

**PENERAPAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM
(STUDI KASUS PADA UMKM USAHA KONVEKSI DESA
LANGKAP KEC. KEDUNGWUNI KAB. PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh :

SUBKHAN FIKRY PRATAMA

NIM 2013316018

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

2023

**PENERAPAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM
(STUDI KASUS PADA UMKM USAHA KONVEKSI DESA
LANGKAP KEC. KEDUNGWUNI KAB. PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh :

SUBKHAN FIKRY PRATAMA

NIM 2013316018

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

2023

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Subkhan Fikry Pratama

NIM : 2013316018

Judul Skripsi : PENERAPAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM (STUDI KASUS
PADA UMKM USAHA KONVEKSI DESA LANGKAP KEC.
KEDUNGWUNI KAB. PEKALONGAN)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 Juni 2023
Yang menyatakan,



Subkhan Fikry Pratama

NIM. 2013316018

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M.Si

Jl. Wiradesa - Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Subkhan Fikry Pratama

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah dilakukan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : SUBKHAN FIKRY PRATAMA
NIM : 2013316018
Jurusan : EKONOMI SYARIAH
Judul : PENERAPAN E-COMMERCE DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK
KONVEKSI UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM
USAHA KONVEKSI DESA LANGKAP KEC.
KEDUNGWUNI KAB. PEKALONGAN)

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 28 Fenruari 2023
Pembimbing


Drajat Stiawan, M.Si.

NIP. 198301182015031001



KEMENTERIAN 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.uingsdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **SUBKHAN FIKRY PRATAMA**

NIM : **2013316018**

Judul Skripsi : **PENERAPAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM (STUDI
KASUS PADA UMKM USAHA KONVEKSI DESA
LANGKAP KEC. KEDUNGWUNI KAB. PEKALONGAN)**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 18 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati S.H., M.H.
NIP. 19750220199003 2 001

Happy Sista Devy S.E., M.M.
NIP. 199310142018012003

Pekalongan, 18 Juli 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati S.H., M.H.
NIP. 19750220199003 2 001

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah terhadap Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahnya, saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ibu Turinah, cinta pertama saya yang senantiasa membimbing mendidik dan menyemangati saya.
2. Bapak Mafrokhin panutan bagi anak-anaknya dan pemimpin keluarga yang adil dan penyayang.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. Dosen pembimbing yang luar biasa yang selalu mendampingi, mengarahkan, dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Pihak pengusaha (narasumber) konveksi di Desa Langkap
5. Segenap keluarga yang saya sayangi.
6. Teman dan Sahabat saya yang selalu ada di saat saya senang maupun terpuruk.
7. Almamater UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

MOTTO

“Saya tidak tahu kunci sukses itu apa, tapi saya tahu kunci gagal, yaitu mencobamenyenangkan semua orang”

Jerome Polin



ABSTRAK

PENERAPAN *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM USAHA KONVEKSI DESA LANGKAP KEC. KEDUNGWUNI KAB. PEKALONGAN)

SUBKHAN FIKRY PRATAMA

fikrywahong@gmail.com

Abstrak

UMKM konveksi menjadi salah satu sektor yang diandalkan dalam perkembangan ekonomi Indonesia, usaha konveksi harus mampu melakukan beberapa hal seperti keahlian dalam bersaing. Masalah usaha di bidang konveksi yang semakin rumit, dimana pesaing yang semakin banyak muncul dari berbagai kalangan dan keharusan untuk mengikuti kemajuan pasar dunia, sehingga banyak pengusaha konveksi memilih strategi dengan memanfaatkan teknologi di Indonesia yang semakin berkembang ini. Salah satunya yaitu menggunakan *E-Commerce* dalam pemasaran produk.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan teknik pendekatan kualitatif, sumber yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM konveksi di desa Langkap kecamatan Kedungwuni yang menggunakan layanan *E-Commerce* dalam pemasaran produknya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode triangulasi: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa; 1) Motivasi pengusaha (UMKM) konveksi di desa Langkap, kec. Kedungwuni kab. Pekalongan dalam menggunakan layanan *e-commerce* ialah motivasi spiritual, motivasi kompetensi, motivasi prestasi, motivasi afiliasi, motivasi pendapatan atau insentif; 2) Strategi penggunaan *e-commerce* oleh pengusaha (UMKM) konveksi di desa Langkap, kec. Kedungwuni kab. Pekalongan dalam meningkatkan daya saing usahanya secara garis besar meliputi ; pembuatan akun toko, produk dan atributnya, promosi, program afiliasi, pelayanan pelanggan (*customers*); 3) Meningkatkan daya saing usaha ialah terbukanya aliran pendapatan baru (*revenue stream*) yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional, meningkatkan market exposure, menurunkan biaya operasional (*operating cost*), melebarkan jangkauan (*global reach*), meningkatkan kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*), meningkatkan manajemen pemasok (*supplier management*), memperpendek waktu produksi. sedangkan, problema yang dihadapi ialah otentikasi subyek yang membuat transaksi melalui internet, obyek transaksi yang diperjualbelikan, hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, internet service provider (ISP), legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti, mekanisme penyelesaian sengketa..

