



**PEMANFAATAN TEKNOLOGI  
DIGITAL DALAM PENINGKATKAN  
PENDAPATAN UMKM *ONLINE SHOP*  
DI DESA LANGKAP KEDUNGWUNI  
PEKALONGAN**



**NILA SA'ADAH**

**NIM. 4121158**

**2025**

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM  
PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM *ONLINE*  
*SHOP* DI DESA LANGKAP KEDUNGWUNI  
PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



oleh:

**NILA SA'ADAH**

**NIM. 4121158**

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2025**

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM  
PENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM *ONLINE*  
*SHOP* DI DESA LANGKAP KEDUNGWUNI  
PEKALONGAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



oleh:

**NILA SA'ADAH**

**NIM. 4121158**

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2025**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nila Sa'adah

NIM : 4121158

Judul Skripsi : Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Peningkatan Pendapatan Umkm Online Shop Di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar – benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar – benarnya.

Pekalongan, 09 Oktober 2025

Yang Menyatakan,



Nila Sa'dah

NIM. 4121158

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nila Sa'adah

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Nila Sa'adah**

NIM : **4121158**

Judul Skripsi : **Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam  
Peningkatan Pendapatan Umkm Online Shop Di Desa  
Langkap Kedungwuni Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat dimunaqosahkan.

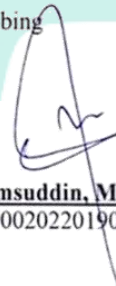
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 09 Oktober 2025

Pembimbing



**Syamsuddin, M.Si.**

NIP. 199002022019031011



KEMETERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Nila Sa'adah  
NIM : 4121158  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam  
Peningkatan Pendapatan UMKM *Online Shop* Di  
Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan  
Dosen Pembimbing : Syamsuddin, M.Si

Sudah melalui proses ujian pada hari Kamis tanggal 23 Oktober 2025 serta dinyatakan **LULUS** dan diakui sebagai bagian dari persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

**Penguji I**

**Penguji II**

  
Muhamad Musrur, M.E.I.  
NIP. 197912112015031001

  
Indah Purwanti, M.T.  
NIP. 198701072019032011

Pekalongan, 3 November 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



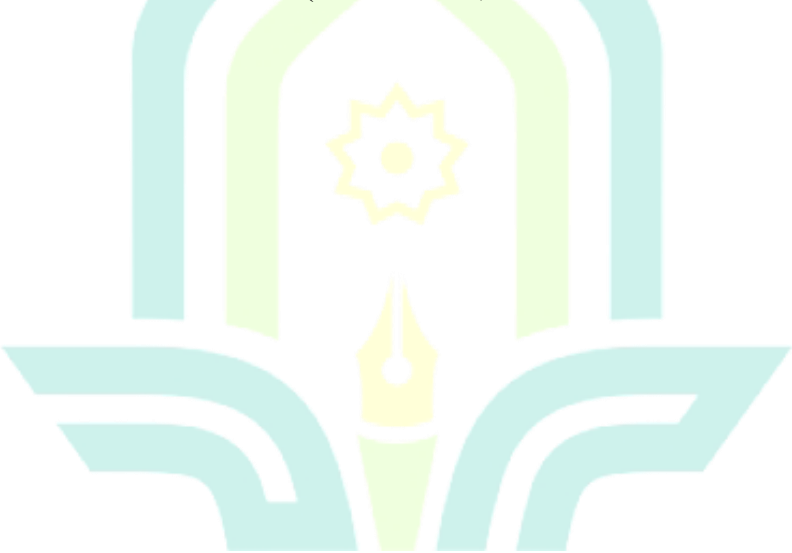
## **MOTTO**

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Qs. Ar-Ruum:60)

“Jangan Merasa Iri Kepada Orang Lain, Setiap Manusia Sudah di Takdirkan Oleh Allah swt. Keberhasilan Masing – Masing, Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat, Terlambat Bukan Menjadi Alasan Untuk Menyerah, Setiap Orang Memiliki Proses Yang Berbeda Terbentur, Terbentur, Terbentur Lalu Terbentuk ”

(Nila Sa'adah)



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa. telah memberikan semangat dan kekuatan bagi saya untuk menyelesaikan perjuangan S1 ini.
2. Kepada cinta pertama dan panutanku, Alm.Ayah saya Sudin skripsi ini saya persembahkan untuk Alm.ayah yang tidak sempat mendampingi putri pertamanya menyelesaikan. Terimakasih atas cinta dan kasih sayang yang sudah diberikan semasa hidupmu.
3. Untuk pintu surga saya Nur Khasanah yang perjuangannya sangat luar biasa, terimakasih banyak atas perjuangan doa yang sudah diberikan sampai detik ini, segala urusan yang anakmu lakukan mendapatkan kemudahan dan kelancaran. Terima kasih atas nasehat, perjuangan, dukungan, motivasi serta salah satu alasan terkuat saya untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat membuat bangga keluarga. Skripsi ini saya berikan dan selesaikan sebagai ucapan terimakasih.
4. Kepada jodoh penulis kelak, kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan tesis ini, meskipun saat ini penulis belum mengetahui keberadaanmu, karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju pada kita bagaimana caranya.
5. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah,



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

6. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Syamsuddin, M.Si yang telah memberikan bimbingan, kritikan, masukan, nasihat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
7. Sahabat seperjuangan penulis Ferida Eka Wulansari terima kasih sudah menemani dari awal perkuliahan hingga akhir. Terima kasih untuk segala bantuan, canda, dan tawanya.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.
9. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri, Nila Sa'adah. Terimakasih sudah berjuang dan berjalan sejauh ini, terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan diri sendiri sehingga detik ini, walaupun banyaknya cobaan rintangan dan berkali-kali sering mengeluh, menangis bahkan hampir menyerah. Namun saya bangga kepada diri sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi dari hari ke hari, kehidupan dunia akan segera dimulai.

