesejahteraan.

Menurut data BPS indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ada 8 yaitu :

1. Konsumsi dan pengeluaran.

Indikator pengeluaran dapat digolongkan menjadi 3 item, yaitu :

a. Tinggi

Kesejahteraan seseorang berdasarkan tingkat konsumsi dan pengeluaran dapat dikatakan tinggi apabila pengeluaran keluarga terhitung per bulan sebesar >Rp.5.000.000,-

b. Sedang

Kriteria kesejahteraan ekonomiyang termasuk dalam kategori sedang apabila pengeluaran keluarga perbulan sebesar Rp.1.000.000-Rp.5000.000,-

c. Rendah

Kriteria kesejahteraan ekonomi jika dilihat dari tingkat konsumsi dan pengeluaran termasuk dalam kategori rendah apabila pengeluaran keluarga perbulan sebesar < Rp. 1.000.000,-.

2. Keadaan tempat tinggal.

   Indikator tempat tinggal yang dinilai ada 5 yaitu jenis atap rumah, dinding, status kepemilikan rumah, lantai dan luas lantai. Dari 5 item tersebut kemudian akan digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu

   a. Permanen

      Ditentukan oleh kualitas dinding, atap, dan lantai. Bangunan rumah permanen adalah rumah yang dindingnya terbuat dari tembok/kayu kualitas tinggi, lantai dari ubin/kramik dan atap dari seng/genteng/sirap.

   b. Semi permanen

      Rumah semi permanen rumah yang setengah tembok dan setengah kayu yang kualitas rendah.

   c. Non permanen

      Adalah rumah yang dinding sangat sederhana (bambu,papan,daun) lanatai dari tanah.

3. Jumlah Pendapatan.

   Semakin besar pendapatan yang diperoleh maka makin besar kemampuan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Semakin tinggi pendapatan yang didapatkan semakin akan meningkat standar kehidupa rumah tangga atau masyarakat.

4. Pendidikan yang semakin tinggi dan berkualitas.

   Pendidikan yang berpengaruh positif juga terhadap promosi pertumbuhan ekonomi karena akan lahir tenaga-tenaga kerja yang ulet, terampil dan terdidik sehingga bermanfaat untuk pembangunan ekonomi karna mempunyai SDM yang tidak perlu diragukan. Dalam pendidikan ini terdapat tiga jenis indikator yang digunakan untuk pendidikan yang meliputi, tingkat pendidikan anggota rumah tangga, ketersediaan pelayanan pendidikan, dan penggunaan layanan pendidikan tersebut.[6]

5. Kualitas kesehatan yang semakin baik.

   Untuk mendapatkan kesehatan dan standar hidup rumah tangga atau masyarakat ada 4 jenis indikator yang digunakan, yang meliputi status gizi, status penyakit, ketersediian pelayanan kemiskinan, dan penggunaan layanan-layanan kesehatan tersebut.[7]

5. Ruang Lingkup Kesejahteran Keluarga atau Masyarakat.

Ruang lingkup Kesejahteran Keluarga meliputi segala sesuatu yang dapat menciptakan, mempertahankan, memperbaiki taraf penghidupan dan kehidupan keluarga agar dalam kondisi tetap atau lebih berkualitas. Kesejahteraan keluarga dapat diartikan sebagai kondisi dimana seluruh kebutuhan jasmani dan rohani dari rumah tangga tersebut dapat dipenuhi sesuai dengan tingkat hidup.

---

[6]Prasetyaningtyas Pita,"*Identifikasi Kesejahteraan Ekonomi Pekerja Olah ikan tuna Berdasarkan Pengeluaran Pendapatan dikecamatan Pacitan"*

[7] Nur indah,'Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Jawa barat',*Skripsi UNNES(2019)*

6. Strategi Kesejahteraan masyarakat.

Strategi adalah jumlah tindakan yang terintegrasi dan terkondinasi yang diambil untuk mengekploitasi kompetensi ini serta memperoleh keunggulan bersaing. Kegiatan yang terintegrasi dan terkoordinasi merupakan kegiatan kreatif tanpa akhir dari sumber daya manusia untuk mendapatkan daya ungkit sumber daya (resource leverage) yang lebih baik. Sedangkan mengekploitasi kompetensi inti dimaksudkan atas pengguna segala daya pengetahuan, keterampilan, pengalaman dari para pelaksana atau teamwork untuk keseluruhan tindakan yang diterapkan untuk mencapai tujuan organisasi.[8]

7. Kesejahteraan Menurut Al-Quran

Kesejahteraan merupakan tujuan dari jaran islam dalam bidang ekonomi. Kesejahteraan merupakan bagian dari rahmatan lil alamin yang diajarkan oleh agama islam ini.namun kesejahteraan yang dimaksud dalam al-Quran bukan lah tanpa syarat untuk mendapatkannya. Kesejahteraan akan diberikan oleh allah swt jika manusia melaksanakan apa yang dierintahkannya dan menjauh apa yang dilarangnya.

Ayat Al-quran yang memberikan penjelasan tentang kesejahteraan ada yang secara tidak langsung (tersirat) berkaitan dengan permasalahan ekonomi. Namun demikian, penjelasan dengan menggunakan dua cara ini menjadi satu pandangan tentang kesejahteraan :

---

[8] Abdul Rahman "Identifikasi Strategi pengangkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Sungai Ambawang Kabupaten KubuRaya Provinsi Kalimantan Barat" *Jurnal Manajemen pembangunan,* Vol.5 No.1.(2018)hlm.17-36

Qs. Al-Nahl :97

مِنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ اَوْ اُنْثٰى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً ۚ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ اَجْرَهُمْ بِاَحْسَنِ مَا كَانُوْا يَعْمَلُوْنَ

Artinya ;

"barang siapa mengerjakan kebaikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami berikan balasan dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan".

Kesejahteraan merupakan jaminan atau janji dari allah swt yang diberikan kepada laki-laki ataupun perempuan yang beriman kepadanya. Allah swt juga akan membalas berbagai amal perbuatan baik orang-orang yang bersabar dengan pahala yang lebih baik dari amalnya. Kehidupan yang baik adalah kehidupan yang bahagia, santai dan puas dengan rizki yang halal, termasuk didalamnya mencakup seluruh bentuk ketenagaan apapun dan bagaimanapun bentuknya.

Kesejahteraan dalam perspektif islam adalah terpenuhnya kebutuhan materi dan non materi dunia dan akhirat berdasarkan kesadaran pribadi dan masyarakat untuh patuh dan taat (sadar) terhadap hokum yang dikehendaki oleh allah swt melalui petujuknya dalam al-Quran, melalui contoh dalam keteladanan rasulullah saw, dan melalui ijtihat dan kebaikan para ulama.

B. TEORI EKONOMI DIGITAL

a. Pengertian Ekonomi Digital

Istilah ekonomi digital (*digital economy*) dikenalkan oleh Don Tapscott di tahun 1995lewat bukunya berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet. Ekonomi digital disebut juga dengan sebutan *internet economy*, *web economy*, *digital-based economy*, *new economy knowledge*, atau *new economy*.

Ekonomi digital dapat diartikan sebagai perilaku manusia tentang cara memilih untuk memenuhi kebutuhanya yang tidak terbatas dengan hanya menggunakan jari jemari atau ekonomi digital bisa juga diartikan sebagai aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi,konsumsi,dan distribusi dengan menggunakan jari jemari.Pengertian ekonomi digital diatas berarti bahwa manusia tidak perlu lagi kepasar untuk mendapatkan barang dan jasa,tetapi cukup dengan smartphonenya maka barang sudah bisa sampai dirumah untuk memenuhi keinginanya.[9]

Ekonomi digital terus menunjukan perkembangan yang sangat pesat,mulai dari kebutuhan primer,sekunder,maupun tersier dapat ditawarkan melalui online.Pelaku usaha juga sudah banyak yang mulai memanfaatkan teknologi dgital untuk melakukan usahanya.Perusahaan

[9]Teguh Permana,Studi Ekonomi Digital,Jurnal Simki Economic,vol 4,no 2,2021,Hal 162-163

turunan dari kegiatan ekonomi baru ini juga semakin berkembang diantara jasa pengiriman dan kargo,ojek online,dan semua jenis pengiriman telah mengalami perkembangan dann kreatifitas anak bangsa.Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk masuk ke *new economy* ini. Perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia sekitar 40% setiap tahunnya dan merupakan satu dari yang tertinggi di dunia. Pada tahun 2013, transaksi *e-commerce* di Indonesia hanya berkisar USD 8 milyar, meningkat menjadi USD 12 miliar di tahun 2014, dan sekitar USD 20 miliar di tahun 2015. Angka ini diperkirakan akan mencapai nilai USD 25 milyar di akhir tahun 2016, dan USD 130 miliar pada tahun 2020. *E-commerce* merupakan pilar utama ekonomi digital.

