

**PENGARUH PENERAPAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN
EKONOMI SYARIAH)**



Tesis Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada
Pascasarjana IAIN Parepare

TESIS

Oleh:

AMIRULHAQ BIN MARRA
NIM 2120203860102009

PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

TAHUN 2024

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Amirulhaq bin marra**
NIM : 2120203860102009
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, tesis ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Tesis ini, sepanjang sepengetahuan saya, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara etika akademik dikutip dalam naskah ini dengan menyertakannya sebagai sumber referensi yang dibenarkan. Bukti hasil cek keaslian naskah tesis ini terlampir.

Apabila dalam naskah tesis ini terbukti memenuhi unsur plagiarisme, maka gelar akademik yang saya peroleh demi hukum.

Parepare, 24 Januari 2024

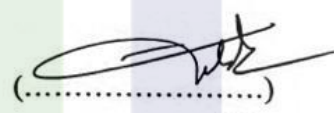

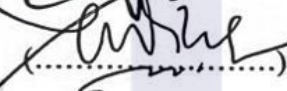
Mahasiswa,



Amirulhaq Bin Marra
NIM. 2120203860102009

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Penguji penulisan Tesis saudara Amirulhaq Bin Marra, NIM: 2120203860102009, mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare, Program Studi Ekonomi Syariah, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Tesis yang bersangkutan dengan judul: Pengaruh Penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah), memandang bahwa Tesis tersebut memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk memperoleh gelar Magister dalam ilmu Ekonomi Syariah.


- Ketua : Dr. Hj. Muliati, M.Ag 
- Sekretaris : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag 
- Penguji I : Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M 
- Penguji II : Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I 

Parepare, 24 Januari 2024

Diketahui Oleh

Direktur Pascasarjana
IAIN Parepare




Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd
NIP. 19720703 199803 2 001

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَ
عَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Rasa syukur dan terima kasih penulis haturkan yang setulus tulusnya kepada kedua orang tua yang saya hormati dan saya cintai ayahanda Drs Marra yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis dan ibunda Fatmawati yang tak henti- hentinya mendoakan sang penulis dan memberikan semangat untuk menyelesaikan studi ini. Saudara saudara penulis yang sangat membantu seluruh proses studi hingga ke jenjang magister ini. Serta seluruh pihak keluarga yang selama ini telah membantu penulis dalam Proses penyusunan tesis ini.

Penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof, Dr. Hannani, M. Ag., selalu Rektor IAIN Parepare, Dr. H. Saepudin. S. Pd., M. Pd., Dr. Firman, M.Pd dan Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag., masing- masing sebagai Wakil Rektor dalam lingkup IAIN Parepare, yang telah memberi kesempatan menempuh studi Program Magister pada Pascasarjana IAIN Parepare
2. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd selaku Direktur Pascasarjana dan Dr. Agus Muchsin, M.Ag selaku wakil direktur Pascasarjana atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Dr. Hj. Muliati, M.Ag, sebagai pembimbing I dan Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag sebagai pembimbing II yang telah dengan tulus membimbing, mencerahkan, dan mengarahkan penulis dalam melakukan proses penelitian hingga dapat rampung dalam bentuk naskah tesis ini.

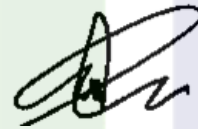
4. Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M selaku dewan penguji I dan Dr. Andi Bahri S.M.E. M. Fil.I selaku penguji II yang mengarahkan penulis dalam penyusun tesis penelitian ini.
5. Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah yang senantiasa memberikan arahan bagi penulis selama menempuh pendidikan di Pascasarjana.
6. Bapak dan Ibu dosen Program studi Ekonomi Syariah dalam mendidik penulis selama di IAIN Parepare.
7. Kepala perpustakaan dan jajaran perpustakaan Pascasarjana IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencapaian referensi tesis ini.
8. Seluruh Pegawai dan Staf yang bekerja di Lembaga Pascasarjana IAIN Parepare atas segala bantuan dan arahnya dalam proses penyelesaian Studi Penulis.
9. Kepala Dinas Perdagangan dan ketenagakerjaan Kota Parepare yang telah memberikan Izin untuk melakukan penelitian.
10. Kepada seluruh UMKM Se- Kota Parepare yang telah bersedia menjadi Informan dalam penelitian ini.
11. Saudara Yusran, S.H., Askar Abubakar, S.E., Sarmila, S.H., Sulaeman, S.E., Evi Andriana Hilda, S.E, yang begitu banyak memberikan masukan dan alur pemikirannya masing-masing.
12. Saudari Jemma yang telah memberikan dukungan dan support selama penyelesaian studi ini.
13. Sahabat Warkop KOE yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan studi ini.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan tesis ini.

Parepare, 24 Januari 2024

Mahasiswa,



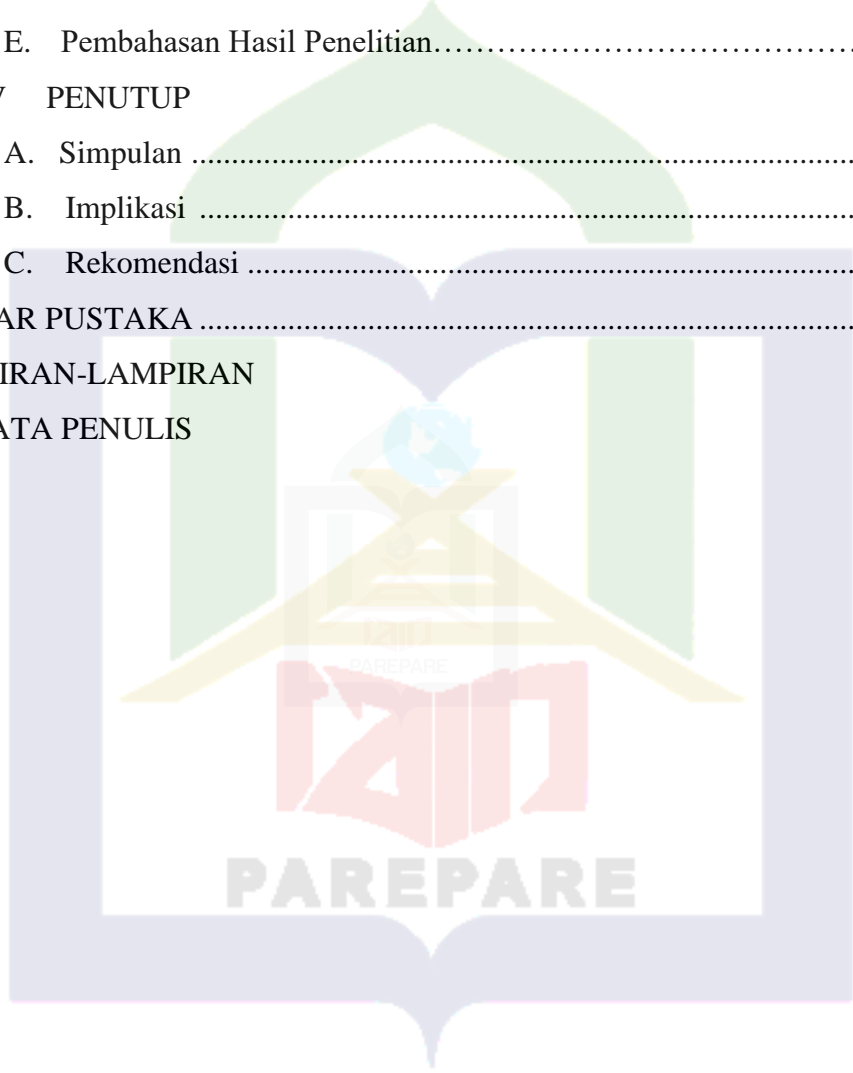
Amirulhaq Bin Marra
NIM. 2120203860102009



DAFTAR ISI

SAMPUL	
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
PEDOMAN LITERASI	x
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN TEORI	
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	11
B. Tinjauan Teori	14
C. Kerangka Teoritis Penelitian.....	16
D. Bagan Kerangka Pikir	48
E. Hipotesis.....	48
F. Definisi Operasional Variabel.....	49
BAB III TINJAUAN TEORI	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	50
B. Paradigma Penelitian.....	50
C. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	50
D. Populasi dan Sampel Penelitian	51
E. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data.....	52
F. Uji Keabsahan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. HASIL DATA DESKRIPTIF	58
B. Deskripsi Frekuensi Variabel.....	66
C. Uji Parasyarat Data.....	73
D. Hasil Penelitian.....	78
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	113
B. Implikasi	114
C. Rekomendasi	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	



DAFTAR TABEL

Tabel	Daftar Tabel	Hal
0.1	Tabel Transliterasi Konsonan	x
0.2	Tabel Transliterasi Vokal Tunggal	xii
0.3	Tabel Transliterasi Vokal Rangkap	xii
0.4	Tabel Transliterasi <i>Maddah</i>	xiii
1.1	Jumlah UMKM Provinsi Sulawesi Selatan	2
1.2	Data Jumlah UMKM di Kota Parepare	3
1.3	Jumlah UMKM Pengguna Digital Kota Parepare 2022	4
1.4	Deskripsi Fokus Penelitian	8
3.1	Skala Likert	54
3.2	Skor klasifikasi	57
3.3	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	58
4.1	Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2	Karakteristik responden berdasarkan Usia Responden	61
4.3	Jawaban Responden Variabel Penerapana Digital Ekonomi	62
4.4	Jawaban Kuesioner Variabel Peningkatan Ekonomi	65
4.5	Deskripsi Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)	68
4.6	Deskripsi Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)	72
4.7	Uji Validitas Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)	75
4.8	Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)	76
4.9	Uji Reliabilitas Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)	77

4.10	Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)	78
4.11	Uji Linieritas	79
4.12	Uji Normalitas	80
4.13	One Sample T test	81
4.14	<i>One Sample T Test</i>	82
4.15	<i>Pearson Product Moment</i>	84
4.16	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	84
4.17	Koefesien	85
4.18	Uji Regresi Linier Sederhana	86
4.19	Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Daftar Gambar	Hal
2.1	Kerangka Pikir	50



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ša</i>	<i>š</i>	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha</i>	<i>h</i>	ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	<i>Ž</i>	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	er
ز	<i>Zai</i>	Z	zet
س	<i>Sin</i>	S	es

ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Ṣad</i>	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Ḍad</i>	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ṭa</i>	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>`ain</i>	`	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gain</i>	G	ge
ف	<i>Fa</i>	F	ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	ki
ك	<i>Kaf</i>	K	ka
ل	<i>Lam</i>	L	el
م	<i>Mim</i>	M	em
ن	<i>Nun</i>	N	en
و	<i>Wau</i>	W	we
هـ	<i>Ha</i>	H	ha
ء	<i>Hamzah</i>	‘	apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>Fathah</i>	A	a
ِ	<i>Kasrah</i>	I	i
ُ	<i>Dammah</i>	U	u

2. Vokal Rangkap

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

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan u
َ...و	<i>Fathah dan wau</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ *kataba*
- فَعَلَ *fa`ala*
- سئِلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *haulā*

C. Maddah

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

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	Ā	a dan garis di atas
ى...	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī	i dan garis di atas
و...و...	<i>Dammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ *qāla*
- رَمَى *ramā*
- قِيلَ *qīla*
- يَقُولُ *yaqūlu*

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudah al-atfāl/raudahtul atfāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah*
- طَلْحَةُ *talhah*

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ *nazzala*
- الْبِرُّ *al-birr*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ *ar-rajulu*
- الْقَلَمُ *al-qalamu*
- الشَّمْسُ *asy-syamsu*
- الْجَلَالُ *al-jalāhu*

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ *ta'khuẓu*
- شَيْئٌ *syai'un*
- النَّوْءُ *an-nau'u*
- إِنَّ *inna*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/*
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / *Bismillāhi majrehā wa mursāhā*

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: 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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / *Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/*
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / *Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm*

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

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ / *Allaāhu gafūrun rahīm*
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا / *Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an*

J. Tajwid

Bagi Lazisnu yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid.

Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

A. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

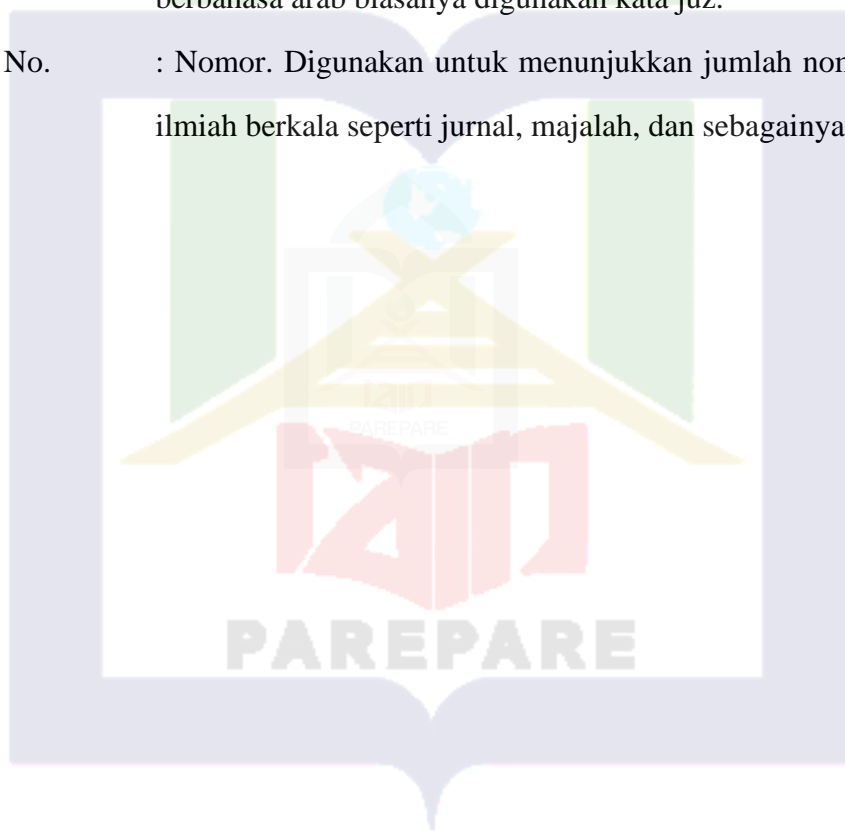
swt.	=	<i>subhānahu wata 'ālā</i>
saw.	=	<i>Shallallahu 'Alaihi wa Sallam'</i>
a.s.	=	<i>alaihis salam</i>
H	=	<i>Hijriah</i>
M	=	<i>Masehi</i>
SM	=	<i>Sebelum Masehi</i>
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat tahun
QS.../...:4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/....., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam Bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al, : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

- Cet : Cetak. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan untuk karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam Bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.



ABSTRAK

Nama : Amirulhaq Bin Marra
NIM : 2120203860102009
Judul Tesis : Pengaruh penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

Tesis ini membahas tentang penerapan ekonomi digital yang dianggap tidak memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan dari pelaku UMKM di Kota Parepare. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan asosiatif untuk mengetahui hubungan antara satu variabel atau lebih. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 94 UMKM di Kota Parepare Adapun instrument yang digunakan yaitu kuesioner dan teknik analisis data yaitu analisis deskriptif dan inferensial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai 89%. Tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare menunjukkan kategori tinggi dengan nilai 85%. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ serta terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai sig sebesar $= 0,000 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Kata Kunci: Ekonomi digital, Pendapatan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

ABSTRACT

Name : Amirulhaq Bin Marra
NIM : 2120203860102009
Title : *The Impact of Digital Economy on the Income of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Parepare City (A Sharia Economics Perspective)*

This thesis explores the implementation of the digital economy and its perceived influence on income enhancement among MSME entrepreneurs in Parepare City. The research aims to assess the relationship between digital economy adoption and income levels in micro, small, and medium enterprises (UMKM) in Parepare City.

The research employed a quantitative method with a field research design and approach used associative approach. A total of 94 UMKM in Parepare City participated in the study. Data were collected using questionnaires, and the analysis involved both descriptive and inferential analysis techniques.

The findings revealed that the implementation of the digital economy in micro, small, and medium enterprises (UMKM) in Parepare City was rated as excellent, with a score of 89%. The income levels of UMKM in Parepare City were categorized as high, with a score of 85%. The research demonstrated a positive and significant correlation between the adoption of the digital economy and income levels in micro, small, and medium enterprises (UMKM) in Parepare City, with a significance value of $0.00 < 0.05$. The study confirmed that the implementation of the digital economy significantly and positively affected the income levels of UMKM in Parepare City with score a significance level of $0.000 < 0.05$. The perspective of Sharia economics on digital economy implementation has integrated Sharia principles, including the principles of tawhid, justice, truth, responsibility, and transparency, in its business activities that employ digital economy in transactions, marketing, and all interactions between buyers and sellers through the digital economy.

Keywords: *Digital economy, Income, Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM)*

تجريد البحث

الإسم : أمير الحق بن مودة
رقم التسجيل : 9002010683020212
موضوع الرسالة : تأثير تطبيق الاقتصاد الرقمي على دخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بمدينة باريباري (المراجعة الاقتصادية للشريعة)

يناقش هذا البحث عن تطبيق الاقتصاد الرقمي الذي يعتبر ليس له أي تأثير على زيادة دخل الشركات الصغيرة والمتوسطة بمدينة باريباري. هدف هذا البحث هو لمعرفة مدى جودة تطبيق الاقتصاد الرقمي ومعرفة حجم مستوى الدخل ومعرفة التأثير الإيجابي والهام والعلاقة بين تطبيق الاقتصاد الرقمي ومستوى دخل الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بمدينة باريباري.

طريقة البحث المستخدمة هي طريقة كمية مع نوع البحث وهو البحث الميداني. بلغ عدد العينات في هذا البحث 94 مؤسسة متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بمدينة باريباري، وكانت الأدوات المستخدمة هي الاستبيانات وتقنيات تحليل البيانات، وهي التحليل الوصفي والتحليلي.

تظهر نتائج هذا البحث أن تطبيق الاقتصاد الرقمي في المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بمدينة باريباري يظهر فئة جيدة جدًا بدرجة 89% من المتوقع (75%)، مما يعني أن الفرضية هي مقبول حيث يعتبر تطبيق الاقتصاد الرقمي جيد جدًا. مستوى دخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بمدينة باريباري تظهر الفئة العالية بقيمة 85% مما كان متوقعا (75%) مما يعني أن الفرضية مقبولة حيث يصنف دخل المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة على أنه مرتفع. توجد علاقة إيجابية ومعنوية بين تنفيذ الاقتصاد الرقمي ومستوى دخل المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بمدينة باريباري بقيمة دلالة 0.00 < 0.05 مما يعني وجود علاقة إيجابية ومعنوية. هناك تأثير بين تطبيق الاقتصاد الرقمي على مستوى دخل المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مدينة باريباري، في نفس الوقت له تأثير إيجابي ومعنوي بقيمة $F_{count} = 21,342 > F_{table} = 3.09$ وقيمة $sig = 0.000 < 0.05$ لذلك يوجد تأثير بين الاقتصاد الرقمي التطبيقي على مستوى دخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بمدينة باريباري. وقد طبقت المراجعة الاقتصادية الشرعية لتطبيق الاقتصاد الرقمي مبادئ الشريعة منها مبادئ التوحيد والعدل والحقيقة والمسؤولية والانفتاح في الأنشطة التجارية التي تستخدم الاقتصاد الرقمي سواء في جانب المعاملات أو في الأنشطة التسويقية لجميع أشكال التفاعل بين المشتريين والبائعين من خلال الاقتصاد الرقمي.

الكلمات الرئيسية : الاقتصاد الرقمي، الدخل، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara hingga pada peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas mereka, nilai tambah dan kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional dikategorikan rendah.¹

Aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu aktivitas yang dilakukannya mulai dari kalangan masyarakat kalangan rendah hingga kalangan tinggi. Kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk dan atau penjualan jasa kepada konsumen. Istilah pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang asing, karena usaha apapun yang digeluti tetap tujuan utamanya adalah menghasilkan pendapatan. Usaha besar atau kecil selalu mencari pendapatan supaya dapat menunjang kinerja keuangan yang optimal.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional. UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antargolongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja.

¹ Bekraf.com, "Badan Ekonomi Kreatif," n.d., <https://www.bekraf.go.id>. Di akses pada 23 Februari 2023.

Pengembangan UMKM mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan structural ekonomi negeri. Kontribusi tersebut adalah meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional di era globalisasi ekonomi.

Peneliti mengaitkan isu diatas dengan konsep Globalisasi ekonomi yang diartikan sebagai suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh suatu bangsa dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan dan dilakukan terus menerus dalam jangka waktu yang panjang. Tujuan dari globalisasi ekonomi adalah menciptakan kesejahteraan umat manusia di dunia kerja dengan yang saling mencukupi kebutuhan antar bangsa melalui transaksi ekonomi.²

Hasil pengamatan peneliti terkait dengan UMKM di Sulawesi Selatan saat ini mengalami peningkatan signifikan. Berikut dijabarkan data jumlah UMKM Provinsi Sulawesi Selatan:

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Provinsi Sulawesi Selatan

No	Tahun	Jumlah UMKM
1	2019	940 Unit
2	2020	1,2 Juta Unit
3	2021	1,5 Juta Unit

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Sulawesi Selatan

Berdasarkan data diatas bahwa pada tahun 2019 tercatat 940 ribu unit usaha, kemudian menjadi sekitar 1,2 juta pada 2020 dan meningkat lagi jumlahnya menjadi 1,5 juta unit usaha pada 2021. Adapun data jumlah UMKM di Kota Parepare dapat dijabarkan pada tabel berikut:

² Tiktik Sartika, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014), h. 13

Tabel 1.2 Data Jumlah UMKM di Kota Parepare

No	Tahun	Jumlah UMKM
1	2019	2.839 Unit
2	2020	3.080 Unit
3	2021	15.004 Unit

Sumber: *Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Parepare*

Data jumlah UMKM diatas menunjukkan jumlah UMKM di Kota Parepare pada tahun 2019 yaitu sebanyak 2.839 unit dan tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 3.080 unit sedangkan pertanggal 30 Oktober 2021 jumlah UMKM di Kota Parepare yaitu sebanyak 15.004.

Berdasarkan data jumlah UMKM di Kota Parepare maka menjadi salah satu sektor yang sangat krusial bagi pemerintah Kota Parepare untuk terus mengembangkan aspek pembangunan wilayah dengan pemanfaatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, salah satunya ialah dengan adanya pemanfaatan Sistem Ekonomi Digital, Penerapan ekonomi digital yang menggunakan bantuan internet untuk memperlancar proses transaksi dan interaksi antara penjual dan pembeli pada kegiatan ekonominya. Adapun data jumlah UMKM yang menggunakan digital pada usahanya diidentifikasi melalui pembayaran kontribusi pajak usaha yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3 Jumlah UMKM Pengguna Digital Kota Parepare 2022

No	Jenis UMKM	Jumlah UMKM
1	Skala Mikro	830 Unit
2	Skala Kecil	142 Unit
3	Skala Menengah	230 Unit

Sumber: Dinas Ketenagakerjaan Kota Parepare.³

³ Diakses 9 Agustus 2023 <https://dinasperdagangan.pareparekota.go.id/>

Data diatas mendeskripsikan jumlah UMKM yang menggunakan digital pada usahanya yang tercatat sebagai usaha yang memberikan kontribusi pada pendapatan daerah. Terdapat 830 unit UMKM pada skala usaha mikro yang menggunakan Digital pada usahanya, terdapat 142 unit UMKM pada skala kecil dan 230 unit pada usaha skala menengah. Berdasarkan banyaknya UMKM yang telah menggunakan digital pada usahanya maka data tersebut menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan.

Menurut kementerian perdagangan bahwa dengan memanfaatkan digitalisasi maka setiap pelaku Usaha dapat mengurangi biaya operasional dan menuju era digital yang sekarang sudah masuk di Indonesia. Sambungnya bahwa digitalisasi pasar juga akan mempermudah pertemuan antara pedagang dan pembeli serta memperpendek mata rantai distribusi.⁴

Secara spesifik bahwa ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh perangkat elektronik dan di perdagangkan 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.⁵ Konsep penelitian ini merujuk pada kondisi masyarakat saat ini khususnya wilayah Perkotaan, Banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat Kota Parepare melalui internet tersebut membawa peluang bagi sektor perekonomian Daerah. Salah satu pemanfaatan internet adalah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam hal penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Parepara.

⁴ Alpha Edison. "Kemendag Targetkan Digitalisasi Sejuta Pedagang UMKM dan Seribu Pasar Rakyat". Berita Terkini www.Menpan.go.id. Akses 2 Februari 2023

⁵Angga B, "Ekonomi Digital Dan Ketimpangan Literai Teknologi." (Dikutip dari <https://news.detik.com/>) diakses pada tanggal 01 Februari 2023

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia serta Pemanfaatan internet mendorong pertumbuhan sumber-sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital yang mana hal tersebut mampu mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara pelaku usaha melakukan bisnis. Secara fakta bahwa munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik, baik layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan.

Ekonomi digital merupakan bagian dari proses pemanfaatan suatu inovasi untuk agar dapat secara utuh dirasakan dampaknya kepada manusia, kemudahan dan efektifitas teknologi selalu menjadi suatu trobosan dalam setiap peradaban manusia, dalam Islam, pemanfaatan teknologi telah dijelaskan dalam Islam untuk menciptakan atau menggunakan alat yang dapat memudahkan pekerjaan kita. Itulah teknologi, dan ternyata ide pemanfaatan teknologi ini ada di dalam Al-Qur'an. Teknologi itu memang memiliki dua sisi. Dia bisa bermanfaat jika digunakan dengan tujuan yang baik, atau bisa menjadi musuh jika digunakan untuk tujuan yang tidak baik. Teknologi itu memang memiliki dua sisi. Bermanfaat jika digunakan dengan tujuan yang baik, atau bisa menjadi musuh jika digunakan untuk tujuan yang tidak baik. Pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari pemanfaatan dan efektifitas Ekonomi Digital yang digunakan oleh pelaku Usaha UMKM. Konsep penelitian ini merujuk pada efektifitas penerapan ekonomi digital khususnya pada UMKM wilayah Kota Parepare.

Efektifitas penerapan Ekonomi Digital dapat memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi suatu wilayah, jika merujuk pada salah satu hasil bahwa penerapan ekonomi digital pelaku usaha UMKM kuliner yang sudah mulai

berkembang pesat dalam memenuhi kebutuhan digitalisasi dalam berbisnis. Perkembangan ekonomi digital menjadi peran penting agar ketangguhan ekonomi dapat terjaga apalagi di era new normal ini. Pengaruh ekonomi digital dalam UMKM kuliner sangat luar biasa dalam meningkatkan pendapatan UMKM tersebut serta luasnya akses penjualan yang didapatkan dalam melakukan usahanya.⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut bahwa Ekonomi digital secara efektif dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, dengan efektifitasan penggunaan dan jangkauan pasar, rujukan hasil penelitian tersebut kemudian menjadi asumsi bagi penelitian ini bahwa dengan penerapan Ekonomi Digital harusnya dapat meningkatkan pendapatan usaha UMKM di Kota Parepare. Pembahasan terkait dengan pendapatan usaha bahwa peningkatan pendapatan sektor usaha kecil mikro dan menengah maka diperoleh indikator-indikator berdasarkan peningkatan pendapatan pengusaha kecil antara lain: permodalan usaha, volume penjualan, jumlah produksi, jumlah tenaga kerja, perbaikan kualitas usaha, peningkatan pendapatan. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan.⁷ Penjelasan tersebut dijadikan sebagai konsep pada peningkatan perekonomian penelitian ini, efektifitasan Ekonomi Digital dalam meningkatkan seluruh indikator perkembangan pendapatan usaha UMKM di Kota Parepare.

⁶ Ahmad Rasidi, "Pengaruh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Terhadap Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin (RTM) di Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo", (Tesis: Program Magister, Universitas Jember, 2016)

⁷ Abdul Manan H, *Hukum Ekonomi Syariah, .Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015) h. 121

Berdasarkan fakta dilapangan pada hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, pengamatan dilakukan kepada UMKM yang telah menggunakan sistem Digital selama 1 tahun lebih, dan UMKM yang menggunakan sistem Digital kurang dari 1 tahun. Temuan penulis menunjukkan bahwa UMKM yang telah menggunakan sistem Digital selama 1 tahun belum merasakan manfaat dari penggunaan digital dalam usahanya. UMKM yang menggunakan sistem Digital kurang dari 1 tahun menjelaskan bahwa selama penggunaan digital dalam usahanya, pelaku UMKM juga belum merasakan manfaat secara signifikan mempengaruhi efektifitas pendapatan mereka secara khususnya dalam aspek pemasaran dan jangkauan konsumen bahkan beberapa UMKM yang memutuskan berhenti menggunakan sistem Digital menyebutkan bahwa penggunaan digital tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan mereka dan bahkan hanya mengeluarkan *cost* (pengeluaran).

Penjelasan hasil observasi lapangan diatas mengindikasikan bahwa UMKM di Kota Parepare mayoritas belum memanfaatkan sistem Digital dengan maksimal pada usaha mereka. Baik itu penggunaan digital dari aspek pemasaran produk hingga pada perhitungan keuntungan usaha, beberapa pelaku usaha menggunakan digitalisasi namun tidak memberikan dampak pada usaha mereka, sehingga dapat diasumsikan bahwa UMKM di Kota Parepare belum memahami bagaimana pemanfaatan Ekonomi digital untuk di implementasikan pada Usaha yang dapat mempengaruhi pendapatan mereka.

Berdasarkan seluruh penjelasan diatas penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatn pelaku UMKM di Kota Parepare serta mengevaluasi dari tinjauan ekonomi syariah. Penjelasan tersebut melatarbelakangi penelitian ini dilakukan dengan merumuskan judul penelitian yaitu “Pengaruh penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan

usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)”.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Berdasarkan penjabaran seluruh konsep penelitian pada latar belakang masalah diatas, berikut fokus penelitian digambarkan dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 1.4 Deskripsi Fokus Penelitian

No	Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus
1	Penerapan Ekonomi Digital	Penerapan ekonomi digital merujuk pada aktivitas digital UMKM dimulai dari proses produksi hingga pemasaran kepada konsumen.
2	Pendapatan Usaha	Pendapatan usaha merujuk pada hasil penjualan dalam bentuk produk maupun layanan kepada konsumen dengan memanfaatkan sistem digital.
3	Tinjauan Ekonomi Syariah	Tinjauan ekonomi syariah merujuk pada seluruh kegiatan usaha yang mengimplementasikan nilai dan prinsip dasar syariah yaitu prinsip keadilan, kejujuran dan bertanggung jawab serta menghindari adanya riba, garar dan maisir.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan seluruh penjelasan pada latar belakang, penulis merumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Seberapa baik penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare?
2. Seberapa besar tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare?
3. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare?
4. Apakah ada pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare?
5. Bagaimana implikasi ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare?

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan penelitian diatas, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa baik penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

4. Untuk mengetahui pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
5. Untuk mendeskripsikan implikasi ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, berikut kegunaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini nantinya akan memberikan kontribusi pengetahuan ekonomi syariah dengan memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana penerapan ekonomi digital dapat berdampingan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam konteks UMKM.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian dapat memberikan panduan praktis kepada pelaku UMKM di Kota Parepare tentang bagaimana mereka dapat memanfaatkan ekonomi digital dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Ini dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan keyakinan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan ialah penjabaran terkait dengan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki esensi yang berkaitan dengan penelitian ini, berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

1. Nurul Ulfi dengan judul “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”. Adapun Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. E-Commerce mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 12% pola hubungan tersebut tergolong lemah dan kemampuan E-Commerce dalam mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 1,4% sedangkan 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain.⁸

Perbandingan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ulfi dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menemukan adanya pengaruh E-Commerce terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara sedangkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan usaha UMKM. Perbedaan dari aspek yang dikaji yaitu E Commerce dan Ekonomi digital.

2. Nursyakilah Syikin dengan judul “Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kecamatan Rappocini secara teoritis

⁸Nurul Ulfi “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”. (Thesis : Pascasarjana: Ekonomi Pembangunan Muhammadiyah Palopo, 2021) h, 1

dapat peningkatan pendapatan untuk pengembangan ekonomi digital. Pengaruh semua responden menyatakan bahwa dengan perkembangan ekonomi digital, aktivitas bisnis mereka menjadi lebih lancar, memudahkan dalam menjual, memasarkan, dan memproduksi suatu barang.⁹

Perbandingan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursyakilah Syikin dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menjelaskan bahwa dengan partisipasi aktif maka dapat meningkatkan aktivitas bisnis mereka menjadi lebih lancar seperti penjualan, sedangkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa indikator penerapan ekonomi digital seperti akses internetlah yang meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Parepare.

3. Sari Nurul Amalia dengan judul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh ekonomi digital secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi digital.¹⁰

Perbandingan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Amalia dengan penelitian ini yaitu dari hasil penelitian yang menjelaskan bahwa pengaruh ekonomi digital secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku usaha UMKM di Kota Makassar sedangkan hasil penelitian ini mengetahui

⁹Nursyakilah Syikin “Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini”(Thesis: Universitas Hasanuddin Makassar, 2021) h, 1

¹⁰ Sari Nurul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Makassar”. (Thesis : Universitas Negeri Makassar) h, 1

pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan, perbedaan hasil penelitian merujuk pada kinerja tenaga kerja dan pendapatan UMKM.

4. Ahmad Riyandi dengan judul “Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara implementasi ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung oleh nilai koefisien 0,279 dengan nilai Sig $0,032 < 0,05$, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung oleh nilai koefisien serta nilai Sig $0,001 < 0,05$, selanjutnya Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung Menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji (F) dengan hasil nilai F hitung pada penelitian ini sebesar 102.220 serta nilai Sig $0,001 < 0,05$.¹¹

Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Riyandi dengan hasil penelitian ini yaitu dari aspek Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam dimana hasil penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara aspek Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan

¹¹ Ahmad Riyandi, “Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam”. (Thesis : UIN Raden Intan Lampung, 2022) h, 1

Menengah (UMKM) sedangkan dalam penelitian ini pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan. Perbedaan signifikan dari hasil penelitian ini ditinjau dari aspek variabel Orientasi Kewirausahaan dan penerapan ekonomi digital.

5. Ayu Andini dengan judul “Analisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa penerapan ekonomi digital di kecamatan Tanjung Karang Pusat sedang berkembang pesat. Dari 16 UMKM, terdapat 6 UMKM baru yang menggunakan ekonomi digital dalam bisnis mereka. Pemasaran digital yang diimplementasikan oleh UMKM menggunakan aplikasi Instagram, Facebook, dan Tiktok. Penjualan online yang diterapkan oleh UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat menggunakan aplikasi Shopeefood, Grabfood, dan Gofood. Penerapan ekonomi digital dalam perspektif ekonomi Islam di kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam hal pemasaran dijalankan sesuai dengan ajaran Islam dan ketulusan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah. UMKM di Tanjung Karang Pusat tidak melibatkan kecurangan dalam bisnisnya.¹²

Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu Andini dengan hasil penelitian ini yaitu penerapan ekonomi digital dalam perspektif ekonomi Islam di kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam hal pemasaran dijalankan sesuai dengan ajaran Islam dan ketulusan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah sedangkan hasil penelitian ini analisis ekonomi syariahnya merujuk pada prinsip adil, transparan dan kejujuran dalam penerapan ekonomi digital.

¹² Ayu Andini, “Analisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. (Thesis: UIN Raden Intan Lampung, 2021) h, 1

B. Analisis Teori Subjek

1. Teori Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan kemajuan perekonomian yang menggunakan teknologi digital sebagai fungsi utama dalam melakukan transaksi elektronik yang penggunaannya menggunakan jaringan. Menurut Don Tapscott, digital ekonomi merupakan sebuah sosiopolitik dengan sistem ekonomi yang memiliki suatu karakteristik dalam sebuah bagian ruang intelegen, dengan meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi.¹³

Menurut Don Tapscott dalam bukunya *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Menyebutkan bahwa ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang berdasar pada teknologi digital internet. Sebutan lain dari ekonomi digital adalah internet economy, web economy, digital-based economy, new economy knowledge atau new economy.¹⁴

Karakteristik dari ekonomi digital ialah teknologi internet dan digital menjadi faktor utama yang menggerakkan berbagai aspek kegiatan ekonomi, termasuk produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa. Internet dan teknologi digital memainkan peran penting dalam menghubungkan orang, perusahaan, dan institusi secara global, sehingga mengubah cara tradisional dalam bertransaksi dan berbisnis. Ciri khas dari digital ekonomi ialah:

¹³ Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, (New York : Mc Craw-Hill, 2014) h. 187

¹⁴ Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, (New York : Mc Craw-Hill, 2014) h. 198

1. Penggunaan Teknologi Digital yaitu Aktivitas ekonomi dalam lingkup ekonomi digital didukung oleh teknologi digital, termasuk internet, perangkat mobile, big data, kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan lain sebagainya.
2. Kecepatan dan Efisiensi yaitu Ekonomi digital memungkinkan proses bisnis menjadi lebih cepat dan efisien, mengurangi biaya dan waktu dalam bertransaksi serta berkomunikasi.
3. Inovasi Bisnis yaitu Mendorong munculnya model bisnis baru dan inovasi yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan dan preferensi konsumen.
4. Globalisasi yaitu Memfasilitasi koneksi antar negara dan memungkinkan perusahaan dan konsumen beroperasi di pasar global tanpa batas fisik.
5. Pengalaman Pengguna yaitu Lebih berfokus pada pengalaman pengguna yang interaktif, mudah, dan personal.
6. Ekonomi Berbasis Data yaitu Data menjadi aset berharga untuk mengidentifikasi tren, mengenali preferensi konsumen, dan membuat keputusan strategis.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa ekonomi digital membawa banyak potensi keuntungan, juga ada tantangan dan risiko yang harus diatasi, seperti masalah privasi, keamanan data, dan kesenjangan digital. Oleh karena itu, dalam menghadapi era ekonomi digital, penting bagi pemerintah, perusahaan, dan masyarakat untuk mempertimbangkan dan mengelola dengan bijaksana perubahan dan dampaknya demi mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

C. Kerangka Teoritis Penelitian

1. Ekonomi Digital

a. Pengertian Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan kemajuan perekonomian yang menggunakan teknologi digital sebagai fungsi utama dalam melakukan transaksi elektronik yang penggunaannya menggunakan jaringan. Menurut Don Tapscott, digital ekonomi merupakan sebuah sosiopolitik dengan sistem ekonomi yang memiliki suatu karakteristik dalam sebuah bagian ruang intelejen, dengan meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi.¹⁵

b. Element Ekonomi Digital

Menurut Vital Wave terdapat tiga elemen dasar dalam membentuk suatu ekonomi digital di dalam pasar yang sedang berkembang, yaitu:¹⁶

1) Akses Internet

Akses Internet merupakan hal paling dasar dalam menjalankan aktivitas ekonomi digital. Akses internet ini yang menjadi penghubung antara bisnis, pemerintah dan masyarakat. Dampak dari akses internet adalah terciptanya pelayanan digital (digital service) yang terkoneksi dengan masyarakat dana data.

2) Akses transaksional

Akses transaksional menjadikan suatu produk dan layanan menjadi dapat dinikmati dan dikonsumsi oleh masyarakat. Di dalam

¹⁵ Don, Tapscott. *Grown Up Digital Yang Muda Yang Mengubah Dunia Diterjemahkan: Tim Kompas Gramedia. Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) h. 2

¹⁶ Vital Wave, *Digital Economies In Emerging Markets* (Englewood Cliffs: NJ Prentice Hall, 2017) h. 87

pasar yang berkembang ini, hal ini menjadi sesuatu yang cukup kompleks untuk mendukung keberlanjutan kemampuan akses transaksi. Akses transaksi ini memiliki dua buah manfaat seperti membuka peluang bagi jenis bisnis baru serta kemampuan didalam mengelola efek dari *economy shock*.

3) Entrepreneurship

Entrepreneurship memegang perananan penting didalam pengembangan sistem teknologi digital di kalangan entrepreneur. Entrepreneur memiliki fungsi dalam hal memastikan nilai yang dibuat dapat disimpan bagi negara dan masyarakat. Dalam menciptakan suatu keberhasilan ekonomi digital dalam sebuah negara diperlukan suatu transisi teknologi finansial dalam bentuk keuangan yang baru.

c. Digitalisasi Ekonomi

Digitalisasi merupakan proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoprasian otomatis dan sistem terkomputerisasi. Perkembangan teknologi digital merupakan hasil rekayasa akal, pikiran, dan kecerdasan manusia yang tercermin dalam kemajuan ilmu pengetahuan. Selanjutnya memberikan manfaat dalam segala aspek kehidupan manusia.¹⁷ Digitalisasi adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung.

¹⁷ Aji Rustam. "Digitalisasi, Era Tantangan Media," (*Islamic Communication Journal*, 2016)

Pertumbuhan digitalisasi mulai merambah di berbagai sektor. Salah satunya pertumbuhan di ekonomi digital. Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai arena virtual di mana bisnis sebenarnya dilakukan, nilai diciptakan dan dipertukarkan, transaksi terjadi dan hubungan satu lawan satu dengan menggunakan inisiatif internet sebagai media pertukaran.

Don Tapscott dalam Hadion menemukan dua belas karakteristik penting dari ekonomi digital:

1) *Knowledge*

Dalam ekonomi digital, knowledge atau pengetahuan merupakan jenis sumber daya terpenting yang harus dimiliki organisasi. Mengingat bahwa pengetahuan melekat pada otak manusia, maka faktor intelegensi dari sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan merupakan penentu sukses tidaknya organisasi tersebut dalam mencapai obyektifnya. Pengetahuan kolektif inilah yang merupakan *value* dari perusahaan dalam proses penciptaan produk dan jasa. Di samping itu, kemajuan teknologi telah mampu menciptakan berbagai produk kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang pada dasarnya mampu membantu manajemen dan staf perusahaan untuk meningkatkan kemampuan intelegensinya (*knowledge leveraging*).

2) *Digitization*

Digitization merupakan suatu proses transformasi informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit “0” dan “1” (bilangan berbasis dua). Yaitu transaksi bisnis menggunakan teknologi digital dan digital informasi. Pelanggan-pelanggan sebagai *digital customers*

menggunakan digital devices untuk melakukan transaksi dengan perusahaan-perusahaan penjual barang dan jasa sebagai digital enterprises.

3) *Virtualization*

Di ekonomi digital dimungkinkan untuk merubah barang fisik menjadi barang virtual. Modal intelektual dikonversikan menjadi model digital.

4) *Molecularization*

Molekul merupakan suatu sistem dimana perusahaan dapat dengan mudah beradaptasi dengan setiap perubahan dinamis yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan. Di ekonomi digital, *heavy organization* di organisasi tradisional berubah menjadi *light organization* yang fleksibel, *M-form organization* (*organisasi multidivisional*) bergeser menjadi *E-form organization* atau *ecosystem form organization* yang mudah beradaptasi dengan lingkungan.

5) *Internetworking*

Menggunakan jaringan internet untuk membangun interkoneksi membentuk jaringan ekonomi. Perusahaan terkait harus menentukan aktivitas inti-nya (*core activity*) dan menjalin kerja sama dengan institusi lain untuk membantu melaksanakan proses-proses penunjang (*supporting activities*)

6) *Disintermediation*

Ciri khas lain dari arena ekonomi digital adalah kecenderungan berkurangnya mediator (*broker*) sebagai perantara terjadinya transaksi

antara pemasok dan pelanggan. Tidak diperlukannya lagi perantara, transaksi dapat dilakukan langsung *peer to peer*.

7) *Convergence*

Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan dan kualitas perusahaan dalam mengkonvergensi tiga sektor industri, yaitu: *computing*, *communications*, dan *content*. Komputer yang merupakan inti dari industri *computing* yang merupakan pusat saraf pengolahan data dan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan transaksi usaha. Adapun produk industri *communications* yang paling relevan adalah infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sebagai pipa penyaluran data dan informasi dari satu tempat ke tempat lainnya. Persaingan sesungguhnya terletak pada industri *content* yang merupakan jenis pelayanan atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada pasar di dunia maya.

8) *Innovation*

Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) sangat sulit dipertahankan mengingat apa yang dilakukan seseorang atau perusahaan internet lain sangat mudah untuk ditiru. Oleh karena itulah inovasi secara cepat dan terus-menerus dibutuhkan agar sebuah perusahaan dapat bertahan. Inovasi, imaginasi, dan kreativitas manusia merupakan sumber-sumber nilai utama membentuk inovasi ekonomi.

9) *Prosumption*

Dalam ekonomi digital batasan antara konsumen dan produsen yang selama ini terlihat jelas menjadi kabur. Hampir semua konsumen

teknologi informasi dapat dengan mudah menjadi produsen yang siap menawarkan produk dan jasanya kepada masyarakat dan komunitas bisnis

10) *Immediacy*

Pelanggan dihadapkan pada berbagai perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama. Dalam memilih perusahaan, mereka hanya menggunakan tiga kriteria utama. Secara prinsip mereka akan mengadakan transaksi dengan perusahaan yang menawarkan produk atau jasanya secara cheaper, better, dan faster dibandingkan dengan perusahaan sejenis. Perbedaan waktu memesan barang dengan saat diproduksi dan dikirim menyusut secara drastis disebabkan kecepatan proses digital teknologi. Mengingat bahwa switching cost di internet sangat mudah dan murah, maka pelanggan akan terus menerus mencari perusahaan yang paling memberikan benefit tertinggi baginya.

11) *Globalization*

Esensi dari globalisasi adalah runtuhnya batas-batas ruang dan waktu (*time and space*). Pengetahuan atau knowledge sebagai sumber daya utama, tidak mengenal batasan geografis sehingga keberadaan entitas negara menjadi kurang relevan di dalam menjalankan konteks bisnis di dunia maya.

12) *Discordance*

Ciri khas terakhir dalam ekonomi digital adalah terjadinya fenomena perubahan struktur sosial dan budaya sebagai dampak konsekuensi logis terjadinya perubahan sejumlah paradigma terkait dengan kehidupan sehari-hari. Semakin ringkasnya organisasi akan

menyebabkan terjadinya pengangguran dimana-mana, mata pencaharian para mediator (*brokers*) menjadi hilang, para pekerja menjadi workaholic karena persaingan yang sangat ketat, pengaruh budaya barat sulit untuk dicegah karena dapat diakses bebas oleh siapa saja melalui internet, dan lain sebagainya merupakan contoh fenomena yang terjadi di era ekonomi digital.¹⁸

Ketidaksiapan sebuah organisasi dalam menghadapi segala kemungkinan dampak negatif yang timbul akan berakibat buruk (bumerang) bagi kelangsungan hidup perusahaan.

d. Manfaat Teknologi Digital

Perkembangan zaman ke era digital membawa manfaat bagi kehidupan manusia diantaranya membantu pekerjaan dalam membuat, mengubah, menyimpan, menyampaikan informasi dan menyebarkan informasi secara cepat, berkualitas, dan efisien. Manfaat teknologi digitalisasi sebagai berikut:

1) Cakupan pemasaran

Manfaat dari teknologi digitalisasi Sektor perdagangan dinilai sangatlah penting untuk meminimalkan biaya operasional dan untuk menjangkau konsumen lebih banyak. Dengan memanfaatkan platform yang telah tersedia seperti toko online (*ecommerce*), para pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak dari berbagai wilayah dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Penggunaan media sosial juga bermanfaat bagi para pelaku usaha sebagai media untuk memasarkan atau mengiklankan produk agar diketahui banyak orang.

¹⁸ Hadion Wijoyo, *Pengantar Bisnis* (Solok: ICM Publisher, 2021) h. 89

2) Penyebaran informasi

Manfaat digitalisasi informasi yaitu menciptakan masyarakat informasi artinya dengan adanya informasi digital, masyarakat semakin mudah dalam mendapatkan informasi yang diinginkan sehingga masyarakat informasi semakin tumbuh.

3) Distribusi

Manfaat digitalisasi untuk distribusi yaitu membantu para pelaku usaha menjual produk lebih cepat, perluasan jangkauan lokasi penjualan dan menjaga hubungan baik dengan konsumen.¹⁹

Digitalisasi untuk bidang akuntansi yaitu mempermudah dalam proses pencatatan dan pembuatan laporan. Serta lebih meningkatkan keamanan data.

2. Konsep Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung.²⁰ Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama.

¹⁹ Ali Sadikin, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis* (Yogyakarta: K-Media, 2020) h. 87

²⁰ Samuelson P.A, *Ilmu Makro Ekonomi (Terjemahan)* (Jakarta: PT.Media Global Edukasi, 2012) h. 58

Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif (*Productive service*) yang mengalir ke arah yang berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif.

Secara umum pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari suatu aktivitas yang dilakukannya, dan kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk atau penjualan jasa kepada konsumen. Kata pendapatan dalam dunia bisnis atau dalam perhitungan akuntansi tidaklah asing, dalam perhitungan akuntansi pendapatan yang sudah dikurangi hutang, pengeluaran biaya-biaya lain dan pajak adalah suatu keuntungan atau laba bersih yang diterima.²¹

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut tidak menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode. Pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor-faktor produksi. Penerimaan adalah penerimaan produsen dalam bentuk uang yang diperoleh dari hasil penjualan barang yang di produksi.

Menurut Keynes pendapatan yaitu perubahan pada jumlah faktor produksi yang digunakan dan perubahan kemampuan setiap unit faktor produksi tersebut menghasilkan pendapatan. Pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimiliki kepada sektor produksi.

²¹ Sri Mulyati, "Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Debitur PT. BPR Pundi Masyarakat Kota Batam, 2017) h. 26–37.

Konsep perhitungan pendapatan menurut Sukirno dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu :

- 1) *Production approach* (pendekatan produksi), adalah menghitung seluruh nilai tambah produksi barang atau jasa yang dihasilkan dalam ukuran waktu tertentu.
- 2) *Income approach* (pendekatan pendapatan), adalah menghitung seluruh nilai balas jasa yang diterima pemilik faktor produksi dalam ukuran waktu tertentu.
- 3) *Expenditure approach* (pendekatan pengeluaran), adalah menghitung seluruh pengeluaran dalam kurun waktu tertentu.²²

Pendapatan bagi sejumlah pelaku ekonomi merupakan uang yang telah diterima oleh pelanggan dari perusahaan sebagai hasil penjualan barang dan jasa. Menurut Philip pendapatan juga di artikan sebagai jumlah penghasilan, baik dari perorangan maupun keluarga dalam bentuk uang yang diperolehnya dari jasa setiap bulan, atau dapat juga diartikan sebagai suatu keberhasilan usaha.

b. Jenis Pendapatan

Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan dan proses penyimpanan (*earning proces*). Dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Pada perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penjualan produk selesai. Sedangkan untuk perusahaan jasa, pendapatan diperoleh dari penyerahan jasa kepada pihak lain.

²² Sadono Sukirno. *Makro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta : PT. Rajawali Pers, 2016) h.

Adapun jenis – jenis pendapatan dari satu kegiatan usaha adalah sebagai berikut:

1) Pendapatan operasional

Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut tanpa penyerahan jasa yang telah selesai diproduksi, Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi, Pendapatan dari kegiatan usaha yang dilaksanakan melalui kerja sama dengan para investor.

2) Pendapatan non operasional

Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain diluar kegiatan utama perusahaan digolongkan sebagai pendapatan non operasional yang sering juga disebut sebagai pendapatan lain-lain. Pendapatan ini diterima perusahaan tidak kontiniu namun menunjang pendapatan operasional perusahaan. Dari timbulnya pendapatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber pendapatan meliputi semua hasil yang diperoleh dari bisnis dan investasi.²³

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

1) Modal

Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan

²³ Philip Kotler, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2013) h. 39

seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha. modal adalah salah satu faktor paling penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Maka dari itu modal merupakan salah satu elemen penting yang harus mendapat perhatian oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya karena perannya dalam menunjang kegiatan usaha.

2) Pengalaman

Lama waktu masa kerja ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dapat memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik, Tingkat pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Pengetahuan merujuk pada konsep, prinsip, prosedur, kebijakan atau informasi lain yang dibutuhkan oleh karyawan. Pengetahuan juga mencakup kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi pada tanggung jawab pekerjaan. Sedangkan keterampilan merujuk pada kemampuan fisik yang dibutuhkan untuk mencapai atau menjalankan suatu tugas atau pekerjaan.

3) Pendidikan

Pendidikan berkenaan dengan pengembangan pengetahuan serta keahlian dan ketrampilan dari manusia maupun tenaga kerja dalam proses pembangunan. Berhubung dengan kontribusinya yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi, maka pendidikan dikatakan sebagai modal manusia (human capital), dan pengeluaran terhadap pendidikan penduduk disebut sebagai investasi dalam modal manusia (investment on human capital)

4) Keberlanjutan Usaha

Pertumbuhan bisnis dan cara mengukurnya biasanya didefinisikan dan diukur dengan menggunakan absolute atau relative, perubahan dalam penjualan, aset, kerja, produktifitas, keuntungan.

d. Indikator Peningkatan Pendapatan

Indikator peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah alat untuk mengukur perubahan atau peningkatan dalam jumlah pendapatan yang diterima oleh UMKM dalam periode waktu tertentu. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara, karena mereka menyumbang secara signifikan pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan kemiskinan.

Beberapa indikator yang umum digunakan untuk mengukur peningkatan pendapatan UMKM antara lain:

1) Pendapatan Rata-rata UMKM

Indikator ini mengukur rata-rata pendapatan yang diterima oleh UMKM dalam periode tertentu. Peningkatan pendapatan rata-rata menunjukkan adanya perkembangan dan kesejahteraan UMKM secara keseluruhan.

2) Pertumbuhan Omzet UMKM

Pertumbuhan omzet UMKM mengukur perubahan nilai total penjualan atau pendapatan UMKM dalam satu periode ke periode lainnya. Peningkatan pertumbuhan omzet menunjukkan performa bisnis yang lebih baik.

3) Tingkat Profitabilitas UMKM

Tingkat profitabilitas mengukur rasio keuntungan bersih yang diperoleh oleh UMKM dibandingkan dengan pendapatan atau modal yang

diinvestasikan. Peningkatan tingkat profitabilitas menunjukkan bahwa UMKM berhasil mengelola bisnisnya dengan baik.

4) Tingkat Kesetaraan Pendapatan antara UMKM

Indikator ini mengukur tingkat kesetaraan pendapatan di antara UMKM. Semakin merata distribusi pendapatan antara UMKM menandakan adanya inklusivitas dan kesempatan yang lebih luas untuk berkembang.²⁴

Penggunaan indikator peningkatan pendapatan UMKM ini penting untuk membantu pemerintah, lembaga pengembangan UMKM, dan para pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan dan program yang tepat guna untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut UU Nomor 99 tahun 1998, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) adalah Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat.²⁵

b. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria kriteria sebagai berikut:

- a) Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

²⁴ Dumairy. *Perekonomian Indonesia*. (Jakarta : Erlangga, 2016) h. 87

²⁵ Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor. 99 Tahun 1998 tentang Bidang atau Jenis Usaha.

- (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b) Kriteria Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini:
- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)
 - (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (Dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c) Kriteria Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan

bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini:

- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah).
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (Dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

c. Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Peran UMKM dalam pembangunan dapat di lihat dari beberapa indikator sebagai berikut:

- a) Keterlibatan UMKM terhadap pembentukan pendapatan per kapita.
- b) Keterlibatan UMKM dalam pembentukan PDRB
- c) Keterlibatan UMKM dalam pembentukan pertumbuhan ekonomi daerah (growth).

Dalam kaitan ini dari sisi permintaan (demand-side effect) peningkatan pendapatan per kapita, PDRB, dan pertumbuhan ekonomi dapat memunculkan dampak positif dan negatif (positive-negative demand-side effect) terhadap perkembangan UMKM.

d. Kekuatan Dan Kelemahan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

a) Kekuatan UMKM

UMKM memiliki kekuatan diantaranya:

- (1) Mengembangkan kreativitas usaha baru dan sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.

- (2) Melakukan inovasi.
- (3) Kebergantungan usaha besar terhadap usaha kecil.
- (4) Daya tahan usaha.

b) Kelemahan UMKM

Kelemahan UMKM sebagai berikut:

- (1) Bidang manajemen.
- (2) Organisasi.
- (3) Teknologi.
- (4) Permodalan.
- (5) Operasional dan teknis di lapangan.
- (6) Kendala pemasaran.²⁶

e. Jenis-Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

a) Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:

- (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha,
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

²⁶ Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor. 99 Tahun 1998 tentang Bidang atau Jenis Usaha.

- b) Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
 - (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
- c) Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).²⁷

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha.²⁸ Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.

4. Konsep Ekonomi Syariah

a. Ekonomi Syariah

Ekonomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang maupun jasa.²⁹ Sedangkan ekonomi syariah dapat diartikan sebagai kegiatan atau perilaku yang bersifat ekonomi dimana dilakukan berdasarkan pada kaidah-kaidah Islam dengan tujuan mendapatkan ridha dari Allah swt.³⁰

²⁷ Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor. 99 Tahun 1998 tentang Bidang atau Jenis Usaha

²⁸ Badan pusat statistik.Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahun 2010-2011. (Jakarta.Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah) h. 7

²⁹ Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018) h. 35

³⁰ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: UGM Press, 2018) h. 90

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.³¹ Ada banyak pendapat di seputar pengertian dan ruang lingkup ekonomi Islam. Dawan Rahardjo, memilah istilah ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama, yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. Kedua yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem.³²

Menurut Adi Warman Karim, tiga wilayah level (teori, sistem dan aktivitas) tersebut menjadi basis dalam upaya penegakan syariah dalam bidang ekonomi Islam yang harus dilakukan secara akumulatif. Dengan demikian diperlukan adanya upaya yang sinergi dengan melibatkan seluruh komponen dalam rangka menegakkan Syari'ah dalam bidang ekonomi.³³

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi syariah salah satunya menurut Muhammad Abdul Manan menjelaskan bahwa Ekonomi syariah adalah ilmu sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat dalam perspektif nilai-nilai Islam.³⁴ Dan Menurut Djamil Ahmad mendefinisikan ekonomi syariah adalah suatu upaya sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia yang berkaitan dengan masalah itu dari perspektif Islam.³⁵ Sedangkan menurut Latif menjelaskan bahwa Ekonomi syariah adalah cabang ilmu yang

³¹ Syakur, *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam*, (2018) h. 23-24.

³² Afandi Yazid, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2019) h. 89

³³ M Nur Ariyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012) h. 1-2.

³⁴ Abdul Manan H, *Hukum Ekonomi Syariah, .Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015) h. 98

³⁵ Fathurahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2015) h. 76

membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi serta distribusi sumberdaya yang langkahnya sejalan dengan syariat Islam tanpa membatasi kreativitas individu ataupun menciptakan suatu ketidaksinambungan ekonomi makro.³⁶

Ekonomi Syariah menurut beberapa ahli:

- 1) Menurut Nawawi ekonomi syariah adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.³⁷
- 2) Menurut Syafi'e, pengertian Ekonomi Syariah adalah kumpulan norma hukum yang bersumber dari al-quran dan hadits yang mengatur perekonomian umat manusia.³⁸
- 3) Menurut Rianto, pengertian ekonomi syariah yaitu kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh per orang atau kelompok atau badan usaha yang berbadan hukum dan tidak berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial dan tidak komersial menurut prinsip syariah.³⁹

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian ekonomi syariah adalah suatu sistem ekonomi yang bersumber dari nilai-nilai Islam (Al-Quran dan Hadits) yang dijadikan pedoman dalam memenuhi kebutuhan hidup setiap manusia demi menjaga kelangsungan hidupnya.

³⁶ Latief, AH. Azharudin, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2015) h. 90

³⁷ Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah Klasik Dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012) h. 36

³⁸ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2015) h. 70

³⁹ Nur Rianto. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT. Era Audicitra Intermedia, 2011) h. 87

Karena ekonomi Islam berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Berikut ini beberapa penjelasan perbedaan yaitu:⁴⁰

- 1) Sistem ekonomi syariah mengedepankan prinsip kerjasama dan saling berbagi sedangkan ekonomi konvensional cenderung mengutamakan bunga (riba) dalam usaha mendapatkan keuntungan.
- 2) Sistem ekonomi syariah menganggap sumber daya alam yang ada merupakan pemberian Allah sehingga wajib dipergunakan dengan hati-hati dan bertanggung jawab.⁴¹ Sedangkan ekonomi konvensional cenderung menganggap sumber daya alam sebagai komoditas ekonomis yang dapat menghasilkan keuntungan.
- 3) Sistem ekonomi syariah menganggap pendapatan yang diperoleh secara tidak sah dan tidak jelas hukumnya maka tidak diakui, sedangkan sistem ekonomi konvensional cenderung berorientasi pada pencapaian laba (keuntungan) yang sebesar-besarnya meskipun bisnis atau usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan syariat Islam.

Secara istilah atau terminologi, jual beli terdapat banyak definisi yang telah dikemukakan oleh para ulama' dengan tujuan dan substansi yang sama, Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa system jual beli prinsip syariah mengusung unsur kejujuran didalamnya sebagaimana diejelaskan dalam hadist bahwa:

⁴⁰ Shomad, *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2017) h. 34

⁴¹ Ahmad Ilham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014) h. 82

Sebagaimana Hadist yang diriwayatkan oleh Al-Hakim yang bersumber pada Rifa'ah ibn Rafi':

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ فَقَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ
بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ. (رواه ابزار والحاكم)

Artinya :

Rasulullah saw. ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah saw. Menjawab: usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati” (HR. Al-Bazzar dan Al-Hakim)⁴²

Sistem ekonomi syariah yang bertujuan masalah bagi seluruh umat manusia merupakan pelaksanaan ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktek sehari-hari dalam rangka mengkoordinasi faktor produksi, distribusi serta pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan dengan tidak menyalahi Al Qur'an dan Sunnah sebagai acuan aturan perundangan dalam sistem perekonomian Islam.⁴³

Sebagaimana dijelaskan dalam QS. An-Nisa 4/29, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”⁴⁴

⁴² Al-Hakim, *Al-Adabul Mufrad Juz Iv* (Kairo: Darwa Mathba Asy-Sya'biy) h. 65

⁴³ Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) h. 51

⁴⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015) h. 29

Menurut Quraish Shihab dalam tafsir Al Misbah bahwa Allah melarang para hambaNya yang beriman dari memakan harta diantara mereka dengan cara yang batil, hal ini mencakup memakan harta dengan cara pemaksaan, pencurian, mengambil harta dengan cara perjudian, dan pencaharian yang hina bahkan bisa jadi termasuk juga dalam hal ini adalah memakan harta sendiri dengan sombong dan berlebih-lebihan, karena hal tersebut adalah termasuk kebatilan dan bukan dari kebenaran. Kemudian setelah Allah mengharamkan memakan harta dengan cara yang batil, Allah membolehkan bagi mereka memakan harta dengan cara perniagaan dan pencaharian yang tidak terdapat padanya penghalang-penghalang dan yang mengandung syarat-syarat seperti saling ridha dan sebagainya.⁴⁵

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa dalam perniagaan, senantiasa seseorang untuk mengikuti jalan yang telah ditetapkan dalam agama, dan tidak untuk memakan harta sesama mereka dalam jalan yang batil.

b. Nilai dan prinsip ekonomi syariah

1) Tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid manusia menyaksikan bahwa “Tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah”, dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain daripada Allah” karena Allah adalah pencipta alam semesta dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi

⁴⁵ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta : Lentera Hati, 2012) h, 121

amanah untuk memiliki untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.⁴⁶

2) Adl'

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhlukNya secara dzalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di muka bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik. Dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Islam mendefinisikan adil sebagai “tidak mendzalimi dan tidak didzalimi”. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkan karena kerakusannya.

3) Nubuwwah

Karena sifat rahman, rahim, dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja di dunia tanpa mendapatkan bimbingan. Karena diutuslah para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubat) kepada Allah. Untuk umat

⁴⁶ Zainudin Ali, *Hukum ekonomi Syariah*, “Jakarta : Sinar Grafika, 2019) h. 76

muslim Allah mengirimkan Nabi akhir zaman, Nabi yang sempurna untuk diteladani yaitu Nabi Muhammad Saw. Sifat-sifat utama Nabi Muhammad saw yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sebagai berikut:

1) Sidiq

Sifat sidiq (benar, jujur) harus menjadi visi hidup setiap Muslim. Karena hidup kita berasal dari Yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, Yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup Muslim sudah terumus dengan baik dari konsep sidiq ini, kemudian muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektif (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan yang benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran, karena kalau mubadzir berarti tidak benar).

2) Amanah

Amanah (tanggungjawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap Muslim. Karena seorang Muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala menepati amanah yang telah dipikulnya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memerankan peranan yang sangat penting dalam dunia ekonomi dan bisnis, karena

tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

3) Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup Muslim karena setiap Muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini apabila sudah mendarah daging pada setiap Muslim, apalagi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini massa, open management, iklim keterbukaan, dan lain-lain.

4) Fathonah

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim. Karena untuk mencapai Sang Maha Benar, seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan olehNya. “dan Allah menimpakan kemakmuran kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalNya.

5) Khilafah

Dalam Al Qur'an Allah berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi khalifah di bumi, artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Karena itu pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin. Ini berlaku bagi semua manusia, baik di sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat, atau kepala Negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa

memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi (mu'amalah) antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan atau dikurangi

6) Ma'ad

Allah menegaskan bahwa manusia diciptakan untuk berjuang. Dan perjuangan ini akan mendapatkan ganjaran, baik di dunia maupun di akhirat. Perbuatan baik dibalas dengan kebaikan yang berlipat-lipat, sedangkan perbuatan jahat dibalas dengan hukuman yang setimpal. Karena itu, ma'ad juga diartikan sebagai imbalan/ ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, difokuskan oleh Al Gazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba dunia maupun akhirat. Karena itu konsep profit mendapatkan legitimasi (hak kekuasaan) dalam Islam.⁴⁷

c. Sumber Hukum Ekonomi Islam

Adapun sumber-sumber hukum dalam ekonomi Islam adalah:

1) Alqur'anul Karim

Alquran adalah sumber utama, asli, abadi, dan pokok dalam hukum ekonomi Islam yang Allah swt turunkan kepada Rasul Saw guna memperbaiki, meluruskan dan membimbing Umat manusia kepada jalan yang benar.⁴⁸ Didalam Alquran banyak terdapat ayat-ayat yang melandasi hukum ekonomi Islam, Sebagaimana mengemukakan tentang

⁴⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017) h. 79

⁴⁸ Abdullah Abdul Husain at-Tariqi, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar, dan Tujuan*, (Yogyakarta : Magistra Insania Press, 2016) h. 89

peningkatan kesejahteraan Umat Islam dalam segala bidang termasuk ekonomi.

2) Hadits dan Sunnah

Setelah Alquran, sumber hukum ekonomi adalah Hadis dan Sunnah. Yang mana para pelaku ekonomi akan mengikuti sumber hukum ini apabila didalam Alquran tidak terperinci secara lengkap tentang hukum ekonomi tersebut.

3) Ijma'

Ijma' adalah sumber hukum yang ketiga, yang mana merupakan konsensus baik dari masyarakat maupun cara cendekiawan Agama, yang tidak terlepas dari Alquran dan Hadist.

4) Ijtihad atau Qiyas

Ijtihad merupakan usaha meneruskan setiap usaha untuk menemukan sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syariat. Sedangkan qiyas adalah pendapat yang merupakan alat pokok ijtihad yang dihasilkan melalui penalaran analogi.

5) Istihsan, Istislah dan Istishab

Istihsan, Istislah dan Istishab adalah bagian dari pada sumber hukum yang lainnya dan telah diterima oleh sebahagian kecil oleh keempat mazhab.⁴⁹

d. Ciri Khas Ekonomi Syariah

Al-Quran tidak banyak dibahas karena hanya mengemukakan prinsip-prinsip dasar saja. Dari prinsip-prinsip dasar tersebut kemudian

⁴⁹ Abdul, Manan H. *Hukum Ekonomi Syariah, .Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. (Jakarta: Kencana Prenada Media.2015) h. 45

dikembangkan sistem yang sesuai dan tidak menyimpang.⁵⁰ Di dasari alasan yang tepat, al-quran dan sunnah banyak sekali membahas bagaimana seharusnya umat Islam bersikap sebagai produsen, konsumen dan pemilik modal tetapi hanya membahas sedikit tentang masalah sistem ekonomi.

Seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, yaitu ekonomi menurut pandangan Islam harus dapat memberikan kesempatan sebesar-besarnya kepada semua pelaku usaha. Karena itu ekonomi syariah juga merujuk pada hal tersebut. Ekonomi syariah juga menekankan empat sifat, yaitu:

- 1) *Unity* (Kesatuan)
- 2) *Equilibrium* (Keseimbangan)
- 3) *Free Will* (Kebebasan)
- 4) *Responsibility* (Tanggung Jawab).⁵¹

Tujuan dari ekonomi syariah adalah untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses ekonomi syariah adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai falah.⁵² Ekonomi Islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya tanpa meninggalkan sumber hukum teori ekonomi Islam.

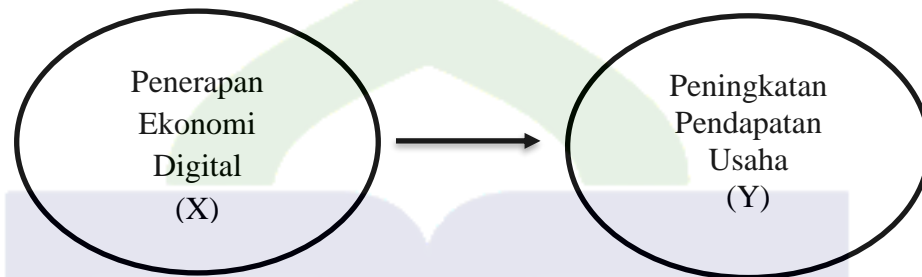
⁵⁰ Iska, *Lembaga Syariah* (Batu sangkar: STAIN Batusangkar Press, 2015) h. 98

⁵¹ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syari'ah* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016) h. 66

⁵² Nurul Huda, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis* (Jakarta: PT. Interpratama Mandiri, 2016) h.61

E. Kerangka Konseptual

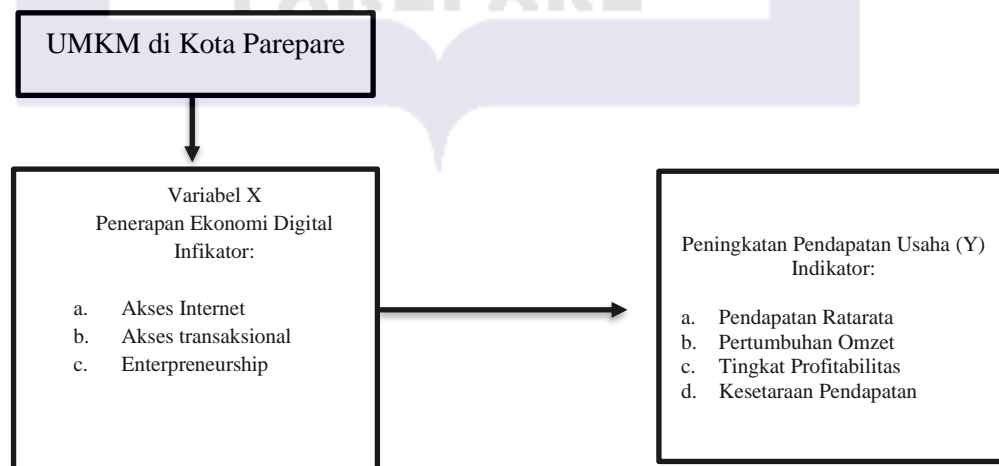
Kerangka konseptual adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk merancang, mengorganisir, dan mengaitkan elemen-elemen penting suatu penelitian, berikut bagan kerangka konseptual:



Gambar 1 Bagan Kerangka Konseptual

F. Bagan Kerangka Pikir

Penelitian ini mengkaji terkait dengan Pengaruh penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah). Adapun kerangka piker penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2 Bagan Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Berdasarkan bagan kerangka pikir di atas, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H_1 Penerapan ekonomi digital dikategorikan sangat baik pada 75% dari yang diharapkan.

H_2 Peningkatan pendapatan UMKM dikategorikan tinggi pada 75% dari yang diharapkan.

H_3 Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare

H_4 Penerapan ekonomi digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare

H. Definisi operasional Variable

1. Penerapan Ekonomi Digital (X)

Penerapan ekonomi digital ialah suatu aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh pelaku usaha mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran dengan indikator yaitu:

- a. Akses Internet
- b. Akses transaksional
- c. Entrepreneurship

2. Peningkatan Pendapatan (Y)

Peningkatan pendapatan ialah bertambahnya jumlah sumber daya yang dilakukan sebab dari adanya suatu usaha dalam proses usaha dengan merujuk pada indikator yaitu:

- a. Pendapatan Ratarata
- b. Pertumbuhan Omzet
- c. Tingkat Profitabilitas
- d. Kesetaraan Pendapatan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

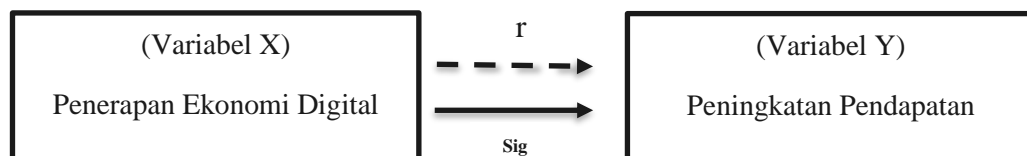
Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan maupun menjabarkan hasil temuan data dalam bentuk angka-angka. Adapun variabel yang diteliti yaitu penerapan ekonomi digital sebagai variabel X dan variabel peningkatan pendapatan sebagai variabel Y.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *Field Research* (penelitian lapangan) dengan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian tesis dengan cara turun langsung ke lapangan atau lokasi penelitian untuk mengetahui secara detail kondisi penelitian.

Pendekatan penelitian ini yaitu pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian. Pendekatan penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan usaha UMKM di Kota Parepare.

B. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ialah cara pandang peneliti terkait dengan konsep penelitian yang dilakukan. Adapun paradigma penelitian yaitu sebagai berikut:



Penjelasan paradigm diatas terdiri dari Variabel bebas (Y) yaitu penerapan ekonomi digital dan variabel terikatnya yaitu peningkatan pendapatan (Y). Kedua variabel dikaji hubungannya (r) dan pengaruhnya (sig).

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dimulai dari tahapan pengumpulan data, hingga pada analisis data dengan bantuan SPSS versi 26. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan. Lokasi penelitian dilakukan ialah di Kota Parepare, Sulawesi selatan.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek penelitian atau jumlah seluruh responden yang diteliti untuk memperoleh data dan memberikan kesimpulan.⁵³ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kota Parepare yang dapat dijabarkan sebanyak 1.606 unit.

2. Sampel

Sampel merupakan pemilihan beberapa populasi yang diharapkan mampu mewakili kondisi dari semua populasi.⁵⁴ Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus perhitungan besaran sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Ket:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

⁵³ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017). h. 133

⁵⁴ Hasyim and Rina Anindita, *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* (Jakarta: Uieu-University Press, 2019). h. 73

e : kelonggaran ketidak telitian karna kesalahan pengambilan sampel yang ditoleriri, misalnya 10%.

Dengan menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel minimal diambil sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1606}{1 + 1600(10\%)^2} = 94$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel diteliti yaitu sebanyak 94 unit UMKM. Dalam menentukan data yang diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan non random sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*. Yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Pernyataan	Ket.	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, R&D*, 2017

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah peneliti mengamati secara langsung tempat penelitian, maupun objek yang diteliti. Hasil observasi peneliti ini nantinya dapat diolah menjadi sebuah data yang menunjang hasil penelitian. Selain itu, hasil observasi awal penelitian merupakan latar belakang pengambilan permasalahan yang membuat peneliti tertarik meneliti permasalahan tersebut.⁵⁵

2. Angket / Kuesioner

Angket merupakan beberapa daftar pernyataan yang dibuat sesuai dengan indikator setiap variable. Indikator tiap variable dibuat sesuai dengan teori-teori yang mendukung variable tersebut. Selanjutnya pernyataan tadi diberikan oleh responden sehingga memperoleh data bentuk angka dengan menggunakan skala likert.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen maupun data-data yang dapat diolah menjadi sebuah hasil data yang menunjang hasil penelitian.⁵⁶ Metode dokumentasi ini dapat berupa surat-surat, laporan-laporan dari BPS, Dinas perdagangan dan Komunitas Pengusahan Kota Parepare maupun data dari jurnal terkait.

F. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu bentuk pengujian terhadap kualitas data primer, dengan tujuan mengukur sah tidaknya suatu pernyataan dalam penelitian. Uji

⁵⁵ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). h. 165

⁵⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2018). h. 144

validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total, sedangkan jika data yang diperoleh data interval kita bias menggunakan *product moment*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas/ keterandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk diketahui bahwa perhitungan uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.⁵⁷

3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel *Peningkatan Pendapatan* (X) dan variabel *Penerapan Ekonomi Digital* (Y). Korelasi penelitian ini yaitu pada variabel Penerapan Ekonomi Digital dan Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Parepare.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.

⁵⁷ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2014). h. 130

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan adalah sebagai berikut:

1. *One Sample T Test* / Uji t satu sampel

One sample t test merupakan teknik analisis untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Dasar pengambilan keputusan dalam *One sample t test* yaitu:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Rumus :

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

Ket :

t = Koefisien t

\bar{x} = Mean sampel

μ = Mean populasi

S = Standard deviasi sampel

n = Banyak sampel

Tabel 3.2 Skor klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Sumber: Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, R&D*, 2017

2. Korelasi *Pearson Product Moment*

Penelitian yang dimaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel. Dengan teknik korelasi seorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain. Besarnya atau tingginya hubungan tersebut dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi.⁵⁸

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Ket:

n = jumlah data (responden)

x = variabel bebas

y = variabel terikat

Tabel 3.3 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,80 - 0,100	Sangat Kuat
2	0,60 - 0,799	Kuat
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,20 - 0,399	Lemah
5	0,00 - 0,199	Sangat Lemah

Sumber: Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, R&D, 2017*

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2020) h. 326

3. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_a : \beta > 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

H_a diterima jika $p\text{-value} < \text{level of significant}$

H_0 diterima jika $p\text{-value} > \text{level of significant}$.

$$T_{hitung} = \frac{r \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad T_{tabel} = n - 2$$

Ket:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel penerapan ekonomi digital dan peningkatan pendapatan menampilkan simbol dari suatu data dimana Y sebagai variabel tergantung dan X sebagai variabel bebas. nilai sederhana dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + \beta X + e$$

Ket:

Y = Peningkatan Pendapatan

a = Konstanta

X = Penerapan Ekonomi Digital

B = Koefisien regresi

e = Error / 0,05



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Data Deskriptif

Penelitian ini dilakukan di Kota Parepare dengan melibatkan beberapa dinas terkait yaitu Dinas Perdagangan dan dinas ketenagakerjaan. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, beberapa deskripsi responden dijabarkan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan suatu informasi yang merujuk pada atribut, ciri-ciri, atau data demografis yang menggambarkan orang-orang yang menjadi subjek atau peserta dalam sebuah penelitian atau survei. Informasi ini digunakan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menganalisis populasi responden yang terlibat dalam penelitian ini. Karakteristik responden tersebut dikategorikan kedalam beberapa kategori yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia responden. Berikut deskripsi karakteristik responden:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Pria	38	40%
Wanita	56	60%
Total	94	100%

Sumber : Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 38 orang atau 40%, sedangkan responden berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 56 orang atau 60%.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase %
20-25	21	22,34%
26-30	21	22,34%
31-35	23	24,47%
36-40	20	21,28%
41-45	9	9,57%
Total	94	100%

Sumber : Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah responden dengan usia 20-25 tahun yaitu sebanyak 21 orang dengan 22,34%. Responden dengan usia pada 26-30 tahun sebanyak 21 orang atau 22,34%. Responden dengan usia pada 31-35 tahun yaitu sebanyak 23 orang dengan 24,47%. Responden dengan usia 36-40 tahun sebanyak 20 orang atau 21,28%. Responden dengan umur 41-45 tahun sebanyak 9 orang atau 9,57%.

2. Data Penelitian

Data penelitian ini berupa informasi atau fakta dari proses penelitian yang dilakukan, adapun beberapa data penelitian yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

a. Digital Ekonomi

Adapun beberapa digital yang digunakan oleh responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Data Digital yang digunakan UMKM Kota Parepare

Jenis Digital	Jumlah	Persen (%)
Grab	76	80,95%
Gojek	68	72,34%
Cashir Live	7	7,45%
Alshera Accounting	12	12,77%
Majoo	21	22,34%
Meta App	54	57,45%
Vend Kasir	12	12,77%
Bonum Pos	3	3,19%
Saku	18	19,15%
Kasir	27	28,72%
Mekari Jurnal	21	22,34%
E-Warung	5	5,35%
QRIS	58	61,70%
XZoho	3	3,19%
EasyCounting	2	2,13%

Mokaa Pos	7	7,46%
iReap	4	4,26%
Buku Warung	2	2,13%
Pawoon	9	9,57%
Olsera	1	1,06%

Sumber: Data Penelitian, 2023

Data diatas mendeskripsikan jenis digital ekonmi yang digunakan oleh UMKM dalam penelitian ini, diketahui bahwa terdapat beberapa aplikasi secara dominana digunakan oleh parapelaku UMKM di Kota Parepare salah satunya yaitu aplikasi Gojek dan Grab yang digunakan dalam aspek pemasaran dan distribusi kepada pelanggan.

b. Pendapatan Responden

Adapun data terkait dengan pendapatan responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4 Data Pendapatan Rata rata perbulan UMKM Kota Parpare

Pendapatan / Bulan	Frekuensi	Persen (%)
500 – 1 Juta	-	-
1 Juta – 3 Juta	24	25,53%
3 Juta – 5 Juta	61	64,89%
> 5 Juta	9	9,57%
Total	94	100%

Sumber: Data Penelitian, 2023

Deskripsi data diatas mendeskripsikan mayoritas responden memiliki pendapatan rata-rata pada rentan antara 3 juta hingga 5 juta yaitu sebanyak

61 orang, sementara pendapatan antara 1 juta hingga 3 juta yaitu 24 orang.

Dan UMKM dengan pendapatan rata rata >5 juta yaitu sebanyak 9 orang.

3. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden adalah suatu proses menganalisis dan merangkum tanggapan atau respon yang diberikan oleh individu atau kelompok dalam sebuah penelitian. Terdapat dua variabel yang dideskripsikan yaitu sebagai berikut:

a. Jawaban Kuesioner Variabel Penerapana Digital Ekonomi (X)

Tabel 4.3 Jawaban Responden Variabel Penerapana Digital Ekonomi

RESPONDEN	HASIL KUESIONER VARIABEL X										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
4	5	5	3	5	5	3	5	4	4	4	43
5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	5	44
6	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	46
7	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
8	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	47
9	4	5	5	4	5	4	4	5	3	5	44
10	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	47
11	5	5	3	5	5	5	3	5	5	4	45
12	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	42
13	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	45
14	5	5	5	5	3	5	3	5	3	4	43
15	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	47
16	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	47
17	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	43
18	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	46
19	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	46
20	5	5	3	5	3	4	5	5	5	4	44
21	5	4	3	4	5	5	3	5	3	5	42
22	5	5	5	5	3	4	5	4	3	5	44

23	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
24	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
25	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
26	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	43
27	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	44
28	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	47
29	5	5	3	5	5	4	3	5	5	4	44
30	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	45
31	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	45
32	5	5	3	5	3	4	5	4	3	5	42
33	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	47
34	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	47
35	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	47
36	4	5	4	4	3	5	3	5	5	4	42
37	5	5	4	4	5	4	3	5	3	5	43
38	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	45
39	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
40	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
41	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	45
42	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
43	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
44	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
45	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
46	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
47	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	44
48	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	46
49	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	45
50	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
51	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
52	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
53	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
54	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4	44
55	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	45
56	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	43
57	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
58	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	45
59	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	45
60	5	4	5	4	5	3	5	3	5	5	44
61	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	43

62	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	41
63	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	42
64	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	39
65	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
66	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
67	4	5	5	3	4	5	5	3	4	4	42
68	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
69	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	41
70	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	44
71	4	4	5	4	5	3	5	3	5	4	42
72	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	44
73	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	40
74	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	42
75	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	45
76	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	43
77	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
78	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	44
79	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	46
80	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
81	4	4	5	3	3	3	5	3	5	5	40
82	4	4	3	4	4	5	5	3	5	5	42
83	5	4	3	4	4	5	5	3	5	5	43
84	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	45
85	4	5	3	3	3	5	3	5	5	5	41
86	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	45
87	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	43
88	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
89	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
90	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	45
91	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
93	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
94	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
JUMLAH	438	433	395	402	415	420	415	427	425	433	4203

Sumber : Data Penelitian Tabulasi Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel penerapana ekonomi digital dengan 10 item pernyataan. Item

pernyataan 1 memperoleh jumlah skor sebesar 438, dimana item pernyataan 2 memperoleh skor 433, item pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 395, item pernyataan 4 memperoleh skor 402, item pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 415, item pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 420, item pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 415, item pernyataan 8 memperoleh skor sebesar 427, item pernyataan 9 memperoleh skor sebesar 425 dan item pernyataan 10 memperoleh skor sebesar 433. Variabel penerapan ekonomi digital sebagai variabel X diatas diperoleh jumlah keseluruhan skor dari 10 item pernyataan untuk 94 responden sebesar 4203 untuk variabel penerapan ekonomi digital.

b. Jawaban Kuesioner Variabel Peningkatan Ekonomi (Y)

Tabel 4.4 Jawaban Kuesioner Variabel Peningkatan Ekonomi

RESPONDEN	HASIL KUESIONER VARIABEL Y										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
3	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	39
4	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
5	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
6	5	5	4	5	5	4	2	5	4	5	44
7	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	46
8	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
9	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	44
10	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
11	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
12	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	41
13	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
14	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
15	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	41
16	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
17	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
18	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
19	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46

20	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
21	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
22	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
23	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
24	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
25	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
26	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
27	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
28	5	5	4	5	5	4	2	5	4	5	44
29	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	46
30	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
31	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	44
32	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
33	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
34	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	41
35	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
36	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
37	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	41
38	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
39	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
40	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
41	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
42	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
43	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
44	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
45	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
46	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	44
47	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
48	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
49	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	41
50	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
51	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
52	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	41
53	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
54	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
55	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
56	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
57	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
58	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40

59	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
60	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
61	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
62	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
63	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
64	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
65	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
66	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
67	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
68	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
69	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
70	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
71	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	45
72	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
73	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
74	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	45
75	5	5	3	5	3	4	1	5	3	3	37
76	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
77	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
78	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
79	5	5	5	5	3	4	1	5	5	3	41
80	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
81	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
82	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
83	5	5	3	5	5	3	1	5	3	5	40
84	4	5	5	5	5	4	1	5	5	5	44
85	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	45
86	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
87	5	4	3	4	5	5	1	4	3	5	39
88	5	5	5	5	3	4	1	5	5	3	41
89	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
90	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
91	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
92	5	5	3	5	5	3	1	5	3	5	40
93	5	5	4	5	5	4	1	5	4	5	43
94	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	45
JUMLAH	462	458	394	452	409	413	172	458	394	409	4021

Sumber : Data Penelitian Tabulasi Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel peningkatan pendapatan dengan 10 item pernyataan. Item pernyataan 1 memperoleh jumlah skor sebesar 462, item pernyataan 2 memperoleh skor 458, item pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 394, item pernyataan 4 memperoleh skor 452, item pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 409, item pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 413, item pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 172, item pernyataan 8 memperoleh skor sebesar 458, item pernyataan 9 memperoleh skor sebesar 394 dan item pernyataan 10 memperoleh skor sebesar 409. Variabel peningkatan pendapatan sebagai variabel Y diatas diperoleh jumlah keseluruhan skor dari 10 item pernyataan untuk 94 responden diperoleh dengan jumlah total sebesar 4021 untuk variabel peningkatan pendapatan.

B. Deskripsi Frekuensi Variabel

1. Deskripsi Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Saya menggunakan akses internet pada usaha saya selama ini	62	32	0	0	0	438
2	Saya menggunakan akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya	57	37	0	0	0	433
3	Saya dapat menjangkau pasar dengan mudah	43	27	24	0	0	395

	selama menggunakan Internet pada usaha saya						
4	Saya menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya	38	44	12	0	0	402
5	Dengan menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha	52	29	13	0	0	415
6	Saya menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin	55	28	11	0	0	420
7	Media digital yang saya gunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis saya	54	25	15	0	0	415
8	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini	67	11	16	0	0	427
9	Bisnis usaha saya semakin efektif selama menggunakan sistem digital	63	17	14	0	0	425
10	Saya merasa usaha saya berkembang dengan	57	37	0	0	0	433

penerapan ekonomi digital pada usaha saya						
Jumlah	548	287	105	0	0	4203

Sumber : Hasil Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil deskripsi skor setiap pertanyaan diatas maka diperoleh hasil bahwa total responden yang memberikan skor 62 pada Pertanyaan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor tertinggi pada pertanyaan ini, yang berarti mereka secara aktif menggunakan akses internet dalam usaha mereka.

Pernyataan kedua menunjukkan total skor 57 pada pertanyaan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor tertinggi pada pertanyaan ini, yang berarti mereka secara aktif akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya.

Pernyataan ketiga dimana skor 43 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor tertinggi pada pertanyaan ini, yang berarti mereka menjangkau pasar dengan mudah selama menggunakan Internet pada usaha saya.

Pernyataan keempat dimana total skor 44 pada pernyataan setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya.

Pernyataan kelima dimana total skor 52 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang

berarti mereka menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha.

Pernyataan keenam dimana total skor 55 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin.

Pernyataan ketujuh dimana total skor 54 pada pertanyaan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti Media digital yang diunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis.

Pernyataan kedelapan dimana total responden yang memberikan skor 67 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini.

Pernyataan kesembilan dimana total responden yang memberikan skor 63 pada pertanyaan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti Bisnis usaha mereka semakin efektif selama menggunakan sistem digital.

Pernyataan kesepuluh dimana total responden yang memberikan skor 57 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka merasa usaha berkembang dengan penerapan ekonomi digital pada usaha saya.

2. Deskripsi Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah
		SS	S	R	TS	STS	
1	Rata rata pendapatan usaha saya setiap bulannya >1 juta	86	8	0	0	0	462
2	pendapatan usaha saya telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir	82	12	0	0	0	458
3	Pendapatan rata rata saya meningkat dengan menggunakan digital	54	4	36	0	0	394
4	Selama menggunakan digital omzet usaha saya meningkat drastis	76	18	0	0	0	452
5	Faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha saya	60	7	27	0	0	409
6	Tingkat profitabilitas bisnis saya menurun selama menggunakan digital	45	41	8	0	0	413
7	Saya tidak mendapatkan profit (Keuntungan	0	0	0	78	16	172

	Bersih) selama menggunakan Digital.						
8	Saya merasa mendapatkan profit Bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital	82	12	0	0	0	458
9	Pendapatan rata-rata usaha saya setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan saya	54	4	36	0	0	394
10	Pendapatan usaha saya dapat menangani seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya	60	7	27	0	0	409
	Jumlah	599	113	134	78	16	4021

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil deskripsi skor setiap pertanyaan diatas maka diperoleh hasil bahwa total responden yang memberikan skor 86 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor tertinggi pada pertanyaan ini, yang berarti Rata rata pendapatan usaha setiap bulannya >1 juta.

Pernyataan kedua dimana total responden yang memberikan skor 82 pada pertanyaan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor

tertinggi pada pertanyaan ini, yang berarti pendapatan usaha telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir.

Pernyataan ketiga dimana total responden yang memberikan skor 54 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor tertinggi pada pertanyaan ini, yang berarti Pendapatan rata rata meningkat dengan menggunakan digital.

Pernyataan keempat dimana total responden yang memberikan skor 76 pada pernyataan setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka Selama menggunakan digital omzet usaha meningkat drastis.

Pernyataan kelima dimana total responden yang memberikan skor 60 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha.

Pernyataan keenam dimana total responden yang memberikan skor 45 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti Tingkat profitabilitas bisnis menurun selama menggunakan digital.

Pernyataan ketujuh dimana total responden yang memberikan skor 78 pada pertanyaan tidak setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor tidak setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka tidak mendapatkan profit (Keuntungan Bersih) selama menggunakan Digital..

Pernyataan kedelapan dimana total skor 82 pada pernyataan sangat setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti mereka mendapatkan profit Bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital.

Pernyataan kesembilan dimana total skor 394. Maka mayoritas responden memberikan skor sangat setuju pada pertanyaan ini, yang berarti Pendapatan rata-rata usaha setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan.

Pernyataan kesepuluh dimana total responden yang memberikan skor 60 pada pernyataan setuju. Maka mayoritas responden memberikan skor setuju pada pertanyaan ini, yang berarti Pendapatan usaha dapat menangani seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya.

C. Uji Prasyarat Data

1. Uji Validitas Variabel

Uji validitas variabel adalah proses untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen dapat dikategorikan valid. Berikut hasil uji validitas instrument.

a. Uji Validitas Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,345	0,196	Valid
Item 2	0,532	0,196	Valid

Lanjutan tabel 4.7

Item 3	0,342	0,196	Valid
Item 4	0,546	0,196	Valid
Item 5	0,324	0,196	Valid
Item 6	0,545	0,196	Valid
Item 7	0,332	0,196	Valid
Item 8	0,345	0,196	Valid
Item 9	0,213	0,196	Valid
Item 10	0,354	0,196	Valid

Berdasarkan penjelasan tabel diatas maka dapat di simpulkan dari kriteria pengukuran bahwa:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

Jika $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak valid}$

Berdasarkan seluruh deskripsi hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penerapan Ekonomi Digital (X) dikategorikan valid.

b. Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,243	0,196	Valid
Item 2	0,332	0,196	Valid
Item 3	0,453	0,196	Valid
Item 4	0,543	0,196	Valid

Lanjutan tabel 4.8

Item 5	0,198	0,196	Valid
Item 6	0,231	0,196	Valid
Item 7	0,443	0,196	Valid
Item 8	0,465	0,196	Valid
Item 9	0,434	0,196	Valid
Item 10	0,221	0,196	Valid

Berdasarkan penjelasan tabel diatas maka dapat di simpulkan dari kriteria pengukuran bahwa :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

Jika $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak valid}$

Berdasarkan seluruh deskripsi hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa variabel peningkatan pendapatan (Y) dikategorikan valid.

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	10

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas variabel penerapan ekonomi digital berdasarkan kriteria pengukuran bahwa:

Jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ = *reliable* atau konsisten

Jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,60$ = tidak *reliable* atau tidak konsisten

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa nilai dari *Cronbach's alpha* $> 0,60$ yaitu $0.892 > 0,60$ maka Variabel Penerapan Ekonomi Digital dapat dikategorikan *reliable*.

b. Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.760	10

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas variabel Peningkatan Pendapatan berdasarkan kriteria pengukuran bahwa:

Jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ = *reliable* atau konsisten

Jika nilai *Cronbach's alpha* $< 0,60$ = tidak *reliable* atau tidak konsisten

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa nilai dari *Cronbach's alpha* yaitu $0,760 > 0,60$ maka Variabel peningkatan pendapatan dapat dikategorikan *reliable*.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah salah satu jenis uji statistik yang digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan antara dua atau lebih variabel berjalan secara

linear atau tidak. Uji linieritas berguna dalam beberapa situasi, seperti dalam analisis regresi linear, di mana diasumsikan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linear.

Tabel 4.11 Uji Linieritas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Pendapatan * Ekonomi Digital	Between Groups	(Combined)	78.027	10	7.093	.941	.506
		Linearity	10.008	1	10.008	1.327	.253
		Deviation from Linearity	68.019	9	6.802	.902	.535
Within Groups			618.281	82	7.540		
Total			696.309	93			

Sumber : Olah Data SPSS

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah:

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$ = ada hubungan yang linear

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $< 0,05$ = tidak ada hubunganyang linear

Berdasarkan tabel hasil uji linearitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* yaitu 0,535. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$ atau nilai $0,535 > 0,05$ yang artinya ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah proses statistik yang digunakan untuk menguji apakah data yang diberikan berasal dari distribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4.12 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71653740
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.079
	Negative	-.119
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.214

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan penjelasan dasar pengukuran bahwa:

Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ = data berdistribusi normal

Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $< 0,05$ = data tidak berdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas ditemukan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,214 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

D. Hasil Penelitian

1. Uji One Sample T Test

- a. Penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Pengujian pada hipotesis pertrama yaitu pengujian pada variabel penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah

(UMKM) di Kota Parepare. Adapun pengujian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.13 *One Sample T test*

One-Sample Test

Test Value = 75

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ekonomi Digital	26.234	93	.000	-30.287	-30.76	-29.81

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas diketahui bahwa jumlah skor total yaitu 4203, adapun skor idealnya yaitu $5 \times 10 \times 94 = 4700$, dengan keterangan yaitu 5 ialah skor tertinggi skala, 10 ialah jumlah butir pertanyaan dan 94 ialah jumlah responden. Sehingga untuk menilai % dari variabel penerapan ekonomi digital ialah $4203 : 4700 = 89\%$. Maka nilai penerapan ekonomi digital ialah sebesar 89% dari yang diharapkan.

Berdasarkan nilai t hitung sebesar jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n - 1 = (94 - 1 = 93)$ dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,661. Nilai t hitung (26.234) $>$ t tabel (1,661), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa penerapan ekonomi digital lebih besar dari 75% dapat diterima dengan perhitungan sampel ditemukan rata-rata penerapan ekonomi digital yaitu 89% dari yang diharapkan.

Adapun kriteria pengukuran yaitu:

Skor	Klasifikasi
80-100	<i>Sangat Baik</i>
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Sumber: Sugiyono, *Metode penelitian, R&D. 2017*

Berdasarkan tabel skor klasifikasi di atas, menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital memiliki nilai sebesar 89% yang berarti skor klasifikasinya berada pada tingkat yang sangat baik.

- b. Tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Pengujian pada hipotesis kedua yaitu pengujian pada variabel tingkat pendapatan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Adapun pengujian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14 *One Sample T Test*

One-Sample Test						
Test Value = 75						
95% Confidence Interval of the						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Peningkatan Pendapatan	46.460	93	.000	-27.223	-27.78	-26.66

Sumber : *Olah Data SPSS*

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas diketahui bahwa jumlah skor total yaitu 4021, adapun skor idealnya yaitu $5 \times 10 \times 94 = 4700$, dengan keterangan yaitu 5 ialah skor tertinggi skala, 10 ialah

jumlah butir pertanyaan dan 94 ialah jumlah responden. Sehingga untuk menilai % dari variabel penerapan ekonomi digital ialah $4021 : 4700 = 85\%$. Maka nilai variabel peningkatan pendapatan ialah sebesar 85% dari yang diharapkan.

Berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan $dk = n - 1 = (94 - 1 = 93)$ dengan taraf signifikan $\alpha = 5\% (0.05)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Nilai $t_{hitung} (46.460) > t_{tabel} (1,661)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa penerapan ekonomi digital lebih besar dari 75% dapat diterima dengan perhitungan sampel ditemukan rata-rata peningkatan pendapatan yaitu 85% dari yang diharapkan.

Adapun kriteria pengukuran yaitu:

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Sumber: Sugiyono, *Metode penelitian, R&D*. 2017

Berdasarkan tabel skor klasifikasi di atas, menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan memiliki nilai sebesar 85% yang berarti skor klasifikasinya berada pada tingkat yang sangat baik.

2. Korelasi *Pearson Product Moment*

- a. Pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Pengujian selanjutnya yaitu pengujian korelasi Pearson product moment yang merupakan salah satu metode statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan linier antara dua variabel numerik. Berikut hasil pengujian *Pearson product moment*:

Tabel 4.15 *Pearson Product Moment*

		Ekonomi Digital	Peningkatan Pendapatan
Ekonomi Digital	Pearson Correlation	1	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	94	94
Peningkatan Pendapatan	Pearson Correlation	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	94	94

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan penjelasan tabel diatas diketahui bahwa nilai sig (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara X dan Y atau terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Adapun tingkat hubungan anatar variabel X terhadap Y yaitu 0,620 yaitu:

Tabel 4.16 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (<i>r</i>)	Tingkat Hubungan
1	0,80 - 0,100	Sangat Kuat
2	0,60 - 0,799	Kuat
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,20 - 0,399	Lemah
5	0,00 - 0,199	Sangat Lemah

Berdasarkan tabel korelasi diatas diketahui nilai Pearson Correlation 0,620 berada pada interval nilai 0,60 - 0,799 pada kategori hubungan yang *kuat*.

3. Uji T

Uji t secara parsial adalah prosedur statistik yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh relatif dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam konteks analisis regresi. Berikut hasil pengujian:

Tabel 4.17 Koefesien

Model	Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.471	5.451		6.691	.000
	Ekonomi Digital	.141	.122	.120	1.158	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan
 Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel Uji t diatas dilakukan pada variabel diketahui bahwa $p\text{-value} < \text{level of significant}$ dimana $0,000 < 0,05$ ini berarti penerapan ekonomi digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan secara parsial. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. Regresi Linear Sederhana

Pengujian selanjutnya yaitu pengujian regresi linier sederhana, Dalam penelitian ini regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui kelinieran pengaruh antara variabel penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan. Berdasarkan hasil olahan data

yang dilakukan dengan program IMB SPSS maka didapatkan hasil regresi linear sederhana sebagai berikut:

Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	36.471	5.451		6.691	.000
	Ekonomi Digital	.141	.122	.120	1.158	.250

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Tabel diatas menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

$$Y = 36.471 + 0,141X + e$$

Keterangan :

- Y = Peningkatan Pendapatan
 a = Konstanta.
 β_1 = Koefisien Regresi.
 X = Penerapan Ekonomi Digital
 e = Standard Error (0,05)

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat dijelaskan bahwa:

a =Konstanta sebesar 36.471 menyatakan bahwa jika variabel Penerapan Ekonomi Digital dianggap konstan, maka peningkatan pendapatan UMKM akan positif.

β_1 =0,141, koefisien regresi penerapan ekonomi digital konstan, maka dengan adanya penerapan ekonomi digital yang semakin tinggi sehingga mengakibatkan pendapatan ekonomi UMKM meningkat pula.

Berdasarkan penjelasan data diatas yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan ekonomi digital di UMKM Kota Parepare dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengukur sejauh mana variabilitas dalam variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) dalam model regresi. Berikut hasil pengujian Koefesien Regresi:

Tabel 4.20 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120 ^a	.014	.410	2.731

a. Predictors: (Constant), Ekonomi Digital

b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa R_{Square} atau koefisien determinasi sebesar 0,014, dan nilai Adjusted R_{Square} sebesar 0,410 atau jika di konversi ke % maka 41% . Artinya pengaruh dari penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan ialah sebesar 41% dan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Pembahasan penelitian ini terkait dengan rumusan masalah pertama yaitu penerapan Ekonomi Digital ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Responden menunjukkan tingkat kesetujuan yang tinggi terhadap pernyataan-pernyataan yang terkait dengan penggunaan akses internet dalam usaha mereka. Penggunaan akses internet dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare cukup tinggi dan memiliki dampak positif yang signifikan pada perkembangan sektor UMKM di wilayah tersebut. Menurut Aji Rustam menerangkan bahwa Infrastruktur internet yang semakin berkembang dan mudah diakses telah mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi ini dalam operasional suatu bisnis. Ketersediaan penyedia layanan internet yang handal dan biaya yang terjangkau juga berkontribusi pada tingginya penggunaan akses internet.⁵⁹

Penerapan internet pada UMKM di Kota Parepare menggunakan akses internet untuk memasarkan produk dan layanan mereka. Platform online seperti media sosial, marketplace, dan website bisnis digunakan untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas mereka.

Pembahasan merujuk pada penggunaan digital pada bisnis para pelaku UMKM di Kota Parepare ini terlihat dari keseluruhan tanggapan positif mereka terhadap berbagai aspek penggunaan internet dalam konteks bisnis mereka. Pertama, mayoritas responden sepakat bahwa mereka menggunakan

⁵⁹ Aji Rustam. "Digitalisasi, Era Tantangan Media," (*Islamic Communication Journal*, 2016)

akses internet dalam usaha mereka selama ini. Penjelasan tersebut mencerminkan pentingnya internet sebagai alat komunikasi dan sumber informasi yang tak tergantikan dalam menjalankan bisnis modern.

Penjelasan tersebut sejalan dengan pandangan Angga dalam penelitiannya yang menyebutkan bahwa ekonomi digital dan ketimpangan literasi teknologi yang diterapkan oleh mayoritas UMKM secara signifikan dapat memberikan kontribusi terhadap efektifitas dan performa dari bisnis mereka baik itu dilakukan secara digital marketing maupun internet advertising.⁶⁰

Penggunaan digital dalam bisnis pelaku UMKM di Kota Parepare mencerminkan fenomena yang menggembirakan, yang tercermin dalam respons positif dari mayoritas responden terhadap berbagai aspek penggunaan internet dalam konteks bisnis mereka. Pertama, mayoritas pelaku UMKM sepakat bahwa mereka telah memanfaatkan akses internet dalam usaha mereka sejak lama. Hal ini menunjukkan betapa internet telah menjadi fondasi utama dalam kegiatan komunikasi dan sebagai sumber informasi yang tak tergantikan dalam menjalankan bisnis modern. Dalam era di mana informasi dan konektivitas sangat berharga, akses internet telah memungkinkan pelaku UMKM di Kota Parepare untuk tetap terhubung dengan pelanggan, rekan bisnis, dan pasar potensial secara efisien, menggambarkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian integral dari perjalanan bisnis mereka. Hal ini mendorong efektivitas dan pertumbuhan

⁶⁰ Angga, B. “Ekonomi Digital dan Ketimpangan Literasi Teknologi” (*Jurnal Siasat Bisnis (JSB)*, ISSN 0853-7666, 2020)

bisnis UMKM di Kota Parepare yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

Penjelasan lainnya menunjukkan bahwa responden juga mengungkapkan bahwa mereka mengandalkan internet untuk segala kebutuhan bisnis mereka sehari-hari. Menurut Herman Wijaya bahwa dalam era digital, penggunaan internet telah menjadi landasan utama dalam menjalankan operasi bisnis, termasuk komunikasi, pemasaran, dan manajemen data.⁶¹ Dalam konteks penggunaan akses internet dalam usaha UMKM di Kota Parepare, responden dengan tegas menyatakan bahwa mereka mengandalkan internet sebagai landasan utama untuk menjalankan segala kebutuhan bisnis mereka sehari-hari.

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi tulang punggung utama operasi UMKM di era digital ini khususnya pada beberapa UMKM yang menjadi sampel penelitian ini. Internet memainkan peran sentral dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari komunikasi dengan pelanggan dan mitra bisnis, hingga strategi pemasaran yang efektif, dan bahkan manajemen data yang lebih efisien. Dengan akses internet, UMKM di Kota Parepare dapat secara cepat dan efisien berinteraksi dengan pelanggan mereka, memasarkan produk atau layanan secara online, serta mengelola informasi bisnis seperti pemasaran, ketergantungan UMKM pada internet menggambarkan bahwa teknologi ini bukan lagi sekadar alat tambahan, melainkan elemen utama yang mendukung kesinambungan, pertumbuhan, dan daya saing bisnis mereka dalam era digital ini.

⁶¹ Herman Wijaya, "Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan UMKM Kota Serang dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi". (*Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*)

Pembahasan terkait dengan item pernyataan lainnya bahwa responden merasa bahwa internet memungkinkan pelaku UMKM di Kota Parepare untuk dengan mudah menjangkau pasar. Penjelasan tersebut mencerminkan pentingnya internet sebagai alat untuk memperluas jangkauan bisnis, menghubungkan dengan calon pelanggan, dan mempromosikan produk atau layanan mereka secara efisien. Persepsi responden bahwa internet memungkinkan mereka untuk dengan mudah menjangkau pasar mencerminkan peran krusial yang dimainkan oleh teknologi digital dalam mengubah paradigma bisnis, terutama di era modern ini. Dengan akses internet yang luas dan mudah di Kota Parepare, UMKM telah mendapatkan akses kepada alat yang kuat untuk memperluas bisnis mereka. Internet memberikan kesempatan untuk menghubungkan dengan calon pelanggan dari berbagai wilayah tidak hanya sebatas di Kota Parepare.

Internet juga memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk dan layanan mereka secara efisien. Platform online seperti media sosial, situs web bisnis, dan iklan digital memungkinkan mereka untuk mencapai audiens yang lebih besar dan relevan. Penjelasan tersebut didukung oleh pandangan Yunus dan Andi Bahri yang menyebutkan bahwa Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dapat mengarahkan organisasi atau seseorang untuk menciptakan transaksi antara pembeli dan penjual.⁶² Penjelasan tersebut relevan dengan hadirnya platform digital yang memberikan fasilitas efisien bertemunya pembeli dan penjual dalam sebuah transaksi.

⁶² Yunus, Y. H., Bahri, A., & Nurfitriani. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah BSI KCP Enrekang (Analisis Manajemen Pemasaran Syariah). *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*", 5(2), 110-119. <https://doi.org/10.35905/banco.v5i2.6554>

Pembahasan terkait dengan penerapan ekonomi digital dimana dengan analisis data yang tepat, mereka dapat menargetkan calon pelanggan dengan lebih baik, meningkatkan efisiensi dalam pemasaran, dan mengukur dampak kampanye mereka.

Ekonomi digital pula dimana pembeli dengan mudah untuk menjangkau produk-produk yang mereka inginkan. Dengan menggunakan sistem ekonomi digital dimana para UMKM dapat merespons pertanyaan, memberikan informasi produk, dan memberikan layanan lebih kepada para pelanggan yang lebih baik. Ini membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara bisnis dan konsumen. Disisi lain kemampuan untuk dengan mudah menjangkau pasar yang diberikan oleh internet telah membuka pintu peluang besar bagi UMKM di Kota Parepare. Hal ini tidak hanya meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga menghasilkan manfaat yang signifikan bagi ekonomi lokal dan perkembangan komunitas secara keseluruhan. Menurut Amanda bahwa Internet memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk dan layanan mereka secara lebih efisien, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memperluas basis pelanggan.⁶³

Justifikasi hasil penelitian diatas dikaitkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Riyandi yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan anantara implementasi ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung

⁶³ Amanda. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020)

oleh nilai koefisien 0,279 dengan nilai Sig 0,032 < 0,05.⁶⁴ Penjelasan hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menjelaskan bahwa implementasi ekonomi digital mempengaruhi pendapatan usaha UMKM.

Penerapan ekonomi digital memiliki peran yang sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare, kebutuhan yang strategis dalam menghadapi era bisnis yang semakin kompetitif dan global. Melalui ekonomi digital, UMKM dapat mengakses berbagai peluang yang tidak terbatas oleh batas geografis, mengambil keuntungan dari teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, dengan memanfaatkan platform online dan perdagangan elektronik, UMKM dapat memperluas pangsa pasar mereka hingga ke beberapa wilayah Luar Kota Parepare.

Pembahasan lainnya merujuk pada pernyataan kuesioner dimana mayoritas responden juga menyatakan bahwa mereka menggunakan media digital dalam setiap transaksi bisnis mereka. Ini mencerminkan bagaimana teknologi digital telah meresap ke dalam setiap aspek bisnis, termasuk proses transaksi.

Penggunaan media digital dalam transaksi bisnis tidak hanya mencakup pembayaran elektronik, tetapi juga mencakup berbagai proses seperti pengolahan pesanan, manajemen inventaris, dan komunikasi dengan pelanggan. Kecepatan, akurasi, dan efisiensi yang diberikan oleh media digital telah membantu UMKM di Kota Parepare, atau bisnis apa pun,

⁶⁴ Ahmad Riyandi, "Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam". (Thesis : UIN Raden Intan Lampung, 2022) h, 1

meningkatkan kualitas layanan, memperpendek waktu respon terhadap pelanggan, dan mengurangi risiko kesalahan manusia. Hal ini memungkinkan para UMKM untuk bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif, mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, dan menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang. Penjelasan terkait dengan efisiensi usaha juga dijelaskan oleh Kotler bahwa penggunaan media digital dalam transaksi bisnis bukan lagi sekadar pilihan, melainkan suatu keharusan dalam menghadapi tantangan dan peluang dalam dunia bisnis yang terus berubah.⁶⁵

Pembahasan lainnya dimana mayoritas responden setuju bahwa penggunaan media digital elektronik mempermudah proses transaksi bisnis. Ini menggambarkan bagaimana teknologi telah meningkatkan efisiensi dalam mengelola pembayaran, pesanan, dan administrasi bisnis secara keseluruhan.

Penggunaan media digital elektronik mempermudah proses transaksi bisnis mengindikasikan bahwa teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam cara UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjalankan operasional mereka di Kota Parepare. Dalam era digital, kemampuan untuk mengotomatisasi dan menyederhanakan proses transaksi bisnis menjadi sebuah keunggulan yang tak terhindarkan. Dengan adopsi media digital elektronik, seperti sistem pembayaran online, *platform e-commerce* grab dan shope, dan perangkat bisnis lainnya, UMKM di Kota Parepare dapat menghemat waktu dan tenaga yang sebelumnya dibutuhkan untuk mengelola pembayaran, pesanan, dan administrasi bisnis secara

⁶⁵ Philip Kotler, *Marketing Management* (New Jersey: Prentice Hall, 2013) h.

manual. Penggunaan media digital elektronik telah menjadi salah satu pilar utama dalam membantu UMKM bertahan dan bersaing di era bisnis yang semakin terhubung secara digital.

Keterkaitan antara hasil penelitian diatas dengan teori Ekonomi digital dimana penggunaan media digital elektronik mempermudah proses transaksi bisnis sangat relevan dengan konsep ekonomi digital yang diuraikan oleh Don Tapscott. Ekonomi digital merupakan suatu bentuk kemajuan perekonomian yang mengandalkan teknologi digital dan transaksi elektronik sebagai fungsi utama.⁶⁶ Dalam konteks ini, teknologi digital, seperti internet, menjadi fondasi utama yang memungkinkan UMKM di Kota Parepare dan bisnis lainnya untuk menjalankan transaksi mereka secara efisien dan efektif.

Justifikasi dalam penelitian ini merujuk pada penjelasan bahwa dengan penerapan ekonomi digital yang secara konsisten maka tentunya memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha UMKN di Kota Parepare. Sebagaimana dijelaskan oleh Don Tapscott mengacu pada karakteristik ekonomi digital yang mencakup informasi, akses instrumen informasi, kapasitas informasi, dan pemrosesan informasi. Ini berkaitan dengan cara UMKM menggunakan media digital elektronik untuk mengelola transaksi bisnis mereka dimana dengan penggunaan digital yang baik akan memberikan dampak pada setiap aspek dalam usaha seseorang.⁶⁷

⁶⁶ Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, (New York : Mc Craw-Hill, 2014)

⁶⁷ Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, 2014.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penjelasan Vital Wave yang mengemukakan bahwa teknologi digital memungkinkan setiap orang untuk mengakses informasi pelanggan, menyediakan berbagai instrumen untuk memfasilitasi transaksi (seperti platform e-commerce), dan meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola data bisnis secara lebih baik.⁶⁸ Justifikasi hasil penelitian dan teori tersebut membuktikan bahwa dengan penerapan ekonomi digital yang efektif tentunya dapat memberikan kontribusi terhadap penghasil usaha seseorang.

Don Tapscott menggambarkan bagaimana ekonomi digital sangat erat kaitannya dengan penggunaan media digital elektronik dalam berbagai aspek bisnis. Oleh karena itu, penggunaan media digital elektronik dalam UMKM di Kota Parepare sejalan dengan konsep ekonomi digital yang mencerminkan perubahan mendasar dalam cara bisnis dijalankan, dengan teknologi digital sebagai pendorong utamanya.

Media digital elektronik, seperti platform e-commerce dan perangkat lunak manajemen bisnis, memungkinkan UMKM untuk mengotomatisasi proses bisnis mereka. Hal ini menghasilkan efisiensi yang signifikan dalam mengelola transaksi, mengurangi biaya operasional, dan mempercepat berbagai aspek bisnis, termasuk komunikasi dengan pelanggan. Penggunaan teknologi digital memungkinkan UMKM di Kota Parepare untuk bertransaksi lebih cepat dan efisien.

Teknologi digital juga mendorong inovasi dalam model bisnis UMKM. Mereka dapat menciptakan model bisnis baru yang lebih adaptif

⁶⁸ Vital Wave, *Digital Economies In Emerging Markets* (Englewood Cliffs: NJ Prentice Hall, 2017), h. 87

terhadap perubahan lingkungan dan preferensi konsumen. Contohnya, dengan adopsi teknologi baru, UMKM dapat merancang strategi pemasaran yang lebih kreatif dan menyesuaikan produk atau layanan mereka dengan kebutuhan pasar yang berkembang.⁶⁹ Dalam ekonomi digital, pengalaman pengguna menjadi sangat penting. UMKM dapat menggunakan media digital untuk memberikan pengalaman pengguna yang lebih interaktif, mudah, dan personal kepada pelanggan mereka. Hal ini dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan dengan mereka.

Penggunaan media digital elektronik dalam UMKM di Kota Parepare tidak hanya mencerminkan efisiensi dalam bertransaksi dan berkomunikasi, tetapi juga menggambarkan bagaimana teknologi digital telah membawa perubahan dan inovasi dalam bisnis mereka, memungkinkan akses ke pasar global, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memanfaatkan data untuk pertumbuhan yang lebih baik.

2. Tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Pembahasan penelitian kedua terkait dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare, hasil pengujian penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan memiliki nilai sebesar 85%. Skor klasifikasi ini menunjukkan tingkat yang sangat baik dalam hal peningkatan pendapatan. Artinya, peningkatan pendapatan tersebut dianggap sangat berhasil atau signifikan. Dengan skor sebesar 85%, dapat disimpulkan bahwa tindakan atau upaya yang dilakukan untuk

⁶⁹ Aji Rustam. "Digitalisasi, Era Tantangan Media," (*Islamic Communication Journal*, 2016) h. 2

meningkatkan pendapatan telah menghasilkan hasil yang sangat memuaskan.

Pembahasan terkait dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare merujuk pada opsi pernyataan kuesioner yang dimana mayoritas responden menjawab sangat setuju, Berdasarkan data yang disampaikan, mayoritas responden sangat setuju bahwa pendapatan usaha mereka setiap bulannya melebihi 1 juta. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mereka cukup sukses dalam menghasilkan pendapatan yang stabil. Selain itu, peningkatan pendapatan selama 5 bulan terakhir juga menunjukkan bahwa usaha mereka berkembang dengan baik.

Data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dari UMKM di Kota Parepare sangat setuju bahwa pendapatan usaha mereka setiap bulannya melebihi 1 juta rupiah merupakan indikasi positif tentang kondisi UMKM di kota tersebut. Pendapatan usaha yang stabil di atas ambang batas tersebut menggambarkan bahwa banyak UMKM di Parepare mampu memenuhi kebutuhan dasar bisnis mereka dan meraih keuntungan yang cukup untuk berkelanjutan. Selain itu, peningkatan pendapatan selama 5 bulan terakhir menunjukkan bahwa UMKM di Kota ini memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti dukungan pemasaran digital, peningkatan kualitas produk atau layanan, atau perubahan dalam strategi operasional yang lebih efisien.

Menurut Sri Mulyati bahwa pendapatan usaha dapat diukur dari jumlah profit yang mereka dapatkan dan dibandingkan dengan output –

input usaha serta mempertimbangkan berbagai aspek lainnya.⁷⁰ Tingkat pendapatan yang baik, pertumbuhan bisnis yang signifikan dalam waktu singkat juga mencerminkan kondisi yang sehat di sektor UMKM Kota Parepare. Ini menunjukkan adanya peluang bisnis yang cukup besar di daerah tersebut dan kemampuan para pemilik UMKM untuk mengambil manfaat dari peluang tersebut. Kesuksesan UMKM dalam meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnisnya juga dapat berdampak positif pada perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja tambahan, dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi daerah secara keseluruhan.

Pendapatan usaha yang meningkat dengan penggunaan digital juga mendapat dukungan kuat dari responden yang sangat setuju. Hal ini menandakan bahwa pemanfaatan teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan pendapatan mereka, bahkan hingga mencapai peningkatan drastis. Faktor pemasaran melalui sistem digital juga dianggap berpengaruh besar terhadap omzet usaha mereka, yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran online sangat efektif.

Pendapatan usaha meningkat secara drastis dengan penggunaan teknologi digital sangat relevan dan menggambarkan potensi besar yang dimiliki oleh ekonomi digital dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Penerapan ekonomi digital dapat membuka berbagai peluang yang signifikan bagi UMKM dalam beberapa cara. Teknologi memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan dimana dengan mempertimbangkan dimensi-dimensi seperti penggunaan akses internet

⁷⁰ Sri Mulyati, "Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Debitur PT. BPR Pundi Masyarakat Kota Batam, 2017)

yang efisien dan penggunaan mobilisasi transaksi yang efektif dapat memberikan dampak yang signifikan.⁷¹ Pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Dengan hadirnya platform online dan sosial media, UMKM dapat lebih mudah menjangkau konsumen potensial di luar wilayah fisik mereka. Hal ini dapat menghasilkan peningkatan omzet yang substansial, seperti yang disoroti oleh responden yang sangat setuju.

Strategi pemasaran online yang efektif dapat memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk atau layanan mereka dengan lebih efisien dan tepat sasaran. Ini berarti biaya promosi dapat lebih terkontrol, sementara dampaknya terhadap penjualan menjadi lebih besar. Pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk mengukur kinerja kampanye mereka dengan lebih baik, sehingga mereka dapat melakukan perbaikan yang diperlukan secara cepat. UMKM di Kota Parepare telah berhasil memanfaatkan ekonomi digital untuk meningkatkan pendapatan dan omzet bisnis mereka. Hal ini menggarisbawahi pentingnya penerapan teknologi digital dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan sektor UMKM di berbagai daerah, termasuk Parepare.

Tingkat pendapatan rata-rata yang mampu memenuhi pembayaran usaha dan gaji karyawan setiap bulannya adalah indikator penting dari stabilitas keuangan dalam bisnis UMKM di Kota Parepare.

Hasil penelitian bahwa mayoritas responden UMKM di Kota Parepare sangat setuju dengan pernyataan tentang peningkatan pendapatan dan

⁷¹ Gonibala, N. Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, (Thesis ; Universitas Udayana) 19(01), 56–67. 2019

stabilitas keuangan mereka dapat dihubungkan dengan teori peningkatan pendapatan UMKM pada kajian teoritis dimana Hasil penelitian mencatat bahwa pendapatan usaha rata-rata UMKM di Kota Parepare melebihi 1 juta rupiah setiap bulannya, dan mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan ini. Ini menggambarkan bahwa pendapatan rata-rata UMKM di wilayah tersebut telah meningkat secara signifikan, sesuai dengan indikator pertama teori peningkatan pendapatan UMKM.

Justifikasi hasil penelitian ini dengan teori bahwa teori yang menyatakan bahwa pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun barang yang berasal dari pihak lain, dan bahwa pendapatan ini merupakan sumber penghasilan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang.⁷² Penjelasan tersebut dapat dikaitkan dengan hasil penelitian dan indikator-indikator peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare serta penerapan ekonomi digital. Pendapatan diukur sebagai suatu arus yang dihasilkan dari jasa produktif yang mengalir ke arah yang berlawanan dengan aliran pendapatan.⁷³ yang berarti bahwa pendapatan harus diperoleh dari aktivitas produktif. Hasil penelitian yang mencatat peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare menggambarkan bahwa UMKM di wilayah tersebut aktif terlibat dalam aktivitas produktif. Begitu juga dengan UMKM di Kota Parepare yang menghasilkan produk atau layanan yang dihargai oleh konsumen, yang pada gilirannya menghasilkan pendapatan untuk mendukung kehidupan mereka.

⁷² Soeratno. *Ekonomi Mikro Pengantar*. (Yogyakarta : Bagian Penerbitan Yogyakarta Press, 2021) h. 87

⁷³ Soeratno. *Ekonomi Mikro Pengantar*. 2021. h. 87

Indikator-indikator seperti pendapatan rata-rata UMKM, pertumbuhan omzet, dan tingkat profitabilitas mencerminkan berbagai aspek dari arus pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM. Pendapatan rata-rata yang melebihi 1 juta rupiah, peningkatan omzet, dan perubahan dalam tingkat profitabilitas adalah hasil langsung dari aktivitas produktif yang dijalankan oleh UMKM ini.

Justifikasi hasil penelitian ini dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanny bahwa penerapan ekonomi digital memberikan kontribusi terhadap aktivitas pemasaran.⁷⁴ Relevansi hasil penelitian tersebut sejalan dengan termuan penelitian ini yang menjelaskan bahwa salah satu alat yang digunakan oleh UMKM untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui aktivitas pemasaran online sesuai dengan fungsi digital yang dilakukan di UMKM Kota Parepare. Teknologi digital memungkinkan aliran jasa produktif dari UMKM ke konsumen secara lebih efisien, menghasilkan pendapatan tambahan yang sangat dibutuhkan untuk kelangsungan hidup bisnis mereka.

Responden yang sangat setuju dengan peningkatan pendapatan juga mencerminkan bahwa pertumbuhan omzet UMKM di Kota Parepare mengalami peningkatan drastis dalam beberapa bulan terakhir. Hal ini sejalan dengan indikator pertumbuhan omzet yang merupakan salah satu faktor penting dalam mengukur perubahan pendapatan UMKM. Hasil yang menunjukkan pendapatan rata-rata yang memadai untuk membayar

⁷⁴ Hanny et al. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap Peningkatan pendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan - Depok. Excellent, (Thesis : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 7(1), 56–68)

karyawan dan biaya usaha mungkin menunjukkan bahwa ada upaya untuk mengurangi ketidaksetaraan pendapatan di antara UMKM di Kota Parepare.

Penggunaan indikator peningkatan pendapatan UMKM seperti yang diuraikan dalam teori dimana penting untuk mengukur dampak positif penerapan ekonomi digital pada UMKM. Dengan demikian, pemerintah dan lembaga pengembangan UMKM dapat menggunakan data ini untuk merumuskan kebijakan yang lebih efektif dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di wilayah Kota Parepare.

3. Hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Pembahasan penelitian merujuk pada hubungan antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan dimana dari hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat hubungan antar variabel penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan yaitu 0,620 yang berada pada interval nilai 0,60 - 0,799 pada kategori hubungan yang kuat.

Pembahasan penelitian yang menunjukkan tingkat hubungan sebesar 0,620 antara penerapan ekonomi digital dan peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare berada dalam interval nilai 0,60 - 0,799, yang kategoriannya merupakan hubungan yang kuat, mengindikasikan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut.

Ketika tingkat hubungan antara dua variabel berada pada kategori yang kuat, hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat penerapan ekonomi digital, semakin besar pula peningkatan pendapatan yang dapat dicapai oleh

UMKM di Kota Parepare. Penjelasan tersebut menggambarkan bahwa UMKM yang menggunakan teknologi digital dengan lebih baik memiliki potensi yang lebih tinggi untuk meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan.

Hubungan yang kuat ini juga menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital telah memiliki dampak yang positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Dengan kata lain, UMKM yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, atau meningkatkan kualitas pemasaran mereka cenderung mencapai peningkatan pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan yang tidak.

Urgensi dari hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan ekonomi digital dapat dianggap sebagai faktor yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM di Kota Parepare. Penjelasan tersebut sejalan dengan pandangan Angga yang mendukung ide bahwa investasi dalam teknologi digital dapat menghasilkan manfaat yang substansial dalam meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM dalam era yang semakin terdigitalisasi.⁷⁵

Penelitian yang mendukung hasil penelitian ini yaitu dilakukan oleh Herman Wijaya yang menyebutkan bahwa ekonomi digital memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kota Serang. Serta peran dari literasi digital signifikan dalam memoderasi hubungan kedua variabel tersebut. Sehingga mengindikasikan bahwa pendapatan UMKM akan semakin bertambah bila literasi digital

⁷⁵ Angga, B. “Ekonomi Digital dan Ketimpangan Literai Teknologi” (*Jurnal Siasat Bisnis (JSB)*, ISSN 0853-7666, 2020) h. 3

dimaksimalkan.⁷⁶ Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare memiliki implikasi yang sangat penting dalam konteks perkembangan bisnis dan ekonomi di wilayah tersebut. Penerapan teknologi digital dalam operasional UMKM memungkinkan mereka untuk mencapai berbagai manfaat, seperti meningkatkan efisiensi, mencapai pasar yang lebih luas, dan memperbaiki pemasaran produk atau layanan mereka.

Pembahasan penelitian ini juga sejalan dengan studi terkait dengan pemasaran produk berbasis online yang menyebutkan bahwa produk kerajinan yang dipasarkan secara online telah meningkatkan pemahaman anggota komunitas pengrajin cangkang kerang yang berada di bawah naungan Dekranasda Kota Parepare tentang pentingnya pemasaran secara online, dan telah mendorong pelaku industri kreatif cangkang kerang menggunakan aplikasi jual-beli online seperti Shopee, Tokopedia dan lain-lainnya.⁷⁷ Pengabdian tersebut menjadi bukti bahwa dengan adanya cakupan pemasaran yang maksimal maka penjualan produk akan dapat secara signifikan mempengaruhi pendapatan UMKM. Pentingnya penelitian ini terletak pada fakta bahwa UMKM yang dimana dalam teknologi digital dapat mencapai peningkatan pendapatan yang lebih besar daripada yang tidak melakukannya. Ini mengindikasikan bahwa teknologi digital bukan

⁷⁶ Herman Wijaya, "Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan UMKM Kota Serang dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi". (Thesis : UK, *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*)

⁷⁷ Andi Bahri, "Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Kerajinan Pada Komunitas Industri Kreatif Cangkang Kerang Di Kota Parepare" (*JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri, 2022)*)

hanya alat bantu, tetapi juga aset strategis yang dapat membantu UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin terdigitalisasi.

4. Pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.

Pembahasan penelitian selanjutnya berkaitan dengan Pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare, Hasil analisis statistik yang dijabarkan pada hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Parepare. Berdasarkan nilai F hitung yang lebih besar dari nilai F tabel, ini menandakan bahwa variabel penerapan ekonomi digital secara bersama-sama atau simultan memiliki dampak signifikan terhadap variabel peningkatan pendapatan.

Pembahasan terkait dengan pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,014 atau 1,4% mengindikasikan bahwa sekitar 1,4% dari variasi peningkatan pendapatan UMKM di Parepare dapat dijelaskan oleh penerapan ekonomi digital. Sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,410 atau 41% menggambarkan bahwa pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan mencapai sekitar 41%, yang cukup signifikan. Perlu diingat bahwa sisa 59% dari variasi dalam peningkatan pendapatan UMKM dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut bisa mencakup faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi global, perubahan tren pasar,

peraturan pemerintah, atau bahkan faktor internal lainnya dalam operasional bisnis UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung bahwa penerapan ekonomi digital berperan penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Parepare, meskipun ada faktor-faktor lain yang juga turut berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan tersebut. Oleh karena itu, strategi penerapan teknologi digital dalam bisnis UMKM bisa menjadi pilihan yang bijak untuk mencapai pertumbuhan dan kesuksesan yang lebih baik di era yang semakin terdigitalisasi.

Pembahasan penelitian ini dikaitkan dengan beberapa penjelasan pada kajian teori bahwa digitalisasi merupakan proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoperasian otomatis dan sistem terkomputerisasi. Perkembangan teknologi digital merupakan hasil rekayasa akal, pikiran, dan kecerdasan manusia yang tercermin dalam kemajuan ilmu pengetahuan. Selanjutnya memberikan manfaat dalam segala aspek kehidupan manusia.⁷⁸ Penjelasan dalam kajian teori tentang digitalisasi yang menggambarkan bahwa digitalisasi adalah proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoperasian otomatis dan sistem terkomputerisasi dapat sangat terkait dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa penerapan ekonomi digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Parepare.

⁷⁸ Aji Rustam. "Digitalisasi, Era Tantangan Media," (*Islamic Communication Journal*, 2016) h. 4

Penerapan ekonomi digital juga melibatkan perubahan dari cara konvensional (analog) dalam menjalankan bisnis menjadi lebih terkomputerisasi dan berbasis data digital. UMKM di Parepare mungkin telah beralih dari metode bisnis konvensional ke model bisnis yang lebih terkait dengan teknologi digital.

Pembahasan penelitian ini dijelaskan dalam justifikasi penelitian dimana teori digitalisasi menyebutkan bahwa digitalisasi melibatkan pengoperasian otomatis yang dilakukan dengan cara yang lebih efektif tanpa memerlukan SDM yang banyak.⁷⁹. Dalam konteks UMKM, penggunaan teknologi digital seperti perangkat lunak manajemen bisnis atau platform e-commerce dapat memungkinkan otomatisasi beberapa aspek operasional bisnis, seperti pemrosesan pesanan atau manajemen keuangan.

Penjelasan dalam kajian teori tentang digitalisasi dapat memberikan dasar konseptual yang kuat untuk memahami mengapa penerapan ekonomi digital memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan UMKM di Parepare. Hal ini menggarisbawahi pentingnya beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dalam mengelola bisnis dan mengejar peluang pertumbuhan ekonomi yang terkait dengan digitalisasi.

Justifikasi hasil penelitian ini dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari Nurul Amalia yang menjelaskan bahwa adanya pengaruh ekonomi digital secara persial yang positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi

⁷⁹ Basry, A. "Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM". (Jurnal Komputer dan Informatika, 2(3) 2018)

digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi digital.⁸⁰ Penjelasan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare.

Hasil penelitian ini dikaitkan dengan beberapa prinsip ekonomi syariah dimana Ekonomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana manusi mencukupi kebutuhan hidupnya melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi terhadap barang maupun jasa.⁸¹ Sedangkan ekonomi syariah dapat diartikan sebagai kegiatan atau perilaku yang bersifat ekonomi dimana dilakukan berdasarkan pada kaidah-kaidah Islam dengan tujuan mendapatkan ridha dari Allah swt.⁸²

5. Implikasi ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Pembahasan penelitian merujuk pada rumusan masalah kelima yaitu terkait dengan penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare dapat dihubungkan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Lebih jauh ekonomi syariah dimaksudkan ke dalam Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.⁸³ Ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama, yang dimaksud

⁸⁰ Sari Nurul “ Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Makassar”. (Thesis : Universitas Negeri Makassar) h, 1

⁸¹ Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018) h. 35

⁸² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: UGM Press, 2018) h. 90

⁸³ Syakur, *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam*, (2018) h. 23-24.

ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. Kedua yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem.⁸⁴

Ekonomi syariah menekankan pentingnya menjalankan aktivitas ekonomi dengan tepat waktu dan dengan kecepatan yang dibutuhkan. Penerapan ekonomi digital memungkinkan UMKM di Parepare untuk beroperasi dengan lebih efisien dan responsif terhadap perubahan pasar. Dengan teknologi digital, mereka dapat memproses pesanan dengan cepat, berkomunikasi dengan pelanggan secara instan, dan menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan lebih fleksibel.

Prinsip efisiensi sumber daya menjadi salah satu aspek penting dalam ekonomi syariah adalah pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif. Penerapan ekonomi digital memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya UMKM di Kota Parepare, seperti tenaga kerja dan bahan baku. Dengan penerapan digital ekonomi dalam UMKM maka mereka dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi. Disisi lain transparansi dalam prinsip ekonomi syariah menekankan transparansi dalam transaksi ekonomi. Penerapan ekonomi digital seringkali menyediakan catatan yang transparan tentang transaksi bisnis.

Penerapan ekonomi digital dalam UMKM di Kota Parepare, sebagaimana dijelaskan dalam hasil penelitian, dapat mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi syariah tertentu, seperti efisiensi, keadilan, dan transparansi. Ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat yang berguna dalam mengembangkan bisnis UMKM yang sesuai dengan

⁸⁴ Afandi Yazid, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2019) h. 89

nilai-nilai ekonomi syariah dan dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Parepare.

- a. Prinsip Tauhid (Kepercayaan pada Allah) merupakan konsep dasar dalam Islam yang menegaskan bahwa Allah adalah pemilik sejati segala sesuatu. Penerapan ekonomi digital dalam UMKM di Parepare dapat dilihat sebagai upaya untuk memanfaatkan sumber daya yang Allah berikan dengan lebih efisien dan efektif. Hal ini mencerminkan kesadaran akan amanah (tanggung jawab) sebagai manusia yang diberikan sumber daya untuk digunakan dengan benar. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al Baqarah 2:267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahnya:

Orang-orang yang menafkahkan hartanya di malam dan siang hari, secara sembunyi dan terang-terangan, maka bagi mereka pahala di sisi Tuhannya dan tidak ada kekhawatiran terhadap mereka, dan mereka tidak (pula) bersedih hati.⁸⁵

Ayat diatas menjelaskan bahwa kesadaran bahwa harta yang dimiliki oleh manusia sebenarnya adalah milik Allah, dan manusia diberi tanggung jawab untuk mengelolanya dengan baik. Penerapan ekonomi digital dalam UMKM di Parepare dapat dilihat sebagai salah satu cara untuk lebih efisien dan efektif dalam memanfaatkan sumber daya yang

⁸⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015) h, 345

Allah berikan. Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir Al Misbah menjelaskan bahwa segala sesuatu berasal dari Allah dan tanggung jawab manusia untuk mengelola harta dengan benar.⁸⁶

Penerapan ekonomi digital di UMKM Parepare mencerminkan prinsip tauhid dengan memanfaatkan sumber daya yang Allah berikan secara efisien. Fakta penelitian menunjukkan bahwa platform digital di gunakan oleh UMKM untuk mengelola stok, pemasaran, dan transaksi secara lebih efektif, mencerminkan kesadaran akan amanah dalam pengelolaan usaha

- b. Prinsip *Adl'* (Keadilan) dalam ekonomi syariah menekankan pentingnya berlaku adil dalam segala transaksi ekonomi. Penerapan ekonomi digital dapat membantu memastikan bahwa distribusi pendapatan dan manfaat ekonomi bersifat lebih merata. Selain itu, adanya transparansi dalam transaksi digital dapat mendukung prinsip adil ini. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Mumtahanah 60:8. Bahwa:

لَا يَنْهَىٰكُمْ اللَّهُ عَنِ الدِّينِ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُمْ
مِّن دِيَارِكُمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

Terjemahnya:

Allah tidak melarang kamu untuk berbuat baik dan berlaku adil terhadap orang-orang yang tidak memerangimu karena agama dan tidak (pula) mengusir kamu dari negerimu. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berlaku adil.⁸⁷

⁸⁶ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta : Lentera Hati, 2012) h, 103

⁸⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*: Juz 1-30,. (Jakarta: PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang)

Ayat diatas menjelaskan pentingnya berlaku adil terhadap orang-orang yang tidak memerangimu karena agama dan tidak mengusirmu dari negerimu. Ayat ini menegaskan bahwa Allah tidak melarang umat-Nya untuk berbuat baik dan adil terhadap sesama, terlepas dari perbedaan agama atau keyakinan. Menyiratkan pesan keadilan ini mengandung makna bahwa dalam konteks ekonomi syariah, prinsip adil harus dijunjung tinggi. Dalam penerapan ekonomi syariah, termasuk ekonomi digital, prinsip adil ini mengajarkan agar distribusi pendapatan dan manfaat ekonomi bersifat merata. Penerapan teknologi digital, dengan adanya transparansi dalam transaksi, dapat membantu menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih adil. Teknologi memberikan kemudahan dalam memantau dan memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan jujur dan tidak melibatkan penyelewengan.

Menurut tafsir oleh Quraish Shihab dalam kitab Al Misbah bahwa ayat ini menegaskan pentingnya berlaku adil dan berbuat baik terhadap orang-orang di sekitar, terlepas dari perbedaan keyakinan atau agama.⁸⁸ Fakta menunjukkan bahwa penggunaan ekonomi digital membantu memastikan keadilan dalam distribusi pendapatan dan manfaat ekonomi di antara pelaku UMKM. Transparansi dalam transaksi digital dan platform e-commerce dapat mendukung prinsip adl', menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih merata.

⁸⁸ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta : Lentera Hati, 2012) h, 103

c. Prinsip *Nubuwwah* (Sikap Bijaksana dan Kebenaran)

Analisis tentang prinsip *nubuwwah*, khususnya sifat-sifat utama Nabi Muhammad SAW, dalam konteks hasil penelitian tentang pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Parepare, dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek. Sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yang patut diteladani, seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan kasih sayang, dapat dijadikan acuan dalam mengevaluasi dampak ekonomi digital terhadap UMKM. Kejujuran dalam pelaporan keuangan, amanah dalam berbisnis, serta keadilan dalam bertransaksi menjadi nilai-nilai yang ditekankan oleh prinsip *nubuwwah*. Sebagaimana dijelaskan dalam QS. An Nahl 16:90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat baik, dan memberi kepada kaum kerabat; dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat memahami.⁸⁹

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap orang agar selalu berlaku adil dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam transaksi ekonomi. Keadilan dalam bisnis dan ekonomi mencakup distribusi yang merata, transparansi, dan perlakuan yang adil terhadap semua pihak sebagaimana

⁸⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015) h, 345

sikap Rasulullah dalam mengelola bisnis. Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah menyebutkan bahwa Perintah untuk berlaku adil menekankan pentingnya keadilan dalam segala aspek kehidupan. Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepada kalian agar kalian dapat mengambil pelajaran.⁹⁰ Penjelasan di atas mendeskripsikan bahwa landasan moral dan etika yang kuat bagi umat Islam dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam konteks ekonomi dan bisnis. Nilai-nilai seperti keadilan, kebaikan, keberkahan, dan larangan dari tindakan buruk menciptakan fondasi yang kokoh untuk menciptakan masyarakat yang berkeadilan dan bermoral.

- d. Prinsip Amanah (Tanggung Jawab dan Kredibilitas) mengajarkan pentingnya kepercayaan dan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis. Dengan penerapan ekonomi digital, rekam jejak transaksi yang akurat dan sistem kepercayaan dapat dibangun dengan lebih baik, menghormati nilai-nilai amanah. Sebagaimana dijelaskan dalam QS Al-Mukminun 23/8:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِنِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رُءُوفُونَ

Terjemahnya:

Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.⁹¹

⁹⁰ M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta : Lentera Hati, 2012) h, 564

⁹¹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* (Bandung: CV Darus Sunnah, 2015) h, 121

Ayat diatas menjelaskan tentang tanggung jawab dan kepercayaan. Ayat ini menyoroti kewajiban untuk menjaga amanah atau kepercayaan yang diberikan kepada seseorang. Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir Al Misbah bahwa orang-orang yang selalu menjaga amanah dan menepati janji, dan orang-orang yang senantiasa mendirikan shalat pada waktunya dengan menyempurnakan rukun-rukunnya. Mereka yang memiliki derajat yang tinggi itu akan mewarisi surga, mewarisi tempatnya yang paling mulia, dan mereka akan tinggal di dalamnya selama-lamanya.⁹² Implementasi ekonomi digital dijelaskan bahwa pencatatan transaksi yang akurat dan sistem kepercayaan yang baik. Fakta ini sejalan dengan prinsip amanah, menciptakan bisnis UMKM yang dapat dipercaya dan kredibel dalam menjalankan operasionalnya.

Keberhasilan UMKM di Kota Parepare dalam menerapkan kecerdikan dan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan bisnisnya didukung oleh data dan analisis cerdas yang diperoleh dari platform ekonomi digital yang mereka gunakan. Dalam konteks bisnis, penerapan ekonomi digital dapat menjadi sarana untuk meraih keberhasilan ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dengan tetap menjalankan bisnis dengan integritas dan tujuan akhirat yang baik. Kaitan ini menggarisbawahi bahwa penerapan ekonomi digital dalam UMKM di Parepare dapat sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah dan nilai-nilai Islam yang mendorong praktik bisnis yang adil, jujur, dan bertanggung jawab.

Pelaku usaha dituntut untuk terus menerapkan ekonomi digital dengan tetap memperhatikan aspek syariah didalam usaha diharapkan memberikan

⁹² M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah* (Jakarta : Lentera Hati, 2012) h, 321

pelayanan yang adil dan berkualitas kepada semua pelanggan, tanpa membedakan latar belakang agama atau keyakinan mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa dalam perniagaan, senantiasa seseorang untuk mengikuti jalan yang telah ditetapkan dalam agama, dan tidak untuk memakan harta sesama mereka dalam jalan yang batil. Ayat diatas menekankan prinsip-prinsip etika bisnis dan keadilan dalam Islam. Ayat ini melarang praktik-praktik yang merugikan sesama muslim dalam bisnis dan mengingatkan agar bertransaksi dengan jalan yang sah dan adil. Hal ini memiliki kaitan yang kuat dengan penerapan ekonomi digital secara prinsip syariah. Transparansi dan keadilan dalam bisnis digital, transparansi sangat penting. Prinsip ini sejalan dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan adil dan jujur dalam semua transaksi. Penerapan ekonomi digital yang transparan membantu menghindari praktik-praktik yang merugikan dan menjaga keadilan dalam perdagangan.

Perjanjian yang saling menyepakati dimana ayat tersebut juga menekankan pentingnya perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kedua belah pihak. Dalam ekonomi digital, kontrak dan perjanjian bisnis harus dibuat dengan persetujuan bersama yang jelas, dan tidak ada unsur penipuan atau pemaksaan.

Larangan memakan harta haram dimana ayat ini juga mencela praktik memakan harta secara batil. Dalam ekonomi digital yang berlandaskan prinsip syariah, penting untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang diperdagangkan adalah halal dan tidak melibatkan praktik haram. Penerapan Teknologi dengan Etika: Dalam ekonomi digital, penggunaan teknologi harus sejalan dengan nilai-nilai Islam. Pelaku bisnis harus memastikan

bahwa teknologi digunakan dengan etika yang baik dan tidak merugikan orang lain.

Penelitian ini dikaitkan dengan hasil penelitian lainnya yang relevan dimana Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursyakilah Syikin dengan judul "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini" memiliki relevansi yang kuat dengan penerapan ekonomi digital di UMKM Parepare.⁹³ Penelitian tersebut menyoroti dampak positif perkembangan ekonomi digital pada UMKM kuliner di Kecamatan Rappocini, dan hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang mencerminkan etika bisnis yang adil, jujur, dan bertanggung jawab. Para responden penelitian mengungkapkan bahwa perkembangan ekonomi digital telah membuat aktivitas bisnis mereka menjadi lebih lancar, memudahkan dalam menjual, memasarkan, dan memproduksi barang.

Hal ini menggambarkan bahwa penerapan ekonomi digital di UMKM Parepare, seperti yang disebutkan dalam penelitian, juga dapat meningkatkan pendapatan. Dengan teknologi digital, UMKM Parepare dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kualitas pemasaran mereka, sesuai dengan hasil penelitian di Kecamatan Rappocini.

Prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial juga relevan dengan penerapan ekonomi digital di UMKM Parepare. Dengan menjalankan bisnis digital

⁹³Nursyakilah Syikin "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini"(Thesis: Universitas Hasanuddin Makassar, 2021) h. 3

dengan etika yang baik, UMKM Parepare dapat menjaga integritas dan memastikan bahwa praktik bisnis mereka mencerminkan nilai-nilai Islam yang berorientasi pada kesejahteraan bersama.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan Pengaruh penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare, berikut kesimpulan penelitian:

1. Berdasarkan pengujian *One Sample T Test* dimana penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai 89% yang berarti hipotesis diterima dimana penerapan ekonomi digital dinilai sangat baik. Maka H_1 Diterima.
2. Berdasarkan pengujian *One Sample T Test* dimana tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Menunjukkan kategori tinggi dengan nilai 85% yang berarti hipotesis diterima dimana pendapatan usaha mikro kecil dan menengah dikategorikan tinggi. Maka H_2 Diterima.
3. Berdasarkan pengujian corelasi terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka H_3 Diterima.
4. Berdasarkan pengujian secara analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital

terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai sig sebesar $= 0,000 < 0,05$ Maka H_4 Diterima.

5. Tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare telah mengimplemntasikan prinsip syariah diantaranya yaitu prinsip tauhid, keadilan, kebenaran, tanggung jawab dan keterbukaan pada aktivitas usahanya yang menggunakan ekonomi digital baik dalam aspek transaksi maupun pada aktivitas pemasaran hingga segala bentuk interaksi pembeli dan penjual melalui digital ekonomi.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas maka implikasi dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Implikasi pertama adalah bahwa penerapan ekonomi digital memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan teknologi digital dengan baik dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM di Kota Parepare sebaiknya mempertimbangkan untuk mengadopsi lebih banyak aspek ekonomi digital dalam operasional bisnis mereka agar dapat terus meningkatkan pendapatan.
2. Implikasi kedua adalah bahwa pemerintah dan lembaga terkait di Kota Parepare perlu lebih mendukung perkembangan ekonomi digital dalam

UMKM. Dengan memperhatikan bahwa penerapan ekonomi digital memiliki dampak yang positif, pemerintah dapat memberikan insentif, pelatihan, dan akses yang lebih baik ke teknologi digital kepada UMKM. Ini dapat membantu menciptakan ekosistem yang lebih kondusif untuk pertumbuhan UMKM dan ekonomi digital secara keseluruhan di wilayah tersebut.

C. Saran

1. Kepada Mahasiswa

Adapun saran yang ditujukan kepada mahasiswa yang tertarik dalam bidang ekonomi, bisnis, atau teknologi sebaiknya mendalami lebih lanjut konsep dan praktik ekonomi digital. Ini akan memberikan landasan yang kuat untuk memahami dampaknya terhadap UMKM dan potensinya dalam meningkatkan pendapatan

2. Kepada Peneliti selanjutnya

Adapun saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya yaitu penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup dengan melibatkan lebih banyak UMKM dari berbagai sektor dan wilayah. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dampak ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Al Hakim

- Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* .Yogyakarta: UGM Press, 2018. Syakur, *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam*, .2018.
- Abdul Manan H, *Hukum Ekonomi Syariah, dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* .Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015.
- Abdullah Abdul Husain at-Tariqi, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar, dan Tujuan*, .Yogyakarta : Magistra Insania Press, 2016.
- Afandi Yazid, *Fiqih Muamalah* .Yogyakarta: Logung Pustaka, 2019.
- Ahmad Ilham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* .Jakarta: Gramedia Pusta Utama, 2014.
- Ahmad Rasidi, “Pengaruh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah .UMKM. Sektor Industri Terhadap Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin .RTM. di Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo”, .Tesis: Program Magister, Universitas Jember, 2016.
- Ahmad Riyandi, “ Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah .UMKM. Perspektif Ekonomi Islam” .Tesis : UIN Raden Intan Lampung, 2022.
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* .Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Al-Hakim, *Al-Adabul Mufrad Juz Iv* .Kairo: Darwa Mathba Asy-Sya'biy.
- Ali Sadikin, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis* .Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah* .Jakarta: Sinar Grafika, 2018.
- Alpha Edison. “Kemendag Targetkan Digitalisasi Sejuta Pedagang UMKM dan Seribu Pasar Rakyat”. Berita Terkini www.Menpan.go.id. Akses 2 Februari 2023
- Angga B, “Ekonomi Digital dan Ketimpangan Literai Teknologi.” .Dikutip dari <https://news.detik.com/>. diakses pada tanggal 01 Februari 2023
- Ayu Andini, “Analisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam” ..Thesis: UIN Raden Intan Lampung, 2021.
- Badan pusat statistik.Statistik usaha mikro, kecil, dan menengah .UMKM. tahun 2010-2011. .Jakarta.Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.
- Bandura, *Social Learning Theory* .Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. Baran, S.J & D.K, 2014.
- Bekraf.com, “Badan Ekonomi Kreatif,” n.d., <https://www.bekraf.go.id>. Di akses pada 23 Februari 2023.
- Bahri Andi, “Literasi Jualan Online Untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Kerajinan Pada Komunitas Industri Kreatif Cangkang Kerang Di Kota Parepare” (*JMM* .*Jurnal Masyarakat Mandiri*, 2022.

- Don, Tapscott. *Grown Up Digital Yang Muda Yang Mengubah Dunia Diterjemahkan: Tim Kompas Gramedia. Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World* .Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Drucker, Peter F. *Inovasi dan Kewiraswastaan yang diterjemahkan oleh Rusjdi* .Jakarta: Erlangga, 2017.
- Dumairy. *Perekonomian Indonesia* .Jakarta : Erlangga, 2016.
- Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif Dan Kualitatif* .Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.. Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* .Jakarta: Kencana, 2018..
- Fathurahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam* .Jakarta: Sinar Grafika, 2015.
- Hadion Wijoyo, *Pengantar Bisnis* .Solok: ICM Publisher, 2021.
- Handoko, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia* .Yogyakarta: BPFE, 2018.
- Hasyim and Rina Anindita, *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* .Jakarta: Uieu-University Press, 2019..
- Irfan Wahyudi, “Efektivitas Pengawasan Dewan Pengawas Syariah” .Thesis, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015.
- Iska, *Lembaga Syariah* .Batu sangkar: STAIN Batusangkar Press, 2015.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah* .Jakarta: Kencana, 2014..
- Kementrian Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* .Bandung: CV Darus Sunnah, 2015.
- Latief, AH. Azharudin, *Fiqh Muamalah* .Jakarta: UIN Jakarta Press, 2015.
- M Nur Ariyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* .Bandung: Alfabeta, 2012.
- Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah* .Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Muhammad, *Manajemen Keuangan Syari'ah* .Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah Klasik Dan Kontemporer* .Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Nur Rianto. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* , .Solo: PT. Era Audicitra Intermedia, 2011.
- Nursyakilah Syikin “Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah .UMKM. Kuliner Di Kecamatan Rappocini”.Thesis: Universitas Hasanuddin Makassar, 2021.
- Nurul Huda, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis* .Jakarta: PT. Interpratama Mandiri, 2016.
- Nurul Ulfi “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”. .Thesis : Pascasarjana: Ekonomi Pembangunan Muhammadiyah Palopo, 2021.

- Philip Kotler, *Marketing Management* .New Jersey: Prentice Hall, 2013.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* .Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi* ,Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* .Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017..
- Samuelson P.A, *Ilmu Makro Ekonomi .Terjemahan.* .Jakarta: PT.Media Global Edukasi, 2012.
- Sari Nurul “ Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Makassar”. Thesis : Universitas Negeri Makassar.
- Shomad, *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia* .Jakarta: Kencana Prenada Media, 2017.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* .Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000..
- Tiktik Sartika, *Ekonomi Skala Kecil Menengah dan Koperasi* .Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014.
- Vital Wave, *Digital Economies in Emerging Markets* .Englewood Cliffs: NJ Prentice Hall, 2017.
- Zainudin Ali, *Hukum ekonomi Syariah*, “Jakarta : Sinar Grafika, 2019.





LAMPIRAN

PAREPARE

Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
PASCASARJANA**

Jalan Amal Bakii No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-43/In.39/PP.00.09/PPS.05/08/2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian

10 Agustus 2023

Yth. Bapak Walikota Parepare
Cq. Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan
Terpadu Satu Pintu

Di
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tesis mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare tersebut di bawah ini :

Nama : AMIRULHAQ BIN MARRA
NIM : 2120203860102009
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh Penerapan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah).

Untuk keperluan Pengurusan segala sesuatunya yang berkaitan dengan penelitian tersebut akan diselesaikan oleh mahasiswa yang bersangkutan. Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Agustus sampai Oktober Tahun 2023

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kepada bapak/ibu kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin dan dukungan seperlunya.

Assalamu Alaikum Wr. Wb.



Direktur,
Darmawati, S.Ag., M.Pd
NIP. 19720703 199803 2 001



SRN IP0000777

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 782/IP/DPM-PTSP/8/2023

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **AMIRULHAQ BIN MARRA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
ALAMAT : **JL. BUKIT INDAH, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH PENERAPAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)**

LOKASI PENELITIAN : **1. DINAS PERDAGANGAN KOTA PAREPARE
2. DINAS TENAGA KERJA KOTA PAREPARE (UMKM SE KOTA PAREPARE)**

LAMA PENELITIAN : **24 Agustus 2023 s.d 24 Oktober 2023**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: Parepare
Pada Tanggal : 28 Agustus 2023

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pangkat : Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP : 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0,00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSN
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik





PEMERINTAH KOTA PAREPARE
 DINAS TENAGA KERJA
 Jln. Jend Sudirman No.61 Telp. (0421) 21559 Fax. (0421) 23517
 Email disnaker@pareparekota.go.id
 P A R E P A R E 9 1 1 2 2

SURAT KETERANGAN

Nomor : 500.10.30/346/Disnaker

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BASUKI BUSRAH, SE., M.Si
 Nip : 19750206 200312 1 012
 Jabatan : Kepala Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare
 Instansi : Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

Menerangkan bahwa :

Nama : AMIRULHAQ BIN MARRA
 Jurusan : Manajemen Syariah
 Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
 Alamat : Jl. Bukit Indah, Kec. Soreang, Kota Parepare

Yang tersebut namanya diatas benar telah melakukan penelitian/wawancara dengan judul penelitian **"PENGARUH PENERAPAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)"** yang dilaksanakan mulai tanggal 24 Agustus s.d 24 Oktober 2023 pada Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 07 November 2023

KEPALA DINAS,



BASUKI BUSRAH, SE, M.Si
 Pembina Muda / IV.b
 NIP.19750206 200312 1 012

Artikel Penelitian



FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
JURISPRUDENSI

Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-undangan, dan Ekonomi Islam

ISSN: 2685-698X, Terakreditasi Kemendikbud No: 36/E/KP/2019 (Sinta 4)
<http://ejournal.iainlangsa.ac.id/index.php/jurisprudensi> | Email: jurisprudensi@iainlangsa.ac.id
 Alamat: Jln. Meurendoh, Kota Langsa | Kode Pos 24411

Langsa, 08 Januari 2024

Letter of Acceptance (LoA)
 Nomor : 18/JISPE/XXIII/2024

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Tang beranda tangan di bawah ini:

Nama : M. Anasikhan, S.Pd.I., M.Ag
 Jabatan : Editor in Chief Jurnal
 Jurisprudensi Unit Kerja : Fakultas Syariah
 IAIN Langsa

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa artikel ilmiah yang berjudul "**PENGARUH PENERAPAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN EKONOMI SYARIAH)**" yang ditulis oleh Amrullah Bin Marwa, Muhammad Kamil Zubair, Hj. Muliati, Hj. Syahriyah Semann, dan Andi Bekri S akan terbit di Jurnal Jurisprudensi: Jurnal Ilmu Syariah, Perundang-undangan, dan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Langsa pada Volume Vol 16 No 1 Februari 2024.

Dengan ini surat penerimaan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,
 Editor in Chief

M. Anasikhan, S.Pd.I., M.Ag
 NIP: 199003112020121007



**PENGARUH PENERAPAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KOTA PAREPARE (TINJAUAN
EKONOMI SYARIAH)**

Penulis 1

Amirulhaq Bin Marra

amirulhaq@stainparepare.ac.id

Penulis 2

Muhammad Kamal Zubair

muhammadkamalzubair@iainpare.co.id

Penulis 3

Hj. Muliati

muliati@iainpare.ac.id

Penulis 4

Hj. Syahriyah Semaun

Syahriyahsemaun@iainpare.ac.id

Penulis 5

Andi Bahri S

andibahris@iainpare.ac.id

Abstract

This thesis discusses the implementation of digital economy, which is considered not to have a significant impact on income improvement for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City. The research aims to determine the effectiveness of digital economy implementation, assess the income levels, and investigate whether there is a positive and significant influence and correlation between the application of digital economy and the income levels of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City. The research method employed is quantitative research with a field research design. The

sample size for this study is 94 MSMEs in Parepare City. The instruments used include questionnaires, and the data analysis techniques involve descriptive and inferential analysis.

The research results indicate that the implementation of digital economy in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City falls into the very good category with a score of 89%. The income levels of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City show a high category with a score of 85%. There is a positive and significant correlation between the application of digital economy and the income levels of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City, with a significance value of $0.00 < 0.05$, indicating a positive and significant correlation. There is an influence of digital economy implementation on the income levels of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Parepare City, with a significance value of $= 0.000 < 0.05$. The Sharia economic perspective on the implementation of digital economy has incorporated Sharia principles, including the principles of monotheism, justice, truth, responsibility, and transparency in its business activities that use digital economy, both in transaction aspects and marketing activities, including all forms of buyer-seller interactions through digital economy.

Keyword: Digital economy, Income, Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM)

Abstrak

Tesis ini membahas tentang penerapan ekonomi digital yang dianggap tidak memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan dari pelaku UMKM di Kota Parepare. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik penerapan ekonomi digital dan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pendapatan serta untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*). Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 94 UMKM di Kota Parepare Adapun instrument yang digunakan yaitu kuesioner dan teknik analisis data yaitu analisis deskriptif dan inferensial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai 89%. Tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Menunjukkan kategori tinggi dengan nilai 85%. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Terdapat

pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai sig sebesar $= 0,000 < 0,05$. Tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital telah mengimplementasikan prinsip syariah diantaranya yaitu prinsip tauhid, keadilan, kebenaran, tanggung jawab dan keterbukaan pada aktivitas usahanya yang menggunakan ekonomi digital baik dalam aspek transaksi maupun pada aktivitas pemasaran hingga segala bentuk interaksi pembeli dan penjual melalui digital ekonomi.

Kata Kunci: Ekonomi digital, Pendapatan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pendahuluan

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara hingga pada peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas mereka, nilai tambah dan kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional dikategorikan rendah. (Bekraf, 2019)

Aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu aktivitas yang dilakukannya mulai dari kalangan masyarakat kalangan rendah hingga kalangan tinggi. Kebanyakan aktivitas tersebut adalah aktivitas penjualan produk dan atau penjualan jasa kepada konsumen. Istilah pendapatan dalam dunia bisnis bukanlah hal yang asing, karena usaha apapun yang digeluti tetap tujuan utamanya adalah menghasilkan pendapatan. Usaha besar atau kecil selalu mencari pendapatan supaya dapat menunjang kinerja keuangan yang optimal.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional. UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antargolongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Pengembangan UMKM mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan structural ekonomi negeri. Kontribusi tersebut adalah meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional di era globalisasi ekonomi.

Peneliti mengaitkan isu diatas dengan konsep Globalisasi ekonomi yang diartikan sebagai suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh suatu bangsa

dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan dan dilakukan terus menerus dalam jangka waktu yang panjang. Tujuan dari globalisasi ekonomi adalah menciptakan kesejahteraan umat manusia di dunia kerja dengan yang saling mencukupi kebutuhan antar bangsa melalui transaksi ekonomi.(Sartika, 2014)

Tabel 1.3 Jumlah UMKM Pengguna Digital Kota Parepare 2022

No	Jenis UMKM	Jumlah UMKM
1	Skala Mikro	830 Unit
2	Skala Kecil	142 Unit
3	Skala Menengah	230 Unit

Sumber: Dinas Ketenagakerjaan Kota Parepare.

Data diatas mendeskripsikan jumlah UMKM yang menggunakan digital pada usahanya yang tercatat sebagai usaha yang memberikan kontribusi pada pendapatan daerah. Terdapat 830 unit UMKM pada skala usaha mikro yang menggunakan Digital pada usahanya, terdapat 142 unit UMKM pada skala kecil dan 230 unit pada usaha skala menengah. Berdasarkan banyaknya UMKM yang telah menggunakan digital pada usahanya makan data tersebut menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan.

Ekonomi digital merupakan bagian dari proses pemanfaatan suatu inovasi untuk agar dapat secara utuh dirasakan dampaknya kepada manusia, kemudahan dan efektifitasan teknologi selalu menjadi suatu trobosan dalam setiap peradaban manusia, dalam Islam, pemanfaatan teknologi telah dijelaskan dalam Islam untuk menciptakan atau menggunakan alat yang dapat memudahkan pekerjaan kita. Itulah teknologi, dan ternyata ide pemanfaatan teknologi ini ada di dalam Al-Qur'an. Teknologi itu memang memiliki dua sisi. Dia bisa bermanfaat jika digunakan dengan tujuan yang baik, atau bisa menjadi musuh jika digunakan untuk tujuan yang tidak baik. Teknologi itu memang memiliki dua sisi. Bermanfaat jika digunakan dengan tujuan yang baik, atau bisa menjadi musuh jika digunakan untuk tujuan yang tidak baik. Pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari pemanfaatan dan efektifitasan Ekonomi Digital yang digunakan oleh pelaku Usaha UMKM. Konsep penelitian ini merujuk pada efektifitas penerapan ekonomi digital khususnya pada UMKM wilayah Kota Parepare.

Efektifitasan penerapan Ekonomi Digital dapat memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi suatu wilayah, jika merujuk pada salah satu hasil bahwa penerapan ekonomi digital pelaku usaha UMKM kuliner yang sudah mulai berkembang pesat dalam memenuhi kebutuhan digitalisasi dalam berbisnis. Perkembangan ekonomi digital menjadi peran penting agar ketangguhan ekonomi dapat terjaga apalagi di era new normal ini. Pengaruh ekonomi digital dalam UMKM kuliner sangat luar biasa dalam meningkatkan pendapatan UMKM tersebut serta luasnya akses penjualan yang didapatkan dalam melakukan usahanya.(Rasidi, 2016)

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut bahwa Ekonomi digital secara efektif dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, dengan efektifitas penggunaan dan jangkauan pasar, rujukan hasil penelitian tersebut kemudian menjadi asumsi bagi penelitian ini bahwa dengan penerapan Ekonomi Digital harusnya dapat meningkatkan pendapatan usaha UMKM di Kota Parepare. Pembahasan terkait dengan pendapatan usaha bahwa peningkatan pendapatan sektor usaha kecil mikro dan mengghah maka diperoleh indikator-indikator berdasarkan peningkatan pendapatan pengusaha kecil antara lain: permodalan usaha, volume penjualan, jumlah produksi, jumlah tenaga kerja, perbaikan kualitas usaha, peningkatan pendapatan. Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan.(Manan, 2015) Penjelasan tersebut dijadikan sebagai konsep pada peningkatan perekonomian penelitian ini, efektifitas Ekonomi Digital dalam meningkatkan seluruh indiaktor perkembangan pendapatan usaha UMKM di Kota Parepare.

Berdasarkan fakta dilapangan pada hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, pengamatan dilakukan kepada UMKM yang telah menggunakan sistem Digital selama 1 tahun lebih, dan UMKM yang menggunakan sistem Digital kurang dari 1 tahun. Temuan penulis menunjukkan bahwa UMKM yang telah menggunakan sistem Digital selama 1 tahun belum merasakan manfaat dari penggunaan digital dalam usahanya. UMKM yang menggunakan sistem Digital kurang dari 1 tahun menjelaskan bahwa selama penggunaan digital dalam usahanya, pelaku UMKM juga belum merasakan manfaat secara signifikan mempengaruhi efektifitas pendapatan mereka secara khususnya dalam aspek pemasaran dan jangkauan konsumen bahkan beberapa UMKM yang memutuskan berhenti menggunakan sistem Digital menyebutkan bahwa penggunaan digital tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan mereka dan bahkan hanya mengeluarkan *cost* (pengeluaran).

Penjelasan hasil observasi lapangan diatas mengindikasikan bahwa UMKM di Kota Parepare mayoritas belum memanfaatkan sistem Digital dengan maksimal pada usaha mereka. Baik itu penggunaan digital dari aspek pemasaran produk hingga pada perhitungan keuntungan usaha, beberapa pelaku usaha menggunakan digitalisasi namun tidak memberikan dampak pada usaha mereka, sehingga dapat diasumsikan bahwa UMKM di Kota Parepare belum memahami bagaimana pemanfaatan Ekonomi digital untuk di implementasikan pada Usaha yang dapat mmpengaruhi pendapatan mereka.

Berdasarkan seluruh penjelasan diatas penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatn pelaku UMKM di Kota Parepare serta mengevaluasi dati tinjauan ekonomi syariah. Penjelasan tersebut melatarbelakangi penelitian ini dilakukan dengan merumuskan judul penelitian yaitu “Pengaruh penerapan Ekonomi

digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah).

Tujuan Penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

6. Untuk mengetahui seberapa baik penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
7. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
8. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
9. Untuk mengetahui pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare.
10. Untuk mendeskripsikan tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ulfi dengan judul “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”. Adapun Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. E-Commerce mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 12% pola hubungan tersebut tergolong lemah dan kemampuan E-Commerce dalam mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 1,4% sedangkan 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain.(Ulfi, 2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare secara simultan berpengaruh positif dan signifikan Dimana $F_{hitung} = 21.342 > F_{tabel} = 3.09$ dan nilai sig sebesar $= 0,000 < 0,05$ Maka H_4 Diterima dimana terdapat pengaruh antara variabel penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare.

Penelitian yang dilakukan oleh Nursyakilah Syikin dengan judul “Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kecamatan Rappocini secara teoritis dapat peningkatan pendapatan untuk pengembangan ekonomi digital. Pengaruh semua responden menyatakan bahwa dengan perkembangan ekonomi digital, aktivitas bisnis mereka menjadi lebih lancar, memudahkan dalam menjual, memasarkan, dan memproduksi suatu barang.(Syikin, 2021) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai 89% dari yang

diharapkan (75%) yang berarti hipotesis diterima dimana penerapan ekonomi digital dinilai sangat baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari Nurul Amalia dengan judul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh ekonomi digital secara persial yang positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi digital. (Nurul, 2022) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan instrument penelitian menggunakan kuesioner, jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 94 UMKM di Kota Parepare dengan menggunakan analisis data pra syarat dan analisis hipotesis.

1 Bagian Pertama Pembahasan

1. Hasil Data Deskriptif

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Pria	38	40%
Wanita	56	60%
Total	94	100%

Tabel 01 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 38 orang atau 40%, sedangkan responden berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 56 orang atau 60%.

Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase %
20-25	21	22,34%
26-30	21	22,34%
31-35	23	24,47%
36-40	20	21,28%
41-45	9	9,57%
Total	94	100%

Tabel 02 Karakteristik responden berdasarkan Usia Responden

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah responden dengan usia 20-25 tahun yaitu sebanyak 21 orang dengan 22,34%. Responden dengan usia pada 26-30 tahun sebanyak 21 orang atau 22,34%. Responden dengan usia pada 31-35 tahun yaitu sebanyak 23 orang dengan 24,47%. Responden dengan usia 36-40 tahun sebanyak 20 orang atau 21,28%. Responden dengan umur 41-45 tahun sebanyak 9 orang atau 9,57%.

2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini berupa informasi atau fakta dari proses penelitian yang dilakukan, adapun beberapa data penelitian yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

Jenis Digital	Jumlah	Persen (%)
Grab	76	80,95%
Gojek	68	72,34%
Cashir Live	7	7,45%
Alshera Accounting	12	12,77%
Majoo	21	22,34%
Meta App	54	57,45%
Vend Kasir	12	12,77%
Bonum Pos	3	3,19%
Saku	18	19,15%
Kasir	27	28,72%
Mekari Jurnal	21	22,34%
E-Warung	5	5,35%
QRIS	58	61,70%
XZoho	3	3,19%
EasyCounting	2	2,13%
Mokaa Pos	7	7,46%
iReap	4	4,26%
Buku Warung	2	2,13%
Pawoon	9	9,57%
Olsera	1	1,06%

Tabel 03 Data Digital yang digunakan UMKM Kota Parepare

Data diatas mendeskripsikan jenis digital ekonmi yang digunakan oleh UMKM dalam penelitian ini, diketahui bahwa terdapat beberapa aplikasi secara dominana digunakan oleh parapelaku UMKM di Kota Parepare salah satunya yaitu aplikasi Gojek dan Grab yang digunakan dalam aspek pemasaran dan distribusi kepada pelanggan. Adapun data terkait dengan pendapatan responden yaitu sebagai berikut:

Pendapatan / Bulan	Frekuensi	Persen (%)
500 – 1 Juta	-	-
1 Juta – 3 Juta	24	25,53%
3 Juta – 5 Juta	61	64,89%
> 5 Juta	9	9,57%
Total	94	100%

Tabel 04 Data Penelitian, 2023

3. Hasil Penelitian

Penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Pengujian pada hipotesis pertrama yaitu pengujian pada variabel penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Adapun pengujian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

One-Sample Test						
Test Value = 75						
95% Confidence Interval of the						
	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
Ekonomi Digital	26.234	93	.000	-30.287	-30.76	-29.81

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas diketahui bahwa jumlah skor total yaitu 4203, adapun skor idealnya yaitu $5 \times 10 \times 94 = 4700$, dengan keterangan yaitu 5 ialah skor tertinggi skala, 10 ialah

jumlah butir pertanyaan dan 94 ialah jumlah responden. Sehingga untuk menilai % dari variabel penerapan ekonomi digital ialah $4203 : 4700 = 89\%$. Maka nilai penerapan ekonomi digital ialah sebesar 89% dari yang diharapkan. Nilai $t_{hitung} (26.234) > t_{tabel} (1,661)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diteima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa penerapan ekonomi digital lebih besar dari 75% dapat diterima dengan perhitungan sampel ditemukan rata-rata penerapan ekonomi digital yaitu 89% dari yang diharapkan.

Tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Pengujian pada hipotesis kedua yaitu pengujian pada variabel tingkat pendapatan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Adapun pengujian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

<i>One-Sample Test</i>						
Test Value = 75						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Peningkatan Pendapatan	46.460	93	.000	-27.223	-27.78	-26.66

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas diketahui bahwa jumlah skor total yaitu 4021, adapun skor idealnya yaitu $5 \times 10 \times 94 = 4700$, dengan keterangan yaitu 5 ialah skor tertinggi skala, 10 ialah jumlah butir pertanyaan dan 94 ialah jumlah responden. Sehingga untuk menilai % dari variabel penerapan ekonomi digital ialah $4021 : 4700 = 85\%$. Maka nilai variabel peningkatan pendapatan ialah sebesar 85% dari yang diharapkan. Nilai $t_{hitung} (46.460) > t_{tabel} (1,661)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diteima. Dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan bahwa penerapan ekonomi digital lebih besar dari 75% dapat diterima dengan perhitungan sampel ditemukan rata-rata peningkatan pendapatan yaitu 85% dari yang diharapkan.

Hubungan penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Pengujian selanjutnya yaitu pengujian korelasi Pearson product moment yang merupakan salah satu metode statistik yang digunakan

untuk mengukur hubungan linier antara dua variabel numerik. Berikut hasil pengujian *Pearson product moment*:

Correlations			
		Ekonomi Digital	Peningkatan Pendapatan
Ekonomi Digital	Pearson Correlation	1	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	94	94
Peningkatan Pendapatan	Pearson Correlation	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	94	94

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan penjelasan tabel diatas diketahui bahwa nilai sig (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,000$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara X dan Y atau terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Pengaruh penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Uji t secara parsial adalah prosedur statistik yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh relatif dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam konteks analisis regresi. Berikut hasil pengujian:

Tabel 4.17 Koefesien

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B		Beta		
1	(Constant)	36.471	5.451		6.691	.000
	Ekonomi Digital	.141	.122	.120	1.158	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel Uji t diatas dilakukan pada variabel diketahui bahwa *p-value* < *level of significant* dimana $0,000 < 0,05$ ini berarti

penerapan ekonomi digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan secara parsial. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare

Pembahasan penelitian merujuk pada rumusan masalah kelima yaitu terkait dengan penerapan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Parepare dapat dihubungkan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Lebih jauh ekonomi syariah dimaksudkan ke dalam Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. (Syakur, 2020) Ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama, yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. Kedua yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem. (Yazid, 2021)

Ekonomi syariah menekankan pentingnya menjalankan aktivitas ekonomi dengan tepat waktu dan dengan kecepatan yang dibutuhkan. Penerapan ekonomi digital memungkinkan UMKM di Parepare untuk beroperasi dengan lebih efisien dan responsif terhadap perubahan pasar. Dengan teknologi digital, mereka dapat memproses pesanan dengan cepat, berkomunikasi dengan pelanggan secara instan, dan menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan lebih fleksibel.

Prinsip efisiensi sumber daya menjadi salah satu aspek penting dalam ekonomi syariah adalah pengelolaan sumber daya yang efisien dan efektif. Penerapan ekonomi digital memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya UMKM di Kota Parepare, seperti tenaga kerja dan bahan baku. Dengan penerapan digital ekonomi dalam UMKM maka mereka dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi. Disisi lain transparansi dalam prinsip ekonomi syariah menekankan transparansi dalam transaksi ekonomi. Penerapan ekonomi digital seringkali menyediakan catatan yang transparan tentang transaksi bisnis.

Penerapan ekonomi digital dalam UMKM di Kota Parepare, sebagaimana dijelaskan dalam hasil penelitian, dapat mencerminkan prinsip-prinsip ekonomi syariah tertentu, seperti efisiensi, keadilan, dan transparansi. Ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat yang berguna dalam mengembangkan bisnis UMKM yang sesuai

dengan nilai-nilai ekonomi syariah dan dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Parepare.

Prinsip Tauhid (Kepercayaan pada Satu Tuhan) merupakan konsep dasar dalam Islam yang menegaskan bahwa Allah adalah pemilik sejati segala sesuatu. Penerapan ekonomi digital dalam UMKM di Parepare dapat dilihat sebagai upaya untuk memanfaatkan sumber daya yang Allah berikan dengan lebih efisien dan efektif. Hal ini mencerminkan kesadaran akan amanah (tanggung jawab) sebagai manusia yang diberikan sumber daya untuk digunakan dengan benar.

Prinsip Adl' (Keadilan) dalam ekonomi syariah menekankan pentingnya berlaku adil dalam segala transaksi ekonomi. Penerapan ekonomi digital dapat membantu memastikan bahwa distribusi pendapatan dan manfaat ekonomi bersifat lebih merata. Selain itu, adanya transparansi dalam transaksi digital dapat mendukung prinsip adil ini.