## ABSTRAK

### **NILA SA'ADAH. Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Peningkatkan Pendapatan Umkm *Online Shop* Di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan.**

Pelaku ekonomi berkontribusi melalui penciptaan nilai tambah dalam dunia usaha dan ekonomi. Dari sinilah UMKM menciptakan nilai tambah tersebut dengan mengadopsi *online shop*. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM *online shop* kemudian menganalisis kendala dalam pemanfaatan teknologi digital *online shop* dan menganalisis dampak pemanfaatan teknologi digital terhadap pendapatan UMKM *online shop*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan. Data diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan karyawan pelaku UMKM dan studi pustaka dari berbagai literatur relevan. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM *online shop* di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan.

Hasil menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dan media sosial secara proaktif telah mendorong peningkatan omzet yang signifikan, terbukti lewat perluasan pasar hingga lintas daerah, efisiensi transaksi digital, dan pengelolaan stok yang lebih teratur meski masih banyak yang manual. Dampak positif ini juga memicu ekspansi usaha, seperti penambahan lokasi produksi dan lapangan kerja baru. Namun, pelaku menghadapi kendala signifikan berupa kestabilan koneksi internet, adaptasi terhadap fitur baru marketplace, serta kurangnya pelatihan formal dan pendampingan. Sebagian besar UMKM mengatasi hambatan dengan belajar mandiri melalui tutorial *online* dan jejaring komunitas, menunjukkan inisiatif tinggi tetapi menegaskan kebutuhan dukungan eksternal. Kesimpulannya, transformasi digital di Desa Langkap secara nyata meningkatkan pendapatan dan ketahanan usaha, tetapi keberlanjutan manfaat memerlukan perbaikan infrastruktur, pelatihan praktis, dan pendampingan terarah. Rekomendasi meliputi penyediaan akses internet lebih

stabil, program pelatihan berbasis praktik, serta fasilitasi komunitas UMKM untuk berbagi pengalaman digital.

Kata kunci: UMKM, teknologi digital, *e-commerce*, pendapatan, *online shop*.



## **ABSTRACT**

### **NILA SA'ADAH. Utilization Of Digital Technology In Increasing The Income Of Online Shop Msmes In Langkap Village, Kedungwuni, Pekalongan.**

Economic actors contribute through the creation of added value in the business and economic world. From here, MSMEs create added value by adopting online shops. The purpose of this study is to analyze the utilization of digital technology in the development of MSME online shops, then analyze the obstacles in utilizing digital technology for online shops and analyze the impact of utilizing digital technology on the income of MSME online shops.

This study uses a qualitative approach with a field study method. Data were obtained through direct observation, in-depth interviews with MSME employees and literature studies from various relevant literature. The subjects of the study were MSME online shop actors in Langkap Village, Kedungwuni, Pekalongan.

The results show that the proactive use of e-commerce and social media has driven a significant increase in turnover, as evidenced by the expansion of the market across regions, efficiency of digital transactions, and more organized stock management, although many are still manual. This positive impact also triggers business expansion, such as the addition of new production locations and jobs. However, the players faced significant obstacles in the form of internet connection stability, adaptation to new marketplace features, and lack of formal training and mentoring. Most MSMEs overcame obstacles by learning independently through online tutorials and community networks, demonstrating high initiative but emphasizing the need for external support. In conclusion, digital transformation in Langkap Village significantly increased income and business resilience, but the sustainability of benefits requires infrastructure improvements, practical training, and targeted mentoring. Recommendations include providing more stable internet access, practice-based training programs, and facilitating MSME communities to share digital experiences.

Keywords: MSMEs, digital technology, e-commerce, income, online shop.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari mana perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr.H.AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Syamsuddin, M.SI selaku Dosen Pembimbing Skripsi Penulis.
7. Syamsul Arifin, M.E. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

9. Kedua orang tua, Adik serta seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta motivasi tanpa henti.
10. Seluruh narasumber wawancara penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
11. Sahabat dan teman-teman, yang selalu memberikan semangat, doa, serta bantuan dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.
12. Semua pihak yang turut membantu, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, tetapi tetap saya hargai setiap dukungan dan kontribusinya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB IPENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
D. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>
A. Landasan Teori.....	15
B. Telaah Pustaka.....	31
C. Kerangka Berpikir .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>



A.	Jenis Penelitian.....	47
B.	Pendekatan Penelitian .....	47
C.	Setting Penelitian.....	47
D.	Subjek Penelitian.....	48
E.	Sumber Data.....	48
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	49
G.	Teknik Keabsahan Data .....	50
H.	Metode Analisis Data .....	53
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN...56</b>		
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	56
B.	Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Pengembangan UMKM Di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan.....	58
C.	Analisis Grand Theory .....	97
<b>BAB V PENUTUP.....101</b>		
A.	Kesimpulan.....	101
B.	Saran.....	102
C.	Keterbatasan Penulisan .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....103</b>		
<b>LAMPIRAN..... I</b>		

## TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berlandaskan pada hasil Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, yang terdiri dari vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*)

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
.... َ ....	Fattah	A	A
.... ِ ....	Kasrah	I	I
.... ُ ....	Dammah	U	U

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
... َيَ	Fattah dan ya	Ai	a dan i
... ِوُ	Fattah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ

ditulis

Kataba

فَعَلَ

ditulis

Fa'la

سُئِلَ

ditulis

Su'ila

## C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda Vokal	Nama	Huruf Latin	Nama
....أ....	Fattah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas

.....ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
.....وُ	Hamzah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ                      ditulis                      Qāla

رَمَى                        ditulis                        Ramā

قِيلَ                        ditulis                        Qīla

#### D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مَرَأَةٌ جَمِيلَةٌ                      ditulis                      *mar'atun jamīlah*

2. Ta'marbutah mati, dengan mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فَاطِمَةٌ                      ditulis                      *fāṭimah*

#### E. Syaddah

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi syaddah atau tasyid tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا                      Ditulis                      *rabbanā*

الْبِرِّ                        Ditulis                        *al-birr*

#### F. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah  
Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/

diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah  
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai bunyinya.
3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sempang.