Kata Kunci: *E-commerce, Daya Saing, dan Konveksi*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt yang senantiasa memberikan rahmat dan karunianya yang tiada henti, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penerapan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Konveksi Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan)”

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Saw yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang diridhoi Allah Swt. Adapun maksud dan tujuan penelitian skripsi ini, guna melengkapi dan memenuhi syarat yang telah ditentukan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memimpin segenap Civitas Akademika UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. IBU Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu meluangkan waktunya untuk proses pembimbingan.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Civitas Akademik UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang tidak ternilai harganya selama peneliti kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Segenap keluarga besar pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan, yang telah bersedia memberikan izin penelitian dan membantu menyediakan data untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr. Agus Fakhрина, M.S.I. wali dosen, yang telah memberikannasihat dan bimbingannya selama ini.
8. Segenap Civitas Akademika UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
9. Bapak dan Ibu Dosen dan Staff UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan segala bentuk kasih sayang selama menimba ilmu di UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

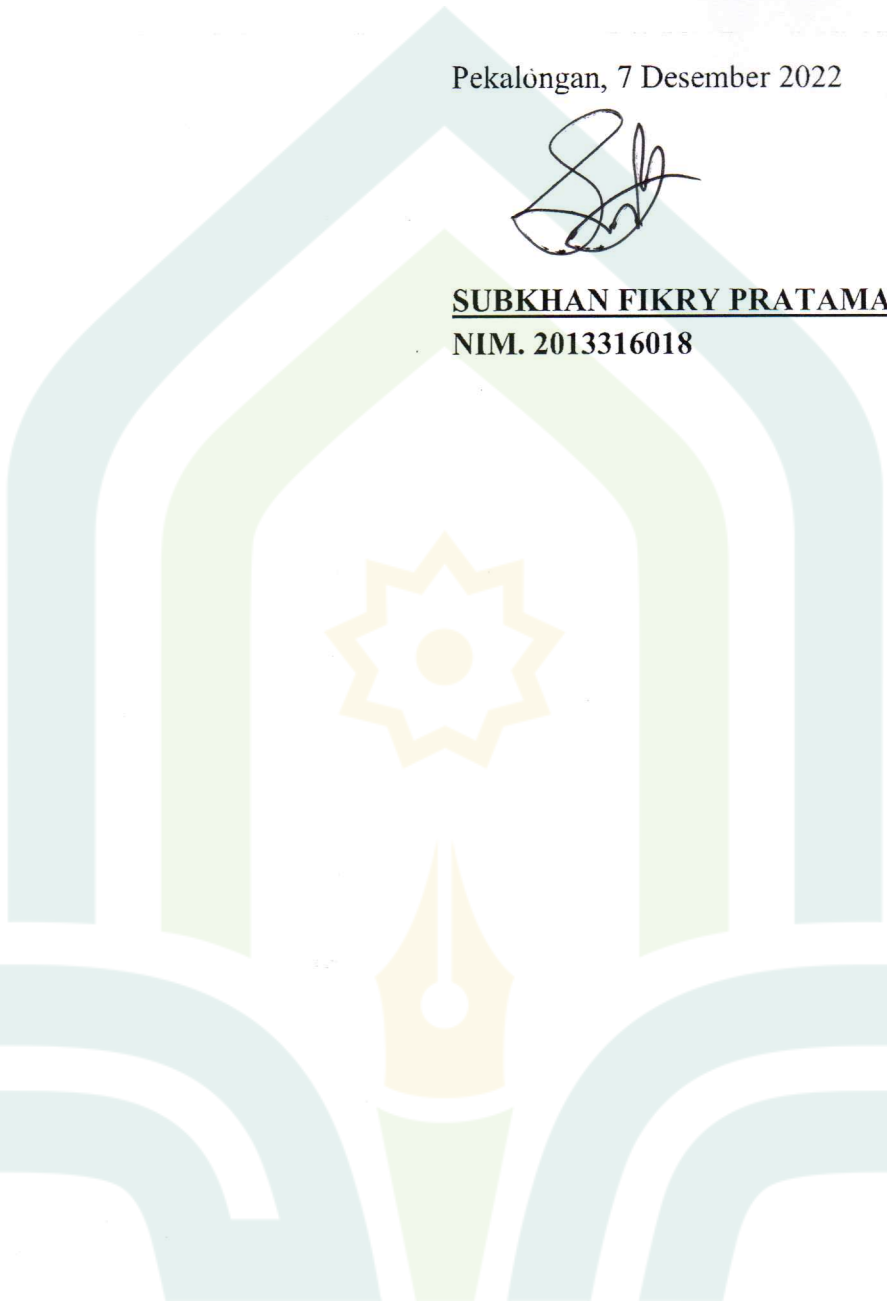
Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerah-Nya kepada kita semua atas kebaikan dan bantuan berbagai pihak yang selama ini membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti hanya mampu membalas dengan ucapan "*Jazakumullah Khairan Katsiran*".
Mudah-

