

**PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN
PERTUMBUHAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DESA TALANG KEMUNING**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

NURUL PATIN AZILA

NIM : 2110402083

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
TAHUN 2025 M / 1446 H**

**PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN
PERTUMBUHAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DESA TALANG KEMUNING**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Jurusan
Ekonomi Syari'ah (ES)

Oleh :

NURUL PATIN AZILA

NIM : 2110402083

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM


INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

TAHUN 2025/ 1446 H

Pembimbing
DOSEN FEBI IAIN KERINCI

Sungai Penuh, ...³⁰ April2025
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Kerinci
di-

Sungai Penuh

NOMOR	: 63
TANGGAL	: 30 April 2025
PARAF	: 

NOTA DINAS

Assalamualaikum, Wr,Wb.

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara: **NURUL PATIN AZILA, NIM 2110402083**, yang berjudul **PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA TALANG KEMUNING**, telah dapat diajukan untuk dimunaqasah guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan skripsi tersebut, kiranya diterima dengan baik.

Demikianlah kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan Agama, Bangsa dan Negara.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing,



H. SAMSUL BAHRY HARAHAHAP, Lc., M.A.
19691222 200112 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NURUL PATIN AZILA
NIM : 2110402083
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Desa Bintang Marak, Kec. Bukit Kerman, Kab. Kerinci, Jambi.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA TALANG KEMUNING”**, murni merupakan gagasan dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Didalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidakbenaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Sungai Penuh, 29 April 2025

Yang Menyatakan


NURUL PATIN AZILA
NIM. 2110402083



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
Kode Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id e-mail:
info@iainkerinci.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari tanggal ...08...Maret...2025... dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syari'ah (ES) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci

Sungai Penuh, 2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

H. SAMSUL BAHRY HARAHAP, Lc., M.A.
NIP. 19691221 200112 1 003

Penguji I

Drs. Bustami, M.A.
NIP. 19661120 19940 1 1001

Penguji II

Tiara, S.Si., M.Si.
NIP. 1572015 50485 0 003

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta Ayah dan Ibu, yang dengan doa, cinta dan pengorbanannya menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup saya. Kepada dosen pembimbing yang telah dengan sadar membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini. Kepada Keluarga dan saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat pantang menyerah. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri, atas ketakutan dan keberanian untuk terus melangkah meskipun dalam keterbatasan dan kelebihan.

مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

“Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah.

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

(Qs. Ar-Ra'd ayat 11)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَا بَعْدُ

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya. Barang siapa yang diberi petunjuk oleh ALLAH SWT, maka tak seorangpun dapat menyesatkannya dan barangsiapa disesatkan oleh-Nya maka tak seorangpun dapat memberi petunjuk kepadanya. Sholawat serta salam semoga dilipahkan kepada Nabi Muhammad SAW. keluarga, sahabat, juga pada orang-orang yang senantiasa mengikuti sunnah-sunnahnya.

Dengan rahmat dan pertolongan-Nya Alhamdulillah Skripsi yang berjudul “PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI DESA TALANG KEMUNING” ini dapat di selesaikan dengan baik. Penulis Menyadari akan adanya berbagai keterbatasan dan kesulitan-kesulitan dalam penulisan Skripsi ini, penulis berkeyakinan bahwa Skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan karenanya memerlukan penyempurnaan. Atas dasar inilah, dengan tangan terbuka dan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang positif dan membangun dari pembaca guna penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Kepada berbagai pihak yang telah membantu penulisan dalam dalam menyusun skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, S.Ag., M.Si dan Wakil Rektor I Bapak Dr. Faizin, M.Ag., S.Ag., Wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. Ahmad Jamin, M.Ag, Wakil Rektor III Bapak Dr. Halil Khusairi, M.ag IAIN Kerinci yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan semua kelengkapan baik administrasi hingga berbagai fasilitas dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci, Ibu Dr. Zufriani, M.HI. selaku Wakil Dekan I, Bapak Aridem Vintoni, M.Pd selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Syamsarina, Lc, M.A. selaku Wakil Dekan III.
3. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
4. Bapak H. Samsul Bahry Harahap, Lc. M.A selaku Pembimbing yang sangat banyak memberikan bantuan baik berupa waktu, saran, dukungan moril dan ilmu yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Alek Wissalam Bustami, M.E.Sy selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan terkait perkuliahan dengan baik dan tepat waktu.

6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci yang telah banyak membantu mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama mata perkuliahan.
7. Kakak Tercinta, Atik Purigawati, Tuti Maharani, Renik Sri Utami, Melati, yang selalu memberikan semangat tak terhingga.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Audy Natasya, Melza Aprilano, Putri Anisa, Niken Delvita, Nuri Erma Susanti, Adilla Dayanur faizah, lailatul Janah, Neta Darmawanti yang ku ajak bertukar bertukar pikiran bersenda gurau untuk menghilangkan rasa jenuh, semoga Ridho Allah SWT dan kesuksesan selalu menyertai kita. *Aamiin ya rabbal' alamin.*
9. Semua Pihak yang belum tertulis Namanya, terimakasih segala bantuan dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dan atas bantuan serta bimbingan semua pihak, penulis iringi doa semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal. Aamiin Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri dan mohon ampun atas kekhilafan serta mendapat perlindungan-Nya di dunia dan akhirat.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

Sungai Penuh, 29 April 2025

Penulis

NURUL PATIN AZILA
NIM : 2110402083

ABSTRAK

“PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH(UMKM) DI ESA TALANG KEMUNING”

Oleh :

NURUL PATIN AZILA

NIM. 2110402083

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi informasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Talang Kemuning. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, pemanfaatan teknologi informasi seperti internet, media sosial, dan aplikasi e-commerce mulai diadopsi oleh masyarakat pedesaan sebagai sarana peningkatan produktivitas dan akses pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara, Dokumentasi melalui teknik analisis data Analisis domain, Analisis taksonomi, Analisis komponensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, efisiensi usaha kecil dan menengah (UKM), serta perluasan jaringan pemasaran produk lokal. Namun, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, literasi digital yang rendah, dan akses internet yang belum merata masih menjadi hambatan dalam optimalisasi peran teknologi tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dukungan pemerintah dan pelatihan berkelanjutan sangat dibutuhkan untuk memaksimalkan potensi teknologi informasi dalam menunjang pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Desa, Pertumbuhan ekonomi, Teknologi Informasi, UKM

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

ABSTRACT

THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN ENHANCING THE ECONOMIC GROWTH OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN TALANG KEMUNING VILLAGE

By:

NURUL PATIN AZILA

Student ID: 2110402083

This study aims to analyze the role of information technology in promoting economic growth in Talang Kemuning Village. Along with the advancement of digital technology, rural communities have begun to adopt information technologies such as the internet, social media, and e-commerce applications as tools to increase productivity and expand market access. The research employs a qualitative approach with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted using domain analysis, taxonomic analysis, and componential analysis. The findings reveal that the use of information technology has had a positive impact on increasing community income, improving the efficiency of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), and expanding the marketing networks of local products. However, several challenges remain, such as limited infrastructure, low levels of digital literacy, and uneven internet access. This study concludes that government support, including the provision of adequate infrastructure and continuous digital training, is essential to maximize the potential of information technology in supporting sustainable economic growth in rural areas.

Keywords: Village, Economic Growth, Information Technology, Village, SMEs,

DAFTAR ISI

NOTA DINAS	ii
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.2 Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM)	11
2.3 Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis.....	16
2.4 Fungsi E-commerce untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).	18
2.5 Pendidikan dan Pelatihan Digital Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM).....	23
2.6 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
2.7 Penelitian Relevan.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Penetapan Lokasi Penelitian.....	34

3.3	Fokus Penelitian	34
3.4	Jenis Data.....	35
3.5	Narasumber.....	35
3.6	Teknik Pengumpulan data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.2	Pembahasan	46
4.3	Pembahasan	46
BAB V PENUTUP.....		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN.....		57



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Omzet pendapatan Pelaku Usaha Mikro kecil dan Menengah..... 51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Laporan Penelitian	58
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	59



BAB I

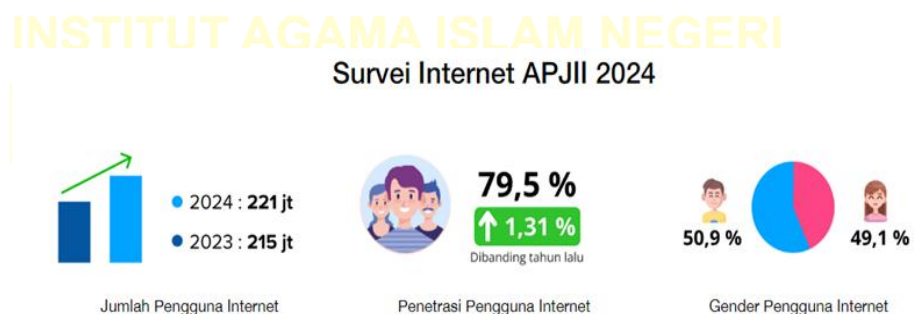
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital seperti saat ini, informasi teknologi memiliki peran strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Teknologi Informasi menjadi salah satu infrastruktur yang dipandang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi ini telah membawa perubahan dan memberikan manfaat diberbagai bidang kehidupan manusia seperti bidang pendidikan, bidang kesehatan, atau bidang ekonomi. Bahkan kemajuan teknologi ini telah memaksa dan mendorong terjadinya revolusi industri tahap empat yang dikenal dengan revolusi industri 4.0 (Yang & Gu, 2021).

Gambar 1.1

Survei Internet APJII 2024



Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara jasa Internet Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024), pada tahun

2024 pengguna internet di Indonesia sebesar 221 juta jiwa, jumlah ini meningkat sebanyak 1,31% dari pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023, Jumlah pengguna internet 2024 setara dengan 79,5% dari total 221 juta penduduk Indonesia.

Setiap perusahaan menyadari bahwa penggunaan teknologi khususnya internet telah mengubah proses interaksi antara perusahaan dengan konsumen. Perilaku konsumen telah bergeser dari tradisional menjadi bergantung pada teknologi digital (Kaplan & Haenlein, 2010; Taiminen & Karjaluoto, 2015).

Bicara tentang Teknologi memang tidak pernah berakhir, karena setiap bentuk kemudahan yang dirasakan manusia di zaman sekarang ini merupakan salah satu bentuk nyata dari kemajuan teknologi informasi. Oleh karena itu tidak mengherankan jika manusia mulai mengaplikasikan teknologi informasi dalam berbagai aspek kehidupannya, terutama dibidang ekonomi. Penggunaan teknologi dalam dunia ekonomi disebut dengan istilah ekonomi digital. Ekonomi digital adalah ekonomi atau proses jual beli yang dilakukan pada dunia internet (Musafak, 2012).

Salah satu usaha yang memakai teknologi informasi yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dimana UMKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu Negara ataupun suatu daerah di Indonesia. Pengembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha peningkatan pertumbuhan Ekonomi serta dalam usaha menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan

pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki income perkapita yang rendah.

Target, dan karakteristik lokal. Dalam era digital saat ini, teknologi digital seperti platform e-commerce, media sosial, dan pemasaran online telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya jual produk mereka. Hasil penelitian tersebut juga diperkuat oleh pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Maulana, 2017). Banyak UMKM di daerah pedesaan belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital, padahal pemasaran digital dapat memudahkan mereka dalam memasarkan produk.

Penggunaan Teknologi informasi khususnya media sosial dalam kegiatan pemasaran UMKM sudah sangat berkembang pesat, termasuk di daerah pedesaan. Di desa Talang Kemuning, Kabupaten Kerinci, Pelaku UMKM 90% sudah memanfaatkan Media sosial untuk mempromosikan produk mereka, Baik itu kebutuhan sehari-hari, Sembako, hingga produk-produk lain. Selain itu, Media sosial juga memudahkan pembeli untuk mencari produk yang diinginkan melalui fitur Marketplace yang memungkinkan pembeli melihat produk, menanyakan harga, serta melakukan transaksi secara langsung melalui platform tersebut. Bahkan, dengan adanya layanan cash on Delivery (COD), konsumen tidak perlu keluar rumah untuk membeli produk, yang tentu saja meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen.

Ekonomi masyarakat di Desa Talang Kemuning rata-rata Masyarakat di desa Talang Kemuning adalah seorang petani yang mengandalkan hasil bumi, seperti padi, sayur, dan buah, untuk memenuhi kebutuhan hidup, Meskipun desa ini memiliki potensi alam yang melimpah tantangan ekonomi tetap ada, terutama dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dan berdagang, Teknologi Informasi, berupa media sosial sebagai salah satu sarana yang digunakan oleh banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Talang Kemuning Saat ini, Sekitar 90% pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning memanfaatkan Media Sosial untuk Mempromosikan Produk mereka.

Dari latar belakang di atas maka peneliti mengambil judul **“Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Usaha Mikro Kecil, Menengah (Umk) Desa Talang Kemuning”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam peran teknologi informasi meningkatkan ekonomi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di desa talang kemuning adalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memahami bagaimana teknologi informasi dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha memanfaatkan lembaga keuangan syariah.

- 1.2.2 Banyak pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang belajar keterampilan dalam menggunakan teknologi informasi.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan perolehan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan masalah yang berfokus pada perolehan pengetahuan menyeluruh tentang pengalaman, pemanfaatan, dan keyakinan terkait peran teknologi informasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan ekonomi di desa talang kemuning, dengan perhatian khusus pada konteks dan narasi lokal. Terbatas pada pihak-pihak terkait dan perwakilan yang mengetahui secara langsung mengenai peningkatan ekonomi UMKM, Khususnya pelaku UMKM.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas terdapat beberapa hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Apa saja bentuk pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning?
- 1.4.2 Pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Desa Talang Kemuning?

- 1.4.3 Apa saja hambatan yang dihadapi Pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dalam mengakses dan menerapkan teknologi informasi?
- 1.4.4 Apakah penggunaan dari Teknologi informasi dapat meningkatkan pendapatan omzet pelaku UMKM di desa Talang Kemuning?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.5.1 Mengetahui bentuk-bentuk pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Talang Kemuning dalam menjalankan kegiatan usahanya.
- 1.5.2 Mengetahui pengaruh penggunaan teknologi informasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM di Desa Talang Kemuning, terutama dalam hal peningkatan produktivitas dan perluasan pasar.
- 1.5.3 Mengidentifikasi hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dalam mengakses serta menerapkan teknologi informasi dalam kegiatan operasional mereka.
- 1.5.4 Mengetahui penggunaan teknologi informasi dalam meningkatkan omzet pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan usaha.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Pengembangan teori ekonomi islam khususnya mengenai peran Teknologi dalam meningkatkan ekonomi UMKM untuk para peneliti lain yang melakukan penelitian terkait.

1.6.2 Manfaat Praktis

Memberikan pemahaman kepada Pelaku UMKM tentang pentingnya teknologi informasi dalam meningkatkan produktifitas, Efisien, dan jangkauan pasar. Kajian ini dapat memberikan pemahaman umum mengenai pemanfaatan teknologi informasi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pertumbuhan ekonomi UMKM yang berkualitas sesuai syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Adnan, 2018), keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan produk perbankan dipengaruhi oleh perilaku nasabah tersebut.

Menurut Kotler (2005) dalam (Razak, 2016) Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah bidang ilmu yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. Menurut Munandar, A., dan Efawati, Y., dalam (Nurfadilah, 2021) perilaku konsumen merupakan studi-studi tentang bagaimana pembuat keputusan (*decision unit*) baik individu maupun kelompok membuat suatu keputusan untuk membeli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk baik untuk di konsumsi maupun untuk diperdagangkan kembali.

Menurut (Suryani, 2013) perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu membuat keputusan untuk membelanjakan sumber daya yang tersedia yang dimiliki seperti waktu; uang; dan usaha untuk mendapatkan barang atau jasa yang nantinya akan dikonsumsi. Schiffman & Kanuk (2007) dalam (Razak, 2016) mengemukakan bahwa perilaku konsumen

adalah studi mengenai proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide atau pengalaman dalam rangka memuaskan keinginan dan hasrat tertentu. Sunyoto (2012) dalam (Nugraha et al., 2021) perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Berdasarkan penjelasan tentang perilaku konsumen yang disajikan di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi perilaku konsumen merujuk pada tindakan atau perilaku individu atau kelompok dalam proses pembelian atau penggunaan produk atau jasa, yang melibatkan pengambilan keputusan dengan tujuan mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan oleh konsumen tersebut.

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yang harus diketahui oleh suatu perusahaan. Menurut penjelasan Kotler dan Keller (2016) dalam (Nugraha et al., 2021), faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen ada tiga yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi. Berikut adalah penjelasan lengkap dari ketiga faktor tersebut :

2.1.1 Faktor Budaya (*Culture Factor*)

Kebudayaan menurut Sumarwan (2002) adalah segala nilai, pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi sikap, perilaku,

kepercayaan, dan kebiasaan individu dan masyarakat. Perilaku konsumen ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi masyarakat yang berbeda-beda sehingga kemudian menimbulkan permintaan akan barang dan jasa yang bermacam-macam pula.

2.1.2 Faktor Sosial (*Social Factor*)

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi (*references group*), keluarga (*family*) serta peran sosial dan status (*role and status*) turut memengaruhi dalam perilaku pembelian.

Menurut Assel dalam (Pratama & Muljaningsih, 2023) kelompok referensi adalah kelompok yang berfungsi sebagai poin rujukan bagi individu dalam membentuk kepercayaan, sikap dan perilakunya.

Keluarga diartikan sebagai unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi pengambilan keputusan (Lestari et al., 2023). Setiap anggota keluarga memiliki selera yang berbeda-beda sehingga peranan anggota keluarga sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian individu.

Kelas sosial tidak hanya tercermin dari penghasilan, akan tetapi tercermin juga dari pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Kelas sosial dibagi menjadi beberapa golongan mulai dari golongan atas, menengah, hingga golongan bawah. Pembagian kelas tersebut

akan mempengaruhi perilaku yang berbeda dalam pembelian individu.

2.1.3 Faktor Pribadi

Kepribadian dapat diidentifikasi sebagai pola ciri-ciri yang menjadi penentu dalam respons perilaku seseorang. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam aspek pribadi bersumber dari karakteristik unik atau individual yang melibatkan usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri.

2.2 Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Definisi Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM)

Yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara usaha mikro (UMI), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB) pada umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap.

Menurut (Tulus T.H Tambunan, 2017) Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari perspektif dunia, diakui bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) punya suatu peran yang sangat vital didalam

pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di Negara Sedang Berkembang (NSB) seperti Indonesia, tetapi juga di Negara Maju (NM), Jepang, Amerika Serikat (AS) dan negara-negara Eropa. Di Indonesia sudah sering dinyatakan di dalam banyak seminar dan loka karya, dan juga banyak dibahas di berbagai media masa bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia sangat penting terutama sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja atau pendapatan fakta menunjukkan kesempatan kerja yang bisa diserap oleh Usaha Besar (UB).

Definisi UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1 yang dimaksud dengan : Mataram, 2021), 1. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dengan memiliki kriteria aset maksimal sebesar 50 juta dan omset sebesar 300 juta.

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 dengan kriteria aset sebesar 50 juta sampai dengan 500 juta dan omset sebesar 300 juta sampai dengan 2,5 miliar.

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 kriteria aset sebesar 500 juta sampai dengan 10 miliar dan omset sebesar 2,5 miliar sampai dengan 50 miliar.

1. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Resalawati (2016) mengemukakan klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih 18 umum biasa disebut sector informal. Contohnya pedagang kaki lima.

- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

2. Karakteristik UMKM

Di Indonesia UMKM mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat (Hidayatullah, Jakarta: 2011), serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti : perkembangan usaha harus di ikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengolah sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. Rasulullah memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan rasulnya sebagai amalan yang dipertanggung jawabkan pada akhir zaman”.

Ekonomi islam yang bersifat ekonomi ilahiah adalah berpijak pada ajaran tauhid ulahiyyah. Hal ini berimplikasi pada adanya niat yang tulus, bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan manusia adalah bertujuan untuk beribadah kepada Allah SWT. Termasuk di dalamnya ketika melakukan aktivitas ekonomi maupun aktivitas lainnya, dengan adanya jiwa yang berlandaskan pada ajaran tauhid ulahiyyah akan menjadikan seseorang untuk seseorang untuk selalu menolak setiap pekerjaan yang bertentangan dengan kebenaran yang dianggap tidak baik dan berdampak pada merugikan orang lain..

2.3 Peran Teknologi Informasi dalam Bisnis

Di Indoneisa kita lebih mengenal *Information Communication Technology* atau ICT dengan TIK (Teknologi informasi dan komunikasi. TIK merupakan gabungan dari teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi merupakan semua metode dan peralatan yang digunakan dalam proses manipulasi dan pengolahan data menjadi informasi yang berguna bagi yang membutuhkannya. Sedangkan teknologi komunikasi sendiri merupakan metode dan peralatan yang digunakan untuk tukar menukar

informasi dengan individu atau organisasi lain yang membutuhkan (Menarianti & Wibisono, 2013).

Teknologi informasi dan Komunikasi adalah suatu bidang ilmu pengetahuan yang perkembangannya semakin pesat dari tahun ke tahun, Menurut (Thabratas, 2002) dalam Diat Prasajo Latif dan Riyanto, (2011,4), Teknologi informasi adalah sebagai suatu ilmu pengetahuan yang mencakup berbagai hal, seperti : sistem komputer hardware dan software, LAN (*lokal area network*), MAN (*metropolitan area network*), WAN (*Wide Area Network*) dan Sistem Informasi Manajemen (SIM), Serta Sistem Telekomunikasi.

Teknologi informasi dan Komunikasi adalah seperangkat alat perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk menyimpan informasi. Alat teknologi informasi membantu dalam memberikan orang-orang informasi yang tepat pada waktu yang tepat. Pekerja dalam organisasi menggunakan teknologi informasi untuk menyelesaikan berbagai tugas dan ini dapat mencakup; mentransfer informasi yang memfasilitasi pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi, meningkatkan layanan pelanggan, dan banyak lagi. Dalam era informasi ini, sangat penting untuk mengelola sistem informasi untuk memastikan akurasi dan efisiensi. Sistem informasi manajemen (MIS) melibatkan perencanaan, pengembangan, manajemen, dan penggunaan alat-alat teknologi informasi untuk membantu pekerja dan orang-orang dalam melakukan semua tugas yang berhubungan dengan pengolahan informasi dan manajemen. Lembaga keuangan besar seperti Bank

menggunakan teknologi informasi untuk mengoperasikan seluruh usaha mereka serta melayani pelanggan mereka

Teknologi Informasi dan Komunikasi didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas yang memfasilitasi proses, transmisi, dan tampilan informasi. TIK merupakan gabungan dari tiga domain, yaitu teknologi informasi, data dan informasi, serta isu sosial-ekonomi. TIK umumnya dipahami oleh masyarakat sebagai hal-hal yang berhubungan dengan komputer dan internet, tetapi banyak pihak yang melihat itu sebagai pandangan yang sangat sempit, karena peralatan elektronik tradisional seperti, televisi, radio, telepon, dan surat kabar juga membawa informasi.

Studi lain juga menyatakan bahwa teknologi informasi tidak terbatas pada komputer berupa perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi yang menyimpan informasi (Martin, 1999). Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi dan teknologi komunikasi merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan dan menjadi satu bentuk yang disebut teknologi informasi dan komunikasi atau TIK.

2.4 Fungsi E-commerce untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Teknologi dapat berfungsi sebagai alat bagi pedagang untuk menawarkan produk secara lebih luas, cepat dan efisien. Ini tidak hanya sebagai sarana promosi teknologi, tetapi juga berguna untuk mendorong

perkembangan bisnis dan sistem pembayaran di berbagai daerah, termasuk di luar negeri. Peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam perekonomian dapat digambarkan sebagai berikut:

2.4.1 *Electronic Commerce (E-Commerce)*

Electronic commerce atau perdagangan elektronik adalah distribusi, penjualan, pembelian dan pemasaran barang dan jasa yang dilakukan dengan sistem elektronik seperti internet dan televisi. E-commerce memungkinkan pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara online. Berikut adalah jenis-jenis *e-commerce*:

1. *E-commerce* di mana menjual melalui jejaring sosial atau forum, tetapi transaksinya tidak dilakukan melalui situs web dan biasanya memerlukan komunikasi langsung untuk transaksi tersebut.
2. Transaksi *e-commerce* melalui situs merchant.
3. *E-commerce*, dimana proses jual beli dilakukan secara online.

Dalam hal ini penjual bukanlah penyedia website, tetapi pengguna atau member yang terdaftar sebagai penjual di sebuah pusat perbelanjaan online. Untuk semua transaksi yang terjadi di dalam lapak, pengelola lapack akan menjadi pihak ketiga yang menerima pembayaran juga menjamin barang yang diterima oleh pembeli, dan pembayaran tersebut dialihkan kepada penjual yang melakukan transaksi dengan pembeli.

Kemudahan transaksi *e-commerce* juga menguntungkan baik bagi penjual maupun pembeli, seperti produsen yang efektif yang memiliki

kemampuan untuk belajar tentang biaya barang yang ditawarkan di pasar global dan keuntungan pembeli untuk menemukan harga yang lebih rendah melalui perbandingan harga di toko-toko *e-commerce* maupun melalui media sosial (Sholihin, 2022) Kemampuan dalam pembayaran dengan menggunakan sistem cashless atau nontunai dan metode pembayaran *Cash On Delivery* (COD) menjadi keunggulan lain yang dirasakan konsumen saat melakukan *e-commerce*. Menyediakan layanan melalui jaringan informasi di *World Wide Web Internet* (Naufal & Pradana, 2021).

2.4.2 Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam Era digital, teknologi informasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis, termasuk di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, pelaku UMKM di pedesaan sering kali menghadapi keterbatasan akses terhadap teknologi informasi, terutama infrastruktur internet yang memadai. Penelitian ini membahas bagaimana model jaringan internet desa dapat menjadi solusi untuk mendorong pertumbuhan UMKM di pedesaan, serta menganalisis dampaknya terhadap aspek aspek bisnis seperti akses pasar, efisiensi operasional, dan literasi digital.

Penggunaan teknologi sangat penting dalam upaya untuk menunjang perekonomian, keberadaan teknologi memungkinkan semakin banyaknya kegiatan perekonomian, teknologi membantu ekspansi lapangan kerja, dengan membuka berbagai peluang. Salah satunya peluang

yang berhasil di dapatkan oleh masyarakat Kecamatan Maritengngae, yaitu kesempatan untuk membuka online shop dan jasa titip, kemampuan teknologi untuk menjangkau pasar luar negeri, memberikan peluang bisnis pada mereka yang ingin mengimpor barang, yang mana berfokus pada konsumen-konsumen yang hendak membeli barang tersebut namun tidak mengetahui atau tidak ingin ribet dengan pemesanannya, usaha ini umumnya disebut “jasa titip” di Kecamatan Maritengngae. Perdagangan antar negara ini tentu akan menunjang pertumbuhan ekonomi dalam negeri, gambaran yang bisa dijadikan sebagai proyeksi adalah kondisi dimana terjadinya kegiatan ekspor dan impor antar negara yang semakin cepat melalui penggunaan teknologi, sehingga hal ini akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi (Wardhan et al., 2020).

Menurut Situmorang, (2013:17), Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), pada masa perkembangannya lebih dikenal dengan sebutan “media Komputer”, yang digunakan sebagai media pembelajaran, baik itu bersifat *offline* maupun *online*. Komputer sebagai media pembelajaran secara bergantian disebut pula dengan multimedia. Ini disebabkan kemampuan teknologi yang dimiliki perangkat komputer mampu mengintegrasikan berbagai fungsi media (mulai dari audio, visual, animasi, sistem transisi, kemampuan interaktif, sampai kepada layanan sistem hypertexts) di dalam satu medium, yang disebut Komputer.

Pemanfaatan TIK dibidang ekonomi menjanjikan keuntungan seperti, mendorong ekonomi untuk tumbuh lebih baik (Ngatono, 2016;

Sepehrdoust,2018;Hodrab et al., 2016), memperluas lapangan kerja dan penyerapannya (Wilson etal, 2014) serta menurunkan ketimpangan atau pemeratakan pendapatan (Haftu,2019). Ini sejalan dengan teori Kuznet (1871) tentang pertumbuhan ekonomi yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi dan pemanfaatannya merupakan salah satu faktor yang mampu merangsang pertumbuhan ekonomi karena bisa meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan ekonomi.

Selain itu terdapat ayat yang menjelaskan tentang Ekonomi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) pada (QS. Ar-Ra'du: 11) yaitu:

بِأَنْفُسِهِمْ مَا يُغَيِّرُوا حَتَّىٰ يَقَوْمَ مَا يُغَيِّرُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum kaum itu sendiri mengubah apa yang ada pada diri mereka"

Ayat diatas menjelaskan bahwa perubahan dalam kehidupan, termasuk dalam aspek ekonomi, tidak akan terjadi secara instan. Ayat Al-Qur'an yang menyatakan, "Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri" (QS. Ar-Ra'du: 11), mengajarkan bahwa perubahan itu dimulai dari dalam diri masyarakat itu sendiri. Artinya, sebuah bangsa atau komunitas tidak bisa berharap mendapatkan perubahan yang lebih baik jika mereka tidak berusaha untuk memperbaiki kondisi internal mereka terlebih dahulu.

Dalam konteks ekonomi, ini berarti bahwa masyarakat harus menyadari pentingnya perubahan perilaku, etika, dan kesadaran sosial dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Jika ada ketidakadilan atau praktik ekonomi yang merugikan banyak pihak, masyarakat harus berani untuk mengubahnya. Misalnya, jika praktik korupsi atau penipuan merajalela, masyarakat harus berkomitmen untuk bertindak lebih jujur, adil, dan transparan dalam setiap transaksi ekonomi yang dilakukan.

Selain itu, untuk memperbaiki kondisi ekonomi suatu bangsa, kebijakan dan sistem yang ada juga perlu diperbaiki. Hal ini tidak hanya melibatkan individu, tetapi juga peran pemerintah dan lembaga-lembaga ekonomi dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan yang inklusif dan adil. Dengan mengubah kebijakan yang tidak efektif dan menata sistem ekonomi dengan lebih baik, sebuah negara dapat menciptakan peluang yang lebih besar bagi warganya untuk meraih kesejahteraan. Perubahan yang dimulai dari diri sendiri, kemudian diperluas ke kebijakan dan sistem, akan memberikan dampak positif yang luas dalam memperbaiki kondisi ekonomi secara keseluruhan).

2.5 Pendidikan dan Pelatihan Digital Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM)

Pentingnya pelatihan teknologi bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Dalam era digital, teknologi informasi telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis, termasuk di sektor Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, pelaku UMKM di pedesaan sering kali menghadapi keterbatasan akses terhadap teknologi informasi, terutama infrastruktur internet yang memadai. Penelitian ini membahas bagaimana model jaringan internet desa dapat menjadi solusi untuk mendorong pertumbuhan UMKM di pedesaan, serta menganalisis dampaknya terhadap aspek- aspek bisnis seperti akses pasar, efisiensi operasional, dan literasi digital.

Arti penting pelatihan dan peningkatan pengetahuan dalam pemasaran digital sangat jelas dalam membawa perubahan positif bagi UMKM. Dengan literasi digital yang ditingkatkan dan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola media sosial, UMKM dapat memperkuat kehadiran mereka di ranah digital. Kolaborasi antara para pelaku UMKM juga ikut berperan dalam menciptakan lingkungan belajar yang produktif, di mana pengalaman dan pengetahuan dapat saling berbagi dan memberikan manfaat. Secara keseluruhan, program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil menunjukkan bahwa pelatihan yang berkelanjutan khususnya pemasaran digital memberikan manfaat nyata bagi UMKM. Hasil dari kegiatan ini juga didukung dengan kesimpulan dari beberapa penelitian, bahwa pemerintah dan organisasi terkait perlu memberikan dukungan dan pelatihan yang diperlukan kepada UMKM agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal. UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital secara lebih efisien untuk meningkatkan daya saing mereka dan mengoptimalkan potensi pemasaran mereka, kolaborasi antara pelaku UMKM juga telah membentuk dasar yang

kuat untuk perkembangan bisnis mereka di masa depan (Evangeulista et al., 2023; Firdausya dan Ompusunggu, 2023; Adinda et al., 2023).

Pemasaran digital sebagai salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital khususnya internet sangat mempengaruhi UMKM. Pemasaran digital merupakan sebuah pendekatan baru dalam pemasaran dan bukan hanya pemasaran konvensional yang ditambahkan unsur teknologi digital (Taiminen & Karjaluo, 2015). Dalam penerapan Teknologi Digital pada perusahaan perlu dilakukan dengan memperhatikan kondisi setiap perusahaan karena tidak terdapat satu standar penerapan teknologi digital yang dapat diterapkan ke seluruh perusahaan (Ramdani, Chevers, & A. Williams, 2013).

2.6 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

2.6.1 Sejarah Desa Talang Kemuning

Pada tahun 1940 an Talang Kemuning awalnya berasal dari pulau tengah “telago” dikarenakan pada saat itu kita pendatang dan tidak mempunyai wilayah tetap dan kita disuruh pergi dari “telago”, Lalu kita pergi ke lolo kecil dan juga menumpang di sana, kemudian setelah menetap di Lolo kecil sebentar kita kembali diusir dikarenakan kita tidak satu keturunan dengan desa Lolo kecil dan juga pada saat itu kita memiliki anggota yang sedikit. Menurut sejarah dahulu nenek moyang dulu beranggotakan 5 sampai 6 orang mereka tidak memiliki wilayah tetap. Dan setelah di usir kedua kalinya langsung pindah kewilayah yang kosong penduduk nama wilayah tersebut adalah

pondok kecil yang dikelilingi oleh banyak bambu dan bunga kemuning (wawancara depati sangado 17 apr 2025).

Nama desa Talang Kemuning awal mulanya diambil dan diartikan sebagai lading telang kuning, karena pada saat itu banyaknya telang kuning yang mengelilingi desa, maka nenek moyang memberi nama desa ini menjadi Talang Kemuning.

Desa Talang Kemuning awal mulanya “dusun” memindahkan menjadi desa oleh para pendiri pada tahun 1980 an resmi menjadi wilayah tetap yang di sebut “desa” dan tidak di ganggu gugat oleh pihak manapun sepakati oleh desa-desa lain seperti, Tanjung Syam, Lempur dan Lolo kecil, yang mana pendiri Desa Talang Kemuning pada masa itu adalah H. Isa bin H laris, Idris, Arifin Rasul dan Abu bakar.

Keempat nama ini yang mendirikan dan memberi nama Desa Talang Kemuning dan juga pejuang mempertahankan wilayah yang mereka tempati pada waktu itu (wawancara depati sangado 17 Apr 2025).

Faktor tumbuh dan berkembangnya desa yaitu karena kita dulunya banyak orang luar masuk dan bergabung di desa Talang Kemuning ini, pertama kali yang banyak berasal dari Kumun,Koto Petai,tapi kerinci pada umumnya ada semua yang masuk wilayah Desa Talang kemuning ini melalui perkahwinan, yang mana orang menyebut Talang Kemuning adalah “*kerinci kecil*” yang mana ada semua orang dari Tamiai hingga ke telun berasap lubuk

pauh ada di desa Talang Kemuning ini (wawancara bapak suljani 15 April 2025).

Setelah beberapa tahun kemudian ketika kita sudah memiliki banyak anggota yang tumbuh dan berkembangnya desa dimulai dari perkahwinan dengan orang luar, kemudian beranak pinak menjadi banyak. Maka kita berani dan lantang meminta pengakuan atas wilayah yang kita tempati ini, dan diberilah oleh orang Lolo kecil, Tanjung Syam, Lempur bahwa wilayah Talang Kemuning perbatasannya sesuai dengan yang telah disepakati waktu itu, dan juga saat itu kita di desa Talang Kemuning sudah banyak orang yang pintar dan memiliki pemikiran luas dan menjadi titik aman yang tidak bisa di ganggu gugat oleh siapapun termasuk untuk mengusir dan memindahkan kita (wawancara pemangku adat 17 April 2025).

2.6.2 Luas Wilayah dan Batas Desa Talang Kemuning

Desa Talang Kemuning merupakan desa yang terletak di kec. Bukit Kerman, Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi, yang mempunyai luas wilayah 1.600 ha. Desa Talang Kemuning berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara Berbatas Dengan Desa Lolo Kecil
- b. Sebelah Selatan Berbatas Dengan Desa Bintang Marak
- c. Sebelah Timur Berbatas Dengan Desa Lempur
- d. Sebelah Barat Berbatas Dengan Desa Tanjung Syam

(wawancara bapak kades 16 April 2025).

2.6.3 Kehidupan Sosial Keagamaan dan pendapatan Ekonomi di Desa Talang Kemuning

Di Desa Talang Kemuning 100% menganut agama islam tidak ada yang lain. Masih agama turun temurun simbolnya islam di desa ini adanya masjid dan surau lama. Nenek moyang dahulu menganut terekat yang mana terlalu mendalami agama dan ilmu kekebalan pada saat itu. Dengan berkembangnya zaman yang semakin maju banyak perubahan sehingga perlahan menyesuaikan dengan apa yang seharusnya disesuaikan seperti sholat, mengaji sesuai dengan ajaran al-kitab al-Qur'an dan sunnah rasul (wawancara suljani 16 April 2025).

Desa Talang Kemuning menganut islam serta syariat-syariat menjadi pedoman (pegangan hidup) bagi masyarakat dapat mengetahui mana yang sesuai dengan agama dan mana hal yang tidak sesuai dengan syariat. Dengan adanya agama masyarakat dapat menyeimbangkan antara prioritas dunia dan akhirat, walaupun masyarakat sibuk dengan pekerjaannya masing-masing tapi tidak melalaikan mengenai agama mereka (wawancara bapak suljani 16 April 2025).

Ekonomi masyarakat di Desa Talang Kemuning rata-rata Masyarakat di desa Talang Kemuning adalah seorang petani yang mengandalkan hasil bumi, seperti padi, sayur, dan buah, untuk memenuhi kebutuhan hidup, Meskipun desa ini memiliki potensi alam yang melimpah tantangan ekonomi tetap ada, terutama dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi informasi telah membawa

perubahan signifikan dalam cara masyarakat berinteraksi dan berdagang, Teknologi Informasi, berupa media sosial sebagai salah satu sarana yang digunakan oleh banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Talang Kemuning Saat ini, Sekitar 90% pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning memanfaatkan Media Sosial untuk Mempromosikan Produk mereka.

2.7 Penelitian Relevan

Penelitian relevan ini ialah tempat dimana penelitian yang pertama atau terdahulu yang nantinya bisa menjadi acuan bagi penulis.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tias (2021), Jurusan ADM Bisnis, Fakultas Fisipol, Universitas Muhammadiyah Mataram yang berjudul “Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Tahu dalam meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Abian Tubuh (Studi kasus dikelurahan abian tubuh kecamatan Sandubaya kota mataram)” Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa UMKM yang berada di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Abian Tubuh, di dapatkan beberapa peran yaitu antara lain terciptanya lapangan pekerjaan untuk masyarakat, mengurangi angka kemiskinan dan menambah devisa atau kekayaan negara. Dari peran di atas diketahui bahwa dengan adanya UMKM khususnya dalam Usaha Tahu dapat membantu masyarakat sekitar untuk meningkatkan

kesejahteraan yang ada di desa Abian Tubuh ini. Hanya saja masih banyak pengusaha tahu di daerah ini yang belum memiliki ijin beroperasi sehingga perlu di tindak lanjuti oleh pemerintah desa setempat maupun Dinas Koperasi.

2. Yulianto, et al (2015) Jurnal Seminar nasional Teknologi Informasi dan Multimedia dari Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja yang berjudul “Analisa peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi” Berdasarkan Hasil yang didapat, bahwa peranan teknologi sangatlah berpengaruh dalam perkembangan e-commerce serta penjualan online yang ada. Teknologi menjadi satu-satunya media transaksi yang bisa dilakukan oleh penjual maupun pembeli dalam kasus e-commerce ini. Saat ini internet yang merupakan sumber informasi pun tidak hanya sekedar memberikan atau membagi berbagai macam informasi saja. Di balik fungsi utamanya sebagai sumber informasi, internet juga dapat digunakan sebagai salah satu pendukung dalam proses bisnis. Salah satunya adalah e-commerce sebagai pendukung proses penjualan, pembelian, transfer atau pertukaran produk, dan pelayanan informasi khususnya pada bisnis berbasis Online shop . Dengan internet, pemasaran produk, dan pelayanan menjadi sebuah proses yang interaktif. Pemanfaatan Situs Web bukan hanya sekedar menyajikan katalog produk dan media promosi, melainkan digunakan untuk berdialog berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara On-line.

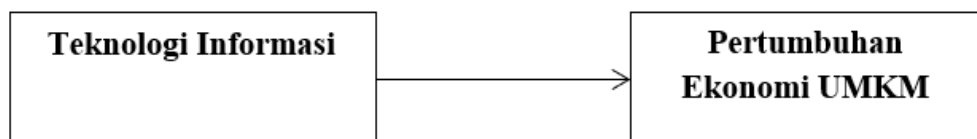
3. Putri (2022), Skripsi Jurusan Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro yang berjudul “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Ghendis Shop Metro Timur Melalui Media Sosial” Berdasarkan Hasil penelitian ini adalah penggunaan media sosial untuk pengembangan usaha serta menyebarkan pemasaran sosial dari Ghendis Shop Metro cukup efektif untuk menjangkau masyarakat dalam mengetahui informasi mengenai Ghendis Shop Metro karena dalam penerapannya proses penyebaran informasi yang menggunakan media sosial akan sangatlah cepat dan tidak mengenal waktu dan jarak dan dapat menghemat biaya yang dikeluarkan.
4. Melysa (2022), Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “Analisis Pengembangan Usaha Mikro Pada Pedagang Rumahan Di Kelurahan Bandar Raya Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah” Dari hasil penelitian diketahui bahwa pelaku usaha pedagang rumahan melakukan upaya-upaya dalam mengembangkan usahanya. Adapun upaya yang dilakukan yaitu melakukan pinjaman modal, menjaga kualitas jenis produk, menjalankan usaha yang halal, penentuan harga jual, dan meningkatkan kegiatan pemasaran.
5. Alamsyah Agit et al (2006), Jurnal Seminar Nasional Pariwisata dan kewirausahaan (SNPK), Institut Agama Islam DDI Sidenreng Rappang

yang berjudul “Peran dan Kontribusi Teknologi dalam Menunjang Potensi Ekonomi Masyarakat di Wilayah Perdesaan

2.8 Kerangka Berfikir

Kerangka ini adalah konsep untuk mengungkapkan dan menganalisis Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi UMKM di Desa Talang kemuning dan keterkaitan antara variabel yang akan di teliti dengan teori di atas. Merujuk pada teori yang ada, maka garis besar penelitian ini yaitu melihat Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi UMKM di Desa Talang kemuning, Berikut ini gambaran kerangka yang skematis mengenai Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi UMKM.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Subagyo & Kristian (2023) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki, menemukan, mendeskripsikan, dan menjelaskan sifat dan karakteristik pengaruh sosial yang tidak dapat diukur atau dijelaskan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kualitatif adalah pemahaman menyeluruh terhadap fenomena-fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti tingkah laku, kognisi, motivasi, tingkah laku, dan lain-lain, melalui uraian dengan kata-kata dan bahasa dalam konteks kasus alamiah dan penggunaan berbagai metode alami.

Kesimpulan dari penjelasan metode kualitatif adalah bahwa pendekatan ini fokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, budaya, atau perilaku menggunakan data yang bersifat deskriptif dan naratif. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, atau analisis dokumen, bertujuan untuk menggali makna, persepsi, dan pengalaman subjek yang sedang diteliti. Pendekatan ini lebih menekankan konteks dan proses dibandingkan dengan generalisasi, serta sering digunakan untuk eksplorasi isu-isu yang rumit dan belum sepenuhnya terdefiniskan.

Penelitian jenis ini disebut penelitian lapangan kualitatif, yang melibatkan pengamatan langsung terhadap subjek yang diteliti untuk

mengumpulkan data yang berkaitan. Di sisi lain, Desa Talang Kemuning Kecamatan Bukit Kerman Kabupaten Kerinci akan dijadikan sebagai lokasi untuk penelitian ini.

3.2 Penetapan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan studi di Desa Talang Kemuning, Kecamatan Bukit Kerman, yang terletak di Kabupaten Kerinci. Sebagian besar penduduknya desa ini bermata pencaharian sebagai petani dan pelaku usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM). Lokasi ini dipilih karena mayoritas penduduknya merupakan petani dan pelaku UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi informasi. Namun, masih terdapat banyak aspek yang perlu dipelajari dan dianalisis lebih mendalam mengenai pemanfaatan teknologi informasi yang dijalankan oleh masyarakat dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMKM. Penulis tertarik untuk meneliti di area tersebut dengan harapan dapat memberikan informasi yang lebih akurat tentang peran teknologi informasi serta lokasi yang mudah diakses oleh penulis.

3.3 Fokus Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM yang berada di Desa Talang Kemuning, bertujuan untuk mengumpulkan informasi untuk menjawab pertanyaan mengenai Peran teknologi informasi serta faktor-faktor apa yang memengaruhi efektivitas sistem tersebut dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Umkm. Pengumpulan data dilakukan hingga peneliti

merasa telah cukup, yang dimulai dari penyusunan proposal hingga penyelesaian skripsi.

3.4 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan Teknik pengumpulan data Observasi, Wawancara, Dokumentasi melalui Teknik analisis data Analisis domain, Analisis taksonomi, Analisis Komponensial.

3.5 Narasumber

Dalam situasi ini peneliti memilih Narasumber yang dianggap mengerti masalah yang akan diteliti dan mampu memberikan informasi yang bisa dikembangkan untuk mengumpulkan data. Objek dalam studi ini adalah Pelaku UMKM yang telah berpartisipasi dalam Meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berikut adalah karakteristik Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini: Pelaku usaha UMKM Masyarakat Desa Talang Kemuning yang telah menggunakan teknologi untuk menjalankan bisnisnya, seperti menggunakan media sosial untuk pemasaran, aplikasi untuk manajemen stok, atau platform untuk penjualan. Dalam penelitian ini Narasumber yang memiliki karakteristik tersebut adalah sebanyak 4 orang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut M Teguh Saefuddin et al (2023) Data merupakan hasil dari keputusan yang tepat untuk memperoleh data yang benar, diperlukan alat ukur atau instrumen yang efektif. Alat ukur atau instrumen yang efektif adalah yang

memiliki validitas dan ketepatan. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa data mencakup semua fakta, kata, dan angka yang berguna untuk memperoleh informasi dari penelitian. Dalam teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menurut Alaslan (2021:73) :

3.6.1 Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati fenomena sosial yang akan diteliti. observasi juga berhubungan dengan usaha-usaha untuk merumuskan masalah dan membandingkannya dengan realitas yang terjadi di lapangan.

3.6.2 Wawancara

Wawancara adalah pertukaran informasi yang terjadi antara dua individu melalui tanya jawab, sehingga makna dapat dibentuk dalam topik tertentu. Wawancara adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada orang lain, baik secara langsung (face to face) maupun melalui teknologi yang tersedia. Dalam proses wawancara, baik face to face maupun melalui telepon dan media lainnya, peneliti harus memilih waktu dan kondisi yang sesuai dengan kemampuan narasumber. Jika waktu dan tempat yang dipilih tidak tepat, informasi yang diperoleh mungkin tidak sesuai dengan yang diharapkan dan bisa jadi bias.

3.6.3 Dokumentasi

Teknik Dokumentasi dapat berfungsi sebagai tambahan bagi teknik observasi dan wawancara. Metode ini mencakup berbagai catatan peristiwa yang telah terjadi sebelumnya, termasuk tulisan dan dokumen lain seperti catatan harian, (life histories), cerita, biografi, regulasi, dan kebijakan yang relevan dengan isu yang sedang diteliti. Penelitian yang memakai metode ini akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika disertai dengan riwayat autobiografi dan dokumen pendukung lainnya.

Dalam melakukan penelitian dengan metode ini yang peneliti dokumentasikan ialah yang menyangkut tentang peran teknologi informasi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi UMKM di desa talang kemuning. Dokumentasi bisa berbentuk surat, catatan permasalahan, laporan foto, buku, jurnal, website dan lainnya yang berkaitan dengan masalah penelitian..

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Alaslan (2021:86) merupakan usaha untuk mengatur data secara terstruktur dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan metode lainnya agar mudah dimengerti. Proses analisis dilakukan dengan mengelompokkan data, memecahnya menjadi unit-unit, melakukan sintesis, menyusunnya dan mencari pola, memilih elemen penting untuk dipelajari, dan akhirnya membuat kesimpulan untuk disampaikan kepada orang lain.

Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini menurut Hardani et al (2020:74) adalah sebagai berikut:

3.7.1 Analisis Domain

Analisis Domain adalah metode berpikir yang digunakan untuk memeriksa suatu hal secara teratur dari data yang telah dikumpulkan dalam catatan lapangan, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi komponen-komponen, koneksi antar komponen, dan koneksi antara komponen dengan keseluruhan objek.

Dengan melakukan analisis, kita dapat menemukan pola hubungan antara data deskriptif secara mendetail. Pola ini merupakan arti dari budaya yang disampaikan oleh individu, yang selanjutnya diungkapkan oleh peneliti. Hasilnya masih berupa pemahaman di tingkat "permukaan" mengenai berbagai bidang atau kategori konsep (kategori simbolis yang mencakup atau menampung sejumlah kategori atau simbol lain secara spesifik). Bidang atau kategori simbolis ini memiliki arti yang lebih luas daripada kategori atau simbol yang termasuk di dalamnya.

3.7.2 Analisis Taksonomi

Setelah dilakukan analisis domain maka selanjutnya domain tersebut harus diperdalam dengan pengumpulan data lapangan dengan cara pengamatan wawancara, dokumentasi dan observasi secara mendalam sehingga data tersebut menjadi banyak. Jadi analisis taksonomi merupakan penelitian terhadap semua data yang telah dikumpulkan sesuai dengan domain yang sudah ditentukan. Dengan

kata lain, domain yang sudah ditetapkan menjadi istilah umum oleh peneliti dapat dijelaskan lebih spesifik dan mendalam melalui analisis taksonomi ini. Dalam analisis ini, area penelitian ditentukan terbatas pada domain tertentu yang sangat berguna dalam usaha untuk mendeskripsikan atau menjelaskan fenomena atau fokus yang menjadi tujuan awal penelitian.

3.7.3 Analisis Komponensial

Analisis komponensial yang diuraikan adalah domain yang telah ditetapkan menjadi fokus penelitian. Melalui analisis taksonomi, setiap domain dicari elemen yang serupa atau sama. Pada analisis komponensial, yang ingin diatur dalam domain bukanlah persamaan dalam domain, melainkan justru yang memiliki keberadaan atau yang bertolak belakang. Data ini dicari melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dipilih. Dengan metode pengumpulan data yang bersifat triangulasi tersebut, beberapa dimensi yang spesifik dan berbeda pada setiap elemen akan dapat diidentifikasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bagian ini, peneliti memaparkan dan mendeskripsikan hasil penelitian yang telah di paparkan, peneliti menjelaskan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan mengenai peran teknologi informasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi umkm. Untuk mengetahui beberapa poin tersebut peneliti melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat. Adapun pertanyaan yang peneliti gunakan sebagai berikut :

1. Sudah berapa lama bapak/ibu menggunakan teknologi informasi untuk melakukan pemasaran produk?

Berdasarkan wawancara Pernyataan ibu Nevi susanti selaku Penjual sembako desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan . *“Saya mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk pemasaran sejak tahun 2020, terutama melalui media sosial seperti Facebook. Sejak saat itu, penggunaan teknologi seperti Facebook menjadi bagian penting dari strategi pemasaran saya”*. Selasa (15 April 2025).

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Eva selaku Pemilik Grosir desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“Saya memanfaatkan teknologi informasi pemasaran sejak tahun 2022”*. Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu peti selaku pemilik warung makan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. “Saya memanfaatkan teknologi informasi pemasaran sejak tahun 2023 sampai sekarang. Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Kasmi selaku penjual perabotan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. “*Saya memanfaatkan teknologi informasi pemasaran sejak tahun 2023*”. Rabu (16 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa jawaban yang di kemukakan sedikit hampir sama yaitu dalam memasarkan produk usahanya.

2. Bagaimana penggunaan teknologi informasi, seperti media sosial atau aplikasi digital, telah membantu dalam pemasaran produk UMKM di Desa Talang Kemuning?

Berdasarkan wawancara pernyataan ibu nevi selaku penjual sembako desa Talang kemuning, beliau mengatakan. “*Penggunaan teknologi informasi, terutama media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, sangat membantu kami dalam memasarkan produk. Dulu, kami hanya menjual di pasar atau menunggu pembeli datang ke rumah. Sekarang, kami bisa memposting foto produk ke grup-grup lokal, dan pembeli dari luar desa juga bisa mengetahui dan memesan produk kami. Ini jelas memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.*”
Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Eva selaku Pemilik Grosir desa Talang Kemuning, beliau mengatakan. *“penggunaan teknologi informasi terutama media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Sangat membantu saya dalam memasarkan produk.”* Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu peti selaku Pemilik warung makan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“penggunaan teknologi informasi terutama media sosial seperti Facebook dan whatsApp. Sangat membantu dan mempermudah pelaku usaha untuk memasarkan produk.”* Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Kasmi selaku penjual perabotan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“penggunaan teknologi informasi terutama Media sosial. Sangat membantu memasarkan produk usaha namun, dampaknya terhadap peningkatan pendapatan masih terbatas. disebabkan oleh keterbatasan akses internet, kebiasaan konsumen yang lebih suka belanja langsung, atau kurangnya strategi digital yang optimal.”* Rabu (16 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dari semua narasumber di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa jawaban yang di kemukakan sedikit hampir sama yaitu dalam penggunaan teknologi informasi sangat membantu pelaku usaha untuk memasarkan produk.

- 4 Apakah penggunaan teknologi informasi berpengaruh pada omzet pendapatan Bapak/Ibu sebagai pelaku UMKM?

Hal senada juga disampaikan oleh ibu nevi selaku Penjual sembako desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“Iya, saya memang sudah mulai menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, tapi sejauh ini belum terlalu berpengaruh besar terhadap penjualan. Kebanyakan pelanggan saya masih datang langsung ke warung.”* Selasa (15 April 2025)

Berdasarkan wawancara pernyataan ibu Eva selaku Pemilik Grosir desa Talang kemuning, beliau mengatakan. *“Iya, sangat berpengaruh. Sejak saya mulai menggunakan teknologi informasi seperti media sosial untuk memasarkan produk, penjualan saya meningkat cukup signifikan. Dulu, saya hanya mengandalkan toko offline dan pelanggan sekitar lingkungan saja, tapi sekarang pesanan bisa datang dari luar desa. Selain itu, promosi jadi lebih mudah dan murah lewat Media Sosial. Jadi bisa dibilang, omzet saya naik hampir dua kali lipat dibanding sebelum menggunakan teknologi digital.”* Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu peti selaku pemilik warung makan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“Sejak saya mulai menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk mempromosikan barang-barang di warung, alhamdulillah penjualan jadi lebih cepat. Banyak pelanggan yang sebelumnya tidak tahu apa saja yang saya jual, sekarang jadi sering tanya dan langsung datang ke*

warung. Barang-barang juga jadi lebih cepat habis, apalagi kalau saya posting stok baru.” Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Kasmi selaku penjual Perabotan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. “penggunaan teknologi informasi terutama Media sosial. *“saya memang sudah mulai menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, tapi sejauh ini belum terlalu berpengaruh besar terhadap penjualan. Karena terkendala akses internet dan kurangnya strategi digital yang optimal.”* Rabu (16 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dari semua narasumber di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa jawaban yang di kemukakan sedikit hampir sama yaitu dalam penggunaan teknologi informasi sangat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan omzet.

- 5 Apa saja tantangan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dalam mengadopsi teknologi informasi, dan bagaimana mereka mengatasinya?

Berdasarkan wawancara pernyataan ibu nevi selaku Penjual sembako desa Talang kemuning, beliau mengatakan . *“Saya belum terlalu merasakan dampak besar dari promosi online, soalnya pelanggan saya kebanyakan masih datang langsung ke warung. Tapi saya tetap coba belajar. Tantangannya ya karena saya nggak punya banyak waktu buat pegang HP terus. Tapi kalau malam saya sempatkan buat balas*

pesan dan update barang di status WhatsApp dan Facebook.” Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Eva selaku Pemilik Grosir desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan *“Saya sudah mulai pakai media sosial juga, tapi belum terlalu pengaruh ke penjualan. Soalnya pembeli saya masih lebih suka datang langsung ke warung. Saya juga kadang nggak sempat pegang HP terus karena sibuk di warung. Tapi tetap saya coba update status WA kalau ada barang baru.”* Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan oleh ibu peti selaku pemilik warung makan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“Saya sudah coba pakai Facebook dan WhatsApp untuk promosi, tapi penjualan belum terlalu berubah karena banyak pelanggan saya tetap datang langsung ke warung. Kadang saya juga nggak sempat update karena sibuk di dapur atau jaga toko. Tapi tetap saya usahakan seminggu sekali ada update produk.”* Selasa (15 April 2025)

Hal senada juga disampaikan Bapak Kasmi selaku Penjual Perabotan desa Talang Kemuning. Beliau mengatakan. *“Dulu saya nggak terbiasa pakai HP buat jualan. Tapi sekarang saya coba posting di grup WhatsApp, alhamdulillah makin banyak yang tahu dan belanja ke warung. Tantangannya kadang jaringan susah, tapi saya pakai Wi-Fi tetangga atau ke rumah saudara.”* Rabu (16 April 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dari semua narasumber di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa jawaban yang di kemukakan sedikit hampir sama yaitu dalam tantangan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dalam mengadopsi teknologi informasi.

5.7 Pembahasan

Berdasarkan Hasil, peneliti menemukan berbagai temuan yang muncul dari hasil wawancara berkenan dengan judul Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Talang Kemuning Kabupaten Kerinci.

5.7.1 Pemanfaatan Teknologi Informasi Oleh Pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning

Pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning telah memanfaatkan teknologi informasi dalam berbagai aspek usaha mereka. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp digunakan untuk mempromosikan produk, menjalin komunikasi dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar. Penjualan secara online juga mulai diterapkan melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, sementara pemesanan langsung dilakukan melalui chat *commerce*, khususnya WhatsApp dan Messenger. Hal ini membantu pelaku usaha menjangkau konsumen di luar wilayah desa dengan cara yang lebih efisien dan cepat.

Selain itu, teknologi informasi dimanfaatkan dalam pengelolaan Keuangan dan Administrasi membantu pencatatan dan pelaporan keuangan, seperti Transaksi Digital Untuk mempermudah pembayaran, pelaku UMKM menggunakan Dompot Digital Dana, OVO, GoPay.QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*): Sebagian pelaku UMKM yang telah didampingi oleh bank atau koperasi menggunakan QRIS untuk menerima pembayaran non-tuai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Desa Talang Kemuning peneliti menyimpulkan bahwa Teknologi Informasi Sangat bermanfaat bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah, karena dengan adanya Teknologi Informasi terutama media sosial dapat mempermudah pelaku usaha untuk mempromosikan produk usaha mereka dan memberi ide-ide baru dalam memasarkan produk. Secara langsung Media sosial juga sangat berpengaruh terhadap produksi karena cenderung dapat meningkatkan pendapatan Usaha.

5.7.2 Pengaruh Penggunaan Teknologi Terhadap Pertumbuhan ekonomi UMKM di Desa Talang

Kemuning

Penggunaan teknologi informasi memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM, seperti:

1. Peningkatan Jangkauan Pasar; Produk UMKM yang awalnya hanya dipasarkan di desa, kini bisa dikenal oleh pembeli dari kota atau bahkan luar provinsi. Efisiensi Operasional: Penggunaan aplikasi

- kasir atau pencatatan keuangan digital memudahkan dalam mengatur stok dan keuangan usaha.
2. Pertumbuhan Omzet; Dengan pemasaran online dan layanan pemesanan daring, penjualan meningkat secara signifikan pada beberapa pelaku usaha.
 3. Daya Saing Lebih Tinggi; UMKM yang memanfaatkan teknologi lebih mampu bersaing dengan usaha lain karena mampu menjangkau lebih banyak konsumen dan menyesuaikan diri dengan tren digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning, peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi, khususnya melalui media sosial dan aplikasi digital, memberikan pengaruh yang sangat positif terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Platform seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram telah membantu pelaku usaha dalam mempromosikan produk secara lebih luas dan efisien, tanpa memerlukan biaya besar. Selain itu, penggunaan aplikasi digital juga mempermudah proses komunikasi dengan pelanggan, mempercepat transaksi, serta membuka peluang pemasaran di luar wilayah desa.

Pengaruh positif ini tercermin dari peningkatan minat beli konsumen, kemudahan akses informasi usaha, serta efisiensi dalam pengelolaan bisnis. Beberapa pelaku UMKM mengaku mengalami peningkatan omzet setelah aktif memasarkan produk melalui media sosial

dan menggunakan metode pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran teknologi informasi tidak hanya memodernisasi cara berdagang, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara umum..

5.7.3 Hambatan yang Dihadapi Pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dalam Mengakses dan Menerapkan Teknologi Informasi

Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan Digital: Banyak pelaku UMKM yang belum familiar dengan penggunaan aplikasi digital, terutama generasi tua.

Keterbatasan Infrastruktur (sinyal internet yang lemah): Di beberapa titik desa, akses internet masih kurang stabil sehingga membatasi akses ke platform online.

Kurangnya Pelatihan: Belum banyak pelatihan atau pendampingan teknis dari pihak pemerintah atau swasta terkait penggunaan teknologi untuk usaha.

Sebelum memanfaatkan teknologi, para pelaku UMKM mengaku mengalami berbagai kendala seperti terbatasnya jangkauan pemasaran, kurangnya efisiensi dalam pengelolaan keuangan, serta kesulitan dalam membangun relasi dengan pelanggan. Namun, kondisi tersebut mulai berubah setelah mereka mulai mengadopsi berbagai platform digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning, peneliti menyimpulkan bahwa meskipun teknologi informasi memberikan banyak manfaat, pelaku UMKM di desa tersebut masih menghadapi sejumlah hambatan dalam mengakses dan menerapkannya. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital, di mana sebagian pelaku usaha belum terbiasa menggunakan aplikasi digital atau media sosial secara optimal untuk menunjang kegiatan usahanya. Selain itu, akses internet yang terbatas dan tidak stabil di beberapa wilayah desa juga menjadi kendala tersendiri, terutama bagi UMKM yang ingin memperluas pemasaran secara online atau mengikuti pelatihan daring.

5.7.4 Penggunaan Teknologi Informasi Dapat meningkatkan Pendapatan Omzet Pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat Desa Talang Kemuning peneliti menyimpulkan bahwa Teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap pendapatan Masyarakat desa Talang kemuning dan berdampak positif, dengan adanya penggunaan teknologi informasi ini terutama media sosial memberikan kemudahan dalam proses transaksi, mempermudah promosi sehingga dapat membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan. Omzet yang dimaksud dalam penelitian ini adalah omzet pendapatan yang berhasil diperoleh pelaku usaha perbulan. Adapun omzet pendapatan dari hasil wawancara dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Omzet Pendapatan Perbulan Pelaku Usaha UMKM

No.	Nama	Nama Usaha	Omzet Sebelum Menggunakan	Omzet sesudah menggunakan
1.	IbuNevi Susanti	Warung Sembako	Rp. 10.000.000	Rp. 15.000.000
2.	Ibu Eva	Grosir	Rp. 20.000.000	Rp. 25.000.000
3.	Ibu Peti	Warung makan	Rp. 8.000.000	Rp. 10.000.000
4.	Bapak Kasmi	Toko perabot	Rp. 5.000.000	Rp. 7.000.000

Berdasarkan Tabel 4.1 Omzet pendapatan Pelaku Usaha Mikro kecil dan Menengah, diketahui bahwa pendapatan usaha mengalami peningkatan yang signifikan setelah memanfaatkan teknologi informasi.

Sebelum memanfaatkan teknologi, para pelaku UMKM mengaku mengalami berbagai kendala seperti terbatasnya jangkauan pemasaran, kurangnya efisiensi dalam pengelolaan keuangan, serta kesulitan dalam membangun relasi dengan pelanggan. Namun, kondisi tersebut mulai berubah setelah mereka mulai mengadopsi berbagai platform digital.

Teknologi informasi yang dimanfaatkan antara lain berupa media sosial untuk promosi, marketplace untuk penjualan, serta aplikasi pembukuan digital untuk pencatatan keuangan. Dengan adanya teknologi tersebut, pelaku UMKM mampu menjangkau pasar yang lebih luas, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha. Dampak positif ini secara langsung dirasakan dalam bentuk

peningkatan pendapatan dibandingkan dengan sebelum penggunaan teknologi informasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing UMKM di era modern.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat Desa Talang Kemuning, penggunaan Teknologi Informasi memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku usaha di desa tersebut. Banyak pelaku usaha mengaku bahwa dengan memanfaatkan teknologi, seperti media sosial. Mereka mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, teknologi juga mempermudah akses informasi mengenai tren pasar, strategi pemasaran, serta manajemen usaha yang lebih efisien. Dampak positif ini secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat, terutama di kalangan UMKM.

Masyarakat Desa Talang Kemuning mengalami peningkatan secara kuantitas dan berdampak positif bagi pendapatan pelaku usaha menjadi lebih sejahtera, meningkatkan pendapatan pelaku usaha sebagai sumber penghasilan tambahan dan secara langsung memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti kesehatan keluarga dan kebutuhan akan pendidikan anak-anak mereka.

BAB V

PENUTUP

5.8 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan peneliti mengenai Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi (UMKM) di Desa Talang Kemuning, peneliti mengambil kesimpulan terhadap data yang diperoleh dari wawancara serta observasi di lapangan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning sudah mulai dilakukan secara aktif, terutama melalui penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk promosi produk dan komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, pelaku usaha juga memanfaatkan marketplace, chat commerce, serta aplikasi digital seperti dompet digital dan QRIS dalam proses transaksi dan pencatatan keuangan.
2. Penggunaan teknologi informasi memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM, terutama dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendorong peningkatan omzet. Teknologi membantu pelaku usaha menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan memperbesar peluang bersaing secara digital.
3. Hambatan utama yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengakses dan menerapkan teknologi informasi meliputi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital, infrastruktur internet yang belum merata, serta minimnya pelatihan dari pihak terkait. Meskipun demikian, pelaku UMKM menunjukkan semangat untuk belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

4. Penggunaan teknologi informasi terbukti dapat meningkatkan pendapatan (omzet) pelaku UMKM secara signifikan. Setelah mengadopsi teknologi dalam aktivitas usaha, pelaku UMKM mengalami kenaikan omzet per bulan. Hal ini berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga dan pemenuhan kebutuhan dasar seperti pangan, pendidikan, dan kesehatan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi melalui pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam mendukung kemajuan UMKM di Desa Talang Kemuning. Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, diperlukan pendampingan, pelatihan berkelanjutan, dan peningkatan infrastruktur yang memadai.

6.8 Saran

Merujuk pada temuan, analisis, dan kesimpulan penelitian ini, saran yang mampu peneliti berikan yaitu:

6.8.1 Peningkatan Infrastruktur Teknologi Pemerintah daerah bersama dengan pemerintah desa perlu meningkatkan ketersediaan infrastruktur teknologi, seperti jaringan internet yang stabil dan akses perangkat digital, agar seluruh masyarakat, terutama pelaku UMKM, dapat memanfaatkan teknologi informasi secara optimal.

6.8.2 Pelatihan dan Pendampingan Digital Diperlukan program pelatihan secara berkala yang difokuskan pada literasi digital, pemasaran online, pengelolaan keuangan digital, serta penggunaan media sosial untuk promosi produk.

Pelatihan ini dapat bekerja sama dengan dinas terkait, perguruan tinggi, atau lembaga pelatihan swasta.

6.8.3 Penguatan Kelembagaan UMKM Digital Pembentukan kelompok atau komunitas UMKM berbasis digital di desa dapat menjadi wadah berbagi informasi, pengalaman, dan inovasi. Kelompok ini juga dapat menjalin kerja sama dengan platform digital untuk memudahkan akses pemasaran dan distribusi produk.

Dengan diterapkannya saran-saran tersebut, diharapkan pemanfaatan teknologi informasi di Desa Talang Kemuning dapat berjalan lebih maksimal dan berkelanjutan, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara menyeluruh.



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR PUSTAKA

- Amrina, A., Ismatu, F., & Primandhana, W. P. (2022). Analisis pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta pendidikan terhadap pertumbuhan ekonomi. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional*, 24.
- Ernita, E., Amar, S., & Syofyan, E. (2013). Analisis pertumbuhan ekonomi, investasi, dan konsumsi di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 1(2).
- Harini, C., & Handayani, S. B. (2019). Pemasaran kewirausahaan melalui e-commerce untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Maria, M., Sumarjiyanto, N., & Widayati, T. (2020). Dampak perkembangan ekonomi digital terhadap perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomi. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 234–239.
- Nasution, Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal*, 3(2).
- Nofitri, W. D. (2022). Analisis pengaruh sektor pertanian terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tanah Datar.
- Oktavia, T. (2020). Pengaruh teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta pendidikan terhadap pertumbuhan ekonomi.
- Pratama, S., et al. (2024). Pengaruh strategi inovasi terhadap penggunaan teknologi informasi dalam industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 50–60.
- Purba, B. (2020). Analisis tentang pertumbuhan ekonomi Indonesia periode tahun 2009–2018. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(2), 244–255.

- Purwiantoro, M. H., Kristano, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Jurnal Eka Cida*, 1(1), 30–39.
- Putri, A. O. (2022). Pengaruh media sosial Facebook terhadap peningkatan omzet penjualan UMKM (Studi kasus pedagang kuliner UMKM di Kecamatan Ujung Batu). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 568–678.
- Rifai, D., et al. (2022). Perkembangan ekonomi digital mengenai perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi. *ADi Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 49–52.
- Rudyanto. (2018). Pengaruh pemasaran jejaring media sosial dan keterkaitan konsumen terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 11(2), 177–200.
- Sakti, L., & Adityarani, N. W. (2020). Tinjauan hukum ijarah dan inovasi dari akad ijarah dalam perkembangan ekonomi syariah di Indonesia. *Jurnal Fundamental Justice*, 39–50.
- Sarosa, S. (2012). *Analisis data penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sari, N. A. (n.d.). Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.
- Setiawati, E., & Alqoodir, W. (2021). Pengaruh teknologi terhadap pertumbuhan ekonomi. *Jurnal*, 10(2).
- Sinta, A. (2011). [*Judul tidak disebutkan*]. UB Press.
- Sugiyono. (2010). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Jakarta: CV Alfabeta.
- Umiyati, E. (2014). Analisa pertumbuhan ekonomi dan ketimpangan pembangunan antar wilayah di Pulau Sumatera. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 9(2).

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara Laporan Penelitian

A. Identifikasi Penelitian

Judul Penelitian : Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan
Pertumbuhan Ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di
Desa Talang Kemuning

Peneliti : NURUL PATIN AZILA

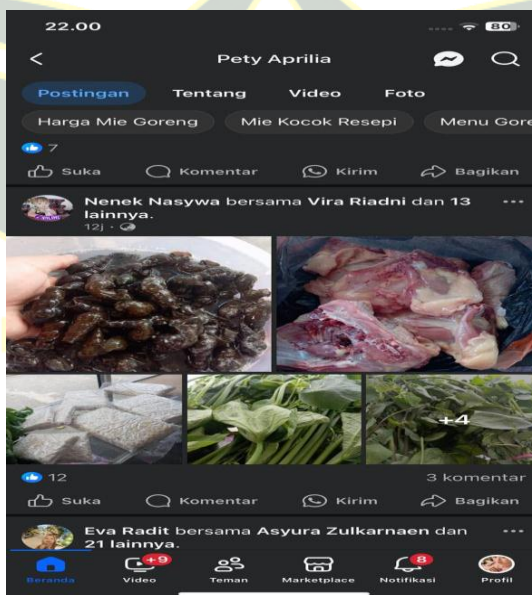
Dosen : H. SAMSUL BAHRY HARAHAHAP. Lc., M.A

B. Daftar Pertanyaan

1. Sudah berapa lama bapak/ibu menggunakan teknologi informasi untuk melakukan pemasaran produk? Bagaimana penggunaan teknologi informasi, seperti media sosial atau aplikasi digital, telah membantu dalam pemasaran produk UMKM di Desa Talang Kemuning?
2. Apakah penggunaan teknologi informasi berpengaruh pada omzet pendapatan Bapak/Ibu sebagai pelaku UMKM?
3. Apa saja tantangan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning dalam mengadopsi teknologi informasi, dan bagaimana mereka mengatasinya?

DOKUMENTASI

Lampiran 1



Promosi melalui media sosial di Desa Talang Kemuning

Lampiran 2



Lampiran 3



Wawancara bersama pelaku UMKM di Desa Talang Kemuning