Contoh:

القَمَرُ	ditulis	<i>al-qamar</i>
البَدِيعُ	ditulis	<i>al-badi'</i>

### G. Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostof ^/.

Contoh:

أَمْرٌ	ditulis	<i>umirtu</i>
سَيِّءٌ	ditulis	<i>syai'un</i>

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ	ditulis	Wainnallāhalahuwakhairar-
الرَّازِقِينَ		
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	ditulis	Ibrāhîm al-Khalîl

### I. Huruf Kapital

Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ      ditulis      Wa mā Muhammadun illā rasl

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh

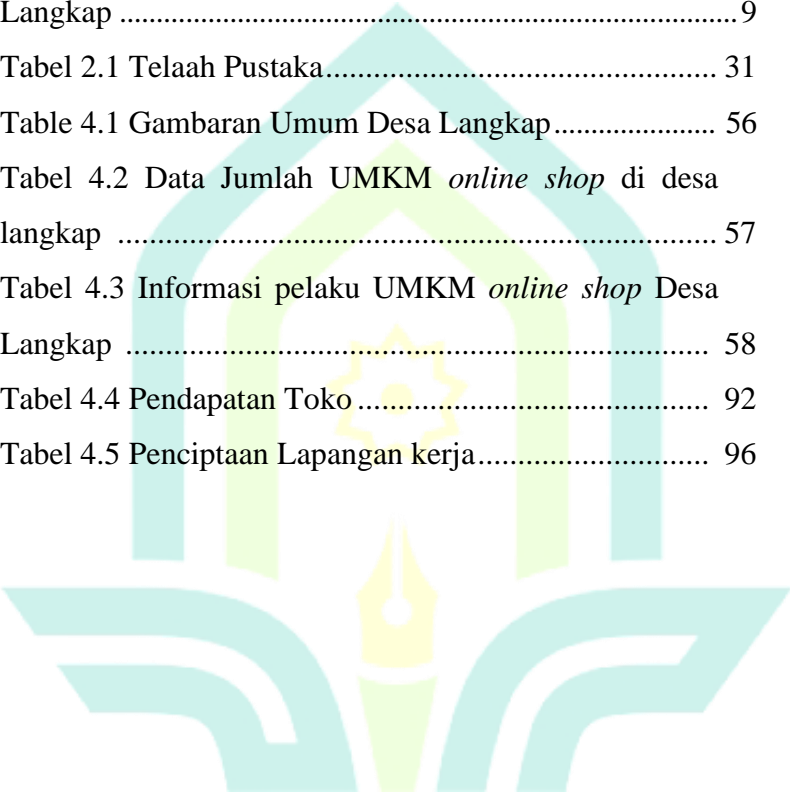
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا      ditulis      Lillāhi al-amrujamî'an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendidikan Penduduk Desa Langkap Tahun 2024.....	6
Tabel 1.2 Data jumlah UMKM Online Shop di Desa Langkap .....	9
Tabel 2.1 Telaah Pustaka.....	31
Table 4.1 Gambaran Umum Desa Langkap.....	56
Tabel 4.2 Data Jumlah UMKM <i>online shop</i> di desa langkap .....	57
Tabel 4.3 Informasi pelaku UMKM <i>online shop</i> Desa Langkap .....	58
Tabel 4.4 Pendapatan Toko .....	92
Tabel 4.5 Penciptaan Lapangan kerja.....	96



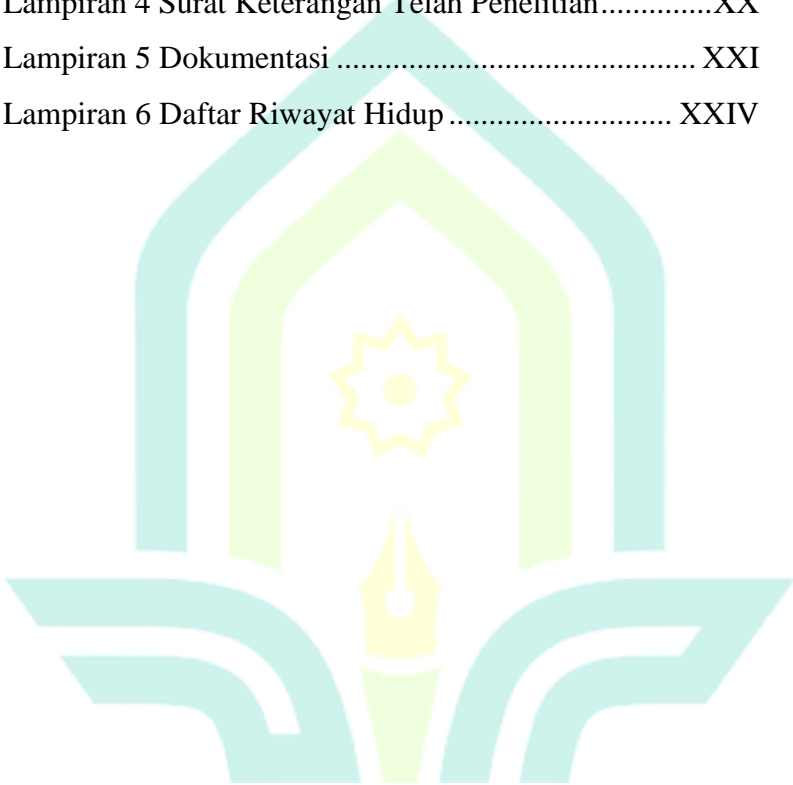


## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori .....	45
Gambar 3. 1 TriangulasiTekni.....	52
Gambar 4. 1 Toko Online Risa Otentik.....	59
Gambar 4. 2 Toko Online DHAZ ORIGINAL.....	60
Gambar 4. 3 Toko Online F Jeans .....	62
Gambar 4. 4 Imamudin store02 .....	63
Gambar 4. 5 Toko Online Zigallery99 .....	64
Gambar 4. 6 Toko Online Orego .....	66
Gambar 4. 7 Toko Online Shaqueenacollection .....	67
Gambar 4. 8 Toko Online SYMONE.CO .....	69
Gambar 4. 9 Toko Online Rilands.id.....	70
Gambar 4. 10 Toko online Kasipon.id .....	71
Gambar 4. 11 Toko Online Airin fashion jeans.....	73
Gambar 4. 12 Tko Online Under_Collection .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	I
Lampiran 2 Hasil Wawancara .....	IV
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian .....	XIX
Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Penelitian.....	XX
Lampiran 5 Dokumentasi .....	XXI
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup .....	XXIV



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pembangunan ekonomi merupakan kemampuan suatu negara untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakatnya dan terus meningkatkan kapasitas tersebut dari waktu ke waktu (Windusancono, 2021). Agar pembangunan ekonomi dapat berkembang dengan baik, diperlukan kestabilan serta kemajuan di berbagai aspek kehidupan. Salah satu unsur penting yang berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi adalah pelaku ekonomi. Peran mereka sangat besar karena dapat memengaruhi kecepatan pertumbuhan ekonomi nasional (Suhada et al., 2022). Pelaku ekonomi berkontribusi melalui penciptaan nilai tambah dalam dunia usaha dan ekonomi, misalnya dengan meningkatkan wawasan, menciptakan keunggulan kompetitif, serta melahirkan wirausahawan yang cakap dan mampu mengelola bisnis dengan lebih efisien (Lie et al., 2022).

UMKM berperan dalam bertumbuhan ekonomi dan membuka lapangan usaha baru (Listayingsih & Alansori, 2020). UMKM menjadi contoh konkret dari upaya pembangunan nasional yang inklusif dan berdampak langsung terhadap kemajuan bangsa. Pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan kontribusi nyata dalam memperkuat perekonomian nasional (Londa et al., 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, “Sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), atau sekitar Rp8.573 triliun setiap tahunnya. Selain itu, UMKM menyerap sekitar 97% dari total angkatan kerja di Indonesia, setara dengan 116 juta orang (Cay & Irnawati, 2020).

Namun, dalam menjalankan kegiatan UMKM di Indonesia, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses pemasaran, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan serta kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi internet yang berkembang pesat di kalangan pelaku UMKM. Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana yang mempermudah pemasaran produk mereka. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, membuka berbagai peluang baru sekaligus menghadirkan tantangan tersendiri bagi UMKM. Dengan pesatnya pertumbuhan *e-commerce* dan platform perdagangan digital, perilaku konsumen juga mengalami pergeseran signifikan. Konsumen kini cenderung memilih *platform* digital yang memberikan kenyamanan, harga yang bersaing, serta beragam pilihan produk.

Seiring dengan berkembangnya *e-commerce*, ekonomi digital semakin pesat dan membuka berbagai peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha. Salah satu sektor yang terpengaruh oleh perkembangan *e-commerce* ini adalah UMKM (Gustina et al., 2022). Melalui *platform digital*, UMKM memiliki potensi besar untuk memperluas pasar dan menciptakan lapangan kerja baru. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, UMKM dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat desa. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Andini et al., (2021) mengungkapkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* terbukti mampu meningkatkan pendapatan serta memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, terutama selama masa pandemi.

Dalam penelitian Affan, (2022) dan Trulline, (2021) menyatakan bahwa digitalisasi UMKM dalam menggunakan *e-commerce* mendapatkan respon baik bagi UMKM dalam memperoleh keuntungan dan kemudahan usahanya dan bagi pembeli dalam melakukan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Triandra et al., (2019) dan Agnesia, (2022) menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha UMKM. Penemuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* memiliki dampak terhadap pelaku usaha UMKM.

Allah berfirman dalam QS. At-Talaq (65):3

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ  
أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

“Dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga. Siapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allahlah yang menuntaskan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah membuat ketentuan bagi setiap sesuatu.” (QS. At-Talaq [65]: 3)

Pada Surat At-Talaq (65): 3 mengajarkan bahwa setelah berusaha dengan sungguh-sungguh, kita menyerahkan hasilnya kepada Allah agar Dia mencukupi kebutuhan dari arah yang tak terduga. Dalam konteks pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM *Online Shop* di Desa Langkap, ayat ini relevan karena pelaku usaha telah melakukan ikhtiar nyata yaitu mereka bertawakal,

percaya bahwa hasil baik peningkatan omzet maupun peluang baru datang dari Allah, kadang lewat cara atau waktu yang tidak terduga.

