

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daya saing suatu daerah merupakan indikator penting dalam mengukur sejauh mana wilayah tersebut mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan global. Dalam konteks pembangunan daerah, daya saing tidak hanya diukur dari pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dari kapasitas daerah dalam menciptakan nilai tambah, memanfaatkan potensi lokal, serta menciptakan inovasi berkelanjutan. Kota yang memiliki daya saing tinggi biasanya menunjukkan kemajuan dalam sektor infrastruktur, sumber daya manusia, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan pasar.¹

Peningkatan daya saing sebuah kota bergantung pada sejauh mana daerah tersebut mampu memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi tantangan eksternal. Faktor-faktor seperti iklim investasi, regulasi yang mendukung, kualitas pendidikan, serta kemudahan akses terhadap teknologi dan informasi menjadi elemen-elemen kunci yang menentukan. Kota yang tidak mampu bersaing akan tertinggal, tidak hanya dalam hal pertumbuhan ekonomi tetapi juga dalam kualitas hidup masyarakatnya.

¹ Rizkyta Fajriyah, "Analisis Daya Saing Provinsi-Provinsi Indonesia

Di tengah era globalisasi dan transformasi digital, kota-kota di Indonesia dituntut untuk memiliki strategi pembangunan berbasis inovasi dan kolaborasi lintas sektor. Persaingan tidak hanya datang dari wilayah lain dalam negeri, tetapi juga dari pasar internasional yang semakin terbuka. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk mendorong sinergi antara sektor publik, swasta, dan masyarakat dalam membangun keunggulan kompetitif daerah.²

Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, keberadaan usaha kecil dan menengah menjadi tulang punggung yang penting. Unit-unit usaha ini tidak hanya menyerap tenaga kerja lokal dalam jumlah besar, tetapi juga menjadi wadah inovasi dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang dinamis. Sebagai sektor yang fleksibel, usaha kecil dan menengah memiliki peran strategis dalam menggerakkan roda ekonomi dari tingkat mikro hingga makro.³ Keunggulan dari unit usaha berskala kecil adalah kemampuan mereka untuk bertahan dalam kondisi krisis dan responsif terhadap perubahan pasar. Di berbagai kota berkembang, sektor ini telah terbukti menjadi penopang pertumbuhan ekonomi yang

² Fajriyah, "Analisis Daya Saing Provinsi-Provinsi Indonesia Pada Aspek Modal Manusia (Human)

³ Atika Puspita Marzaman and Wahyudin Hasan, "Busines Incubator : A Strategy For Improving Food-Based Smes Capacity In Gorontalo Regency," *Administrative Law Journal* 60, no. 2 (2020): 53–77,

inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, keberadaan mereka yang tersebar luas menjadikan mereka sebagai agen pemerataan ekonomi antardaerah. Namun demikian, tantangan yang dihadapi pelaku usaha kecil cukup kompleks. Keterbatasan modal, akses terhadap pasar yang sempit, serta minimnya dukungan teknologi dan informasi kerap menjadi hambatan utama. Dalam persaingan pasar yang semakin terbuka, pelaku usaha ini memerlukan intervensi strategis dari berbagai pihak agar mampu bertahan dan berkembang.⁴ Pemerintah pusat dan daerah pun telah memberikan berbagai dukungan melalui pelatihan, bantuan permodalan, serta program penguatan kapasitas. Meski begitu, agar manfaatnya optimal, perlu pendekatan yang lebih terintegrasi dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi dalam proses bisnis.⁵

Pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam bentuk e-commerce, telah menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah. Dengan e-commerce, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional, bahkan internasional, tanpa harus membuka cabang secara fisik.

⁴ Suhrowardi et al., “Tantangan Dan Solusi Bisnis UMKM Di Era Digital,” JPPI: Jurnal Pengabdian Pelita Insani 1, no. 01 (2024): 12–20

⁵ Lina Anatan and Nur, “Micro, Small, and Medium Enterprises’ Readiness for Digital Transformation in Indonesia,” Economies 11, no

Platform digital memungkinkan efisiensi dalam proses pemasaran, distribusi, hingga transaksi keuangan⁶

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Jumlah pelaku UMKM yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia menjadikan sektor ini sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, serta keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, adopsi teknologi digital, termasuk e-commerce, menjadi peluang besar untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan memperkuat daya saing UMKM di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat.⁷

Di Kota Bengkulu, perkembangan e-commerce mulai menunjukkan tren positif, seiring dengan peningkatan penggunaan internet dan perangkat digital. Berbagai pelaku UMKM mulai memanfaatkan media

⁶ Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-commerce Dalam Dunia Bisnis," Orasi Bisnis

⁷ Raaken Danendra A W, Silvana Purbawanti, and Zella Fathona Aska, "Peran E-commerce Dalam Meningkatkan Peluang Bagi UMKM Di Indonesia," Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan 2, no. 1 (2025): 103–109,

sosial, marketplace, dan website pribadi untuk memasarkan produknya. Namun, pemanfaatan ini masih belum merata, terutama di kalangan pelaku usaha yang berada di wilayah pinggiran atau yang belum terpapar pelatihan digital.

Kawasan Kelurahan Nusa Indah, salah satu sentra ekonomi rakyat di Kota Bengkulu, memiliki jumlah pelaku UMKM yang cukup tinggi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bengkulu tahun 2023, terdapat lebih dari 420 unit UMKM aktif yang tersebar di wilayah ini. Sebagian besar bergerak di sektor makanan dan minuman, kerajinan tangan, serta jasa rumah tangga. Namun, hanya sekitar 35% yang telah memanfaatkan platform digital secara rutin dalam aktivitas bisnis mereka.⁸

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan peneliti di Kelurahan Nusa Indah, Kota Bengkulu, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan aktivitas bisnis secara konvensional, seperti menjual produk hanya melalui toko fisik atau pasar tradisional. Meskipun beberapa pelaku usaha sudah memiliki perangkat digital seperti ponsel pintar, pemanfaatannya masih terbatas pada komunikasi dan promosi sederhana melalui media sosial, tanpa

⁸ Badan Pusat 2024 Statistik, “Buku Pintar Evaluasi

pengelolaan platform e-commerce secara maksimal.⁹ Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari keterbatasan pengetahuan digital, minimnya pelatihan yang berkelanjutan, hingga kurangnya pendampingan teknis dalam pengelolaan toko daring. Observasi ini memperkuat asumsi bahwa terdapat kesenjangan nyata antara potensi teknologi dan pemanfaatannya oleh UMKM, yang berdampak pada belum optimalnya kontribusi mereka dalam mendorong daya saing Kota Bengkulu secara menyeluruh. Oleh karena itu, kajian mendalam mengenai pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan daya saing daerah menjadi sangat relevan untuk dilakukan.

Melihat pentingnya daya saing daerah, peran UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal, serta potensi e-commerce sebagai alat akselerasi transformasi digital, maka sinergi ketiganya menjadi aspek krusial dalam pengembangan ekonomi Kota Bengkulu. Meskipun berbagai inisiatif telah dilakukan untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan digitalisasi, masih terdapat kesenjangan antara potensi dan implementasi di lapangan, khususnya dalam pemanfaatan e-commerce secara optimal oleh pelaku UMKM di wilayah seperti Kelurahan Nusa Indah. Penelitian sebelumnya banyak berfokus pada

⁹ Pelaku UMKM, Observasi awal, 10 juli 2025, Nusa Indah Kota Bengkulu

kajian umum mengenai digitalisasi UMKM, namun belum secara spesifik menganalisis bagaimana pemanfaatan e-commerce berkontribusi terhadap peningkatan daya saing kota dalam konteks lokal. literatur dengan melihat secara mendalam keterkaitan antar pemanfaatan e-commerce oleh UMKM dan daya saing Kota Bengkulu, serta hambatan dan peluang yang menyertainya.

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai “Pemanfaatan E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bengkulu: Perspektif Ekonomi Syariah”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa saja bentuk pemanfaatan e-commerce yang diterapkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bengkulu?
2. Mengapa pemanfaatan e-commerce dapat meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bengkulu?
3. Bagaimana pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berdasarkan perspektif ekonomi syariah?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan e-commerce oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bengkulu dalam meningkatkan daya saing usaha mereka.
2. Untuk menganalisis Pemanfaatan E-commerce dalam Meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bengkulu.
3. Untuk menganalisis Pemanfaatan E-commerce dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah kota Bengkulu berdasarkan perspektif ekonomi syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis
 - a) Memberikan panduan dan rekomendasi bagi pelaku UMKM di Kota Bengkulu tentang cara optimal memanfaatkan e-commerce untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, sehingga dapat memperkuat daya saing usaha mereka.
 - b) Menjadi acuan bagi pemerintah daerah dan pemangku kebijakan dalam merancang program pelatihan, pendampingan, dan penyediaan

infrastruktur digital yang mendukung transformasi digital UMKM secara efektif.

- c) Membantu pelaku UMKM mengidentifikasi tantangan dan solusi praktis dalam penggunaan e-commerce, seperti peningkatan literasi digital, pengelolaan keamanan data, serta strategi pemasaran digital yang efisien.
- d) Mendorong kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk sektor swasta dan akademisi, untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang inklusif dan berkelanjutan di Kota Bengkulu.

2. Kegunaan Teoritis

- a) Menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran digital dan pengembangan UMKM, dengan fokus pada pemanfaatan e-commerce sebagai strategi peningkatan daya saing daerah.
- b) Menjadi referensi akademik yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk mengembangkan kajian lebih lanjut mengenai digitalisasi UMKM dan dampaknya terhadap ekonomi daerah.
- c) Memberikan kontribusi pada teori-teori terkait adopsi teknologi, inovasi bisnis digital, dan pengembangan ekonomi lokal berbasis teknologi informasi.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai acuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai penelitian. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Al Fadilla Darma Nasri (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Penerapan E- Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan e-commerce terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu. Jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pemilihan sampel menggunakan teori Suharsimi Arikunto dengan mengambil 25% dari 130 pelaku UMKM, sehingga sampel berjumlah 33 pelaku UMKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengujian kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), pengujian asumsi dasar (uji normalitas dan uji homogenitas), pengujian asumsi klasik (uji heteroskedastisitas), pengujian hipotesis (regresi linear sederhana dan uji t) dan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil penelitian ini menunjukkan nilai probabilitas (Sig) $0,010 < 0,05$ ini membuktikan penerapan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil

dan menengah di Kota Bengkulu. Sedangkan nilai R square sebesar 0,196 atau 19,6 %, yang artinya bahwa penerapan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di kota Bengkulu, dengan keterangan interpretasi koefisien kategori sangat rendah.¹⁰

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel daya saing penelitian terdahulu hanya mengkaji UMKM dan e-commerce sedangkan penelitian ini mengkaji juga daya saing, selain itu terletak pada metode penelitian yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas UMKM dan e-commerce.

2. Penelitian lain yang dilakukan oleh Selfia Bintariningtyas, Tri Mulyaningsih, dan Lely Ratwianingsih (2021) meneliti peran e-commerce dan literasi digital UMKM di Kabupaten Madiun selama pandemi COVID-19. Studi ini menemukan bahwa 71% responden memiliki literasi digital yang baik, dan 53% menggunakan e-commerce untuk membantu

¹⁰ Al Fadilla Darma Nasr, "Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," Skripsi IAIN Padang Sidempuan 5, no. 8 (2018): 1–108.

penjualan produk mereka selama pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital yang memadai berkontribusi positif terhadap keberhasilan implementasi e-commerce pada UMKM.¹¹

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel daya saing, selain itu penelitian terdahulu dilakukan untuk peningkatan sementara penelitian ini pemanfaatan. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas UMKM dan e-commerce.

3. Penelitian lain yang dilakukan oleh Putri, Indah Yulianti (2024) ini meneliti bagaimana modal usaha dan pemanfaatan e-commerce mempengaruhi daya saing UMKM. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data yang diperoleh di analisis dengan metode SPSS. Sebuah populasi 15.669 dengan jumlah sampel 40 reponden. Penelitian ini menemukan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kota Palopo.¹²

Perbedaan penelitian terdahulu dengan

¹¹ F. Kurniawan, "Penerapan Strategi Pemasaran Berbayar (Paid Marketing) Pada Platform Google AdWords:Sebuah Studi Kasus Pada Bisnis Travel.," Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan, 6(1), 47-55. 6, no. 1

¹² Indah Yulianti Putri, "Pengaruh Modal Usaha Dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Kota Palopo" (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2024).

penelitian ini terletak pada modal usaha, dalam penelitian ini tidak meneliti modal usaha sedangkan penelitian terdahulu membahasnya. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti e-commerce, UMKM.

4. Penelitian lain yang dilakukan oleh Muhammad Ikhsan dan Muhammad Hasan (2020) dengan judul penelitian “Analisis Dampak Penggunaan E-commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan e-commerce dalam meningkatkan omzet penjualan UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah 5 pelaku UMKM di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua dampak dari penggunaan e-commerce, yakni dampak positif dan negatif.¹³

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabel omzet, sementara penelitian ini tidak meneliti omzet. Adapun

¹³ Muhammad Ikhsan and Muhammad Hasan, “Analisis Dampak Penggunaan E-commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no. 1 (2020):

persamaannya yaitu sama-sama e-commerce dan UMKM

5. Penelitian lain oleh Wulandari (2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Faktor Internal Seperti Sumber Daya Manusia Dan Kesiapan Modal, Serta Pemanfaatan E-commerce Terhadap Daya Saing UMKM”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis data dilakukan dengan pengujian instrumen, asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kota Metro.¹⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada SDM dan kesiapan modal dimana penelitian ini tidak meneliti hal tersebut, dan juga terletak pada metode penelitian yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian ini kualitatif. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas e-commerce dan UMKM.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2021) e-commerce oleh UMKM di negara berkembang

¹⁴ Sinta Wulandari, “Pengaruh Sumber Daya Manusia, Kesiapan Modal, Dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kota Metro” (Universitas Muhammadiyah Metro, 2023).

memberikan kontribusi besar terhadap perluasan pasar dan peningkatan efisiensi biaya, khususnya di tengah keterbatasan sumber daya yang dimiliki pelaku usaha kecil. Studi ini juga menyoroti pentingnya pelatihan digital dan dukungan kebijakan pemerintah dalam mendorong transformasi digital UMKM. Sementara itu,¹⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada daya saing, penelitian terdahulu tidak meneliti mengenai daya saing sedangkan penelitian ini membahas hal tersebut. Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas pemanfaatan ec-commerce dan UMKM.

7. Penelitian lain yang dilakukan oleh Moh. Kurdi dan Imam Darul Firmansyah (2020) mengenai strategi peningkatan daya saing UMKM di kabupaten sumenep melalui e-commerce. Tujuan khusus untuk merumuskan strategi- strategi yang perlu digunakan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perlunya strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM yang

¹⁵ Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution et al., "Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Dynamic Capabilities towards e-Commerce Adoption of SMEs in Indonesia," Journal of Science and

ada di Kabupaten Sumenep. strategi yang harus digunakan dalam peningkatan daya saing adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan serta meningkatkan inovasi produk untuk menghindariN “Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Dynamic Capabilities towards e-Commerce Adoption of SMEs in Indonesia,” Journal of Science and Technology Policy Management . palgiator dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan.¹⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada strategi, penelitian ini tidak meneliti strategi melainkan pemanfaatan. Sementara persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada sama-sama meneliti e- commerce, UMKM.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Penelitian lapangan dipilih karena peneliti

¹⁶ Moh. Kurdi and Imam Darul Firmansyah, “Strategi 12, no. 2 (2021): 256–82, <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0060>.

secara langsung terjun ke Lokasi penelitian, yaitu di Kelurahan Nusa Indah, Kota Bengkulu untuk mengamati, menggali, dan memahami secara mendalam bagaimana pelaku UMKM memanfaatkan e-commerce dalam meningkatkan daya saing.sumber data yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung dari lapangan¹⁷

Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE,” Jurnal SainsSosio Humaniora 4,no. 2 (2020): 569–75,

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial, budaya, dan perilaku manusia secara mendalam dari sudut pandang partisipan. Pendekatan ini menggunakan data deskriptif seperti wawancara, obeservasi dan studi dokumen untuk manggali makna, pengalaman subjektif dan konteks di balik suatu peristiwa.¹⁸

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Estimasi waktu pada penelitian ini yaitu 4 bulan, terhitung dari bulan Juli hingga bulan

¹⁷ Nazir, M. (2014) Metode Penelitian Jakarta: Ghalia Indonesia.

¹⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2018).

November 2025.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Jl. Rafflesia Nusa Indah, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu, Bengkulu 38228

4. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah individu yang dipilih secara sengaja (purposive) oleh peneliti karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keterlibatan langsung dengan fenomena yang sedang diteliti. Dalam konteks penelitian kualitatif, informan memiliki peran penting sebagai sumber utama data karena mereka dapat memberikan informasi yang mendalam, rinci, dan kontekstual sesuai dengan permasalahan penelitian. Pemilihan informan tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus kajian Adapun informan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Table 1.1 Infroman

No	Nama	Nama Usaha	Jabatan
1	Rini	D'celup	Owner
2	Virda	Palupi	Owner
3	Andika	Takoyaki Sweettime	Owner
4	Roro	Dimsum	Owner

		Byroro	
5	Ryta	Rtya Pukis	Owner
6	Aryo	Jus Fotia	Owner
7	Nurfani	E'lles Kitchen	Owner
8	Floria	Trukish Station	Owner
9	Hendra	Lupinut	Owner
Total		9	

Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang mendukung relevansi data, seperti¹⁹ Telah menjalankan usaha minimal satu tahun, Aktif memanfaatkan platform digital atau marketplace untuk pemasaran produk, Memiliki pengalaman dalam mengelola bisnis di tengah dinamika perkembangan teknologi digital. Selain pelaku UMKM, penelitian ini juga melibatkan informan pendukung dari pihak pemerintah, khususnya dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bengkulu, yang memiliki peran strategis dalam pembinaan dan fasilitasi transformasi digital UMKM.

Strategi pemilihan informan ini dimaksudkan untuk menggali informasi secara komprehensif mengenai pemanfaatan e-commerce sebagai upaya

¹⁹ Putu Gede Subhaktiyasa, "Pemahaman Komprehensif Perlaku Membolos Siswa," Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan 9 (2024): 2721–31.

peningkatan daya saing usaha, sekaligus mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam menghadapi era digital.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.²⁰

- a. Wawancara mendalam dilakukan terhadap pelaku UMKM yang menjadi informan utama, dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi terkait pengalaman mereka dalam mengimplementasikan e-commerce, strategi pengembangan usaha, serta tantangan yang dihadapi.
- b. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas usaha dan pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM guna mendapatkan data empiris yang mendukung.
- c. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa foto kegiatan usaha, tampilan toko online, laporan penjualan, atau dokumen lain yang relevan. Kombinasi ketiga teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang komprehensif dan mendalam agar dapat mendeskripsikan secara

²⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods) (Bandung: Alfabeta, 2015).

akurat proses pengembangan UMKM melalui e-commerce di Kota Bengkulu.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai implementasi e-commerce dalam pengembangan UMKM di Kota Bengkulu. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena sosial yang kompleks dan dinamis, seperti perilaku, persepsi, serta pengalaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Adapun analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan utama yang saling berkaitan, yaitu :

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data merupakan proses penyaringan, pemilihan, pemfokusan, dan penyederhanaan mentah yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, maupun kuesioner. Dalam tahap ini, peneliti mengelompokkan data berdasarkan tema-tema penting yang relevan dengan fokus penelitian, seperti motivasi penggunaan e-commerce, jenis platform yang digunakan, dampak terhadap daya saing, serta kendala dan solusi yang diterapkan.

Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk menyederhanakan data sehingga hanya informasi penting dan bermakna yang digunakan dalam proses analisis lanjutan. Proses ini dilakukan secara berkelanjutan sejak awal pengumpulan data hingga proses akhir penelitian.

b. Penyajian Data (Data display)

Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang mudah dipahami, baik dalam bentuk narasi, tabel, grafik sederhana (jika ada data kuantitatif), maupun matriks tematik. Penyajian data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami hubungan antar data, mengenali pola, tren, atau kecenderungan yang muncul dari hasil penelitian. Misalnya, data dari wawancara tentang kendala penggunaan e-commerce dapat disajikan dalam bentuk kutipan naratif yang menunjukkan pengalaman langsung pelaku UMKM, sementara hasil angket tentang frekuensi penggunaan marketplace dapat disajikan dalam bentuk diagram batang atau tabel distribusi.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing / Verification)

Pada tahap ini, peneliti mulai menarik

makna dari data yang telah disajikan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat keterkaitan antar kategori data dan tema yang muncul, kemudian dirumuskan ke dalam jawaban atas rumusan masalah penelitian. Kesimpulan tidak diambil secara tergesa-gesa, melainkan melalui proses interpretasi mendalam dan verifikasi terus-menerus untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh tidak bersifat spekulatif atau bias. Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan temuan dari berbagai sumber data, menguji konsistensi jawaban informan, serta memastikan bahwa data telah mencerminkan kondisi yang sesungguhnya di lapangan.

d. Triangulasi Data

Triangulasi merupakan teknik untuk menjamin validitas dan keabsahan data dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mengkonfirmasi data dari berbagai sumber (triangulasi sumber), berbagai teknik (triangulasi teknik), dan jika memungkinkan juga dari berbagai waktu (triangulasi waktu). Tujuan dari triangulasi adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar menggambarkan kondisi

aktual, sehingga temuan dan kesimpulan penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi.