Prinsip Nubuwwah dalam Islam mencakup tanggung jawab dakwah dan komunikasi. Dalam konteks ekonomi, ini dapat diartikan sebagai tanggung jawab untuk berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Penerapan ekonomi digital memungkinkan UMKM untuk berkomunikasi dengan lebih efektif, mempromosikan produk atau layanan mereka, dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Prinsip Sidiq (Kebenaran dan Kejujuran) yang menekankan kejujuran dan kebenaran dalam Islam mencerminkan nilai-nilai integritas dalam bisnis. Dalam konteks ekonomi digital, penting untuk menjalankan bisnis dengan jujur, baik dalam transaksi online maupun offline. Ini akan membantu membangun kepercayaan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Kesimpulan

1. Berdasarkan pengujian *One Sample T Test* dimana penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare menunjukkan kategori sangat baik dengan nilai 89% dari yang diharapkan (75%) yang berarti hipotesis diterima dimana penerapan ekonomi digital dinilai sangat baik. Maka H_1 Diterima.
2. Berdasarkan pengujian *One Sample T Test* dimana tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare. Menunjukkan kategori tinggi dengan nilai 85% dari yang diharapkan (75%) yang berarti

hipotesis diterima dimana pendapatan usaha mikro kecil dan menengah dikategorikan tinggi. Maka H_2 Diterima.

3. Berdasarkan pengujian corelasi terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerapan ekonomi digital dengan tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka H_3 Diterima.
4. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F) dimana terdapat pengaruh antara penerapan ekonomi digital terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare secara simultan berpengaruh positif dan signifikan Dimana $F_{hitung} = 21.342 > F_{tabel} = 3.09$ dan nilai sig sebesar $= 0,000 < 0,05$ Maka H_4 Diterima.
5. Tinjauan ekonomi syariah terhadap penerapan ekonomi digital pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare telah mengimplemntasikan prinsip syariah diantaranya yaitu prinsip tauhid, keadilan, kebenaran, tanggung jawab dan keterbukaan pada aktivitas usahanya yang menggunakan ekonomi digital baik dalam aspek transaksi maupun pada aktivitas pemasaran hingga segala bentuk interaksi pembeli dan penjual melalui digital ekonomi.

Referensi Internet

- Bekraf.com, “Badan Ekonomi Kreatif,” n.d., <https://www.bekraf.go.id>. Di akses pada 23 Februari 2023.
- Tiktik Sartika, *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014)
- Diakses 9 Agustus 2023 <https://dinasperdagangan.pareparekota.go.id/>
- Ahmad Rasidi, “Pengaruh Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Terhadap Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin (RTM) di Kecamatan Situbondo Kabupaten Situbondo”, (Tesis: Program Magister, Universitas Jember, 2016)
- Abdul Manan H, *Hukum Ekonomi Syariah, .Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015)
- Nurul Ulfi “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”. (Thesis : Pascasarjana: Ekonomi Pembangunan Muhammadiyah Palopo, 2021)

Nursyakilah Syikin “Analisis Perkembangan Ekonomi Digital dan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini”(Thesis: Universitas Hasanuddin Makassar, 2021)

Sari Nurul “ Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Makassar”. (Thesis : Universitas Negeri Makassar)

Buku

Syakur, *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam*, (2018)

Afandi Yazid, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2019)



Lampiran 01: Instrument Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PASCASARJANA Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Faksimile (0421) 24404
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

NAMA MAHASISWA : Amirulhaq Bin Marra
NIM/PRODI : 2120203860102009
JUDUL : Pengaruh penerapan Ekonomi digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Parepare (Tinjauan Ekonomi Syariah)

ANGKET UNTUK PENELITIAN

1. PETUNJUK

1. Bacalah pernyataan berikut dengan teliti.
2. Tulislah nama dan kelas pada lembar yang disediakan.
3. Pilihlah salah satu dari alternatif jawaban yang disediakan dengan memberikan tanda (√), dengan keterangan berikut ini.

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
R = Raguragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Jawaban yang Anda berikan tidak boleh ngasal (bukan sebenarnya) sebab akan mempengaruhi penelitian.

4. Selamat mengerjakan dan Saya ucapkan terima kasih atas partisipasinya.

II. IDENTITAS

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Pekerjaan :
4. Jenis UMKM :

III. DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

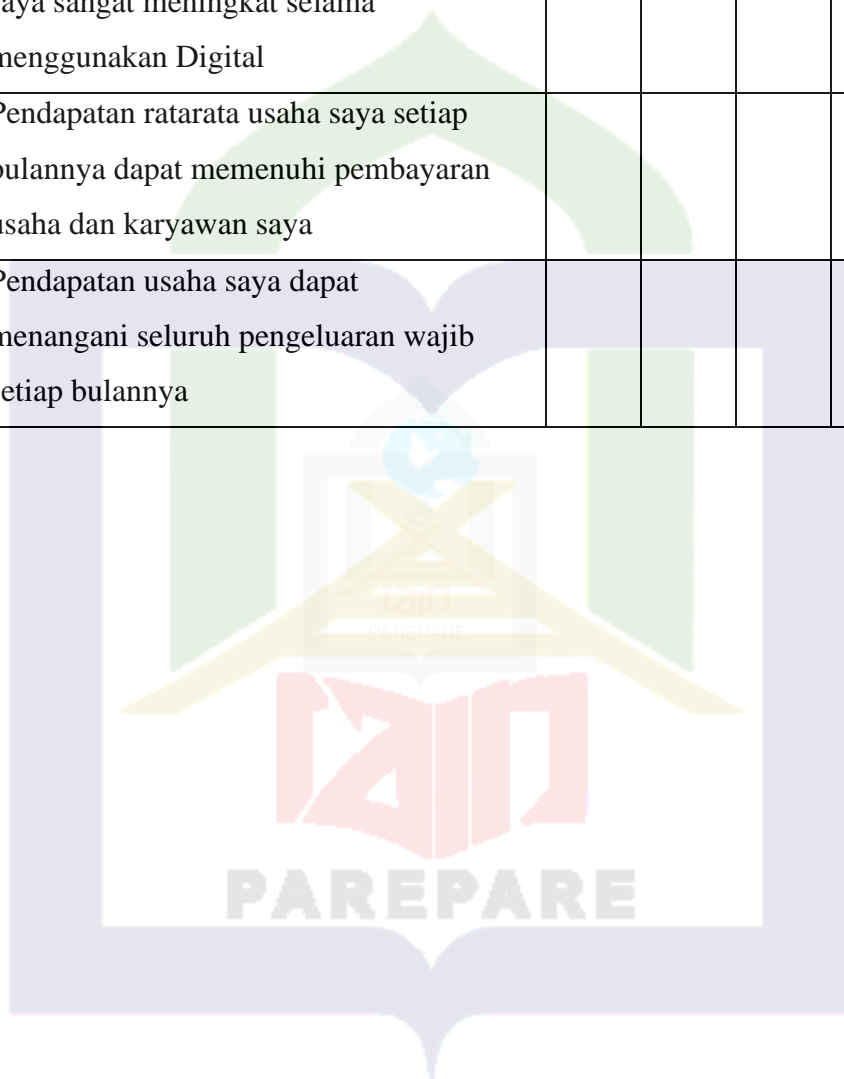
No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Saya menggunakan akses internet pada usaha saya selama ini					
2	Saya menggunakan akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya					
3	Saya dapat menjangkau pasar dengan mudah selama menggunakan Internet pada usaha saya					
4	Saya menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya					
5	Dengan menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha					
6	Saya menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin					

7	Media digital yang saya gunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis saya					
8	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini					
9	Bisnis usaha saya semakin efektif selama menggunakan sistem digital					
10	Saya merasa usaha saya berkembang dengan penerapan ekonomi digital pada usaha saya					

B. Variabel Peningkatan Pendapatan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Rata rata pendapatan usaha saya setiap bulannya >1 juta					
2	pendapatan usaha saya telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir					
3	Pendapatan rata rata saya meningkat dengan menggunakan digital					
4	Selama menggunakan digital omzet usaha saya meningkat drastis					
5	Faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha saya					
6	Tingkat profitabilitas bisnis saya menurun selama menggunakan digital					

7	Saya tidak mendapatkan profit (Keuntungan Bersih) selama menggunakan Digital.					
8	Saya merasa mendapatkan profit Bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital					
9	Pendapatan rata-rata usaha saya setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan saya					
10	Pendapatan usaha saya dapat menngani seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya					



DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Saya menggunakan akses internet pada usaha saya selama ini	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	Saya menggunakan akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Saya dapat menjangkau pasar dengan mudah selama menggunakan internet pada usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	Saya menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Dengan menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha	<input checked="" type="checkbox"/>				
6	Saya menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin	<input checked="" type="checkbox"/>				
7	Media digital yang saya gunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
8	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini	<input checked="" type="checkbox"/>				
9	Bisnis usaha saya semakin efektif selama menggunakan sistem digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
10	Saya merasa usaha saya berkembang dengan penerapan ekonomi digital pada usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				

Dipindai dengan CamScanner

B. Variabel Peningkatan Pendapatan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Rata rata pendapatan usaha saya setiap bulannya >1 juta	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	pendapatan usaha saya telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Pendapatan rata rata saya meningkat dengan menggunakan digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	Selama menggunakan digital omzet usaha saya meningkat drastis	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
6	Tingkat profitabilitas bisnis saya menurun selama menggunakan digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
7	Saya tidak mendapatkan profit (Keuntungan Bersih) selama menggunakan Digital				<input checked="" type="checkbox"/>	
8	Saya merasa mendapat profit bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
9	Pendapatan rata rata usaha saya setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
10	Pendapatan usaha saya dapat memangi seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya	<input checked="" type="checkbox"/>				

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Saya menggunakan akses internet pada usaha saya selama ini	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	Saya menggunakan akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Saya dapat menjangkau pasar dengan mudah selama menggunakan internet pada usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	Saya menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Dengan menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha	<input checked="" type="checkbox"/>				
6	Saya menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin	<input checked="" type="checkbox"/>				
7	Media digital yang saya gunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
8	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini	<input checked="" type="checkbox"/>				
9	Bisnis usaha saya semakin efektif selama menggunakan sistem digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
10	Saya merasa usaha saya berkembang dengan penerapan ekonomi digital pada usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				

Dipindai dengan CamScanner

B. Variabel Peningkatan Pendapatan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Rata rata pendapatan usaha saya setiap bulannya >1 juta	<input checked="" type="checkbox"/>				
2	pendapatan usaha saya telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir	<input checked="" type="checkbox"/>				
3	Pendapatan rata rata saya meningkat dengan menggunakan digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
4	Selama menggunakan digital omzet usaha saya meningkat drastis	<input checked="" type="checkbox"/>				
5	Faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
6	Tingkat profitabilitas bisnis saya menurun selama menggunakan digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
7	Saya tidak mendapatkan profit (Keuntungan Bersih) selama menggunakan Digital				<input checked="" type="checkbox"/>	
8	Saya merasa mendapat profit bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital	<input checked="" type="checkbox"/>				
9	Pendapatan rata rata usaha saya setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan saya	<input checked="" type="checkbox"/>				
10	Pendapatan usaha saya dapat memangi seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya	<input checked="" type="checkbox"/>				

DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Saya menggunakan akses internet pada usaha saya selama ini	✓				
2	Saya menggunakan akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya	✓				
3	Saya dapat menjangkau pasar dengan mudah selama menggunakan internet pada usaha saya	✓				
4	Saya menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya	✓				
5	Dengan menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha	✓				
6	Saya menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin	✓				
7	Media digital yang saya gunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis saya	✓				
8	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini	✓				
9	Bisnis usaha saya semakin efektif selama menggunakan sistem digital	✓				
10	Saya merasa usaha saya berkembang dengan penerapan ekonomi digital pada usaha saya	✓				

Dipindai dengan CamScanner

B. Variabel Peningkatan Pendapatan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Rata rata pendapatan usaha saya setiap bulannya >1 juta		✓			
2	pendapatan usaha saya telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir	✓				
3	Pendapatan rata rata saya meningkat dengan menggunakan digital	✓				
4	Selama menggunakan digital omzet usaha saya meningkat drastis	✓				
5	Faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha saya	✓				
6	Tingkat profitabilitas bisnis saya menurun selama menggunakan digital	✓				
7	Saya tidak mendapatkan profit (Keuntungan Bersih) selama menggunakan Digital				✓	
8	Saya merasa mendapatkan profit bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital				✓	
9	Pendapatan rata-rata usaha saya setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan saya	✓				
10	Pendapatan usaha saya dapat menngangi seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya	✓				

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Penerapan Ekonomi Digital (X)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Saya menggunakan akses internet pada usaha saya selama ini	✓				
2	Saya menggunakan akses internet untuk seluruh keperluan usaha setiap harinya	✓				
3	Saya dapat menjangkau pasar dengan mudah selama menggunakan internet pada usaha saya	✓				
4	Saya menggunakan media digital pada setiap transaksi usaha saya	✓				
5	Dengan menggunakan media digital elektronik mempermudah proses transaksi usaha	✓				
6	Saya menggunakan media digital pada usaha untuk melakukan pembelian, pembayaran dan lainnya secara rutin	✓				
7	Media digital yang saya gunakan mulai dari tahapan produksi hingga pemasaran di bisnis saya	✓				
8	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan produk atau layanan dari bisnis saya selama ini	✓				
9	Bisnis usaha saya semakin efektif selama menggunakan sistem digital	✓				
10	Saya merasa usaha saya berkembang dengan penerapan ekonomi digital pada usaha saya	✓				

Dipindai dengan CamScanner

B. Variabel Peningkatan Pendapatan Usaha (Y)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STD
1	Rata rata pendapatan usaha saya setiap bulannya >1 juta	✓				
2	pendapatan usaha saya telah mengalami peningkatan dalam waktu 5 bulan terakhir	✓				
3	Pendapatan rata rata saya meningkat dengan menggunakan digital				✓	
4	Selama menggunakan digital omzet usaha saya meningkat drastis	✓				
5	Faktor pemasaran dengan menggunakan sistem digital mempengaruhi omzet usaha saya	✓				
6	Tingkat profitabilitas bisnis saya menurun selama menggunakan digital	✓				
7	Saya tidak mendapatkan profit (Keuntungan Bersih) selama menggunakan Digital				✓	
8	Saya merasa mendapatkan profit bersih saya sangat meningkat selama menggunakan Digital				✓	
9	Pendapatan rata-rata usaha saya setiap bulannya dapat memenuhi pembayaran usaha dan karyawan saya	✓				
10	Pendapatan usaha saya dapat menngangi seluruh pengeluaran wajib setiap bulannya	✓				

Lampiran 02 : Hasil Kuesioner

Responden	HASIL KUESIONER VARIABEL X										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
4	5	5	3	5	5	3	5	4	4	4	43
5	5	5	3	5	5	3	5	5	3	5	44
6	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	46
7	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
8	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	47
9	4	5	5	4	5	4	4	5	3	5	44
10	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	47
11	5	5	3	5	5	5	3	5	5	4	45
12	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	42
13	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	45
14	5	5	5	5	3	5	3	5	3	4	43
15	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	47
16	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	47
17	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	43
18	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	46
19	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	46
20	5	5	3	5	3	4	5	5	5	4	44
21	5	4	3	4	5	5	3	5	3	5	42
22	5	5	5	5	3	4	5	4	3	5	44
23	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
24	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
25	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
26	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	43
27	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	44
28	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	47
29	5	5	3	5	5	4	3	5	5	4	44
30	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	45
31	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	45
32	5	5	3	5	3	4	5	4	3	5	42
33	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	47
34	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	47
35	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	47
36	4	5	4	4	3	5	3	5	5	4	42

37	5	5	4	4	5	4	3	5	3	5	43
38	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	45
39	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
40	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
41	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	45
42	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
43	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
44	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
45	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
46	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
47	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	44
48	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	46
49	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	45
50	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
51	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
52	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
53	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
54	5	5	3	5	5	4	5	4	4	4	44
55	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	45
56	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	43
57	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
58	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	45
59	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	45
60	5	4	5	4	5	3	5	3	5	5	44
61	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	43
62	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	41
63	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	42
64	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	39
65	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
66	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
67	4	5	5	3	4	5	5	3	4	4	42
68	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
69	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	41
70	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	44
71	4	4	5	4	5	3	5	3	5	4	42
72	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	44
73	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	40
74	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	42
75	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	45

76	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	43
77	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
78	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	44
79	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	46
80	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
81	4	4	5	3	3	3	5	3	5	5	40
82	4	4	3	4	4	5	5	3	5	5	42
83	5	4	3	4	4	5	5	3	5	5	43
84	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	45
85	4	5	3	3	3	5	3	5	5	5	41
86	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	45
87	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	43
88	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
89	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	44
90	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	45
91	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
93	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	45
94	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
JUMLAH	438	433	395	402	415	420	415	427	425	433	4203



Responden	HASIL KUESIONER VARIABEL Y										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
3	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	39
4	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
5	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
6	5	5	4	5	5	4	2	5	4	5	44
7	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	46
8	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
9	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	44
10	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
11	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
12	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	41
13	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
14	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
15	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	41
16	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
17	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
18	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
19	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
20	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
21	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
22	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
23	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
24	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
25	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
26	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
27	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
28	5	5	4	5	5	4	2	5	4	5	44
29	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	46
30	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
31	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	44
32	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
33	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
34	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	41
35	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
36	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
37	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	41

38	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
39	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
40	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
41	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
42	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
43	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
44	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
45	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
46	4	5	5	4	5	4	2	5	5	5	44
47	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
48	5	5	3	5	5	5	2	5	3	5	43
49	5	4	5	4	4	4	2	4	5	4	41
50	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
51	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
52	5	5	3	5	4	5	2	5	3	4	41
53	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
54	5	5	3	5	3	5	2	5	3	3	39
55	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
56	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
57	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
58	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
59	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
60	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	47
61	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
62	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
63	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
64	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
65	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
66	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
67	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
68	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
69	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
70	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
71	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	45
72	5	5	3	5	5	3	2	5	3	5	41
73	4	5	5	5	5	4	2	5	5	5	45
74	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	45
75	5	5	3	5	3	4	1	5	3	3	37
76	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40

77	5	5	5	5	3	4	2	5	5	3	42
78	5	4	3	4	5	5	2	4	3	5	40
79	5	5	5	5	3	4	1	5	5	3	41
80	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
81	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
82	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
83	5	5	3	5	5	3	1	5	3	5	40
84	4	5	5	5	5	4	1	5	5	5	44
85	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	45
86	5	5	3	5	3	4	2	5	3	3	38
87	5	4	3	4	5	5	1	4	3	5	39
88	5	5	5	5	3	4	1	5	5	3	41
89	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	46
90	5	5	5	5	3	5	2	5	5	3	43
91	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	46
92	5	5	3	5	5	3	1	5	3	5	40
93	5	5	4	5	5	4	1	5	4	5	43
94	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	45
JUMLAH	462	458	394	452	409	413	172	458	394	409	4021



Total	Pearson Correlation	.396*	.267**	.261*	.419**	.416*	.355**	.271**	.501**	.237*	.389**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.011	.000	.000	.000	.008	.000	.022	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	94	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.892	10

PAREPARE

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	94	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.760	10

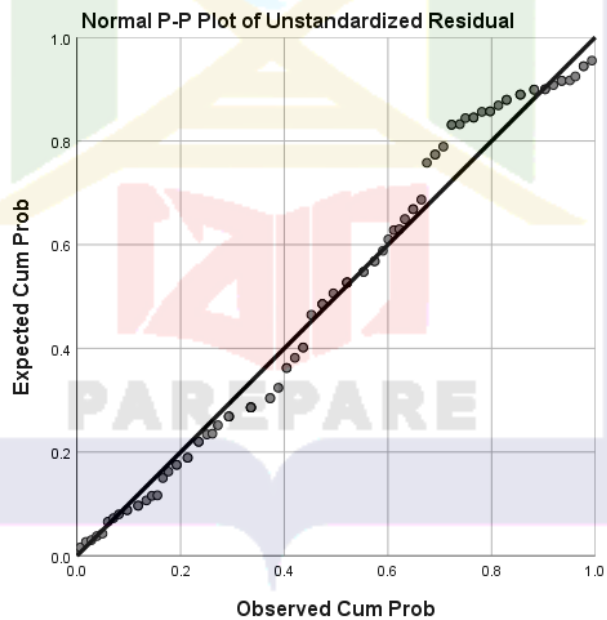
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Peningkatan Pendapatan *	Between Groups	(Combined)	78.027	10	7.093	.941	.506
		Linearity	10.008	1	10.008	1.327	.253
		Deviation from Linearity	68.019	9	6.802	.902	.535
Within Groups			618.281	618.281	82	7.540	
Total			696.309	696.309	93		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71653740
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.079
	Negative	-.119
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.214

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



One-Sample Test

Test Value = 75

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ekonomi Digital	26.234	93	.000	-30.287	-30.76	-29.81

One-Sample Test

Test Value = 70

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Peningkatan Pendapatan	46.460	93	.000	-27.223	-27.78	-26.66

Correlations

		Ekonomi Digital	Peningkatan Pendapatan
Ekonomi Digital	Pearson Correlation	1	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	94	94
Peningkatan Pendapatan	Pearson Correlation	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	94	94

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	36.471	5.451		6.691	.000
	Ekonomi Digital	.141	.122	.120	1.158	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.008	1	10.008	21.342	.250 ^b
	Residual	686.301	92	7.460		
	Total	696.309	93			

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

b. Predictors: (Constant), Ekonomi Digital

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	36.471	5.451		6.691	.000
	Ekonomi Digital	.141	.122	.120	1.158	.250

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120 ^a	.014	.410	2.731

a. Predictors: (Constant), Ekonomi Digital

b. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

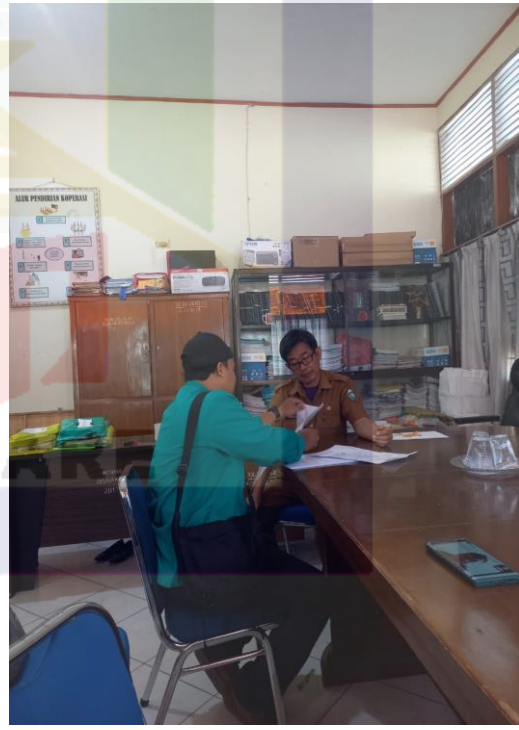
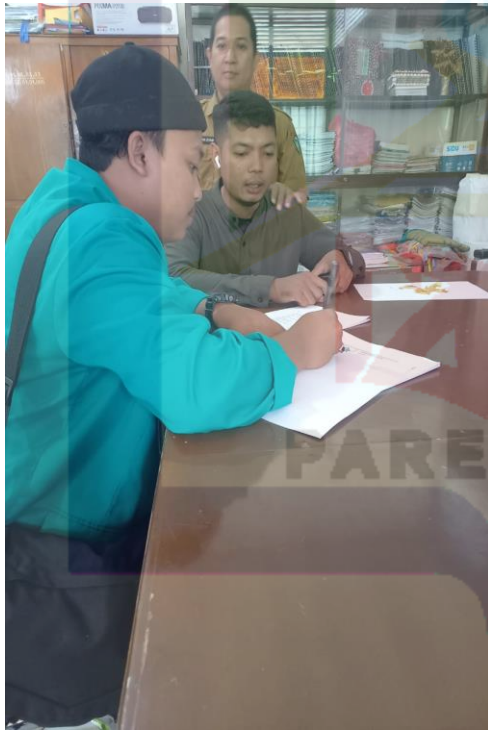
Lampiran 04: Dokumentasi Penelitian



Dokumentasi Pengisian Kuesioner UMKM



Dokumentasi Dinas Tenaga Kerja



Dokumentasi Staff Dinas Tenaga Kerja



مركز اللغة
الجامعة الإسلامية الحكومية فري فاري

صفحة نتيجة الإمتحان
إختبار اللغة العربية لغير الناطقين بها

اسم : AMIRULHAQ BIN MARRA قسم : PASCAS ARJANA

رقم التسجيل : 2120203860102009 الكلية : ES

الإستماع : 37
النحو و التركيب : 35
القراءة : 30
الجملة : 340

Scaled Score
Test Date : 12 Mei, 2023



Register Number : 12052322
Date of Issuance : Mei 19, 2023

Local TOAFL of IAIN Parepare
Valid for 1 (one) year from the date test day
Not photocopy-able

MAHASISWA PPs

AMIRULHAQ BIN MARRA
EKONOMI SYARIAH
2120203860102009



IAIN
PAREPARE



BIODATA PENELITI



Name : Amirulhaq Bin Marra
Tempat & Tgl Lahir : Rappang, 08 Januari 1998
NIM : 2120203860102009
No. WA : +6282187336167
Email Adress : amirulhaq@stainparepare.ac.id

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SD 3 Carawali Sidrap
2. SMP Al- Iman Uluale
3. SMK NEGERI 3 CARAWALI
4. Pendidikan Bahasa Inggris (IAIN Parepare)

PENGALAMAN PEKERJAAN

1. Founder Expert Academy Group
2. Owner Karpio Adventure