Fenomena penjualan melalui *e-commerce* juga telah dilakukan oleh UMKM di Desa Langkap Kecamatan Kedungwuni yang merupakan salah satu wilayah yang terletak di Selatan Kota Pekalongan. Masyarakat di Desa Langkap bisa dikatakan sebagai masyarakat yang bersifat heterogen. Salah satu sifat masyarakat dapat dilihat dari mata pencaharian yang bervariasi. Berdasarkan *survey* sementara yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa mayoritas masyarakat Desa Langkap merupakan pengusaha UMKM dengan berbagai jenis produk barang yang berbeda. Di tahun 2019 pemerintahan Desa Langkap menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan kepada masyarakat, khususnya kepada pelaku UMKM untuk dibekali mengenai wawasan bisnis digital melalui *e-commerce*. Dampak dari pelatihan ini ialah banyak pelaku usaha mulai beralih untuk memasarkan produknya melalui *e-commerce*.

Berdasarkan hasil pra observasi dan wawancara dengan dua pelaku UMKM di Desa Langkap, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan *e-commerce* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan usaha mereka. Keduanya mengaku awalnya hanya mengandalkan penjualan *offline* yang terbatas pada lingkungan sekitar. Namun, setelah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah desa pada tahun 2019, mereka mulai memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp, Facebook *Marketplace*, Shopee, Tokopedia, hingga TikTok Shop untuk memasarkan produknya.

Dampak paling nyata dari peralihan ini adalah peningkatan omset, dengan cakupan pasar yang lebih luas bahkan hingga luar kota dan provinsi. Selain itu, keberhasilan dalam penjualan *online* mendorong beberapa pelaku UMKM untuk merekrut tenaga kerja tambahan, baik dari keluarga maupun masyarakat sekitar, sehingga membuka peluang kerja baru di desa. Namun, tantangan tetap ada. Para pelaku UMKM mengeluhkan beberapa kendala, seperti keterbatasan dalam penggunaan teknologi, akses internet yang belum stabil, serta kurangnya pemahaman terkait promosi berbayar dan pengelolaan toko digital. Meski begitu, mereka tetap berupaya mengatasi kendala tersebut dengan dukungan dari keluarga atau generasi muda yang lebih melek teknologi.

Secara umum, wawancara ini memperkuat kesimpulan bahwa transformasi digital melalui *e-commerce* menjadi langkah strategis dalam meningkatkan pendapatan UMKM serta memperkuat ekonomi masyarakat di Desa Langkap. Ini juga menunjukkan pentingnya keberlanjutan pelatihan dan pendampingan agar lebih banyak pelaku usaha lokal mampu beradaptasi di era digital.

Berdasarkan data Kampung KB Desa Langkap (LPPDes, 2021–2024), Desa Langkap memiliki jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2021 jumlah penduduk tercatat sebanyak 2.425 jiwa, meningkat menjadi 2.478 jiwa pada tahun 2022, kemudian 2.531 jiwa pada tahun 2023, dan mencapai 2.589 jiwa pada tahun 2024. Pertumbuhan ini menunjukkan adanya dinamika sosial ekonomi yang cukup signifikan, terutama dengan bertambahnya pelaku usaha di sektor konveksi dan perdagangan online.

Sebagian masyarakat, khususnya generasi muda, mulai aktif memanfaatkan teknologi digital untuk berwirausaha.

Data spesifik mengenai rata-rata pendapatan per kapita di Desa Langkap memang belum dipublikasikan secara terperinci, tetapi pengamatan lapangan terhadap UMKM konveksi di desa ini memperlihatkan bahwa setelah mengikuti pelatihan dan mulai memasarkan produk melalui *platform e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak omzet usaha konveksi mengalami kenaikan hingga sekitar 20–30 persen dalam beberapa bulan pertama dibandingkan metode penjualan konvensional. Peningkatan omzet tersebut dipicu oleh terbukanya saluran penjualan baru, efisiensi biaya operasional, serta cakupan pasar yang lebih luas, sehingga para pelaku usaha mampu menjual produk mereka tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga menjangkau konsumen di kota-kota besar.

**Tabel 1.1 Data Pendidikan Penduduk Desa Langkap Tahun 2024**

Tingkat Pendidikan	Jumlah orang	Persentase
Tidak Sekolah	120	4.6
SD/Sederajat	820	31.7
SMP/Sederajat	740	28.6
SMA/Sederajat	610	23.6
Diploma (D1–D3)	140	5.4
Sarjana (S1)	120	4.6
Pascasarjana (S2/S3)	39	1.5
Total	2.589	100%

*Sumber: Laporan Kampung KB Desa Langkap, 2024*

Berdasarkan data pendidikan di atas, sebagian besar penduduk Desa Langkap memiliki tingkat pendidikan



menengah, yaitu lulusan SMP dan SMA. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi sumber daya manusia di desa tersebut cukup memadai untuk diarahkan pada pengembangan wirausaha digital. Dengan tingkat literasi digital yang terus meningkat, masyarakat mulai mampu memanfaatkan *platform Shopee* dan *TikTok* untuk mendukung kegiatan ekonomi lokal secara mandiri.

Secara resmi pada tahun 2024 tercatat bahwa terdapat sekitar 192 pelaku UMKM di Desa Langkap, yang terdiri dari 192 wirausaha/ menurut data LPPDes Kampung KB. Profil UMKM di desa ini sangat beragam, meliputi usaha konveksi (jahit pakaian, seragam, kaos, dan souvenir), olahan makanan (seperti, kue basah/kering, kerupuk ikan, dan camilan ringan) kerajinan tangan (biasanya kerajinan bambu, anyaman, atau souvenir kecil), pertanian skala kecil (padi, jagung, palawija untuk pasar lokal), perikanan laut (dengan sebagian nelayan yang mulai menjalin kerja sama ke pelaku UMKM olahan makanan), serta jasa lokal seperti bengkel motor, ojek pangkalan, tukang cukur rumahan, dan usaha fotokopi atau warnet skala kecil. Terdapat pula jasa pendidikan informal seperti kursus menjahit rumahan dan kursus komputer sederhana.

Dalam mengembangkan usahanya, pelaku UMKM di Desa Langkap menerapkan berbagai teknik bisnis digital yang mendasar. Pertama, mereka membuat dan mengelola akun toko resmi di *platform e-commerce*, lengkap dengan logo dan deskripsi produk untuk membangun citra merek. Selanjutnya, para pelaku usaha menata katalog produk dengan foto menarik dan deskripsi detail mengenai bahan, ukuran, serta keunggulan produk. Strategi promosi digital juga diterapkan, misalnya melalui iklan internal *platform (Sponsored Products/Ads)*, promo diskon, bundling, atau gratis ongkos kirim guna menarik minat konsumen baru.

Banyak UMKM yang juga memanfaatkan program afiliasi dengan menggandeng *reseller* atau *influencer* lokal, yang memberikan komisi sebagai imbalan atas setiap transaksi yang berhasil dihasilkan. Untuk membangun kepercayaan konsumen, pelayanan pelanggan yang responsif menjadi kunci, memberikan *update* status pesanan, dan melakukan *follow-up* setelah transaksi. Di sisi logistik, kerjasama dengan jasa ekspedisi terjangkau seperti JNE dan J&. Beberapa pelaku UMKM juga menawarkan opsi COD (*cash on delivery*) di wilayah tertentu. Terakhir, manajemen keuangan sederhana dilakukan dengan mencatat pemasukan dan pengeluaran operasional melalui spreadsheet atau aplikasi kas sederhana, sehingga margin keuntungan dapat dipantau secara lebih efektif.

Berbagai usaha tersebut menargetkan segmen pasar yang beragam. Di tingkat lokal, konsumen di Pekalongan dan sekitarnya menjadi sasaran utama, terutama untuk produk pertanian, olahan ikan, dan konveksi untuk kebutuhan sehari-hari seperti seragam sekolah atau komunitas. Namun, dengan kehadiran *e-commerce*, pelaku UMKM mulai merambah pasar nasional, menjangkau kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Semarang untuk produk konveksi khas Pantura (misalnya kaos custom, seragam acara, atau souvenir pernikahan) serta camilan berbahan ikan yang banyak diminati di Jawa Tengah dan Jawa Barat. Selain itu, segmen milenial dan Gen Z yang gemar belanja *online* dan menggunakan metode pembayaran digital (GoPay, Ovo, Dana) menjadi target penting, terutama untuk produk fashion kekinian.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam perekonomian masyarakat, khususnya

bagi para pelaku UMKM di Desa Langkap. Sebagai contoh, banyak pelaku usaha yang awalnya hanya mengandalkan penjualan secara *offline* dengan omset terbatas karena jangkauan pasar yang sempit. Namun, seiring dengan meningkatnya akses terhadap teknologi digital, mereka mulai beralih ke *platform e-commerce* untuk memasarkan produk secara lebih luas. Salah satu studi kasus yang mencerminkan perkembangan ini adalah usaha kuliner lokal yang sebelumnya hanya mengandalkan pembeli dari sekitar desa, namun setelah memanfaatkan marketplace dan media sosial, omsetnya meningkat drastis karena pesanan datang dari berbagai daerah. Tidak hanya meningkatkan pendapatan, pemanfaatan *e-commerce* juga membuka peluang kerja baru, seperti jasa pengemasan, pengiriman, serta pemasaran digital. Hal ini membuktikan bahwa adopsi teknologi digital tidak hanya berdampak pada skala usaha individu tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan dengan menciptakan lebih banyak lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berikut adalah data jumlah UMKM *Online Shop* di Desa Langkap:

Tabel 1.2 Data jumlah UMKM *Online Shop* di Desa Langkap

No	Tahun	Jumlah
1	2020	172
2	2021	173
3	2022	150
4	2023	171
5	2024	192

Sumber: Laporan penduduk Desa Langkap 2020-2024

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Langkap telah memanfaatkan platform digital seperti *Shopee* dan *TikTok Shop* sebagai media utama penjualan. Dari total 192 pelaku UMKM pada tahun 2024, tercatat sekitar 68% menggunakan *Shopee* dan 54% menggunakan *TikTok Shop*, baik secara tunggal maupun bersamaan. Pemanfaatan *marketplace* ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran hingga luar Kabupaten Pekalongan. Namun demikian, belum banyak penelitian yang mengkaji sejauh mana penggunaan *platform Shopee* dan *TikTok* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di tingkat desa, sehingga menimbulkan gap penelitian yang perlu diisi melalui studi ini.

Perkembangan jumlah UMKM di Desa Langkap selama periode 2020-2024 mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi internal maupun eksternal. Pada tahun 2021, jumlah UMKM mencapai angka tertinggi, yaitu 173 unit UMKM, yang kemungkinan besar didorong oleh upaya pemulihan ekonomi pasca pandemi serta meningkatnya kesadaran masyarakat dalam berwirausaha. Namun, pada tahun 2022, jumlah UMKM menurun hingga 150 unit, yang dapat disebabkan oleh tantangan adaptasi terhadap teknologi digital, keterbatasan modal, serta persaingan pasar yang semakin ketat. Meskipun demikian, pada tahun 2023, jumlah UMKM kembali meningkat menjadi 171 unit, menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai menemukan strategi baru dalam menghadapi dinamika pasar, terutama dengan pemanfaatan teknologi digital dan *e-commerce*. Untuk tahun 2024, terus mengalami kenaikan hingga total 192 unit UMKM tren ini masih terus

berkembang dan perlu dianalisis lebih lanjut guna memahami pola pertumbuhan serta faktor-faktor utama yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM *online shop* kemudian menganalisis kendala dalam pemanfaatan teknologi digital *online shop* dan menganalisis dampak pemanfaatan teknologi digital terhadap pendapatan UMKM *online shop*. Dengan demikian penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Peningkatkan Pendapatan UMKM *Online Shop* Di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan”

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti dapat menurumkan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM *online shop* di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan?
2. Apa kendala dalam pemanfaatan teknologi digital *online shop* oleh UMKM di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan?
3. Bagaimana dampak pemanfaatan teknologi digital terhadap pendapatan UMKM *online shop* di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka dapat diambil tujuan penelitian dan manfaat penelitian, yakni:

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM *online shop* di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan.

- b. Untuk menganalisis kendala dalam pemanfaatan teknologi digital *online shop* oleh UMKM di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan.
- c. Untuk menganalisis dampak pemanfaatan teknologi digital terhadap pendapatan UMKM *online shop* di Desa Langkap.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

- 1) Bagi kalangan akademisi, hasil ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memperluas wawasan keilmuan, khususnya terkait studi tentang pemanfaatan *E-Commerce* oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha.
- 2) Studi ini juga berpotensi menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian mendatang di ranah ilmu ekonomi

### b. Manfaat Praktisi

- 1) Bagi peneliti, studi ini memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan kapasitas diri serta pemahaman teoritis dan praktis mengenai pemanfaatan *E-Commerce* oleh pelaku UMKM.
- 2) Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam mengevaluasi dan merumuskan kebijakan yang mendukung optimalisasi penggunaan *E-Commerce* oleh UMKM.
- 3) Bagi UMKM, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengambil keputusan strategis terkait penerapan *E-Commerce* untuk meningkatkan keunggulan usahanya.

## **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika yang ada digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran umum dan informasi yang jelas tentang penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini menguraikan latar belakang munculnya suatu permasalahan yang menjadi fokus kajian, serta merumuskan inti persoalan yang akan dianalisis. Selanjutnya, dibahas pula ruang lingkup penelitian melalui pembatasan masalah, disertai dengan penjelasan mengenai tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan dari penelitian, serta susunan sistematika penulisan yang digunakan dalam laporan ini.

### **BAB II: Landasan Teori**

Bab ini memuat pembahasan mengenai teori-teori yang menjadi dasar pemikiran peneliti dalam mengkaji permasalahan. Di dalamnya juga tercakup ulasan literatur yang relevan (telaah pustaka) serta penyusunan kerangka berpikir yang menggambarkan alur logis hubungan antara konsep, teori, dan variabel yang diteliti.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini dibahas berbagai komponen penting terkait metode penelitian yang digunakan, seperti jenis dan pendekatan penelitian, setting atau konteks penelitian, serta subjek penelitian dan sampel yang terlibat. Penjelasan juga mencakup sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data yang diterapkan, serta cara

untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh. Di akhir bab ini, peneliti akan memaparkan metode analisis data yang digunakan untuk mengolah informasi yang terkumpul.

#### **BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan**

Di dalam bab ini hasil analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, disertai dengan uraian mengenai konteks umum lokasi atau subjek penelitian. Dalam bab ini, data yang relevan dipaparkan dan dianalisis secara mendalam, kemudian dihubungkan dengan teori atau konsep yang telah dijelaskan sebelumnya, sehingga menghasilkan pembahasan yang komprehensif terhadap temuan penelitian.

#### **BAB V: Penutup**

Dalam bab ini, bagian penutup yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan data dan temuan yang telah dianalisis. Selain itu, dalam bab ini juga diuraikan keterbatasan-keterbatasan yang ditemui selama proses penelitian, sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Peningkatan Pendapatan UMKM *Online Shop* di Desa Langkap Kedungwuni Pekalongan, yaitu:

1. Pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM online shop di Desa Langkap menunjukkan perubahan signifikan dalam pola usaha masyarakat. Para pelaku UMKM secara proaktif memanfaatkan berbagai *platform* digital seperti *Shopee*, TikTok Shop, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Transformasi ini tidak hanya terjadi karena kebutuhan pasar modern, tetapi juga sebagai respon terhadap pandemi yang mendorong pergeseran dari transaksi konvensional ke sistem daring. Dalam prosesnya, banyak pelaku UMKM belajar secara mandiri melalui tutorial online dan diskusi komunitas, sehingga mampu memahami serta mengoptimalkan fitur-fitur digital yang tersedia untuk mendukung kegiatan promosi dan penjualan.
2. Dampak positif dari pemanfaatan teknologi digital terasa sangat nyata. Pendapatan UMKM online shop di Desa Langkap mengalami peningkatan yang signifikan, ditandai dengan kenaikan omzet, perluasan pasar hingga luar daerah, serta penambahan tenaga kerja dan fasilitas produksi. Penggunaan sistem pembayaran digital dan aplikasi manajemen stok juga membuat proses transaksi lebih efisien, transparan, dan terorganisir. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital bukan hanya alat promosi, tetapi juga fondasi

penting dalam menciptakan tata kelola usaha yang modern, efektif, dan berdaya saing tinggi

3. Kendala dalam pemanfaatan teknologi digital *online shop* oleh UMKM di Desa Langkap dengan pembaruan fitur –fitur di *marketplace* dan aturan promo yang kompleks memerlukan waktu adaptasi yang kadang membingungkan tanpa pendampingan.

## **B. Saran**

1. Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk terus memanfaatkan teknologi digital secara optimal, baik untuk promosi, transaksi, maupun pengelolaan usaha agar pendapatan meningkat dan pasar lebih luas.
2. Bagi pemerintah dan instansi terkait, perlu memberikan pelatihan digital secara rutin dan memperluas akses internet agar pelaku UMKM di desa juga mampu bersaing secara digital.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya memperluas cakupan wilayah dan menambahkan pendekatan kuantitatif untuk mendukung analisis yang lebih objektif dan mendalam.

