

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu roda penggerak pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM berperan penting sebagai pilar dalam perekonomian nasional guna menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pendapatan selain itu memiliki andil dalam penyediaan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan.² UMKM juga menjadi mata rantai penyebaran distribusi hasil pembangunan nasional yang dapat memberikan kontribusi substansial dalam mempercepat perubahan struktural melalui peningkatan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.³

Data Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022 yaitu mencapai 64.197.050 unit yang terdata di Kemenkop UMKM. Jumlah UMKM tersebut juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.⁴ Peningkatan yang terjadi di tingkat nasional tersebut juga sejalan dengan peningkatan di Kabupaten Tulungagung. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung

² Siti Rozinah, dan Andri Meiriki. Pemanfaatan Digital marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan, *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2020, Hlm. 134.

³ Latif Syaipudin. Contribution of Young Entrepreneurs in Building the Creative Economy of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 2023, Hlm. 80-98.

⁴ Anita Isnaeni, Siti Nuridah, dan Elda Sagitarius. Pengaruh Penerapan Aplikasi M-Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku UMKM di Tahun 2022-2023. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2023, Hlm. 6302-6308.

pada tahun 2022, terdapat sekitar 58.106 unit yang terdaftar. Berikut Grafik pertumbuhan UMKM di Kabupaten Tulungagung dari beberapa tahun:⁵

Gambar 1.1
Grafik Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Tulungagung tahun 2017-2022



Sumber: Data diolah dari <https://tulungagungkab.bps.go.id/>

Berdasarkan gambar 1.1 jumlah UMKM yang terdaftar di Kabupaten Tulungagung mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2017 hingga 2022, meskipun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang kemungkinan disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2022, terdapat sekitar 58.106 UMKM yang terdaftar di Kabupaten Tulungagung. Hal ini dapat menyerap tenaga kerja secara nasional sebesar 97% dan bahkan mampu memberikan kontribusi PDB sekitar 57%.

Salah satu UMKM yang mempunyai peran sangat penting dalam perekonomian Indonesia yaitu UMKM pada sektor kuliner. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Nurmala dkk, terdapat 56 juta pelaku UMKM dan

⁵ Badan Pusat Statistik, *Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Tulungagung tahun 2017-2022 dalam* <https://tulungagungkab.bps.go.id/>, diakses pada 10 Januari 2024 pukul 13:00.

70% diantaranya UMKM kuliner. UMKM kuliner berpotensi menjadi penggerak perekonomian Indonesia. UMKM kuliner mempunyai peran penting dalam perekonomian karena UMKM kuliner ini dapat mengatasi pengangguran. Sebagai contoh jika seorang pemilik UMKM warung bakso dapat menyerap 2 tenaga kerja, bisa dibayangkan jika terdapat 10 orang pemilik UMKM warung bakso maka mampu menyerap 20 tenaga kerja. UMKM kuliner merupakan bisnis yang tidak akan pernah mati UMKM kuliner terus berkembang pesat seiring permintaan konsumen yang terus bertambah dan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam.⁶

Pelaku UMKM dalam sektor kuliner seiring perkembangan zaman dituntut harus mampu mengikuti arus zaman, sebagaimana digitalisasi semakin maju dalam berbagai sektor termasuk sektor kuliner. Maka penting bagi pelaku UMKM untuk memahami adanya perkembangan teknologi digital. Melalui adopsi teknologi, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagaimana dicontohkan dengan melalui platform pemesanan online seperti aplikasi pengiriman makanan atau situs web pemesanan, mereka dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas mereka. Selain itu, media sosial menjadi alat penting bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan secara langsung.⁷

⁶ Nurmala, et al. *Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19*. AKM: Aksi Kepada Masyarakat, 2022, Hlm. 65-74.

⁷ Anindita Trinura Novitasari. *Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi*. (Ebook: Deepublish, 2022).

Melalui digital yang tepat, pelaku UMKM dapat meningkatkan pendapatan, khususnya bagi pelaku UMKM di sektor kuliner jika pendapatan terus meningkat dapat digunakan untuk berkembang dan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Menurut pendapat Suwarni Dkk, ekonomi digital adalah sebuah sistem ekonomi dan sosio politik yang memiliki karakteristik seperti ruang intelijen yang terdiri dari informasi, banyaknya akses dalam kapasitas komunikasi, dan instrumen informasi, serta pemrosesan informasi.⁸

Ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh perangkat elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik artinya bisnis ini mempunyai kaitan dengan produksi elektronik dan proses manajemen yang berhubungan dengan mitra yang dilakukan melalui transaksi internet ataupun teknologi website.⁹ Banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia melalui internet tersebut membawa peluang bagi sektor perekonomian Indonesia. Salah satu pemanfaatan internet adalah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam hal penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).¹⁰

⁸ Emi Suwarni, Kristina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza. Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 2019, Hlm. 29-34.