Ada beberapa pengertian ekonomi digital menurut para ahli yaitu:

a) Tappscott

Ekonomi digital merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas e-commerce, distribusi digital barang dan jasa

b) Zimmerman

Sebuah konsep yang sering digunakan untuk menjelaskan dampak

global terhadap pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang berdampak pada kondisi sosial-ekonomi. Konsep ini menjadi sebuah pandangan tentang interaksi antara perkembangan inovasi dan kemajuan teknologi yang berdampak pada ekonomi makro maupun mikro. Sektor yang dipengaruhi meliputi barang dan jasa saat pengembangan, produksi, penjualan atau suplainya tergantung kepada sejauh mana teknologi digital dapat menjangkau.[10]

b. Karakteristik Ekonomi Digital

1). Knowledge

Berbeda dengan ekonomi klasik yang menjadikan tanah,modal dan tenaga kerja sebagai faktor penting dalam melakukan produksi,Ekonomi digital lebih mengedepankan ilmu pengetahuan sebagai faktor utamanya.Pengetahuan menjadi poin penting karena pengetahuanlah yang melekat di otak manusia dan menjadi penentu suksesnya bisnis yang dijalankan.

2). Virtualization

Berbeda dengan dunia nyata yang membutuhkan tanah dan gedung sebagai tempat untuk menunjang kegiatan produksi,maka pada ekonomi digital dikenal degan istilah virtualisasi yang memungkinkan seseorang untuk memulai bisnis dengan perangkat sederhana dan dapat menjangkau seluruh orang di dunia.Dalam menjalankan bisnis,proses yang terjadi lebih pada transaksi pertukaran data dan

[10]Pulitbang Atika,Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Strategi dan Sektor Potensial,Kominfo,hlm 11.2019

informasi secara virtual,tanpa kehadiran fisik antara pihak-pihak yang melakukan transaksi secara online dan realtime.[11]

3). Molecularization

Organisasi yang akan bertahan dalam era ekonomi adalah yang berhasil menerapkan bentuk molekul.Bentuk molekul merupakan suatu sistem dimana organisasi dapat dengan mudah beradaptasi dengan setiap perubahan dinamis yang terjadi dilingkungan sekitar perusahaan.Dengan kata lain,perubahan merupakan proses wajar yang harus dilakukan oleh perusahaan.

4). Internetworking

Kegiatan ekonomi tidak dapat dilakukan tanpa ada kerjasama dengan pihak lain.Hal tersebut merupakan salah satu persyaratan agar berhasil di dunia maya.Berdasarkan model binis yang dipilih,perusahaan terkait harus menentukan *core activity* dan memilih kerjasama dengan pihak lain untuk mendukung aktivitas.

5). Disintermedition

Ciri khas lain dari ekonomi digital yaitu berkurangnya mediator yang menjadi perantara antara pelanggan dengan pemasok.Jika pada ekonomi klasik sering ditemui mediator berbeda hal nya dengan ekonomi digital yang mana transaksi langsung terjadi tanpa adanya perantara.

[11]Dewi Sartik Nasution dkk,*Ekonomi Digital*,(Mataram,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram,2019)hal 1-6

6). Convergen

Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan da kalitas perusahaan dalam mengkonvergensikan tiga sektor industri yaitu;*computing*,*communication*,dan *content*.Komputer yang merupakan inti dari industri yang merupakan syaraf dari pengolahan data dan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan transaksi usaha.Adapun produk industri *Communicatins* merupakan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sebagai pipa penyaluran data dan informasi dari satu tempat ke tempat lainya.Persaingan sesungguhnya terjadi pada industri *content* yang merupakan jenis pelayanan atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada pasar didunia maya.

7). Innovation

Aktivitas di internet adalah bisnis 24 jam,keunggulan kompetitif sangat sulit dipertahankan mengingat apa yang dilakukan seseorang atau perusahaan internet lain sangat mudah untuk ditiru .Oleh karena itulah inovasi secara cepat dan terus menerus dibutuhkan agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan.

8). Prosumption

Di dalam ekonomi digital batasan antara konsumen dengan produsen yang selama ini terlihat jelas menjadi samar-samar.Hampir semua konsumen teknologi informasi dapat dengan mudah menjadi produsen yang siap menawarkan produk dan jasanya kepada masyarakat

dan komunitas bisnis.[12]

c. Manfaat Ekonomi Digital

1). Meningkatkan efisiensi dan produktifitas,tektonologi digital memungkinkan perusahaan untuk mengoptimatisasi beberapa tugas,meningkatkan efisiensi dan produktivitas.selain itu,teknologi digital juga memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang lebih baik,sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dan lebih cepat.

2). Memperluas pasar,ekonomi digital memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah.Perusahaan dapat menjual produk mereka keseluruh dunia dengan menggunakan platform e-commerce dan platform digital lainya.

3). Penciptaan lapangan kerja baru,pertumbuhan ekonomi digital dapat menciptakan lapangan kerja baru dalam bidang teknologi digital,seperti pengembangan perangkat lunak,ahli keamanan siber,analisis data,dan lainya.

4). Meningkatkan inovasi,transformasi ekonomi digital mendorong inovasi baru dalam bisnis dan teknologi.hal ini dapat mempercepat perkembangan baru di berbagai sektor,termasuk kesehatan,transportasi,energi,dan lain-lain.[13]

---

[12]Mei Santi,*Peran Perusahaan Asuransi Syariah Dalam Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*,Jurnal Eksyar Vol 6.No.2 2018.hal 9-15

[13]Dian Sudiantini,dkk,Trasnformasi Digital:Dampak,Tantangan,dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital,Jurnal Ekonomi,Akuntansi,dan Manajemen.Vol 1.No 3.2023.hal 7

d. Sektor Pendukung Ekonomi Digital

1). E-commerce

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris ,penggabungan dua buah kata,yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata Commerce.E-Commerce adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.

Sedangkan definisi E-Commerce menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

a). Loudon

E-Commerce adalah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

b). Kalakota dan Whinston

Meninjau pengertian E-Commerce dari empat perspektif,yaitu:

- Perspektif komunikasi,E-Commerce ialah sebuah proses pengiriman barang,layanan,infrmasi,atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainya.

- Perspektif proses bisnis,E-Commerce merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

- Perspektif layanan,E-Commerce ialah suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan,manajemen,dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan keceepatan layanan pengiriman

- Perspekif online,E-Commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online lainya.

Ada beberapa dampak dari penggunaan E-Commerce,diantaranya ada dampak positif dan adapula dampak negatifnya,dampak tersebut diantaranya:

1) Dampak E-Commerce terhadap individu.

   Dampak positif:

   - Memudahkan penjual dalam memasarkan produk
   - Memudahkan penjual dalam mengontrol semua aktivitas aliran produknya sehingga meminimalisir pencurian produk oleh beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab

- Bagi pembeli E-Commerce juga memudahkan dalam pencarian berbagai macam produk tanpa harus mengunjungi toko yang menjual produk tersebut
- Banyak pebisnis E-Commerce yang membuka jam pemesanan lebih lama bahkan dapat mencapai waktu 24 jam dalam sehari serta memberikan informasi yang lengkap mengenai produk yang diinginkan oleh individu.

Dampak Negatif:

- Rentanya terjadi penipuan online oleh para pebisnis online palsu
- Membuat individu menjadi lebih malas untuk mendatangi langsung dan melihat kualitas barang secara langsung.

2) Dampak E—Commerce terhadap masyarakat

Dampak positif:

- Suatu masyarakat dapat bekerja sama dalam mengelola bisnis secara E-Commerce sehingga memungkinkan untuk perkembangan masyarakat menuju ekonomi yang lebih makmur.
- Memungkinkan masyarakat mendapatkan pemerataan produk karena banyak pebisnis online yang mencakup pengiriman seluruh dalam negeri atau luar negeri
- Membantu masyarakat dalam mengetahui berbagai macam produk yang sedang trending atau sedang digemari pada suatu waktu tertentu karena banyak media sosial yang memberikan menu untuk produk best seller maupun produk favorit

Dampak negatif

- Membuat masyarakat lebih konsumtif karena dengan mudahnya melihat dan mencari produk-produk yang sedang trending mendorong masyarakat ingin memiliki semua produk tersebut karena bisa didapatkan dengan mudah
- Mendorong perilaku egoisme karena terkadang masyarakat lebih mengutamakan atau meninggikan dirinya sendiri dari lingkungan karena ingin tampil lebih dengan produk-produk yang sedang trend.

2**). Perbankan Digital**

Perbankan digital adalah layanan bagi nasabah bank untuk memperoleh informasi,melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah dengan lebih cepat,mudah dan sesuai dengan kebutuhan,serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah bank melalui transaksi diantaranya registrasi,pembukuan rekening,transaksi perbankan,dan penutupan rekening,termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi diluar produk perbankan,antara lain nasihat keuangan,investasi,transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (e-commerce),dan kebutuhan lainya dari nasabah bank.