## **C. Keterbatasan Penulisan**

1. Penelitian hanya dilakukan di satu desa dan melibatkan sedikit responden, sehingga hasilnya belum bisa digeneralisasi ke UMKM di daerah lain.
2. Pendekatan kualitatif membuat hasil penelitian bergantung pada persepsi dan interpretasi peneliti.
3. Tidak dilengkapi data kuantitatif seperti angka penjualan, sehingga belum menunjukkan besarnya peningkatan pendapatan secara terukur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Bantul. *Jiai (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1).  
<https://doi.org/10.32528/Jiai.V6i1.5067>
- Akob, R. A., Kausar, A., Dauda, P., Katti, S. W. B., Sudirman, & Qur'ani, B. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Makassar). *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 1(2), 174–181.  
<https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jsmn>
- Amanda Mastisia Rakanita. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *E K B I S*, 20(2), 6.
- Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics And Digital Business Review*, 5(1).
- Darmanto, Wardaya, S., & Lilis, S. (2018). Kiat Percepatan Kinerja Umkm Dengan Model Strategi Orientasi

Berbasis Lingkungan. Deepublish Publisher.

Desa Langkap. (2022). Megenai Desa Langkap. Desa Langkap Id.

Elliyana, E. (2024). The Impact Of Digital Economy On Msme Growth In Rural Areas : A Qualitative Study On E-Commerce And Fintech. 06, 88–100.

Hafiza Tri Murti, Veny Puspita, & Puspa Ratih. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Manajemen Perubahan Organisasi Dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan Pasca Covid-19 Pada Umkm Di Kota Bengkulu. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital(Jbpd), 1(1), 33–41.

Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1(2).

Hamer, W., Rohimajaya, N. A., Hamer, W., & Nasiruddin. (2022). Meningkatkan Semangat Berwirausaha Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Pada Produksi Kopi Ratu Luwak Liwa Lampung Barat. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 7(2).

<https://doi.org/10.30653/002.202272.101>

- Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok. *Excellent*, 7(1). <https://doi.org/10.36587/Exc.V7i1.626>
- Helmalia, & Afrinawat. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*.
- Insani, F. (2021). Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Kota Medan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Medan).
- Karbana, M. F., & Fatiatun, F. (2022). Pemanfaatan Teknologi Digital Bagi Para Pelaku Umkm Dan Pariwisata Pada Masa Pandemin Di Desa Mendala Sirampog Brebes. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 6(1).
- Nada, (2024). Pengembangan Umkm Konveksi Alvaro Production Melalui Branding Dan Teknologi Digital Di Desa Rembun Pekalongan. *Jurnal“Harmoni,”* 8(1).
- Oktaciana, R., & Pusposari, D. (2023). Minat Penggunaan E-Commerce Oleh Pelaku Umkm Dalam perspektif

Technology Acceptance Model (Tam). *Reviu Akuntansi, Keuangan, Dan Sistem Informasi*, 2(3), 2023.

Pramono, S. N. J. (2024). Analisis Pengembangan Umkm Melalui E-Bussines Dengan Tiktok Shop. 2(2), 25–36.

Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89–95.  
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6687>

Pusfitaningrum, M., Agustono, A., & Khomah, I. (2022). Adopsi E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Bagi Umkm Agribisnis Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 24(02), 34–40.  
<https://doi.org/10.22437/jiseb.v24i02.15507>

Putra, S. Z., Titanieharianto, S., & Matondang, Y. C. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap pertumbuhan Ekonomi Umkm. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Kompute*, 3(2), 119–131.

Rawis, J. E. O., Panelewen, V. V. J., & Mirah, A. D. (2016). Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner Dalam Upaya Pengembangan Umkm Di Kota Manado. *Jurnal Emba:*

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 4.

Reyhan, A., Fauzi, A., Caesar, L. A. Y., Kusuma, A., Ervin, E., Rayvan, R., & Samuel, S. (2024). Dampak Tiktok Shop Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Atau Umkm Di Indonesia. *Urnal Ilmu Multidisplin*, 2(4), 391-403.

Ruscitasari, Z., Kamal, T., & Pratiwi, N. (2021). Analisis Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Umkmdesa Pleret, Bantul. *Indonesian Journal Of Business Intelligence*, 4(2).

Thohir, M. D. P., Machmud, R., Bokingo, A. H., & Monoarfa, V. (2023). Efektivitas E-Commerce Pada Umkm Ridho Cemerlang Di Desa Popalo Kabupaten Gorontalo Utara. *Jambura: Jurnal Ilmiah ...*, 6(1), 486–490.  
<https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jimb/article/view/19980>

## **Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS**

#### **A. IDENTITAS**

1. Nama : Nila Sa'adah
2. Tempat tanggal lahir: Pekalongan, 1 Desember 2002
3. Alamat: Desa Langkap Rt.001/Rw.001 kecamatan. kedungwuni kabupaten Pekalongan
4. No hp: 085899744925
5. Email : nilasaadah01@gmail.com
6. Nama ayah : (alm) Sudin
7. pekerjaan ayah : -
8. Nama ibu : Nur khasanah
9. Pekerjaan ibu : pedagang

#### **B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. TK Muslimat NU Langkap (2007-2009)
2. SD: SDN 01 langkap (2009-2015)
3. SMP: SMP N 3 Kedungwuni (2015- 2018)
4. SMK: SMK Gondang wonopringgo (2018-2021)
5. S1: UIN K.H. Aburahman Wahid Pekalongan (2021-2025)

#### **C. PENGALAMAN ORGANISASI**

1. UKM *sport* bulutangkis, anggota (2021)