mudahan skripsi yang peneliti sajikan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak
Aamiin.

Pekalongan, 7 Desember 2022



SUBKHAN FIKRY PRATAMA
NIM. 2013316018



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Tujuan dan manfaat penelitian.....	4
E. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	8
1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	8
2. Daya Saing.....	11
3. E-Commerce.....	12
4. Dimensi dan Indikator E-Commerce.....	15
B. Penelitian Yang Relevan.....	19
C. Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Setting Penelitian.....	27
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian	29
E. Keabsahan Data	31
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	31

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Motivasi Pengusaha (UMKM) Konveksi Di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan Dalam Menggunakan Layanan E- Commerce	33
B. Strategi Penggunaan E-Commerce Oleh Pengusaha (UMKM) Konveksi Di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan Dalam Meningkatkan Daya Saing Usahanya	39
C. Manfaat Dan Problematika Yang Dihadapi Oleh Pengusaha (UMKM) Konveksi Di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan Dalam Menerapkan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha.....	45

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA	55
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN



TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian berdasar pada hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No.158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543 b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata – kata Arab yang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata – kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia adalah sebagaimana terlihat dalam kamus atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

A. Konsonan

Fonem – fonem konsonan bahasa Arab yang dalam 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.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	NAMA
أ	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di

			bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	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	S	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	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	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vocal

VOKAL TUNGGAL	VOKAL RANGKAP	VOKAL PANJANG
أ = a إ = i و = u	أو = au أي = ai	أ = a إ = i و = u

1. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/Contoh :

مرأة جميلة = *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/Contoh :

فاطمة = *Fatimah*

2. Syaddah (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

Contoh :

ربنا = *rabbana*

البر = *al – birra*

3. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس = *asy syamsu*

الرجل = *ar – rajulu*

السيد = *as – sayyaidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر = *al – qamar*

الجالل = *al – jalal*

4. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada diawal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof .

Contoh :

أمرث = *umirtu*

شيء = *syai'un*



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu Pertama.....	20
------------	---	----



DAFTAR GAMBAR

Bagan 1.1 . Kerangka Berfikir	25
Gambar 4.1. Bagan Kegiatan Afiliasi	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

UMKM konveksi atau masyarakat umum menyebutnya konveksi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah usaha atau perusahaan pakaian dan sebagainya dengan skala usaha mikro, kecil, dan menengah yang dibuat secara massal yang dijual dalam keadaan jadi, tidak diukur menurut pesanan, tetapi menurut ukuran yang sudah ditentukan. (KBBI, 2016)

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global. UMKM di Indonesia harus memiliki kompetensi agar mampu bersaing, mulai dari faktor internal dari UMKM tersebut dan juga faktor eksternal dari pemerintah sebagai lembaga pendukung kemajuan UMKM di Indonesia. Pada umumnya permasalahan yang dihadapi UMKM adalah modal kerja yang masih terbatas, sumber daya manusia yang masih rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi. (Tambunan, 2011)

Sebagai salah satu sektor UMKM yang diandalkan dalam perkembangan ekonomi Indonesia, usaha konveksi demi menghadapi tantangan global harus mampu melakukan beberapa hal. Seperti meningkatkan inovasi produk, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan era pemasaran. (Bestari, 2014) Adapun hal yang demikian bertujuan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya

agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia.