3). Media Sosial

Media sosial adalah salah satu media yang berkembang paling pesat di

seluruh dunia.Waktu rata-rata yang di habiskan oleh setiap individu untuk menggunakan media sosial semakin meningkat dari tahun ke tahun. Media sosial bersifat online tools yang memfasilitasi interaksi antara penggunanya dengan cara pertukaran informasi pendapat dan peminatan. Media sosial terdiri dari berbagai tools dan beberapa proyek gabungan, blogs, mikroblogs, komunitas content, situs jejaring sosial, virtual game world, virtual sosial world, dan semua akses yang berbasis internet lainnya.[14]

e. Dampak Ekonomi Digital Terhadap Kesejahteraan

Ekonomi digital dan kesejahteraan bisa memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet dan platform digital, memengaruhi kondisi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.Diantaranya adalah :

a) peningkatan akses dan peluang

Ekonomi digital seringkali memberikan akses yang lebih besar terhadap pasar dan peluang ekonomi.Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan dengan memungkinkan individu dan dunia usaha menjangkau lebih banyak pelanggan dan pasar yang lebih besar.

b) Inovasi dan Efisiensi

Teknologi digital mendorong inovasi dalam model bisnis dan proses manufaktur.Hal ini dapat menghasilkan efisiensi yang lebih besar dalam alokasi sumber daya, peningkatan produktivitas dan dengan demikian meningkatkan kesejahteraan sosial.

[14]Andriani Puspita Ningsih,Studi Ekonomi Digital,Jurnal Simki Economic,vol 4,no 2,2021,Hal 164-168

c) Pasar tenaga kerja

Ekonomi digital sering kali menciptakan pasar tenaga kerja baru dengan permintaan akan keterampilan yang berbeda-beda.Hal ini dapat menciptakan lapangan kerja dan peluang bisnis baru, namun juga menimbulkan tantangan seperti perpindahan pekerjaan dan kesenjangan upah.

d) Kesenjangan Digital.

Salah satu aspek yang perlu diingat adalah potensi kesenjangan digital yang semakin besar antara mereka yang mempunyai akses terhadap teknologi dan keterampilan dan mereka yang tidak.Kesenjangan ini dapat memperburuk kesenjangan ekonomi dan sosial.

e) Keamanan dan privasi

Pertumbuhan ekonomi digital juga menimbulkan kekhawatiran mengenai keamanan dan privasi.[15]

C. USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

a. Pengertian UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam pelaksanaannya, UMKM menerapkan asas kebersamaan, ekonomi yang demokratis, kemandirian, keseimbangan kemajuan, berkelanjutan,

[15]Novi Primita Sari.Dampak Ekonomi Digitl Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat.Jurnal Ekonomi Pembangunan.Vol 5 No 1.2024.hal 4

efisiensi keadilan, serta kesatuan ekonomi nasional. Di Indonesia, hari UMKM Nasional diperingati setiap tanggal 31 Maret

Sedangkan pengertian UMKM menurut para ahli yaitu[16]:

1) Rudjito

   Menurut Rudjito, pengertian UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

2) Ina Primiana

   Menurut Ina Primiana, *pengertian* UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu;industri manufaktur,agri bisnis,bisnis kelautan,sumber daya manusia.

3) M.Kwartono

   Menurut M. Kwartono, pengertian UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- dimana tana dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia.

4) Sumitro

   Menurut Warkum Sumitro, usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga

[16]Asep Hidayat dkk,Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional.Jurnal Inovasi Penelitian,Vol 3 No 6.2022.hal 4-6

kerja yang digunakan tidak melebihi dari 50 orang.1 Usaha skala mikro merupakan sebagian besar dari bentuk usaha mikro dan usaha kecil misalnya pedagang kaki lima, kerajinan tangan, usaha souvenir, sejenisnya.

5) UU No 20 tahun 2008

Unit usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang per orang dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang diatur dalam udang-undang (Udang-undang Nomor 20 tahun 2008).Kriteria usaha mikro yang dimaksud,yaitu: 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp .50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 juta.

b. Karakteristik UMKM adalah:

Adapun karakteristis yang terdapat pada UMKM daintara adalah:

1) Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah admistrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
2) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3) Modal terbatas
4) Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.

5) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisieni jangka panjang
6) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas
7) Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan salam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

c. Kriteria UMKM

Ada beberapa kriteria yang ada pada UMKM,yaitu:

1) Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

No	Usaha	Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 Juta	Maks 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta - 1 Miliar	>2,5 Miliar – 50 Miliar

2) Kriteria UMKM berdasarkan perkembangan :
   a) Livelihood Activities, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.

b) Micro Enterprise, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
c) Small Dynamic Enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
d) Fast Moving Enterprise, merupakam UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

D. HUBUNGAN EKONOMI DIGITAL DENGAN UMKM

Digitalisasi UMKM adalah proses penggunaan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan manajerial bisnis. Hal ini meliputi penggunaan internet, perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), dan platform-platform digital lainnya. ujuan dari penerapan ini, untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses pasar bagi UMKM. Digitalisasi pada UMKM tidak hanya sekadar memiliki kehadiran *online*, tetapi juga tentang bagaimana UMKM memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk mengoptimalkan proses bisnis.

Ada beberapa strategi yang bisa diterapkan oleh pelaku UMKM dalam proses digitalisasi,yaitu:

a) Pemahaman terhadap tujuan dan kebutuhan bisnis
b) Infestasi dalam infrasturktur dan teknologi yang tepat
c) Membuat model bisnis yang mencakup keseluruhan operasional bisnis
d) Memahami pemasaran digital.

e) Memanfaatkan analisis data

E. KONSEP EKONOMI DIGITAL DALAM PANDANGAN ISLAM

Negara Indonesia merupakan sebuah negara yang mana mayoritas masyarakatnya beragama Islam.Pada saat sekarang ini penggunaan media digital sudah sangat lumrah dilakukan oleh hampir seluruh masyarakat.Hal tersebut dikarenakan transaksi online yang sering dilakukan diperbolehkan untuk dilakukan baik secara hukum konvensional maupun menurut agama.

Didalam Islam transaksi perdagangan adalah hal yang diperbolehkan,karena Allah SWT dan Rasul telah menetapkan pertukaran barang sebagai hal yang dihalalkan.Kegiatan berwirausaha merupakan salah satu aspek yang terdapat dalam muamalah (sistem ekonomi islam),sehingga kaidah yang dipakai dalam mengidentifikasi kegiatan ekonomi termasuk juga didalamnya transaksi perniagaan elektronik dan digital juga menggunakan kaedah fikih muamalah.

Mayoritas konsumen Muslim saat ini melakukan aktivitas perekonomian Syariah melalui ekonomi digital. Ekonomi digital telah membentuk ruang pemasaran baru yang jangkauannya sangat akurat, cepat dan luas. Jaringan pemasaran secara personal dapat dibentuk oleh Produsen/penjual dengan konsumen Muslim selain itu juga penjual/produsen dapat langsung membangun maupun mengenalkan produk mereka kepada “dunia” dengan “jari” melalui ekonomi digital. Salah satu kegiatan ekonomi Syariah adalah promosi melalui media digital, hal ini dikategorikan sebagai aktivitas yang relatif terjangkau dan besar sekali

efeek yang ditimbulkan bila mampu dikelola dengan baik, hal ini yang menjadi salah satu penyebab promosi melalui media digital dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap tantangan masa depan ekonomi Syariah.

Salah satu tantangan promosi adalah konten-konten yang menarik guna memperoleh perhatianpembeli/konsumen. Hal inilah yang merupakan salah satu tantangan bagi ekonomi Syariah, bagaimana membuat konsumen/ masyarakat tertarik untuk melakukan aktivitas perekonomian syariah, baik itu wirausaha syariah maupun melalui perbankan Syariah. Tantangan ekonomi Syariah yang lain adalah perbankan Syariah dan atau wirausaha Syariah harus mampu membuktikan bahwa kegiatan perekonomian yang dilakukan senilai dengan transaksi yang telah dilakukan karenanya kualitas barang menjadi *urgent* sehingga konsumen Muslim tidak merasa dibohongi ataupun kecewa. Hal ini sangat penting sebab dalam sistem ekonomi digital ini bentuk fisik produk secara langsung dan nyata, pembeli/ konsumen tidak bisa melihat dan mengetahuinya.