⁹ Desy Arum Sunarta. Kaum Milenial di Perkembangan Ekonomi Digital. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 2023, Hlm. 9-16.

¹⁰ Ajeng Pramesthy Hardiani Kusuma. Prinsip Kepastian Hukum dalam Upaya Perlindungan Hukum Pelaku UMKM di Era Modernisasi Ekonomi Digital. *Journal of Economic and Business Law Review*, 2023, Hlm. 132-144.

Ekonomi digital yang mengalami peningkatan dapat berupa dengan perkembangan pembayaran. Dahulu hanya dapat dilakukan secara manual atau dengan uang cash.¹¹ Tetapi sekarang peningkatan ekonomi digital dapat dilakukan bahwa melalui *digital payment* adalah sistem pembayaran yang telah dikembangkan khususnya dalam menangani transaksi pembayaran produk barang-barang dan jasa secara elektronik melalui media digital dan internet.¹² *Digital payment* telah melahirkan suatu inovasi pembayaran digital atau yang lebih dikenal dengan istilah pembayaran digital, Pembayaran digital merupakan pembayaran yang terfokus pada transaksi tanpa bersentuhan fisik atau tanpa kertas.¹³

Majunya teknologi pada sistem pembayaran, menggeser fungsi uang tunai menjadi non tunai, Hal ini menggambarkan keinginan besar masyarakat dalam menggunakan uang elektronik. Uang digital memiliki kekuatan sebagai alat pengganti uang tunai sebagai alat pembayaran, pemerintah mensupport perubahan sistem pembayaran elektronik. *Digital payment* berperan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia agar lebih efektif dan efisien. digitalisasi pembayaran membantu mengawasi pengeluaran secara transparan, mencegah penyalahgunaan dana, dan memberikan catatan transaksi yang

¹¹ Latif Syaipudin. Contribution of Young Entrepreneurs in Building the Creative Economy of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 2023, Hlm. 80-98.

¹² Dian Dinata Houston. *Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial*, Jurnal Medium, 2019, Hlm. 55-67.

¹³ Mariesa Giswandhani, dan Amalia Zul Hilmi. Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar, *Jurnal ilmu komunikasi*, 2020, Hlm 239-250.

akurat. Hal ini memberikan keuntungan dalam mengevaluasi arus dana dalam sistem pembayaran digital.¹⁴

Digital marketing adalah serangkaian kegiatan pemasaran yang meliputi *branding* atau kesadaran merek dengan menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, *website*, email, *AdWords* atau jejaring sosial lainnya.¹⁵ *Digital marketing* merupakan pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuan dari *digital marketing* adalah untuk mempromosikan barang, promosikan merek, bentuk preferensi, dan tingkatkan lalu lintas penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. Strategi pemasaran digital akan membantu pemasar untuk menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen secara langsung. Sehingga pemasar bisa memastikan bahwa strategi yang diterapkan sudah relevan dengan bisnis yang dijalankannya.¹⁶

Melalui penerapan ekonomi digital yang tepat, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat signifikan meningkatkan pendapatan. Pelaku UMKM dapat menjangkau lebih banyak pelanggan potensial di luar wilayah lokal serta memperluas basis pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, strategi pemasaran digital yang cerdas dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas mereka di platform online dan media sosial,

¹⁴ Deni Trihasta, dan Julia Fajaryanti. *E-Payment Sistem, Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijin*, (Depok: Universitas Gunadarma, 2008), Hlm. 616.

¹⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Strategy Kompetitif hingga E- Marketing*. (Yogyakarta: ANDI, 2017), Hlm. 540.