Keahlian dalam bersaing atau keunggulan dalam bersaing adalah keahlian dalam mencapai perhatian yang lebih besar dari pada pihak lain yang mengoperasikan kegiatan yang sama. Definisi ini juga harus disesuaikan dengan fungsi yang ada dalam UMKM atau perusahaan, karena fungsi tersebut yang ada dalam UMKM atau perusahaan akan berkompetisi dengan kompetitor lain. (Rose Rahmidani, 2015)

Mengingat masalah usaha di bidang konveksi yang semakin rumit, dimana pesaing yang semakin banyak muncul dari berbagai kalangan dan keharusan untuk mengikuti kemajuan pasar dunia, sehingga banyak pengusaha konveksi memilih strategi dengan memanfaatkan teknologi di Indonesia yang semakin berkembang ini. Salah satunya yaitu menggunakan *E-Commerce* dalam pemasaran produk.

E-Commerce sendiri adalah proses jual beli barang menggunakan perangkat elektronik antara pelanggan dan perusahaan, atau antara perusahaan dan perusahaan melalui transaksi bisnis yang terkomputerisasi. (Didi, 2019) *E-Commerce* adalah sebuah tindakan dengan tujuan melakukan transaksi bisnis secara elektronik dengan media utamanya adalah internet. *E-Commerce* adalah alternatif bisnis yang saat ini cukup menjanjikan untuk diterapkan, dengan menggunakan *E-Commerce* pembeli dan penjual merasakan manfaat dan kemudahan seperti mereka bisa berjual beli meskipun berada di daerah yang berbeda. (MC Leod Pearson, 2017)

Beberapa hal yang berkenaan dengan penggunaan *E-Commerce* yang peneliti paparkan sebelumnya membuat peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang berjudul, “PENERAPAN *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM (Studi Kasus pada UMKM Usaha Konveksi di Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan)”. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab berbagai hal berkenaan tentang transaksi bisnis online atau *E-Commerce* dan memberikan sumbangsih terhadap teori-teori dalam ilmu ekonomi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa motivasi pengusaha (UMKM) Konveksi di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam menggunakan layanan *E-Commerce* untuk meningkatkan daya saing usahanya?
2. Bagaimana strategi penggunaan *E-Commerce* oleh pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam meningkatkan daya saing usahanya?
3. Apa manfaat dan problematika yang dihadapi oleh pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam menerapkan *E-Commerce* untuk meningkatkan daya saing usahanya?

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah merupakan segala sesuatu atau kejadian-kejadian yang timbul dalam penelitian. Mereka membatasi ekstensitas yang menjadi tujuan penelitian, dan terkadang mempengaruhi hasil akhir dan kesimpulan yang ditarik.

Dalam penelitian ini, tujuan batasan masalah adalah untuk membatasi pembahasan pada pokok permasalahan penelitian saja. Konsep utama ditentukan oleh ruang lingkup dari permasalahan sehingga beberapa masalah dalam penelitian bisa dipahami dengan baik dan mudah.

Ruang lingkup penelitian ini adalah penggunaan *E-Commerce* oleh UMKM usaha Konveksi di Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam rangka meningkatkan daya saing usahanya. Dasar pemilihan ini adalah karena maraknya penggunaan *E-Commerce* dewasa ini oleh para pelaku bisnis UMKM, termasuk UMKM usaha Konveksi di Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Beberapa tujuan penelitian ini meliputi:

- a. Untuk mengidentifikasi motivasi penggunaan *E-Commerce* oleh pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam meningkatkan daya saing usahanya.

- b. Untuk menjelaskan strategi penggunaan *E-Commerce* oleh pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam meningkatkan daya saing usahanya.
- c. Untuk mengidentifikasi manfaat dan problematika yang dihadapi oleh pengusaha (UMKM) konveksi di manfaat dalam menerapkan *E-Commerce* untuk meningkatkan daya saing usahanya.