Pada ekonomi syariah juga memiliki karakteristik didalam yaitu memiliki nilai - nilai dalam melaksanakan ekonomi dengan didasari kebenaran untuk menjauhi keburukan atau sifatnya merugikan konsumen untuk memberikan kepercayaan dan kemudahan konsumen. Pada ekonomi islam tidak lupa akan rukun akad untuk melakukan kegiatan ekonomi yang mana sebagai dasar hukum penjual agar pembeli mendapatkankepercayaan dari penjual yaitu:

a) Pihak –pihak yang berakad yaitu adanya penjual dan pembeli yang sesuai peran masing –masing yang mana penjual memnjual produk ataupun jasa yang ditawarkan pada lapaknya untuk sebuah objek yang harus ada pada yang ditawarkan pada pembeli, begitupun pembeli seorang individu pemilik modal untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan penjual kepada pembeli.
b) Shighah atau ijab qobul yaitu suatu perjanjian antara penjual dan pembeli dengan persyaratan yang dibuat oleh penjual dan disetujui oleh pembeli dengan sadar untuk melakukan transaksi pada produk yang ditawarkan penjual dan di beli oleh pembeli dengan membaca persyaratan yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak untuk transaksi.
c) Objek akad yaitu produk yang dijual dari penjual untuk di promosikan pada pembeli yang mana objek yang dijual harus sempurna dalam arti tidak ada cacat agar tidak terjadi penipuan pada pembeli. Penjual pada objek akad biasanya akan memberikan spesifikasi sesuai produk yang dimiliki dengan pengetahuan pada bidangnya agar penjual bisa menyakinkanpembeli dengan pengalaman yang dimiliki penjual agar tidak memberikan informasi tidak benar semestinya.
d) Tujuan dari akad ialah penjual menjual sesuai syariat islam yang dianjurkan pada penjual yang mana tidak melenceng pada aturan islam yang berlaku yang mana tidak menjual barang yang tida semestinya dijual sebagai contoh miras, barang yang masa berlakunya sudah

melewati batas, atau pun barang yang tidak sesuai dengan kondisi asli yang merugikan pembeli

Prinsip –prinsip pada ekonomi islam sebagai berikut:

a) Larangan Maisyir ialah tindakan perjudian yang berarti seorang ingin mendapatkan harta tanpa usaha atau susah payah berkerja ataupun untuk memperkaya diri sendiri dengan merugikan orang lain;
b) Larangan gharar ialah suatu tindakan penipuan yang merugikan orang lain dengan transasksi terdapat unsur –unsur tersembunyi yang dilakukan untuk memperkaya salah satu pihak yang mana keuntungan ialah penjual;
c) Larangan melakukan hal haram yaitu hukum yang dijatuhkan pada suatu benda yang dilarang digunakan atau dikonsumsi karena tidak sesuai anjuran Allah dari barang yang jual atau prolehan baranag
d) Larangan dzalim yaitu tindakan yang merugikanorang lain ataupun menyakiti orang lain dengan maksud tertentu karena dalam islam ekonomi yang dilakukan harus atas dasar saling ridho maka islam tidak membenarkan hal ini;
e) Larangan menimbun yaitu kegiatan menimbun baang yang bermaksud memproleh keuntungan yang besar dengan cara menjual barang yang sudah ditimbun ketika harga barang yang ditimbun harganya melonjak.

f) Larangan riba yaitu tambahan atas suatu transasksi yang dilakukan biasanya dalam utang piutang yaitu dalam bentuk bunga.

F. KAJIAN TERDAHULU

Kajian terdahulu yang bertujuan sebagai bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, dimaksud dengan menggali informasi penelitian yang berkaitan dengan peneliti ini.

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Danamg Rifai,Sania Fitri,Irma Nirmala Ramadhan,Rizki Ramadhan	Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi(Abdi Jurnal,Vol 3.No 1.2022)	Teknologi memang dikatakan sangat bermanfaat bagi semua orang, terutama meningkatkan kebutuhan untuk melakukan transaksi ekonomi guna meningkatkan kebutuhan ekonomipengguna.Berbagai jenis perdagangan dibuat dengan menggunakan teknologi sebagai platform yang bagus untuk meningkatkan strategi pengguna bisnis, yang cenderung digunakan oleh para pedagang dan banyak perusahaan untuk meningkatkan bisnis mereka,khususnyamereka menggunakan teknologi media sosial yang unggul untuk melakukan transaksi jual beli.Dampak positif ekonomi digital terhadap perilaku pengguna jejaring sosial berteknologi yang memfasilitasi pengumpulan informasi dan pelaksanaan transaksi

		tatap muka jarak jauh pada produk yang dipertukarkan. Produsen utama atau pelaku ekonomi dengan sistem ini berdagangsecara terus menerus.Keberadaan teknologi juga dapatmempermudah penyediaan berbagai layanan dan dapat meningkatkan perekonomian melalui keberadaan bank yang mendukung penuh teknologi modern sebagai sarana transaksi ekonomi tunai. Selain itu juga terdapat dampak negatif yaitu adanya jaringan komunikasi dalam transaksi ekonomi yang apabila disalahgunakan dapat dengan mudah menimbulkan kecurangan yang tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan banyak pihak, baik dalam bentuk produksi maupun dalam bentuk pembiayaan, menyebabkan komunikasi yang dapat berimplikasi pada standar, seperti adanya sistem pencemaran nama baik dan intersepsi dan peretas dalam sistem transaksi ekonomi[17]
Sudaryono	E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia,Selama	Perkembangan teknologi dari tahun ketahun semakin canggih sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana bisnis bagi yang didukung oleh e-

[17]Danang Rifai dkk,Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi,Abdi Jurnal,vol 3 no 1,2022 ,hal 49-51

	Pandemi Covid-19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline (Jurnal Manajemen dan Bisnis Baja.Vol 2.No 02.2020)	commerce sebagai penyedia suatu proses jula beli secara online sebagai entreprenur modern saat ini. Bahkan para Perusahaan pun dari dulu sudah menggunakan online shop atau e-Commerce sebagai pendukung untuk peningkatan omset Perusahannya.Bahkan bukan hanya Perusahaan saja sekarang yang menggunkan internet sebagai sarana berbisnis para Mahasiswa,Ibu rumahtangga pun bisa mengakses semuanya,E-Commerce sebagai sarana jual beli online dapat meningkatkan pendapatan suatu Perusahaan atau Individu dan membawa kesuksesan pada Perusahaan dan keberlangsungan Perusahaan.[18]
Rico Septia B	Pengaruh promosi serta pelayanan secara online melalui whatsapp terhadap penjualan pada "Izhani Olshop" (Jurnal Ekonomi dan Bisnis	Era pemasaran bisnis terkini menggunakan internet dan media sosialsebagai sarana pemasaran yang lebih cepat, praktis dan mudah. Terdapat pengaruh antara Promosi terhadap Penjualan .Semakin gencar promosi semakin meningkat penjualan yang ddi dapat.Terdapat pengaruh Pelayanan terhadap

[18]Sudaryono,E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia,Selama Pandemi Covid-19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline.vol 2 no 2.2020.hal 118-120

	Manajemen.Vol 2 No 4,2023)	Penjualan,semkain bagus pelayanan yang diberikan,semakin banyak penjualan yang didapatkan.[19]
Sineba Arli Silvia	Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Kabupaten Rejang Lebong (Journal of islamic economics and business.vol 1 no 2.2022)	Hasil penelitian yang dilakukan bahwa UMKM di Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong sudah menggunakan transaksi secara digital.Transaksi secara digital yang digunakan melalui aplikasi yaitu QR, Shopeepay, Ovo, Dana, Link Aja, Grab, Gojek dan lain sebagainya.aplikasi -aplikasi yang digunakan juga sudah tidak asing lagi bagi kita. Pembayaran secara digital juga mempermudah para konsumen karena tidak perlu membawa uang cash hanya butuh handphone saja dan kuota atau akses wifi.Begitu juga dengan para pelaku UMKM yang merasakan bahwa pembayaran secara digital sangat membantu mereka salah satunya tidak perlu menyiapkan uang kembalian.Hal yang paling penting sejak diberlakukannya pembayaran secara digital pendapatan para pelaku UMKM meningkat drastis dan barang dagangan habis laku terjual bahkan diluar dugaan. Berbicara kelebihan pastinya pembayaran digital juga

[19]Rico Septia B.Pengaruh Promosi Serta Pelayanan Secara Online Melalui Whatsapp Terhadap Penjualan Pada "Izhani Olshop".jurnal EBISMEN vol 2 no 4.2023.hal 4-6

		mempunyai kekurangan.Banyak hal yang pernah didapatkan oleh para pelaku UMKM seperti struk pengiriman atau pembayaran yang diperlihatkan palsu, lupa password dari aplikasi yang digunakan.Sebagai para pelaku UMKM tentunya mereka juga sudah waspda terhadap hal-hal yang tidak diinginkan terjadi[20]
Jihan Karisma	Penerapan Era Digital Marketing Pada UMKM Zahira Olshop Batam (Jurnal ARSY,Vol 3 No 2.2023)	Sangat penting menarik perhatian masyarakat atau pelanggan untuk dapat menemukan dan membeli produk yang dijual dari usaha ini secara mudah dan efisien.Bagi usaha yang masih baru merintis ,strategi yang saat ini paling cocok untuk diterapkan ialah pendekatan tanpa harus bertatap muka langsung pada konsumen. Digital marketing dapat membantu usaha untuk menjalankan promosi dan mendapatkan pelanggan. Untuk menjadikan usaha ini menjadi usaha yang menarik perhatian konsumen,

[20]Sineba Arli Silvia.Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Kabupaten Rejang Lebong.Journal Of Islamic Economics And Business.vol 1 no 2.2022.hal 56

		diperlukan pengembangan sosial media dan sebuah lokasi yang unik dan menarik agar lebih dikenal oleh masyarakat.Hasil luaran dari strategi pemasaran yang penulis susun merupakan yaitu target kegiatan yang mampu merancang solusi dari permasalahan promosi bisnis, menjalankan marketing bisnis dengan baik , serta membantu bisnis dalam membuat Google Maps, akun Instagram, pembuatan brosur, penyebaran brosur dan juga mengembangkan toko usaha.[21]
Novi Primita Sari	Dampak Digital Ekonomi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Jurnal Ekonomi Pembangunan.Vol 5 No 1.2024	kesejahteraan masyarakat yang ditandai oleh rendahnya tingkat kemiskinan sangat dipengaruhi oleh iklim investasi. Investasi dalam era digital yang dimaksudkan adalah investasi Pembangunan jaringan internet agar tidak ada ketimpangan antar suatu wilayah dalam melakukan akses internet. Dengan menaikkannya jumlah pengguna internet di Indonesia dapat dilihat dari Tingkat signifikansi Masyarakat yang bergerak dalam usaha e-commerce yaitu 0,000 yang artinya usaha e-commerce saat ini memiliki pengaruh yang cukup besar

[21]Jihan Karisma.Penerapan Era Diital Marketing Pada UMKM Zahira Batam.Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat.vol 3 no 2 .2023.hal 282

		bagi peningkatan kesejahteraan Masyarakat
Tri Widayati	Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen.vol 6.No 2.2020)	Sebagai pelaku ekonomi harus harus bisa memanfaatkan teknologi seba-gai alat yang memiliki dampak dan kegiat-an positif untuk melakukan transaksi. Ke-giatan hal positif tersebut dalam mela-kukan transaksi adalah sebagai kemampun dalam meningkatkan kemampuan produk-tifitas dunia industri dalam bertransaksi ekonomi produksi, yang memudahkan dengan sangat efisien untuk dapat mem-peroleh informasi yang terbaru dan akurat sebagai informasi dalam transaksi ekonomi masa kini, dan sebagai sarana transaksi tunai ekonomi. penjualan produkyang dilakukan global di dunia masa tetap harus berhati-hati dan memahami dengan teliti untuk penjualan yang bersifat tidak merugikan konsumen hal tersebut dengan tujuan penyebaran penjualan yang bersifat hoax/penipuan da-pat dengan mudah diberantas.

G. KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan. Kerangka pemikiran dapat berupa bagan, deskriptif kualitatif, atau bahkan gabungan keduanya. Ekonomi digital memberikan dampak yang cukup baik terhadap perkembangan UKM rendang yang ada di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori,diharapkan dengan penerapan ekonomi digital ini ini dapat merubah kehidupan masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah field research (Penelitian lapangan) penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lengkap tentang suatu keadaan.Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan sesuatu apa adanya (deskriptif kualitatif) karena penelitrti menganggap permasalahan yang diteliti cukup kompleks dan dinamis sehingga data yang di peroleh dari para narasumber tersebut dijaring dengan metode alamiah yakni interview secara langsung dengan para narasumber sehingga didapatkan jawaban yang alamiah.

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian kualitatif sifatnya mendasar dan naturalis atau bersifat kealamian, serta tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kantor Camat Lamposi dan Rendang Riry.Alasan pengambilan lokasi ini ialah untuk mengetahui dampak ekonomi digital di sentra UKM rendang terhadap peningkatan kesejahteraan Di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori. Adapun waktu penelitian dilakukan pada tanggal 24 April sampai dengan selesai.

C. Sumber Data.

a. Sumber Data primer

Menurut cooper dan schindler menjelaskandata primer ialah hasil penelitian asli atau data mentah tanpa melibatkan interprestasi atau pernyataan yang menunjukan pendapat atau posisi peneliti terhadap penelitian yang dilakukan.

Pengumpulan data primer dapat dilakukan dengan cara antara lain wawancara,observasi,seuvey,eksperimen ataupengukuranlangsung terhadap objekpenelitian[22].Dataprimerdalampenelitianiniyaknihasilwawancara dengan sekretaris kecamtan Lamposi Tigo Nagori dan pelaku usaha rendang yang ada di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan keterangan yang dieroleh dari pihak kedua, baik berupa orang maupun data catatan seperti buku, laporan, yang bersifat dokumentasi. Sedangkan yang menjadi data sekunder yakni jurnal, buku dan dokumentasi dari pihak Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.Seorang informasi

[22]MahfudPuspitaGhaniyAnggrainiSholihin,AnaliaiaDataPenelitianMenggunakanSoftware STATA(PenerbitAndi,2021,hal.18

harus mempunyai banyak pengalaman atau pengetahuan tentang latar penelitian dan sukarela menjadi anggota tim penelitian yang sifatnya informal. Dengan kata lain informan adalah bagian sumber data yang akan diteliti untuk mewakili seluruh elemen sumber data. Informan dalam penelitian ini berjumlah 8.

E. TeknikPengumpulan Data

a. Wawancara

Wawacara ialah Proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan,pendapat,danmotivasi seseorang terhadap suatu objek.[23]

b. Survey

Merupakan bentuk dasar kualiitatif. Penelitian Survey menanyakan kepada beberapa responden tentang kepercayaanya, pendapat-pendapat, karakteristik, dan perilaku yang telah atau sedang terjadi.[24]

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan sebagai pengumpulan data apabila informasi yang dikumpulkan bersumber dari dokumen seperti buku,jurnal,surat kabar, majalah, laporan kegiatan dan lainnya.

---

[20]Soegijono,"WawancaraSebagaisalahsatuMetodePengumpulanData"jurnalmediaLitbangkes,Vol.3no.1(1993)hal.17

[24]Susilaadiyanta,"HukumdanStudiPenelitianEmpiris:penggunaanMetodeSurveysebagaiInstrumenpenelitianHukumEmpiris"AdministrasilawdanGovernanceJournal.Vol.2.No.4(2019)hal.700

F. TeknikAnalisis Data

Menurut Sugiyono,metode analisis data dibagi menjadi 3,yaitu:

1) Teknik Pengolahan Data

Setelah data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara diolah menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif, yaitu suatu cara pengolahan data yang dirumuskan dalambentuk kata-kata atau kalimat, tidak berbentuk angka data tabel. Menggambarkan apa yang terjadi atau peristiwa yang sebenarnya di lapangan dan menganalisa sesuai dengan peristiwa. Teknik dalam pengolahan data meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

2). Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, memfokuskanpada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3). Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah

penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut

4). Menarik Kesimpulan

Langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan atau verivikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yan dikemukakan pada tapa awal, didukung ileh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifatsementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan[25]

[25]Sugiyono.Metoe Pnelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif ,Kualitatif,(Bandung:2010)hal 338-345

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM NAGARI SARILAMAK

1. Letak dan Kondisi Geografis

Secara astronomis , Kecamatan Lamposi Tigo Nagori terletak antara 100°35’ - 100°45’ BT dan 00°10’ - 00°17’ LS. Berdasarkan posisi geografisnya,Kecamatan Lamposi Tigo nagori memiliki batas-batas dengan Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kecamatan Payakumbuh Barat dan Kecamatan Payakumbuh Utara .

Kecamatan Lamposi Tigo Nagari mempunyai luas 942,54 Ha, dimana secara administrasi sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Payakumbuh Utara, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota dan Kecamatan Payakumbuh Barat sebelah selatannya.

Secara administratif Kecamatan Lamposi Tigo Nagari terdiri dari enam kelurahan,yaitu:

a. Kelurahan Koto Panjang Dalam
b. Kelurahan Koto Panjang Padang
c. Kelurahan Padang Sikabu
d. Kelurahan Parambahan
e. Kelurahan Parik Muko Aie
f. Kelurahan Padang Sikabu

2. Sejarah Kecamatan Lamposi Tigo Nagari

Kecamatan Lamposi Tigo Nagari terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Payakumbuh No.13 Tahun 2008,sebelumnya Lamposi Tigo Nagari merupakan bagian dari Kecamatan Payakumbuh Utara.

Sejarah Singkat Kota Payakumbuh

Kota Payakumbuh terutama pusat kotanya dibangun oleh pemerintah colonial Hindia-Belanda.Sejak keterlibatan Belanda dalam Perang Padri, kawasan iniberkembang menjadi depot atau kawasan gudang penyimpanan dari hasil tanam kopidan terus berkembang menjadi salah satu daerah administrasi distrik pemerintahankolonial Hindia-Belanda waktu itu.

Menurut tambo setempat, dari salah satu kawasan di dalam kota ini terdapat suatu nagari tertua yaitu nagari Aie Tabik dan pada tahun 1840, Belanda membangunjembatan batu untuk menghubungkan kawasan tersebut dengan pusat kotasekarang.Jembatan itu sekarang dikenal juga dengan nama Jembatan Ratapan Ibu.Payakumbuh sejak zaman sebelum kemerdekaan telah menjadi pusat pelayananpemerintahan, perdagangan, dan pendidikan terutama bagi Luhak Limo Puluah.Padazaman pemerintahan Belanda, Payakumbuh adalah tempat kedudukan asisten residenyang menguasai wilayah Luhak Limo Puluah, dan pada zaman pemerintahan

Jepang,Payakumbuh menjadi pusat kedudukan pemerintah Luhak Limo Puluah.

3. Visi dan Misi Nagari sarilamak

a. Visi

Terwujudnya Kecamatan Lamposi Tigo Nagori sebagai Wadah Pelayanan Prima Guna Mewujudkan Clean Government dan Good Governance ”Visi ini menggambarkan bahwa sebagai penyelenggara pemerintahan di tingkat kecamatan, Kecamatan Lamposi Tigo Nagori bertujuan untuk menciptakan pemerintahan yang baik, dengan meningkatkan pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori untuk berdaya guna dan berhasil guna, disamping dalam prosesnya Kecamatan Lamposi Tigo Nagori menyelenggarakan pemerintahan yang bersih dan menyediakan layanan prima bagi masyarakat.

b. Misi

1) Menghadirkan pemerintah yang bersih dan berwibawa.
2) Meningkatkan kualitas penyediaan pelayanan publik yang prima kepada masyarakat.
3) Meningkatkan keberdayaan dan keberhasilan guna pembangunna masyarakat.

4. Tujuan

a. Terwujudnya kualitas dan akuntabilitas layanan pemerintahan di kecamatan

b. Meningkatnya pemberdayaan masyarakat

5. Keadaan Penduduk

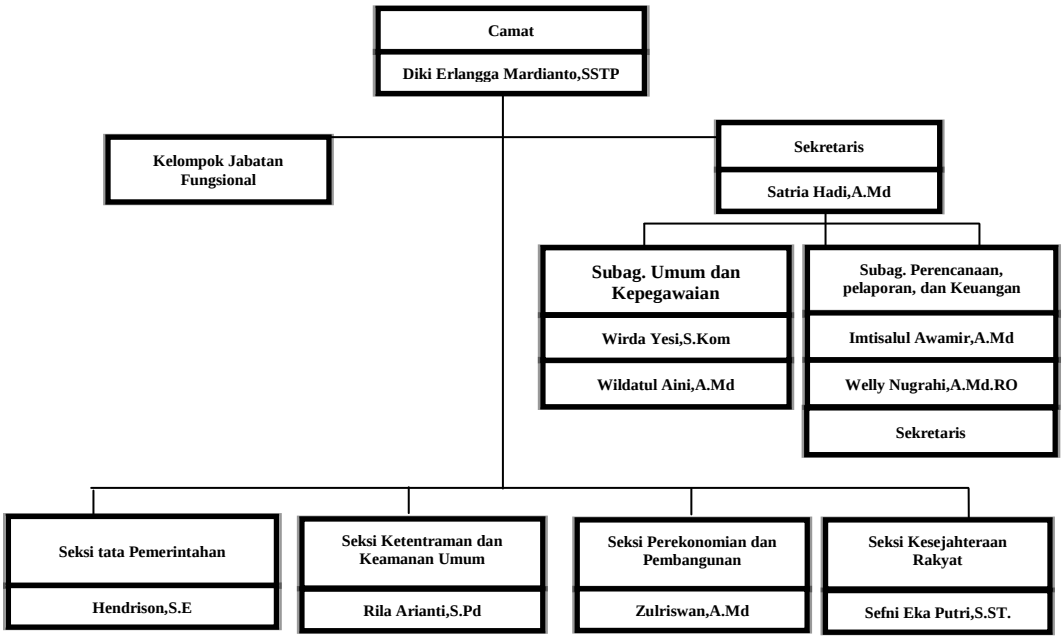
Distribusi penduduk berdasarkan jenis kelamin di Kecamatan Lampoi Tigo Nagori.

Tabel 4.1
Distribusi jumlah penduduk Kecamatan Lamposi.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	4.982 jiwa	49,56 %
2	Perempuan	5.033 jiwa	50,44 %

Dari table 4.1 dapat diketahui bahwa penduduk masyarakat Kecamatan Lamposi yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 4.982 jiwa, sedangkan untuk berjenis kelamin perempuan berjumlah 5.033 jiwa. Untuk jumlah seluruh masyarakat Kecamatan LamposiTigo Nagori ialah 10.015 jiwa.

6. Struktur Organisasi Kecamatan Lamposi Tigo Nagari



7. Perangkat Kecamatan dan Fungsinya

a. Camat

Camat memiliki tugas untuk bertindak sebagai koordinasi penyelenggaraan pemerintah di wilayah kerja kecamatan dengan fungsi sebagai berikut:

- Pengoordinasian penyelenggaraan pemerintah di kawasan kecamatan
- Pengoordinasian penyelenggaraan pelayanan publik wilayah kecamatan
- Pengoorganisasian penyelenggaraan pemberdayaan masyarakat di wilayah kecamatan.

b. Sekretaris

Sekretaris camat mempunyai tugas merencanakan operasional,mengelola,mengkoordinasikan,mengendalikan,mengevaluasi dan melaporkan urusan umum kepegawaian,keuangan perencanaan,evaluasi,dan pelaporan dengan funsi sebagai berikut:

- Perencanaan operasional urusan umum,kepegawaian keuangan serta pengelolaan perencanaan,evaluasi dan pelaporan
- Pengelolaanurusanumum,kepegawaian,keuangan,perencanaan,evaluasi dan pelaporan
- Pengendalian, evaluasi dan pelaporan urusan umum, kepegawaian,
- keuangan serta pengelolaan perencanaan, evaluasi dan pelaporan
- Pengoordinasian urusan umum, kepegawaian, keuangan, perencanaan, evaluasi dan pelaporan kecamatan
- Pengelolaan informasi public terkait kebijakan Kecamatan
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan, sesuai dengan tugas dan fungsinya

c. Sub Bagian Program dan Keuangan

Sub bagian program dan keuangan merencanakan,melaksanakan,mengevaluasi,dan melaporkan pelaksanaan tugas keuangan dan program lingkup

kecamatan.Untuk melaksanakan tugas Sub Bagian Program dan Keuangan menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- Pengorganisasian,penyusunan,dan penyiapan bahan dan data dalam rangka perencanaan,pelaksanaan,pengendalian evaluasi,dan pelaporan program dan kegiatan lingkup kecamatan.
- Penyiapan bahan kebijakan dan petunjuk teknis yang berkaitan dengan urusan perencanaan program dan kegiatan,penata usaha administrasi keuangan dan pertanggung jawaban keuangan lingkup kecamatan.
- Pengelolaan urusan administrasi keuangan yang meliputi perencanaan,penata usahaan,pertanggung jawaban,dan pelaporan lingkup kecamatan.
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

d. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub bagian umum dan kepegawaian mempunyai tugas merencanakan,melaksanakan,mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas administrasi umum dan kepagawaian dengan fungsi sebagai berikut:

- Pengelolaan administrasi umum yang meliputi kehumasan dan dokumentasi,perlengkapan,rumah tangga,sarana prasarana,dan asset
- Penyiapan bahan koordinasi dan petunjuk teknis kebutuhan,pengadaan,inventaris,pendistribusian,penyimpanan,perawatan dan penghapusan perlengkapan/sarana kerja
- Penyiapan bahan kebijakan dan petunjuk teknis yang berkaitan dengan urusan kepegawaian
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan,sesuai dengan tugas dan fungsinya

e. Seksi Pemerintahan

Seksi pemerintahan mempunyai tugas merencanakan melaksanakan mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas pemerintahan.Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud seksi pemerintahan dan ketertiban umum mempunyai fungsi:

- Perencanaan program kegiatan urusan pemerintahan dan ketentraman ketertiban umum
- Pelaksanaan urusan pemerintahan dan ketentraman ketertiban umum
- Pembagian pelaksanaan tugas pemerintahan dan ketentraman ketertiban umum

- Pembuatan laporan evaluasi program kegiatan urusan pemerintahan dan ketentraman ketertiban umum
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya

f. Seksi Kesejahteraan Sosial

Seksi Kesejahteraan Sosial mempunyai tugas merencanakan melaksanakan,mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas kesejahteraan sosial.Untuk penyelenggaraan tugas sebagaimana dimaksud seksi kesejahteraan sosial mempunyai fungsi:

- Perencaan program kegiatan urusan seksi kesejahteraan sosial
- Pelaksanaan urusan seksi kesejahteraan sosial
- Pembagian pelaksanaan tugas seksi kesejahteraan sosial
- Pembuatan laporan dan evaluasi program kegiatan urusan seksi kesejahteraan sosial
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya

g. Seksi Ekonomi Pembangunan

Seksi Ekonomi Pembangunan mempunyai tugas merencanakan melaksanakan,mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas ekonomi pembangunan.Untuk menyelenggarakan tugas,seksi ekonomi pembangunan mempunyai fungsi:

- Perencanaan program kegiatan urusan ekonomi pembangunan
- Pelaksanaan urusan ekonomi pembangunan
- Pembagian pelaksanaan tugas urusan ekonomi pembangunan
- Pembuatan laporan dan evaluasi program kegiatan urusan ekonomi pembangunan
- Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesui dengan tugas dan fungsinya

h. Seksi Pemberdayaan Masyarakat

Seksi Pemberdayaan Masyarakat mempunyai tugas merencanakan,melaksanakan,mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas pemberdayaan masyarakat,untuk menyelenggarakan tugas seksi pemberdayaan masyarakat mempunyai fungsi:

- Perencanaan program kegiatan urusan pemberdayaan masyarakat
- Pelaksanaan urusan pemberdayaan masyarakat
- Pembagian pelaksanaan tugas pemberdayaan masyarakat
- Pembuatan laporan dan evaluasi program kegiatan urusan pemberdayaan masyarakat

i. Lurah

Lurah mempunyai tugas sebagai koordinator penyelenggra pemerintahan,pelayanan publik dan pemberdayaan masyarakat diwilayah kelurahan,dengan fungsi antara lain:

- Pengoordinasian penyelenggaraan pemerintahan diwilayah kelurahan
- Pengoordinasian penyelenggaraan pelayanan publik di wilayah kelurahan
- Pengoordinasian penyelenggaraan pemberdayaan masyarakat di wilayah kelurahan

j. Jabatan Fungsional merupakan pegawai negeri sipil yang diberi tugas dan wewenang dan hak secara penuh oleh pejabat yang berwenang untuk menyelenggarakan kegiatan yang sesuai dengan profesinya dalam rangka mendukung kelancaran tugas baik dikecamatan maupun di kelurahan.

8. Karakter Informan

Dalam penelitian ini, informan yang dijadikan narasumber adalah pelaku UKM Rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori yang menggunakan e-commerce sebagai media pemasaran produknya. Adapun e-commerce yang dimaksud adalah Tokopedia dan Shopee, dan pelaku UKM Rendang yang dijadikan informan dalam peneletian ini telah melakukan usahanya melalui e-commerce dalam rentang

waktu minimal selama. Penulis mencari informan dengan melakukan pelacakan rekam digital melalui media sosial Instagram. Penulis memanfaatkan fungsi hashtag di beberapa akun promosi UKM Rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.Lalu, penulis menyaring pelaku UKM berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Ini dilakukan sampai penulis menemukan seluruh informan yang dibutuhkan.

Hal ini dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan untuk memenuhi komitmen yang menjadi informan secara langsung. Meskipun demikian, penulis memastikan bahwa informan yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah informan yang telah memenuhi kriteria utama, yakni memiliki kredibilitas di bidangnya, usahanya di e-commerce telah berlangsung dan berdomisili di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

B. TEMUAN PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara kepada informan yaitu pelaku UKM Rendang yang melakukan pemasaran melalui e-commerce di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori, ditemukan hal sebagai berikut:

1. Mempermudah dan Memperluas Pemasaran Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, secara keseluruhan informan mengakui bahwa berjualan melalui e-commerce mempermudah serta dapat memperluas

jangkauan pemasaran produk usaha mereka. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh informanUMK Rendang, :

"Ia kak, kalo pake Tokopedia ataupun Shopee bisa menjangkau seluruh Indonesia Dari pedesaan sampai perkotaan, jadi lebih mudah, pemasarannya tiidak hanya di satu tempat saja, cakupannya aja kan udah beda, lewat Tokopedia dan Shopee kita bisa pasarkan produk kita ke khalayak yang lebih besar dan persentase pembeli nambah juga lebih besar,Kak."[26]

Demikian pula pendapat yang di ungkangkapkan oleh informan UKM Rendang lainnya.

2. Mempermudah Transaksi

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Informan, peneliti menemukan informan yang mengaku bahwa e-commerce Tokopedia dan juga Shopee dapat mempermudah pelaku usaha dalam melakukan transaksinya, Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Informan UMK Rendang, :

"Lebih mudahKak. Kan fitur pembayaran lebih terperinci, tidak adanya penawaran harga yang sudah tertera,Apalagi kalo customernya dari luar kota, Pengiriman dan pembayaran lebih mudah."[27]

[26]Wawancara dengan Ibuk Nuraini Ningsih (selaku karyawan di UMK Rendang) tanggal 18 Juli 2024 jam.02.00.

[27]Wawancara dengan Ibuk Nurhafizah (selaku karyawan di UMK Rendang) tanggal 18 Juli 2024 jam.02.25.

Mayoritas Informan menyatakan bahwa e-commerce mempermudah dalam kegiatan transaksinya.

3. Meningkatkan Penjualan

Keseluruhan informan menjawab bahwa setelah menggunakan atau menerapkan E-commerce Tokopedia untuk memasarkan produk usaha mereka, tingkat penjualan mereka mengalami kenaikan daripada sebelumnya ketika belum menggunakan E-commerce Tokopedia dan Shopee.

Berkaitan dengan hal ini, Informan rending mengatakan,:

"*Peningkatan penjualan dalam pemakaian Online ini lumayan jauh kk, sebelum nya pembeli hanya di sekitaran Kecamatan Lamposi dan Payakumbuh sekitarnya, sekarang Alhamdulillah sudah meningkat sebab masyarakat yang di luar Kota sudah bisa pemesaran secara terus menerus. Bisa dibilang bahkan kita sekarang bergantungnya dari jualan online ini aja , Trend sekarang kan apa-apa mending beli online gitu.*"[28]

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh Informan UMK rendang lainnya.

[28]Wawancara dengan Ibuk Karima suci (selaku karyawan di UMK Rendang) tanggal 18 Juli 2024 jam.02.45.

C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Analisis Dampak Penerapan E-commerce pada UMKM Rendang Kecamatan Lamposi Tigo Nagori

Untuk mengetahui dampak penerapan e-commerce pada UKM Rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori, penulis mencoba menganalisis beberapa keuntungan menggunakan e-commerce. Diantaranya yaitu mempermudah dan memperluas pemasaran, Mempermudah transaksi, serta meningkatkan penjualan produk pada UKM Rendang di Kecamatan Lamposi.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, dapat diperoleh hasil e-commerce mempermudah dan memperluas pemasaran produk UKM Rendang diKecamatan Lamposi bahwasanya seluruh informan mengatakan jika e-commerce membantu mempermudah pemasaran serta memperluas pemasaran produk usahanya. Informan yang dijadikan narasumber oleh penulis dengan persentase 100% mengaku dengan menggunakan atau menerapkan media online dalam hal ini e-commerce Tokopedia dan Shopee, sangat membantu pelaku UKM rendang dalam memasarkan produknya. Informan mengaku dengan menerapkan ecommerce, pasar mereka menjadi lebih luas. Tidak hanya terfokus di daerah tempat tinggal dalam hal ini Kecamatan Lamposi. Namun juga dapat tersebar ke seluruh wilayah di Indonesia.

Berdasarkan hal di atas, dapat disimpulkan bahwasanya e-commerce Tokopedia dan Shopee yang digunakan Informan yang

merupakan pelaku UMKM di Kecamatan Lamposi Tigo Nagari dapat mempermudah pemasaran dan memperluas pemasaran produk usahanya serta dapat diharapkan menjadi cara untuk memajukan usahanya. Selanjutnya, peneliti menganalisis kemudahan transaksi yang ditawarkan ecommerce pada penjualan produk UKM Rendang Di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terdapat informan dengan persentase 80% informan mengatakan bahwa e-commerce mempermudah mereka melakukan transaksi jual beli. Hal ini didasari karena fitur-fitur yang ada di e-commerce tersebut sehingga proses jual beli menjadi lebih praktis.

Peneliti lalu melakukan analisis tentang e-commerce dapat meningkatkan penjualan pada usaha UKM Rendang di Kecamatan Lamposi Tigo Nagori. Peneliti menanyakan tingkat penjualan informan penjualan mereka setelah menerapkan ecommerce pada pemasaran produk mereka meningkat. Hal ini untuk mengetahui apakah penerpan e-commerce berpengaruh pada penjualan mereka.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan seluruh informan dengan persentase 100% menyatakan bahwa terjadi peningkatan penjualan pada usaha mereka setelah menerapkan e-commerce. Pemesanan produk usaha mereka meningkat dan pemesanan dilakukan lewat toko mereka yang di daftarkan pada e-commerce Tokopedia dan Shopee. Peningkatan penjualan ini terjadi sejak

beberapa waktu mereka memulai memasarkan produk mereka pada e-commerce.

Selain itu, dengan berjualan melalui e-commerce merupakan salah satu langkah untuk melakukan perubahan untuk pelaku UKM agar menyentuh ranah digital yang kedepannya akan menjadi tumpuan untuk pembangunan ekonomi suatu wilayah.

2. Analisis Data E-commerce sebagai Ekonomi Digital Dapat Mendorong Kesejahteraan Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap informan yang merupakan pelaku UKM Rendang Kecamatan Lamposi Tigo Nagori yang menerapkan E-commerce dengan menggunakan data-data sekunder yang diperoleh dari jurnal, aertikel serta berbagai sumber yang terkait. Peneliti menemukan beberapa hal yang mesti dibahas lebih dalam terkait penerapan ecommerce pada UKM sehingga dapat mendorong kesejahteraan.

a). Peningkatan jumlah pelanggan e-commerce mengalami peningkatan. Peningkatan ini dihitung dari peningkatan transaksi e-commerce dan peningkatan transaksi harian. Dikutip dari Sea Insight bahwasanya peningkatan pelanggan ecommerce ini dikarenakan para pelaku usaha bisnis yang lebih aktif berjualan di e-commerce saat ini.

Sebagai bukti nyata adalah para pelaku UKM Rendang yang ada di Kecamatan Lamposi. Informan mengatakan sebagai berikut:

“ Dengan adanya media Online seperti sekarang ini, penjualan kami jauh lebih meningkat dari sebelumnya, pelanggan kami yang sebelumnya cuman dari kota sekitar toko sekarang sudah bisa dijangkau masyarakat luar khususnya kota-kota yang ada di Indonesia. Kami mulai menggunakan media online semenjak adanya wabah pandemi Covid-19 dan Alhamdulillah sampai sekarang masih berlanjut kak.”[29]

Sebanyak informan yang menjadi narasumber penelitian ini mengaku bahwa mereka beralih berjualan lewat e-commerce sejak pandemi ini berlangsung. Informan mengaku dengan menggunakan e-commerce, mereka mendapatkan banyak keuntungan seperti jangkauan pasar yang lebih luas, hingga penghematan biaya distribusi karena ongkos kirim ditanggung oleh pembeli.Penerapan e-commerce ini dilakukan oleh pelaku usaha UKM tidak lain bertujuan agar omset penjualan mereka tidak terus menurun. Pemasaran melalui e-commerce tentu dapat menjangkau wilayah yang lebih luas sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak untuk meningkatkan penjualan pada produk usaha mereka.

2). Meningkatnya angka pengguna e-commerce sejalan dengan meningkatnya minat belanja online masyarakat. Perubahan minat belanja online ini sangat tinggi dibandingkan dengan minat belanja offline. Perubahan ini tidak terlepas dari perubahan sosial yang terjadi

[29]Wawancara dengan Ibuk Diana amanda (selaku karyawan di UMK Rendang) tanggal 18 Juli 2024 jam.03.00.

karena pembatasan Sosial Berskala Besar yang diatur oleh pemerintah. Belanja online lebih diminati karena konsumen dapat mengakses produk tersebut selama 24 jam. Pembeli hanya perlu tersambung dengan internet lalu pembeli dapat mengakses produk-produk yang dijajakan oleh penjual di ecommerce. Berbeda dengan pedagang konvensional yang hanya bisa dilihat dagangannya ketika toko/galeri miliknya buka. Jam operasional sebuah toko biasanya berkisar 8-12 jam saja, sehingga ketika galeri tutup pelanggan tidak akan bisa melihat barang yang dijual maupun berinteraksi. Pelaku UMK menyampaikan :

"Pada e-commerce pelanggan dapat melihat barang yang dijual dan dapat berinteraksi selama 24 jam, walaupun pengiriman barangnya akan diproses di hari kerja selanjutnya, dengan adanya UMK melalui Online seperti sekarang juga membuat masyarakt lebih mudah untuk berbelanja ini artinya juga memenuhi kesejahteraan masyarakat luar maupun masyarakat terdekat". [30]

Para Informan mengaku, setelah menggunakan e-commerce pada usaha mereka. Omset penjualan mereka lebih baik daripada sebelumnya. Informan mengatakan bahwasanya ini membuat penjualan mereka karena adanya pembatasan sosial, namun dengan berjualan melalui media online.Pembeli cukup berinteraksi dengan penjual lewat

[30]Wawancara dengan Ibuk Rahmi Gustia (selaku karyawan di UMK Rendang) tanggal 18 Juli 2024 jam.03.25.

e-commerce dan proses transaksi dapat berjalan tanpa harus berinteraksi secara langsung.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan.

Menggunakan e-commerce, mereka mendapatkan banyak keuntungan seperti jangkauan pasar yang lebih luas, hingga penghematan biaya distribusi karena ongkos kirim ditanggung oleh pembeli.Penerapan e-commerce ini dilakukan oleh pelaku usaha UKM tidak lain bertujuan agar omset penjualan mereka tidak terus menurun. Pemasaran melalui e-commerce tentu dapat menjangkau wilayah yang lebih luas sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak untuk meningkatkan penjualan pada produk usaha mereka.

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menemukan seluruh informan dengan persentase 100% menyatakan bahwa terjadi peningkatan penjualan pada usaha mereka setelah menerapkan e-commerce. Pemesanan produk usaha mereka meningkat dan pemesanan dilakukan lewat toko mereka yang di daftarkan pada ecommerce Tokopedia. Peningkatan penjualan ini terjadi sejak beberapa waktu mereka memulai memasarkan produk mereka pada e-commerce.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap informan yang merupakan pelaku UKM Rendang Kecamatan Lamposi Tigo Nagori yang menerapkan E-commerce dengan menggunakan data-data sekunder yang diperoleh dari jurnal, aertikel serta berbagai sumber yang terkait. Peneliti menemukan beberapa hal yang mesti dibahas lebih dalam terkait penerapan ecommerce pada UKM sehingga dapat mendorong kesejahteraan.

B. Saran.

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melalui penelitian ini mampu memperluas cakpan penelitian yang mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat.
2. Diharapkan kepada masyarakat Kecamatan Lamposi Tigo Nagori untuk lebih meningkatkan Penjualan Melalui Online agar bisa meningkatkan Pendapatan dalam memenuhi kebutuhan hidup yang lebih layak.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rahman "Identifikasi Strategi pengangkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Sungai Ambawang Kabupaten KubuRaya Provinsi Kalimantan Barat" *Jurnal Manajemen pembangunan,* Vol.5 No.1.(2018)hlm.17-36

Aprilia,Nila Dwi.2021"Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia":*Jurnal Kajian Akademisi dan Literasi Ilmu Ekonomi Pertahanan Volume 7*

B,Septia Rico.2023."Pengaruh Promosi Serta Pelayanan Secara Online Melalui Whatsapp Terhadap Penjualan Pada Izhani Olshop":*Jurnalkonomi,Bisnis dan Manajemen Volume 2* (hlm.4-6).

Buku Ilmu Kesejahteraan Sosial dan pekerjaan sosial.

Fuadi.2021."Sistematic Review :Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial":*Jurnal Pendidikan Luar Sekolah Volume 5* (hlm.2-6).Yogyakarta:UIN Yogyakarta

Karisma,jihan.2023."Era Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Zahira Olshop Batam":*Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat Volume 3* (hlm.282)Batam:Universitas Internasional Batam

Kumala,Sindi Lita.2022."Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia":*Jurnal Ekonomi dan Sains Regional Volume 1* (hlm.112-116).Medan:Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

Maria,Nugroho Sumarjiyanto Benedictus.2020"Dampak Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi":*Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Volume 6* (hlm.273).

Mavilinda,Hera Febria.2021."Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan

Digital Entrepreneurship Bagi Pelaku UMKM Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan":*Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Volume 4* (hlm.629-632).

Menuju Kesejahteraan dalam Masyarakat(buku panduan pemerintah pusat.(Bogor Barat: center for internasional Forestry Research,2007).

Nur indah,'Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Jawa barat',*Skripsi UNNES(2019).*

Nurrahmadani,Dila.2023."Pengembangan Pemasaran Digital Marketing UMKM Yara Olshop Berbasis Website Di Bukittinggi":*Jurnal Ilmiah Pengabdian ada Masyarakat Volume 1* (hlm.119-125).

Prasetyaningtyas Pita,"*Identifikasi Kesejahteraan Ekonomi Pekerja Olah ikan tuna Berdasarkan Pengeluaran Pendapatan dikecamatan Pacitan"*

Silvia,Sineba Arli.2022."Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Kabupaten Rejang Lebong":*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1* (hlm.56)

Sukma,Sari"Konsep Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Alquran"*jounal Of Qur'an and Hadis Studies*.Vol.3No.1(2020)