¹⁶ Ginanjar Abdurrahman, et al. Pelatihan Digital marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 2022, Hlm. 88-92.

menarik lebih banyak pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Melalui promosi yang tepat dan konten yang menarik, UMKM dapat meningkatkan kesadaran merek dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.¹⁷

Menerapkan teknologi dalam manajemen operasional dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas. Dengan mengotomatisasi beberapa proses dan menggunakan perangkat lunak manajemen bisnis yang canggih, UMKM dapat menghemat waktu dan tenaga, sehingga dapat fokus pada inovasi produk dan layanan yang dapat meningkatkan daya tarik pelanggan. Keseluruhan, melalui penerapan ekonomi digital yang tepat, pelaku UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan dan memperkuat posisi mereka dalam pasar.¹⁸ Dalam syariat agama islam, kita juga dianjurkan dalam berbisnis islam, Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Yunus ayat 101 berbunyi:

قُلْ انظُرُوا مَاذَا فِي السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَمَا تُغْنِي الْاٰيٰتُ وَالنُّذُرُ عَنْ قَوْمٍ لَا يُؤْمِنُوْنَ.

Artinya: “Katakan (Wahai Muhammad), “Perhatikanlah apa saja yang ada di langit dan di bumi!” Tidaklah berguna tanda-tanda (kebesaran Allah) dan peringatan-peringatan itu untuk kaum yang tidak beriman.”

¹⁷ Nadia Arfan dan Hurriah Ali Hasan. Penerapan Digital marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah, *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 2022, Hlm. 212-224.

¹⁸ Yusvita Aprilyan, dan Elin Erlina Sasanti. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2022, Hlm. 292-306.

Ayat ini menjelaskan agar umat muslim memperhatikan segala sesuatu yang ada di alam semesta dengan sarana prasarana yang bisa mereka gunakan, termasuk teknologi untuk meningkatkan keimanannya. QS. Yunus ayat 101 ini bisa menjadi inspirasi bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnisnya. Dengan teknologi digital mampu menaikkan kualitas pelayanan marketing perusahaan sehingga bisa menjadikan pelanggan puas dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk perusahaan.¹⁹

Jika penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan ditinjau dari ekonomi Islam, maka salah satu aspek utama dari ekonomi islam adalah keadilan dan kesetaraan dalam distribusi pendapatan. Dalam konteks ini, penerapan ekonomi digital memungkinkan akses yang lebih adil terhadap pasar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama pelaku UMKM yang sebelumnya mungkin terbatas dalam menjangkau konsumen atau klien. Melalui platform digital, UMKM dapat mengatasi hambatan geografis dan fisik, memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa diskriminasi.²⁰

Integrasi ekonomi digital dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam juga memiliki potensi besar untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip ekonomi islam, seperti keadilan dapat menjadi pedoman dalam pengembangan dan implementasi teknologi digital.

¹⁹ Diah Chaerani, et al. *Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan*, Dharmakarya, 2020, Hlm. 275-282.

²⁰ Shinta Maharani, dan Miftahul Ulum. *Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap SEkonomi Syariah di Indonesia*. Conference on Islamic Studies FAI 2019, 2020.

Misalnya, dalam sistem keuangan islam, praktik riba dihindari dan transaksi didasarkan pada prinsip bagi hasil atau jual beli yang adil. Dalam konteks ekonomi digital, ini dapat diterjemahkan sebagai penggunaan platform dan model bisnis yang mengutamakan kemitraan dan keuntungan bersama antara semua pihak yang terlibat. Selain itu, konsep keadilan distributif dalam islam menekankan pentingnya memastikan bahwa keuntungan atau pendapatan secara adil.²¹

Penelitian ini dilaksanakan pada Gedang kane Tulungagung, lokasi ini merupakan salah satu UMKM sektor kuliner yang ada di Kabupaten Tulungagung yang tepatnya berada pada desa plosokandang. Gedang kane merupakan kategori UMKM yang menjalankan usaha di bidang kuliner yang memproduksi pisang goreng yang berbagai varian rasa. Gedang kane awal berdirinya yaitu pada tahun 2018, awal berdirinya masih berupa kecil- kecil an atau usaha rumahan dan seiring berjalannya waktu UMKM ini berkembang secara efektif.

Hasil wawancara dengan pemilik UMKM pada Gedang kane Tulungagung, mendapatkan hasil bahwa semakin kompetitif melakukan penjualan maka hasil yang didapatkan akan semakin maksimal, hal ini tentu saja dengan adanya ekonomi digital. Gedang kane Tulungagung mampu meningkatkan pendapatan lebih sejak menjalankan penjualan dengan bantuan teknologi digital. Gedang Kane Tulungagung juga melakukan penjualan secara

²¹ Shinta Maharani, dan Miftahul Ulum. *Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah di Indonesia*. Conference on Islamic Studies FAI 2019, 2020.

online maupun offline, jika melalui online maka dilakukan melalui grabfood, shopee food dan jasa lain yang bergerak dibidang jasa antar makanan. Adapun aktivitas bisnis menurut pemilik Gedang Kane Tulungagung jika dilakukan secara *online* sangatlah fleksibel dalam mengikuti perkembangan zaman saat ini, sebab melalui digitalisasi dapat dilakukan kapan saja yang hanya bermodalkan internet dan juga *smartphone*, maka dengan adanya internet dapat memudahkan komunikasi maupun transaksi, maka perlu pengetahuan yang mumpuni agar para pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran sesuai perkembangan digital.²²

Melalui kemajuan teknologi digital, tahun 2020 gedang kane menerapkan ekonomi digital dengan mengoptimalkan potensi pasar dan kenyamanan pelanggan untuk menghasilkan pendapatan yang lebih besar melalui promosi dengan memperluas jangkauan pasar melalui platform online serta menggunakan pembayaran berbasis online untuk mengurangi kesulitan dalam mendapatkan uang kembalian bagi pelanggan. Sebelum menerapkan ekonomi digital, pada usaha gedang kane menunjukkan adanya pelanggan yang dibawah target sehingga tidak ada peningkatan dalam pembelian. Setelah penerapan ekonomi digital, terjadi adanya perubahan jumlah pelanggan yang disebabkan pemasaran melalui media digital yang dapat memperluas jangkauan pasar dan jumlah pelanggan mampu meningkatkan pendapatan usaha.

²² Wawancara dengan Dimas, selaku pemilik Gedang Kane Tulungagung, pada senin, 20 Januari 2024, pukul 14:00.

Penelitian serupa yaitu, Analisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam), hasil penelitiannya penerapan ekonomi digital dalam usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan cara mengembangkan ekonomi digitalnya dalam meningkatkan pendapatan, untuk itu, demi melengkapi penelitian sebelumnya pada penelitian ini berfokus meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dengan menghubungkan ke dalam perspektif ekonomi islam²³.

Melihat adanya fenomena yang menarik berkaitan dengan konsep ekonomi digital saat ini, merujuk pada transformasi ekonomi yang didorong oleh penggunaan teknologi digital menjadikan pelaku UMKM harus menyadari bahwa konsep ekonomi digital sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Sebagaimana dalam penelitian ini melakukan penjualan secara online melalui platform elektronik seperti grabfood dan Shopefood, serta inovasi teknologi dalam layanan keuangan, seperti pembayaran digital melalui *digital payment* dan *digital marketing*. Maka kemudian, peneliti tertarik untuk mengambil judul, yaitu **"Analisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Kuliner Ditinjau dari Perspektif**

²³ Mirdza Muhammad. *Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kuliner di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam*. Diss. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.

Ekonomi Islam (Studi Kasus di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung."

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan ekonomi digital dalam penggunaan *digital payment* di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana penerapan ekonomi digital dalam penggunaan *digital marketing* di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung?
3. Bagaimana peran ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung?
4. Bagaimana peran ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mendeskripsikan penerapan ekonomi digital dalam *digital payment* di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan penerapan ekonomi digital dalam *digital marketing* di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

3. Menganalisis dan mendeskripsikan peran ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.
4. Menganalisis dan mendeskripsikan peran ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

D. Batasan Penelitian

Untuk menghindari penelitian ini agar tidak meluas dan menyimpang dari judul maka berdasarkan pembatasan penelitian ini hanya pada:

1. Daerah yang menjadi pengamatan hanya pada Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.
2. Objek yang menjadi penelitian adalah pemilik Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.
3. Permasalahan, Peneliti hanya membahas terkait dengan analisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM sektor kuliner ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (studi kasus di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung).

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan akademis, pengalaman dan kemampuan penelitian ilmiah dengan mengacu pada

sumber-sumber teori yang ada khususnya ekonomi islam pada umumnya, dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi pelaku UMKM kuliner Gedang kane

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai sumber masukan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan dalam menganalisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan perbendaharaan kepustakaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah. Sehingga dapat bermanfaat dalam pengembangan pengetahuan yang terfokus dalam menganalisis ekonomi digital terutama dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM kuliner Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan

atau perbendaharaan bacaan, menambah pengetahuan dan referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan.

F. Penegasan Istilah

Penegasan istilah berfungsi untuk memberi pengertian apabila terdapat istilah yang kurang jelas dari makna pada istilah tersebut. Istilah-istilah yang harus ditegaskan adalah yang berkaitan dengan pokok-pokok yang terkandung dalam laporan penelitian. Penegasan istilah dibagi menjadi 2 yaitu penegasan konseptual dan penegasan operasional sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

- a. Ekonomi Digital yaitu transaksi dan interaksi antara konsumen, produsen, dan bisnis dilakukan secara elektronik melalui internet atau jaringan digital lainnya. Ini mencakup berbagai model bisnis seperti pasar online, pengiriman makanan, aplikasi berbagi transportasi, layanan keuangan digital, dan banyak lagi.²⁴
- b. *Digital payment* menurut Gaol adalah sistem pembayaran yang telah dikembangkan khususnya dalam menangani transaksi pembayaran produk barang-barang dan jasa secara elektronik melalui media digital.²⁵
- c. *Digital marketing* merupakan serangkaian kegiatan pemasaran yang meliputi *branding* atau kesadaran merek dengan menggunakan berbagai

²⁴ Aminah, *Penataan Transportasi Publik-Privat dan Pengembangan Aksesibilitas Masyarakat*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2016), Hlm. 154

²⁵ Yoyo Sudaryo dkk, *Digital marketing dan Fine Tech di Indonesia*, (Yogyakarta: Andi OFFSET, 2020), Hlm. 36-37.

media berbasis web seperti blog, *website*, email, *AdWords* atau jejaring sosial lainnya.²⁶

- d. Pendapatan adalah perubahan pada jumlah faktor produksi yang digunakan dan perubahan kemampuan setiap unit faktor produksi dalam menghasilkan pendapatan.²⁷
- e. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha kegiatan ekonomi perseorangan yang berskala kecil dan mayoritas bidang usahanya kecil dan harus dilindungi agar terhindar dari persaingan tidak sehat dan harus diberdayakan sebagai bagian tak terpisahkan dari perekonomian kerakyatan yang mempunyai kedudukan dan peran serta potensi yang strategis sehingga mampu mewujudkan perekonomian nasional yang lebih seimbang dan adil.²⁸
- f. Kuliner yaitu segala hal yang berhubungan dengan masak-memasak. Biasanya makanan yang bisa dimasak yaitu seperti lauk pauk dalam kehidupan sehari-hari seperti ikan, daging, sayur-sayuran, yang biasanya dimakan dengan nasi.²⁹
- g. Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian dalam perspektif agama islam, yang tak lain

²⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorius, *Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Strategy Kompetitif hingga E- Marketing*. (Yogyakarta: ANDI, 2017), Hlm. 540

²⁷ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), Hlm. 65.

²⁸ Retno Muslinawati, et al. *Strategic Analisa Kompetensi Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produksi UMKM Bubutan Didesa Batokan Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 2022, Hlm. 451-460.

²⁹ Adzkiya, *Etnografi Kuliner: Makanan dan Identitas Nasional*, (Yogyakarta: Pt Publishing, 2021), Hlm. 24.

sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Akan tetapi dalam sistem ekonomi Islam ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktivitasnya.³⁰ Ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal.³¹

2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional merupakan suatu kumpulan instruksi mengenai cara mengukur variabel yang telah didefinisikan secara konseptual. Pada penelitian ini penegasan operasional yang dimaksudkan untuk menguji penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM sektor kuliner ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi Kasus di Gedang Kane Desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung).

G. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang asal mula topik penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

³⁰ Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), Hlm. 16

³¹ Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam edisi keempat*, (Depok, Rajawali Pers, 2017). Hlm. 34

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka meliputi penelitian kepustakaan dengan mencari sumber-sumber penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian dan juga memuat teori-teori yang digunakan dalam penelitian. Dokumen ini digunakan sebagai acuan atau dokumen latar belakang dalam pembahasan penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi teknik atau cara yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian, berupa metode penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti dalam penelitian, data data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan hasil, serta sebagai langkah penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Peneliti melakukan penelitian untuk menemukan penemuan baru atau untuk menguji keaslian penemuan yang telah diuji sebelumnya. Pada bab hasil penelitian yang akan disajikan data-data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan melalui observasi, tanya jawab, atau Teknik penelitian lainnya.

BAB V: PEMBAHASAN

Pembahasan adalah inti dari suatu penelitian, berupa temuan baru atau bukti baru terhadap suatu penelitian. pada bab pembahasan kali ini peneliti akan mencocokkan teori yang ada dengan data yang diperoleh di lapangan dengan penelitian yang dilakukan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

BAB VI: PENUTUP

Bab penutup merupakan bab akhir dalam sebuah skripsi atau tulisan lainnya. Penutup berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta dengan pemberian saran dari peneliti kepada pembaca.