2. Manfaat Penelitian

Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis. Hasil temuan penelitian ini juga diharapkan mampu memperkuat teori-teori yang telah ditemukan oleh peneliti sebelumnya.

a. Manfaat Teoritis

- 1) Untuk para akademisi bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk menambah khasanah keilmuan terlebih terhadap penelitian mengenai penggunaan *E-Commerce* oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing usahanya.
- 2) Memberikan manfaat pada peneliti lain untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang ekonomi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini pastinya sangat bermanfaat sebagai alat pengembangan diri dan bisa meningkatkan ilmu pengetahuan baik

secara teori maupun praktek tentang penggunaan *E-Commerce* oleh UMKM.

- 2) Bagi pemerintah, penelitian ini dapat digunakan sebagai evaluasi lebih lanjut dalam mengambil kebijakan yang akan diimplementasikan bagi UMKM dalam menggunakan *E-Commerce* dalam rangka meningkatkan daya saing usahanya.
- 3) Bagi UMKM, hasil temuan penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam menggunakan *E-Commere* dalam rangka meningkatkan daya saing usahanya.

E. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disajikan 5 bab, masing-masing bab tersebut merupakan kunci dalam memahami pokok masalah yang dibahas. Sistematika penelitiannya:

BAB I. PENDAHULUAN, Peneliti mencantumkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian,. Pada latar belakang, peneliti mengungkapkan alasan kuat menjadikan UMKM Konveksi dan E-commerce menjadi topik penelitian.

Kemudian di dalam BAB II. TELAAH PUSTAKA. Sub-bab pertama, peneliti memaparkan deskripsi teori terkait. Pada sub-bab selanjutnya, peneliti mencantumkan berbagai macam penelitian yang relevan. Selanjutnya, peneliti menjelaskan bagaimana pola, alur, atau konsep pemikiran penelitian melalui kerangka berfikir.

Pada BAB III. METODE PENELITIAN, *Pertama* ; Jenis dan pendekatan. Kemudian peneliti menjelaskan sumber data. Di dalamnya termasuk dengan populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel. Kemudian peneliti menuturkan sistematika penelitian skripsi kualitatif berdasarkan buku pedoman penelitian skripsi jurusan ekonomi syari'ah.

Kemudian pada BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN terdapat dua sub-bab analisis. Sub-bab pertama Peneliti menyajikan hasil mengenai motivasi pengusaha (UMKM) Konveksi di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam menggunakan layanan *E-Commerce* untuk meningkatkan daya saing usahanya. Kedua, Peneliti menjelaskan mengenai strategi penggunaan *E-Commerce* oleh pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam meningkatkan daya saing usahanya yang berlandaskan pada teori-teori dan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, *Ketiga* ; manfaat dan problematika yang dihadapi oleh pengusaha (UMKM) konveksi di Desa Langkap, Kec. Kedungwuni Kab. Pekalongan dalam menerapkan *E-Commerce* untuk meningkatkan daya saing usahanya.

Dalam BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, Peneliti menuliskan kesimpulan dan saran penelitian. Pada kesimpulan peneliti menyimpulkan secara singkat, jelas, dan sistematis poin-poin penting dari penelitian yang telah dilakukan. Pada sub-bab saran, peneliti memberikan himbauan agar penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian sejenis yang lebih baik lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Motivasi pengusaha (UMKM) konveksi di desa Langkap, kec. Kedungwuni kab. Pekalongan dalam menggunakan layanan *e-commerce* ialah motivasi spiritual, motivasi kompetensi, motivasi prestasi, motivasi afiliasi, motivasi pendapatan atau insentif.
2. Strategi penggunaan *e-commerce* oleh pengusaha (UMKM) konveksi di desa Langkap, kec. Kedungwuni kab. Pekalongan dalam meningkatkan daya saing usahanya secara garis besar meliputi ; pembuatan akun toko, produk dan atributnya, promosi, program afiliasi, pelayanan pelanggan (*customers*).
3. Manfaat yang dihadapi oleh pengusaha (UMKM) konveksi di desa Langkap, kec. Kedungwuni kab. Pekalongan dalam menerapkan *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing usaha ialah terbukanya aliran pendapatan baru (*revenue stream*) yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional, meningkatkan market exposure, menurunkan biaya operasional (*operating cost*), melebarkan jangkauan (*global reach*), meningkatkan kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*), meningkatkan manajemen pemasok (*supplier management*), memperpendek waktu produksi. sedangkan, problema yang dihadapi ialah otentikasi subyek yang membuat transaksi melalui internet, obyek

transaksi yang diperjualbelikan, hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, internet service provider (ISP), legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti, mekanisme penyelesaian sengketa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berikut saran yang dapat peneliti sampaikan :

1. Bagi pihak platform *e-commerce* hendaknya dapat mengurangi problematika yang kemungkinan akan terjadi. Sehingga, mempersempit ruang gerak bagi oknum atau penipu.
2. Bagi pihak *user* (penjual dan pembeli) sebaiknya dapat sama-sama memposisikan diri dengan penuh tanggung jawab dan kejujuran. Kemudahan yang telah tersedia di zaman modern sekarang hendaknya dapat dimanfaatkan untuk hal yang menguntungkan dan bernilai.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema atau topik sejenis, hendaknya lebih teliti dan berhati-hati dalam hal pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan. Besar kemungkinan penelitian ini dapat lebih disempurnakan lagi dan dijadikan sebagai bahan referensi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, Didi. "Potensi manfaat dan problem di e-commerce." *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)* 15.3 (2000): 388-395.
- Aco, Ambo, and Hutami Endang. "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)* 2.1 (2017).
- Prasetio, Adhi, et al. *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Aisha, Dita, Aries Dwi Indriyanti, and Ahmad Heru Mujianto. "Rancang Bangun Web E-Commerce Menggunakan Metode Collaborative Filtering (Study Kasus: Toko aksesoris tata)." *Inovate: Jurnal Ilmiah Inovasi Teknologi Informasi* 5.1 (2020): 47-57.
- Haryanti, Sri. "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus." *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* 3.1 (2010).
- Rahmidani, Rose. "Penggunaan e-commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan." *Pengguna. E-Commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing Perusah., no. c* (2015): 345-352.
- Sidharta, Iwan, and Boy Suzanto. "Pengaruh kepuasan transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta perilaku konsumen pada e-commerce." *Jurnal Computech & Bisnis* 9.1 (2015): 23-36.
- Muheramtohad, Singgih. "peran lembaga keuangan syariah dalam pemberdayaan UMKM di Indonesia." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8.1 (2017): 65-77.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Ahmadi, Rulam, and K. R. Rose. "Metodologi penelitian kualitatif." (2014).
- Haryani, Haryani, et al. "Sistem Pengelolaan E-Commerce (SisPEC) Produk Adpers Art Community Kelurahan Sukatani Kecamatan Tapos Depok." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4.1 (2021): 31-37.
- Foster, Bob. "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora serta Berrybenka." *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen* 5.1 (2017): 68-76.

- Fithri, Diana Laily, Andy Prasetyo Utomo, and Fajar Nugraha. "Pemanfaatan E-Commerce Populer Populer untuk Optimalisasi Pemasaran Produk pada Kube Bordir Kurnia Desa Demangan Kudus." *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer* 8.2 (2017): 819-824.
- Jauhari, Jaidan. "Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce." *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)* 2.1 (2010).
- Pranata, I. Made Adi, and Gede Sri Darma. "Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing." *Jurnal Manajemen Bisnis* 11.1 (2014): 69-81.
- Hastanti, Rulia Puji, and Bambang Eka Purnama. "Sistem penjualan berbasis web (e-commerce) pada tata distro kabupaten pacitan." *Biaglala Informatika* 3.2 (2015).
- Sukamdani, Nugroho B., and Wahyu Wahyu Istuningsih. "Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi kasus "Songketkito" Kain Khas Palembang)." *Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan* 7.1 (2018): 77-89.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Subkhan Fikry Pratama
TTL : Pekalongan, 2 Juni 1996
Alamat (sesuai KTP) : Desa Langkap Rt. 002/Rw. 001Kecamatan Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan
Riwayat Pendidikan : SDN 01 Langkap Kedungwuni
SMPN 01 Kedungwuni Tahun 2009-2012
SMK 01 Kedungwuni Tahun 2012-2015
No. Tlp / WA : 0882-9830-3644
E-mail : fikrywahong@gmail.com

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Mafrokhin
Alamat : Desa Langkap Rt. 002/Rw. 001Kecamatan Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan
Pekerjaan : Wirausaha
Nama Ibu : Turinah
Alamat : Desa Langkap Rt. 002/Rw. 001Kecamatan Kedungwuni
Kabupaten Pekalongan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga