

**PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE DALAM
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI DESA BUMIJAWA**



TUGAS AKHIR

OLEH :

RIDHA LAELATUL SILVI

NIM 18031095

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE DALAM
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI
DESA BUMIJAWA

Oleh Mahasiswa :

Nama : RIDHA LAELATUL SILVI

NIM : 18031095

Telah diperiksa dan di koreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing
menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Pembimbing I,



Bahri Kamal, SE, MM, CMA

NIPY. 05.015.218

Tegal, 1 Juli 2021

Pembimbing II



Drs. Mulyadi, MM, Ak,Ca

NIPY. 04.015.213

LEMBAR PENGESAHAN

Tujuan Akhir yang berjudul :

PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE DALAM
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI
DESA BUMIJAWA

Oleh Mahasiswa :

Nama : Ridha Laelatul Silvi

NIM : 18031095

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 14 Juli 2021

1. Bahri Kamal, SE, MM, CMA

Ketua Penguji



2. Ida Farida, SE, M.Si, CAAT

Penguji 1



3. Krisdiyawati, SE, M.Ak

Penguji 2



Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 03.013.142

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR (TA)

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE DALAM PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA BUMIJAWA” beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala risiko/ sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 1 Juli 2021



Ridha Laelatul Silvi

NIM 18031095

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Ridha Laelatul Silvi

NIM : 18031095

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama atas karya ilmiah saya yang berjudul Peran Kewirausahaan dan E-commerce dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bumijawa.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan mengalih-mediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta ijin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, 1 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Ridha Laelatul Silvi
NIM 18031095

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah swt, karena atas berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orangtua saya tercinta yang tidak pernah berhenti mendoakan saya, mensupport saya hingga saat ini.
- Kakek tersayang Alm.Bapak Sunarto yang telah sabar dan gigih memberikan wejangan-wejangan yang tidak akan pernah terlupakan.
- Kepada Adik saya M.Fabian Daniswara yang amat saya sayangi.
- Kepada Teman-teman saya Ma'rifatun khasanah, Deliana Sapitri dan Herlin Putri yang selalu mendukung saya dan membantu selama bimbingan.
- Pembimbing 1 Bapak Bahri Kamal SE,MM,CMA yang tidak pernah bosan meluangkan waktunya, memberikan masukan, nasehat dan semangat kepada saya.
- Pembimbing II Bapak Drs.Mulyadi MM, Ak, Ca yang tidak pernah bosan meluangkan waktunya, memeberikan bimbingan masukan dan semangat kepada saya.
- Segenap Dosen dan Karyawan Politeknik Harapan Bersama.
- Kepada Almamater tercinta Politeknik Harapan Bersama.

HALAMAN MOTTO

“Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah Pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Q.S Al-Baqarah:153)

“Wisuda itu panggung, bukan bukti. Pembuktian bukan dengan toga dan ijazah, melainkan dengan upaya dan jerih payah dan itu dimulai hari ini”

(Najwa Shihab)

“Jangan mengukur keberhasilan diri sendiri dengan keberhasilan orang lain, karena tak semua bunga tumbuh dan mekar bersamaan.”

(Ridha Laelatul Silvi)

“I’ve always believed, and I still believe, that whatever good or bad luck comes our way, we can always give it meaning and turn it into something of value”

(Herman Hesse)

“Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha”

(Confucius)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan Judul “Peran Kewirausahaan dan E-commerce dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bumijawa”. Penulisan Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Penulis Menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir ini mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

- 1) Bapak Nizar Suhendra, S.E., MPP selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama Tegal.
- 2) Ibu Yeni Priatna Sari SE, M.Si, Ak, CA selaku Ketua Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.
- 3) Bapak Bahri Kamal SE, MM, CMA selaku Dosen Pembimbing 1 dalam Tugas Akhir yang telah memebrikan saran, arahan, masukan serta bimbingan dalam pelaksanaan dan penyusunan tugas akhir ini.
- 4) Bapak Drs.Mulyadi, MM, Ak, Ca selaku Dosen Pembimbing 2 dalam Tugas Akhir yang telah memebrikan saran, masukan serta bimbingan dalam pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir ini.
- 5) Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Akuntansi PHB yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa kuliah
- 6) Para informan dalam penelitian ini atas kesediaan dan meluangkan waktu banyak untuk dapat diwawancarai oleh penulis

- 7) Kedua orangtua tercinta, Bapak Rosidin dan Ibu Winarti yang sangat saya cintai dan saya hormati, yang telah melahirkan, menjaga, membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang hingga sampai sekarang ini
- 8) Kakek tersayang Alm.Bapak Sunarto yang telah sabar dan gigih memberikan wejangan-wejangan yang tidak akan pernah terlupakan
- 9) Adik saya M.Fabian Daniswara yang amat saya sayangi
- 10) Teman-teman saya yang selalu support dan membantu selama bimbingan
- 11) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis sangat menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menghrapkan kritik dan saran yang konstruktif dari Dewan Pembaca. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Tegal, 1 Juli 2021



Ridha Laelatul Silvi

NIM 18031095

ABSTRAK

Ridha Laelatul Silvi. 2021. *Peran Kewirausahaan dan E-commerce dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Bumijawa*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing 1: Bahri Kamal, S.E., M.M., CMA; Pembimbing II: Drs. Mulyadi, M.M., Ak., Ca.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran wirausaha dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Bumijawa. Perilaku tersebut yang menjadi dasar pertanyaan wawancara untuk menjelaskan bagaimana peran wirausaha dan *e-commerce* pada perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Bumijawa. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan kepada kasus yang terjadi. Pengumpulan data menggunakan wawancara semiterstruktur dan observasi langsung kepada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif *explanatoris* dengan menjelaskan hasil-hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat minoritas yang mengetahui peran wirausaha dan *e-commerce* dalam menunjang perkembangan UMKM tetapi secara keseluruhan memiliki karakteristik wirausaha dan secara signifikan *e-commerce* yang digunakan telah sesuai di dunia perdagangan. Peranan wirausaha dan *e-commerce* sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah.

Kata Kunci: Wirausaha, *E-commerce*, UMKM

ABSTRACT

Silvi, Ridha Laelatul. 2021. *The Role of Entrepreneurs and E-commerce in the Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Bumijawa Village. Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor : Bahri Kamal, S.E., M.M., CMA; Co-Advisor : Drs. Mulyadi, M.M., Ak., CA.*

This study was aimed to find out the role of entrepreneurship and e-commerce in the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Bumijawa Village. This behavior will be the basis for interview questions to explain the role of entrepreneurship and e-commerce in the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bumijawa Village. The approach used in this research is qualitative with an approach to cases that occur. Collecting data using semi-structured interviews and direct observation to the object of research. This study used qualitative analysis technique explanatory by explaining the results of interviews and observations. The results show that there are minorities who know the role of entrepreneurship and e-commerce in supporting the development of MSMEs but overall have entrepreneurial characteristics and significantly the e-commerce used is appropriate in the world of commerce. The role of entrepreneurship and e-commerce is very influential on the development of micro, small and medium enterprises.

Keywords: *Entrepreneur, E-commerce, MSME*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR (TA)	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Kerangka Berpikir.....	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB I PENDAHULUAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
BAB III METODE PENELITIAN	9
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	9
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	9
DAFTAR PUSATAKA	9
LAMPIRAN.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kewirausahaan	11
2.1.1 Pengertian Kewirausahaan.....	11

2.1.2 Pengertian Wirausaha	14
2.1.3 Karakteristik Wirausaha	16
2.1.4 Keuntungan dan Kelemahan dari Berwirausaha.....	17
2.2 Electronic Commerce (<i>E-Commerce</i>)	18
2.2.1 Pengertian Electronic Commerce (<i>E-Commerce</i>).....	18
2.2.2 Jenis-jenis Elektronik Commerce (<i>E-Commerce</i>).....	20
2.2.3 Model Bisnis <i>E-Commerce</i> yang digunakan di Indonesia.....	23
2.2.4 Manfaat <i>E-Commerce</i>	25
2.2.5 Peluang dan Kelemahan dari Penggunaan <i>E-Commerce</i>	26
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	27
2.3.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah	27
2.3.2 Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah	29
2.3.3 Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	32
2.3.4 Kekuatan dan Kelemahan UMKM	33
2.4 Penelitian Terdahulu	35
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.2 Waktu Penelitian	39
3.3 Jenis Data	39
3.4 Sumber Data.....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.6 Metode Analisis Data.....	42
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Penelitian	44
4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	44
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2.1 UMKM Sektor Perdagangan atau Usaha Dagang di Desa Bumijawa	45
4.1.2.2 Kondisi Geografis	46
4.1.2.3 Kondisi Demografi	47
4.2 Hasil Penelitian	47

4.2.1 Hasil Wawancara	47
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.3.1 Pelaksanaan peran kewirausahaan	52
4.3.2 Pelaksanaan E-commerce	52
BAB V.....	54
KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
Daftar Pustaka	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) dalam Sejarah.....	1
Tabel 2.1 Jenis Industri.....	28
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.6 Kerangka Berpikir.....	7
-----------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara.....	57
Lampiran 2. Hasil Wawancara.....	58
Lampiran 3. Surat Kesediaan Membimbing.....	64
Lampiran 4. Buku Bimbingan.....	66

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Potensi ekonomi Indonesia mulai diperhatikan di dunia internasional karena dianggap memiliki potensi yang tinggi. Ditunjukkan oleh Indonesia dengan sejumlah karakteristik yang dimiliki cukup bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat di Asia Tenggara. Perekonomian Indonesia sempat terguncang karena krisis global ditahun 1997-1998, namun dapat bangkit kembali di tahun 2000 dengan menunjukkan eksistensinya dan dapat bertahan pada krisis global kedua di tahun 2008-2009. Meskipun demikian perekonomian Indonesia sempat mengalami perlambatan pada tahun 2011-2015, dan lambatnya proses percepatan pertumbuhan ekonomi mulai dari 2016. Berikut ini data statistik PDB yang telah dirangkup *World Bank*:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) dalam Sejarah

Tahun	Rata-rata Pertumbuhan PDB (%)	Periode
1967-1997	6.85	Orde Baru Soeharto
1998-1999	-6.65	Krisis Finansial Asia
2000-2004	4.60	Pemulihan
2005-2011	5.80	2000 Boom Komoditas
2011-2015	5.53	Pertumbuhan Ekonomi yang Melambat
2015-2019	5.03	Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi yang Sederhana
2020-		Krisis Covid-19

Sumber: Bank Dunia 2020

Peranan penting yang dimiliki usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) cukup besar, karena dinilai sebagai penunjang perekonomian masyarakat. Hal ini dibuktikan sejak tahun 1998, UMKM dapat bertahan dari terpaan krisis global yang memberikan dampak cukup besar kepada perusahaan-perusahaan besar sehingga mengalami gulung tikar karena turunnya nilai tukar rupiah terhadap dollar yang cukup tajam dan pergolakan politik. Banyak UMKM yang bermunculan di tengah kondisi tersebut dan modal yang mereka miliki termasuk modal kecil dan menengah sehingga tidak mengalami imbas sebesar perusahaan raksasa yang pada akhirnya harus gulung tikar. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang mengalami kesuksesan dan sejalan dengan hal tersebut UMKM dianggap sebagai garda terdepan perekonomian rakyat Indonesia. Di tahun 2008 UMKM mencetak angka kontribusi sebesar 6,5% pada PDB.

Sebagai salah satu faktor di sektor pertumbuhan ekonomi, UMKM memiliki keberadaan yang kuat karena kontribusi pada PDB serta keunggulannya di aktivitas bisnis. Pemerintah pun memberikan dukungan lewat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk pebisnis kecil yang ingin mengembangkan usahanya. Bahkan perkembangan UMKM sudah merambah ke daerah-daerah yang dapat dikatakan terpencil, karena hal ini mendapat dukungan dari kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi menjadi salah satu inovasi pada ekonomi kreatif, belakangan ini yang menjadi pendorong peran UMKM pada ekonomi kreatif di Indonesia. Sejalan dengan ekonomi kreatif, ekonomi digital hadir dan menjadi jawaban atas dicanangkannya ekonomi digital oleh Pemerintah sebagai program pembangunan nasional. Melalui program tersebut UMKM mendapat fasilitas untuk

bersaing dalam skala nasional bahkan global. Beberapa platform *e-commerce* mulai bermunculan sejalan dengan dicanangkannya *UMKM Go Online*.

Electronic Commerce (E-Commerce) atau yang lebih dikenal *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu barang dan/atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Menurut (Kuswiratmo, 2016)^[1] bahwa bentuk perniagaan selain itu juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet. Kemajuan teknologi yang saat ini sudah berkembang dengan baik, serta banyaknya bermunculan platform-platform *e-commerce* diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku bisnis. Melihat melalui keuntungannya, *e-commerce* mendatangkan banyak keuntungan bagi pelaku bisnis terkhususnya pelaku bisnis yang memiliki modal sedikit atau bahkan tidak ada modal cadangan untuk melakukan promosi. Di dukung dengan kondisi penduduk Indonesia yang sudah melek digital, hal ini akan menjadi peluang besar bagi pelaku usaha yang mau mengembangkan usahanya melalui *e-commerce*.

Semakin berkembangnya teknologi dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis juga harus menggali jiwa kewirausahaan agar dapat optimal dalam memajukan sektor ekonomi melalui *UMKM*. Meskipun didukung dengan fasilitas *e-commerce*, pelaku bisnis tetap memerlukan sesuatu yang inovatif dan kreatif. Sayangnya sikap ini hanya dapat dilakukan oleh orang-orang yang berjiwa kewirausahaan dan ingin melakukan pengembangan terhadap *UMKM* miliknya.

Tak hanya *e-commerce*, peranan wirausaha juga dianggap sangat penting dalam perkembangan *UMKM* karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi

yang lebih baik lagi. Tetapi kenyataan yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, masih terdapat permasalahan yang menimpa para pelaku bisnis, di antaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, modal usaha kecil, rendahnya jiwa kewirausahaan, kurangnya memperhatikan lingkungan dan layanannya kurang baik.

Kurangnya pendidikan dalam kewirausahaan (*entrepreneurship*) di Indonesia baik dalam dunia pendidikan, masyarakat, maupun pemerintah menyebabkan sebagian persepsi berpikir akan lebih baik menyiapkan tenaga kerja yang siap pakai dari pada menjadi wirausaha karena lebih mendapatkan status sosial yang cukup tinggi dan disegani dimasyarakat. Dalam hal ini pemerintah diharapkan dapat berperan sebagai motivator dan fasilitator yang nantinya menjadi pelindung dalam memasarkan teknologi dan kebutuhan sosial lainnya. (Aprijon, 2013) berpendapat bahwa melalui pemberdayaan yang menghasilkan, untuk membangun daya, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya dilandasi proses kemandirian. Tak hanya itu, untuk mendukung dalam aktivitasnya seorang wirausaha juga harus menjaga etika bersikap, karena tanpa adanya etika persaingan bisnis menjadi tidak sehat dan banyak pihak yang akan dirugikan. Seorang wirausaha dalam kehidupan usaha atau dunia bisnisnya akan selalu memerlukan bantuan dari wirausaha lain dan badan-badan usaha yang terkait lainnya atau dengan kata lain kegiatan dalam dunia usaha juga termasuk kegiatan sosial yang harus menjaga nilai-nilai terhadap sesamanya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada sejumlah UMKM yang berada di wilayah Desa Bumijawa, penulis menemukan permasalahan terkait

perkembangan UMKM di daerah tersebut. Permasalahannya yaitu kurang adanya pengetahuan terkait penggunaan *e-commerce* terhadap sejumlah UMKM, sehingga banyak para pelaku UMKM ini lebih memfokuskan pada penjualan secara *offline*. Selain itu, sebagian dari mereka menganggap penjualan secara *offline* lebih mudah dan lebih praktis, Namun ada juga beberapa wirausaha yang telah memanfaatkan penggunaan *e-commerce* tersebut dengan baik.

Berdasarkan Permasalahan yang ada tersebut, hal ini dapat mempengaruhi terkait perkembangan UMKM khususnya di wilayah yang tergolong masih jauh dari perkotaan. Pada dasarnya penggunaan *e-commerce* sangatlah bermanfaat bagi para pelaku UMKM karena dapat menjangkau penjualan yang lebih luas, oleh sebab itu penggunaan *e-commerce* sangat menguntungkan.

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PERAN KEWIRAUSAHAAN DAN E-COMMERCE DALAM PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA BUMIJAWA”**

1.2 Permusan Masalah

Maka rumusan masalah penelitian ini yang berdasarkan latar belakang tersebut adalah “Bagaimana peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Bumijawa?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya di wilayah desa Bumijawa.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terutama tentang peran kewirausahaan dan *ecommerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Pengembang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku UMKM agar dapat mengoptimalkan dalam mengembangkan usaha yang dimilikinya.

b. Bagi Akademis

Menambah wawasan dan pengetahuan tentang peran kewirausahaan dan *E-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

c. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan laporan penelitian yang berhubungan dengan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

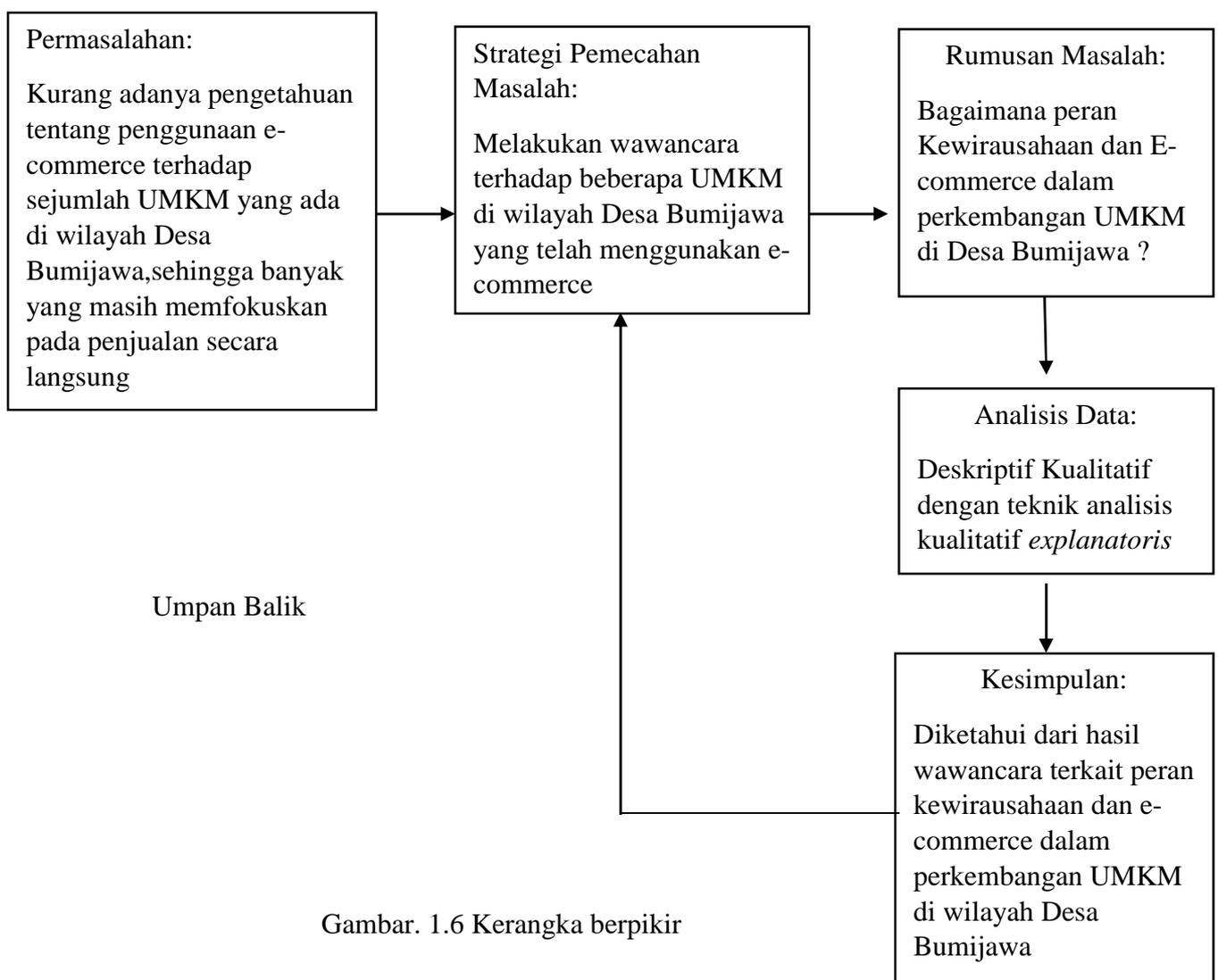
1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan di wilayah Desa Bumijawa, penelitian ini hanya dapat memberikan kesimpulan secara garis besar dan kurang terperinci, tentang bagaimana peran kewirausahaan dan *ecommerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Hal ini menyatakan informan yang bersifat

luas. Penelitian ini hanya mengambil 6 informan yang menjadi pengguna *ecommerce* dalam menjalankan usahanya yang memiliki domisili di Kecamatan Bumijawa, dikarenakan keterbatasan waktu, biaya serta kondisi yang saat ini terjadi. Tidak semua wirausaha yang mengetahui tentang penggunaan *e-commerce* oleh karena itu agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik perlu diadakan penelitian yang lebih luas lagi.

1.6 Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



Gambar. 1.6 Kerangka berpikir

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftarisasi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua memuat tentang Landasan teori, kewirausahaan, pengertian kewirausahaan, pengertian wirausaha, keuntungan dan kelemahan dari berwirausaha, *Electronic Commerce (E-commerce)*, Pengertian *E-commerce*, Jenis-jenis *E-commerce*, Modal bisnis *E-commerce* yang digunakan di Indonesia, Manfaat *E-commerce*, Peluang dan kelemahan dari penggunaan *E-commerce*, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah,

Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga memuat tentang Jenis dan Pendekatan, Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Informan penelitian, Fokus dan dimensi penelitian, Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ke empat, Gambar Umum Penelitian, Deskripsi Lokasi Penelitian, Gambar Umum Objek Penelitian, Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, Hasil Penelitian, Hasil Wawancara, Pembahasan, Pelaksanaan Peran Kewirausahaan dan *E-commerce*, laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima yakni bab terakhir adalah penutup. Pada bagian ini akan diuraikan kesimpulan dan saran terkait Peran Kewirausahaan dan *E-commerce* terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Desa Bumijawa).

DAFTAR PUSATAKA

Daftar Pustaka berisi tentang daftar buku, literature yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian Tugas Akhir secara lengkap.

3. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi tentang dokumen-dokumen pendukung seperti hasil kuesioner, pertanyaan wawancara, hasil wawancara, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kewirausahaan

2.1.1 Pengertian Kewirausahaan

Entrepreneurship dapat diterjemahkan kewirausahaan, dan dapat diartikan sebagai syaraf pusat perekonomian (*the backbone of economic*) atau sebagai pengendali perekonomian suatu bangsa (*tailbone of economic*) (Wirakusumo, 1997)^[2]. Suatu usaha (*start up phase*) atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang berbeda (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) memerlukan nilai dari kewirausahaan untuk memulainya, menurut etimologinya. Pendapat (Hisrich, 1985)^[3] tentang kewirausahaan adalah proses terciptanya sesuatu yang memiliki nilai tinggi dengan memaksimalkan waktu dan tenaga yang disertai dengan menanggung risiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dalam bentuk uang serta kepuasan pribadinya.

Menurut (Yuliana, 2017)^[4] mengelompokkan (*need*) menjadi tiga yaitu:

1) *Need For Achievement*

Tindakan dalam kebutuhan berprestasi dengan melakukan sesuatu yang lebih baik dan efisien dibandingkan sebelumnya.

2) *Need For Power*

Kebutuhan akan kekuasaan yang merupakan keinginan untuk dapat mempengaruhi, mengendalikan dan menguasai orang lain.

3) *Need For Affiliation*

Kebutuhan berafiliasi adalah keinginan agar dapat diterima dan disukai orang lain. Hingga saat ini belum ada *terminology* yang sama persis tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) akan tetapi secara umumnya memiliki hakikat yang sama terhadap keinginan untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya harus memiliki kemauan yang keras dalam sifat, ciri-ciri dan watak yang melekat pada seseorang menurut (Drucker, 1994)^[5]. (Suryana, 1991) setuju terhadap pemikiran Meredith tentang ciri dan watak dalam kewirausahaan sebagai berikut:

a. Ciri-ciri Kewirausahaan

1. Memiliki Kepercayaan kepada dirinya sendiri.
2. Dapat berorientasi pada tugas dan hasil.
3. Dapat membuat keputusan dalam pengambilan risiko.
4. Memiliki Jiwa kepemimpinan.
5. Selalu Mengedepankan keorisinilan.
6. Memiliki orientasi pada masa depan.

b. Watak Kewirausahaan

1. Memiliki keyakinan akan dirinya sendiri tanpa bergantung pada orang lain, individualitas dan selalu optimis.
2. Selalu ingin berprestasi, bertujuan memperoleh laba, tekun dan tabah, serta memiliki tekad kuat dalam bekerja keras, energik dan inisiatif.

3. Memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan yang dihadapkan dengan risiko.
4. Dapat berperilaku sebagai pemimpin yang bergaul dengan oranglain dan dapat menerima saran maupun kritik.
5. Selalu berusaha inovatif dan kreatif dalam menunjukkan usahanya serta fleksible mengikuti perkembangan zaman.
6. Selalu memandang ke depan dan mempunyai rencana dalam jangka panjang (Suryana, 2013)^[6].

Akan selalu menghasilkan produk baru dan ide menyelenggarakan jasa-jasa pada setiap keputusan dalam membuka usaha baru oleh seorang entrepreneur dalam konteks dunia bisnis. Karakteristik tipikal entrepreneur (Schmerhorn Jr, 1999)^[7]:

1. Memiliki bagian pengendalian internal
2. Memiliki tingkat energi tinggi
3. Berkeinginan tinggi akan prestasi.
4. Memiliki toleransi terhadap ambiguitas. (Schmerhorn dalam Aprijon, 2013)

Tahap-tahap dan proses dalam kewirausahaan:

Tahap-tahap kewirausahaan:

1. Memiliki kepercayaan terhadap diri sendiri
2. Dapat berorientasi pada action

Proses kewirausahaan

Bygrave mengutip Noore (1996:3)^[8] berpendapat bahwa dalam proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi produk yang dapat

dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal dari hal pribadi. Berikut ini tahapan proses kewirausahaan (Alma dalam Aprijon, 2013)^[9]:

1. Proses Inovasi
2. Proses Pemicu
3. Proses Pelaksanaan
4. Proses Pertumbuhan

2.1.2 Pengertian Wirausaha

Wirausaha atau wiraswasta secara umum berasal dari kata ‘wira’ dan ‘swasta’, yang memiliki arti tersendiri secara harfiah. Arti dari kata wira adalah berani dan swasta adalah berdiri sendiri. Sedangkan wiraswasta memiliki arti bahwa seseorang yang memiliki keberanian dalam pengambilan tindakan atau sikap berpikir untuk maju agar dapat menciptakan sebuah pekerjaan tersendiri dengan membentuk suatu usahanya secara mandiri.

Menurut beberapa ahli tentang pemikirannya menggambarkan wirausaha, Cantillon (1775)^[10] mengatakan bahwa wirausaha adalah pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang kewirausahaan. Di mana seseorang membeli barang dengan harga tertentu disaat ini, lalu akan menjualnya kembali dengan harga tidak tentu di masa yang akan datang. Pendapat leibenstein (1968,1979)^[11] tentang wirausaha adalah suatu kegiatan yang meliputi pelaksanaan perusahaan atau pasar yang belum teridentifikasi dengan jelas, sehingga fungsi dari komponen membangun produksi tersebut tidak sepenuhnya diketahui. Drucker mengatakan bahwa wirausaha adalah sebuah kemampuan dalam membuat atau menciptakan suatu hal yang inovatif serta

berbeda dan masih banyak lagi. Dengan banyaknya pemikiran, dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang wirausaha harus memiliki keberanian dalam mengambil resiko usahanya dengan menciptakan hal baru dan membawa perubahan. Namun, banyak orang yang masih takut untuk menjadi wirausaha karena masih belum siap dengan adanya resiko yang dihadapinya. Tetapi jika ditinjau melalui keuntungan yang didapatkan tersebut, sangatlah menguntungkan untuk diri sendiri dan orang lain dengan membantu membuka lapangan pekerjaan.

Kegiatan wirausaha mendapat dukungan yang besar dari pemerintah karena dinilai dapat mengurangi angka pengangguran dan menumbuhkan perekonomian dalam negara. Menjadi seorang wirausaha atau wiraswasta harus memiliki keberanian dalam setiap pengambilan keputusan dalam membangun dan menjalankan usahanya, karena untuk membangun dan menjalankan usahanya seorang wirausaha membutuhkan beberapa tahapan, berikut ini tahapan umum melakukan wirausaha:

- 1) Memulai usaha, merupakan tahapan dimana seseorang yang ingin membangun sebuah usaha dengan melakukan persiapan dalam segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang memungkinkan serta menentukan jenis bidang usaha baru dilakukan.
- 2) Pelaksanaan usaha atau menjalankan usaha, tahap dimana seorang mengelola usahanya di berbagai aspek yang berhubungan dengan pengelolaannya.
- 3) Melindungi usaha, merupakan bagian untuk menganalisis serta menindaklanjuti pencapaian yang telah diraih.

- 4) Pengembangan usaha, tahap dimana usaha mendapatkan hasil positif atau keadaan perkembangan yang relatif baik atau dapat bertahan maka menjadi salah satu keputusan untuk perluasan usaha.

2.1.3 Karakteristik Wirausaha

Sebagai wirausaha juga harus memiliki karakteristik yang menunjukkan bahwa dirinya wirausaha dengan melingkupi beberapa hal, yaitu :

- 1) Menjaga Nilai-nilai Agama

Menjaga dan menerapkan nilai-nilai akhlaqul karimah adalah sebuah keharusan untuk seorang entrepreneur Muslim dalam berbisnis seperti halnya selalu ramah, jujur, amanah, dan husnudzon. Dengan demikian memberikan dampak positif bagi mitra berbisnis karena kejujuran dan amanahnya.

- 2) Dapat memberikan manfaat bagi orang lain

Menurut Islam bisnis yang profesional adalah ketika seorang muslim mengalami keberhasilan di dalam dunia bisnisnya, sehingga dapat memberikan manfaat kepada orang lain dengan menikmati hasil tersebut.

- 3) Harus bersikap adil dalam berbisnis

Seorang pebisnis Muslim hendaknya tidak memikirkan kepuasan pribadi saja namun juga kepuasan dari mitra bisnisnya, dengan berlaku secara adil dalam memberikan secara adil dalam memberikan secara proporsional.

- 4) Harus inovatif dan kreatif dalam berbisnis

Seseorang entrepreneur Muslim juga dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif serta berorientasi kedepan karena kebutuhan masyarakat yang terus berubah seiring perkembangan zaman.

5) Dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya

Kesempatan dan peluang bisnis yang tidak dapat terulang kembali, maka dari itu para pebisnis harus dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya. Oleh sebab itu banyak diantara orang yang sukses dalam berbisnis adalah orang yang mampu memanfaatkan waktunya sebaik mungkin dan hal ini sesuai dengan perintah yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Qur' an.

6) Harus dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain

Manusia adalah makhluk sosial yang perlu kerjasama dalam mewujudkan tujuan bersama, karena penggabungan banyak kekuatan dan berpengaruh pada pekerjaan yang berat menjadi lebih ringan dan yang sulit menjadi lebih mudah. Kerjasama juga harus berlandaskan iman dan taqwa karena dapat memperkecil peluang kecurangan dan penghianatan yang menyimpang dari etika bisnis.

2.1.4 Keuntungan dan Kelemahan dari Berwirausaha

Di antara ini keuntungan yang didapat dalam kegiatan berwirausaha, yaitu:

- 1) Membuka peluang dalam pengembangan usaha serta menciptakan suasana kerja yang sesuai dengan kehendak sendiri.
- 2) Membuka peluang yang di miliki dalam mengaktualisasi dan membuktikan potensi kecerdasan dan kreatifitas keterampilan secara penuh.
- 3) Membuka peluang dalam mengatur dan menentukan waktu kerja sendiri tanpa khawatir terikat pada ketentuan dan peraturan kerja.
- 4) Dapat menjadi motivatir untuk orang lain karena semakin lama berwirausaha, akan semakin banyak ilmunya, pengalamannya dan wawasannya.

- 5) Dapat melahirkan generasi baru yang bertalenta dan memiliki kemampuan berwirausaha.
- 6) Dapat membantu dalam menguatkan perekonomian negara seiring berkembangnya kewirausahaan.
- 7) Menumbuhkan partisipasi masyarakat terhadap pembangunan bangsa melalui kegiatan berwirausaha.

Berikut ini kelemahan dari berwirausaha, yaitu :

- 1) Krena memikul berbagai resiko menyebabkan perolehan pendapat yang tidak pasti. Untuk dapat menggeser resiko tersebut dengan melakukan antispasi secara baik.
- 2) Harus bekerja keras dan memiliki waktu/jam kerja yang cukup panjang.
- 3) Mengharuskan berhemat sampai usahanya berhasil.
- 4) Memiliki tanggung jawab yang besar terhadap keputusan yang harus dibuat walaupun belum menguasai permasalahan yang dihadapinya (yuliana, 2017)^[12]

2.2 Electronic Commerce (*E-Commerce*)

2.2.1 Pengertian Electronic Commerce (*E-Commerce*)

Elektronic Commerce terdiri dari dua suku kata yaitu *electronic* dan *commerce*. Secara bahasa *Elektronic* adalah semua alat yang berhubungan dengan teknologi dan dunia elektronika, sedangkan *Commerece* adalah perniagaan atau perdagangan.

Adapun pengertian *e-commerce* menurut pandangan ahli:

- a. Kalakota dan Whinston (1977)^[13] berpendapat e-commerce memiliki beberapa perspektif yang berbeda:

- 1) Perspektif Komunikasi: *E-Commerce* dimanfaatkan melalui line telephone, jaringan komputer atau sarana elektronika lainnya dalam pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui.
 - 2) Perspektif Proses Bisnis: *E-Commerce* digunakan untuk menuju otomatisasi transaksi aliran kerja perusahaan melalui aplikasi teknologi.
 - 3) Perspektif Layanan: *E-commerce* merupakan salah satu alat yang membantu untuk pemangkasan *service cost* (biaya layanan) dalam memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen ketika akan meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
 - 4) Perspektif Online: *E-Commerce* adalah kemampuan melalui internet dan sarana online lainnya yang berkaitan dengan jual beli produk dan informasi.
- b. Shely Cashman (2007:83)^[14] berpendapat bahwa *Electronic Commerce* atau kepanjangan dari *E-Commerce* (perdagangan secara elektronik), adalah transaksi bisnis yang melalui jaringan elektronik, seperti internet. Maka yang dapat berpartisipasi dalam *e-commerce* adalah seseorang yang memiliki akses internet dan komputer serta cara pembayaran barang atau jasa yang dibeli.
- c. McLEod Pearson (2008:59)^[15] mengatakan bahwa perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah pelaksanaan proses bisnis yang menggunakan jaringan komunikasi dan komputer. Atau yang lebih dikenal saat ini tentang *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *web browser* untuk membeli atau menjual produk.

- d. Jony Wong (2010:33)^[16] pengertian dari *Elektronic Commerce* atau *E-Commerce* atau yang lebih dikenal perdagangan elektronik adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan jaringan internet atau teknologi digital yang ada.

2.2.2 Jenis-jenis Elektronik Commerce (*E-Commerce*)

Elektronic Commerce atau *E-commerce* dibagi berdasarkan sifat transaksinya menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Business to Business (B2B)*

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak yang memiliki tujuan bisnis yang sama dan saling mengerti serta mengetahui bisnis apa yang dijalankan. Pada umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan atau berkelanjutan sebagai berikut:

- a. Memiliki trading partner yang sudah dikenal dan pada umumnya memiliki hubungan (*realtionship*) yang cukup lama.
- b. Menyepakati tentang pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala.
- c. Data dapat langsung segera diberikan oleh salah satu pihak tanpa menunggu partnernya terlebih dahulu.
- d. Model yang digunakan adalah peer to peer, dimana kedua belah pihak dapat memperoleh processing intelligence.

Selain itu keuntungan yang didapatkan dari *Business to Business*:

- a. Proses transaksi cepat antara penjual dan pembeli.
- b. Mengurangi biaya transaksi

- c. Terciptanya paar baru tanpa khawatir dengan batas wilayah geografis.
- d. Peningkatan hubungan dalam komunikasi dan kolaborasi diantara penjual dan pembeli.

Contoh dari B2B perusahaan *General Electric* yang tak hanya menghasilkan barang untuk konsumen tetapi juga menyediakan suku cadang (*sparepart*) untuk perusahaan lain.

2. *Business to Consumer (B2C)*

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak dengan salah satu pihak sebagai pelaku bisnis dan pihak lainnya sebagai konsumen, seperti transaksi jual beli pada umumnya. *Business to consumer* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terbuka untuk umum, dimana penawaran yang diberikan langsung dapat diakses secara umum.
- b. Produk dapat langsung ditawarkan ke konsumen akhir.
- c. Aneka ragam produk yang ditawarkan
- d. Proses transaksi yang sangat mudah dengan pembayaran secara online.

Keuntungan dari *Business to Consumer* :

- a. Hemat waktu, tempat dan biaya.
- b. Dapat diakses selama 24 jam dalam 7 hari.
- c. Kemudahan dalam penggunaan dan pencarian produk yang diinginkan (*product on demand*)

Contohnya : Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya.

3. *Consumer to Consumer (C2C)*

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama sebagai konsumen. Konsepnya banyak digunakan dalam situs online auction atau lelang secara online.

Contohnya : ebay.com, bid2bid.com, aol, msn dan sejenisnya.

4. *Consumer to Business (C2B)*

Transaksi ini kebalikan dari B2C yaitu pelaku bisnis berasal dari individu dan pembeli berasal dari satu atau beberapa perusahaan. Dengan demikian pemasok bersaing untuk menyediakan produk / jasa yang sesuai kebutuhan konsumen tersebut.

Contohnya : priceline.com

5. *Business to Government (B2G)*

Dapat disebut Business to Administration (B2A) adalah transaksi dua belah pihak dimana pelaku bisnis berasal dari perusahaan dan pembeli/konsumen berasal dari pemerintah. Dimana pelaku bisnis menawarkan tender proyek kepada pemerintah melalui e-procurement secara online dan transparan yang lebih dikenal dengan LPSE atau Servis pengadaan dengan Elektronik.

Contohnya : Qlue.co.id

6. *Government to Consumer (G2C)*

Transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak dimana pelaku bisnis berasal dari suatu perusahaan milik pemerintah dan masyarakat sebagai konsumen.

Contohnya: PLN

7. *Online to Offline (O2O)*

O2O adalah jenis transaksi bisnis baru yang berkembang saat ini dimana produsen menggunakan dua saluran baik secara online maupun offline. Saluran online digunakan produsen untuk promosi, menemukan konsumen serta meningkatkan produk dan layanan. Saluran kegiatan pembelian secara langsung ke toko. Tidak hanya itu, O2O juga dapat dilakukan dengan pemesanan secara online dan melakukan pengambilan barang secara offline di toko.

Contohnya : Sektor transportasi Gojek dan Grab, serta akomodasi Airy, OYO, dan lain sebagainya.

2.2.3 Model Bisnis *E-Commerce* yang digunakan di Indonesia

Beragamnya karakteristik masyarakat yang ada di Indonesia dalam penggunaan jenis-jenis *E-Commerce* dapat dihibungkan ke variasi transaksi yang seringkali digunakan. Berikut ini adalah variasi transaksi *e-commerce* pada bisnis:

1. Listing / Iklan Baris

Platform yang digunakan untuk memudahkan individu maupun pelaku bisnis yang hanya menjual barang dengan jumlah sedikit. Dengan pemasangan barang yang akan dijual secara gratis. Namun pendapatan diperoleh dari iklan premium.

Contoh: Kaskus, OLX, dll

Menggunakan jenis B2C dan C2C

2. *Online Marketplace*

Platform yang menggunakan website dan tidak hanya mempromosikan produk dari penjual tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online.

Contoh: Bukalapak, Lazada, dll

Menggunakan jenis C2C

3. *Shopping Mall*

Model bisnis ini seperti *Marketplace* tetapi hanya penjual yang memiliki (brand) ternama karena melalui proses verifikasi yang sangat ketat.

Contoh : Shope Mall, Blibli, dll

Menggunakan jenis B2B dan B2C

4. Toko Online

Platform yang paling sederhana untuk pemula karena penjual dapat memiliki *website* (domain) sendiri yang dimana penjual memiliki stok produk jualnya.

Contoh: visvalbags.com, nokha.com, dll

Menggunakan jenis B2C

5. Toko Online di media sosial

E-Commerce yang memanfaatkan fitur dari sosial media yang mereka miliki, misalnya berupa *facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp* dan promosinya melalui feed pada *instagram* ataupun beranda dan story pada sosial media.

Contoh: @dyasoutdoor, @occlo.official, dll

Menggunakan jenis C2C

6. *Website Crowdfunding dan Crowsourcing*

Website yang digunakan sebagai platform untuk mengumpulkan orang-orang dengan tujuan tertentu misalnya dalam pengumpulan dana.

Contoh: Kitabisa.com, Kickstarter, dll

Menggunakan jenis C2B.

2.2.4 Manfaat *E-Commerce*

Menurut sudut pandang bisnis, *e-commerce* dapat memberikan manfaat yang tidak hanya pada pelaku bisnis tetapi juga pada konsumen/pembeli. Berikut ini adalah manfaatnya:

1. Manfaat *e-commerce* pada pelaku bisnis
 - a. Aktivitas jual beli menjadi lebih mudah.
 - b. Biaya promosi/pemasaran produk menjadi lebih hemat.
 - c. Jangkauan pasar lebih luas.
 - d. Informasi dapat tersebar lebih cepat dan mudah.
 - e. Komunikasi konsumen dengan penjual lebih mudah.
 - f. Kemudahan dan cepatnya dalam proses pembayaran.
2. Manfaat *e-commerce* pada konsumen
 - a. Waktu dalam berbelanja lebih lama yaitu 24 jam dalam 7 hari.
 - b. Lebih mudah dalam melihat produk atau jasa dengan harga yang sesuai keinginan.
 - c. Lebih mudah membeli produk atau jasa dengan perbandingan harga yang diinginkan.

2.2.5 Peluang dan Kelemahan dari Penggunaan *E-Commerce*

1. Peluang Penggunaan *E-commerce*

Melihat perkembangan *e-commerce* saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan *e-commerce* menimbulkan peluang yang menjanjikan di industri dunia digital sebagai berikut:

- a. Pelanggan bertambah dengan melihat jumlah penduduk Indonesia saat ini.
- b. Perluasan area pemasaran produk.
- c. Peningkatan terhadap merk (brand).
- d. Penurunan tingkat biaya operasional karena biaya hosting web (domain) jauh lebih murah dibandingkan biaya sewa toko.
- e. Mudah nya pemesanan yang dapat dilakukan oleh konsumen dimana dan kapan saja.
- f. Pembayaran menjadi lebih mudah tanpa menggunakan uang tunai karena dapat melalui transfer via ATM, bantuan pihak ketiga maupun penggunaan kartu kredit.
- g. Informasi toko dapat diakses lebih mudah tanpa perlu mendatangi lokasi.

2. Kelemahan Penggunaan *E-Commerce*

Meskipun *e-commerce* merupakan sistem yang dianggap penuh dengan keuntungan, namun *e-commerce* juga memiliki kelemahan pada sistemnya. Berikut ini poin kelemahan yang terdapat pada penerapan sistem *e-commerce* di Indonesia:

- a. Menimbulkan modus kriminal atau tindakan kejahatan dengan penipuan online yang marak beberapa tahun terakhir.
- b. Peretasan kartu kredit ke dalam jaringan sistem server perbankan maupun para merchant online.
- c. Belum adanya kejelasan hukum yang mengatur tentang *e-commerce* dan perdagangan digital.
- d. Tingkat kepercayaan mengalami penurunan pada penggunaan teknologi *e-commerce* di Indonesia.
- e. Perbedaan signifikan yang terjadi pada kota-kota besar dengan kota-kota kecil dalam hal infrastruktur teknologi dan transportasi.

2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.3.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Proses perubahan bahan baku yang berasal dari bahan mentah, barang yang memiliki nilai lebih tinggi dalam pemanfaatannya berasal dari bahan setengah jadi atau barang jadi, serta kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri, kegiatan ekonomi ini disebut industri. Dapat disimpulkan bahwa industri merupakan bagian dari proses produksi pada tahap awal hingga menghasilkan barang yang memiliki nilai tinggi di masyarakat. (liputan6.com edisi 17 januari 2019 diakses 31 Maret 2020). Melihat proses perolehan bahan-bahannya industri dibagi kelompok kegiatan industri, yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Sedangkan proses secara mikro memiliki ciri umum yang sama dimiliki oleh cabang industri yang merupakan bagian suatu kelompok industri. Namun jika lebih mengarah ke pembentukan harta menjadi

lebih cenderung ke sifat makro yaitu industri penghasil barang dan industri penghasil jasa. Adapun yang tergolong ke sektor sekunder adalah perusahaan yang menjalankan operasi di bidang kegiatan ekonomi. Sedangkan menurut teori ekonomi industri dibagi menjadi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier (Sesi Enjel,2019-17)^[17].

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada sektor industri pengolahan dikelompokkan menurut besar atau kecilnya jumlah tenaga kerja yang dimiliki, ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 2.1 Jenis Industri

Jenis Industri	Jumlah Tenaga Kerja
Industri Besar	>100 orang
Industri Sedang	Antara 20-29 orang
Industri Kecil	Antara 5-19 orang
Industri Rumahan	Antara 1-4 orang

Sumber : Badan Pusat Statistik 2020

Definisi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah di atur dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dapat dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- c. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum terlalu luas.
- d. Dunia usaha adalah usaha Mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. (UU No.20 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM))^[18].

2.3.2 Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Undang-Undang tersebut mendefinisikan kriteria dari usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) yang tercantum pada pasal 6 dengan nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.

1. Usaha Mikro
 - a. Memiliki nilai kekayaan bersih Rp. 50.000.000,00 (Lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (Tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil

- a. Memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

- a. Memiliki nilai kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar). (UU No.20 Tahun 2008 Pasal 6 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)).

Usaha Mikro Kecil menengah juga memiliki ciri-ciri yang dapat membantu untuk menentukan jenis usaha yang akan dikelola selain melalui kriteria. Adapun ciri-cirinya sebagai berikut:

a. Ciri- ciri Usaha Mikro

1. Barang yang dijual jenisnya tidak selalu sama, dapat berubah-ubah sewaktu-waktu.
2. Tidak pernah menetap tempat usahanya, dapat berpindah-pindah sewaktu-waktu.

3. Pengolahan keuangan dan manajemen masih dilakukan secara sederhana.
 4. Tidak terpengaruh adanya krisis ekonomi negara.
 5. Tidak sensitif terhadap suku bunga.
 6. Pelaku usaha biasanya orang yang jujur dan ulet serta mudah dibimbing apabila menggunakan pendekatan yang tepat.
 7. Sulitnya mendapat bantuan pinjaman dari perbankan karena usaha yang relatif kecil.
 8. Tidak banyak tenaga kerja yang dimiliki, sekitar 1 sampai 5 orang saja, termasuk juga anggota keluarganya.
 9. Tidak jauh dari lingkungan rumah lokasi usahanya.
 10. Hampir tidak pernah terlibat dalam kegiatan atau aktivitas ekspor-impor.
- b. Ciri-ciri Usaha Kecil
1. Tidak adanya sistem pembukuan yang dimiliki sehingga sulit mendapatkan pinjaman dari perbankan.
 2. Mengalami kesulitan dalam meningkatkan atau memperbesar skala usaha.
 3. Jika ada aktivitas/kegiatan ekspor-impor tidak pernah terlibat.
 4. Terbatasnya jumlah modal yang dimiliki.
 5. Tidak dapat membayar gaji pegawai dalam jumlah besar.
 6. Memiliki biaya produksi yang tinggi karena usaha kecil tidak diskon pembelian seperti yang didapat perusahaan besar.

7. Produk yang dijual jenisnya tidak banyak dan apabila produk yang dijual tidak laku dapat menyebabkan kebangkrutan.
8. Kurang dapat dipercaya oleh masyarakat karena produk baru dan belum memiliki reputasi maka kurang diminati masyarakat.

c. Ciri-ciri Usaha Menengah

1. Manajemen usaha yang dimiliki lebih baik dan lebih modern.
2. Menerapkan sistem akuntansi secara teratur dalam administrasi keuangan.
3. Dapat memberikan jaminan sosial kepada para pekerja.
4. Persyaratan legalitas telah dimiliki. (pendidikan.co.id update 11 April 2020 diakses 13 April 2020)

2.3.3 Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Aktivitas bisnis atau usaha dari usaha kecil dan menengah apabila ditinjau dari sudut pandang perkembangannya, dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) model kelompok, yaitu:

1. Livelihood Activities

Bentuk UKM yang dikenal sebagai sektor informal karena dimanfaatkan sebagai kesempatan kerja mencari nafkah.

2. Micro Enterprise

Bentuk UKM yang masih belum memiliki sifat kewirausahaan (entrepreneurship) tetapi sudah memiliki sifat pengrajin.

3. Small Dynamic Enterprise

Bentuk UKM yang sudah mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor serta sudah memiliki jiwa kewirausahaan (entrepreneurship).

4. Fast Moving Enterprise

Bentuk UKM yang sudah memiliki jiwa kewirausahaan (entrepreneurship) dan akan bertransformasi menjadi Usaha Besar (UB).

2.3.4 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Untuk pengembangan di masa yang mendatang, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus memanfaatkan potensi yang dimilikinya. Adapun potensinya sebagai berikut:

- a. Penyediaan lapangan kerja di industri kecil dapat diperhitungkan karena dinilai mampu menyerap 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b. Sumber wirausaha baru mampu menjadi stimulus tumbuh kembangnya wirausaha yang lain.
- c. Semen pasar yang unik
- d. Manajemen yang berkesan sederhana serta fleksibel dalam menghadapi perubahan pasar.
- e. Potensi berkembang yang tinggi dan mudahnya dalam pembinaan tetapi tidak jarang memiliki kelemahan yang menjadi faktor penghambat dan permasalahan. Faktor yang penghambat dan permasalahannya dibagi menjadi 2, yaitu :

1) Faktor Internal yang merupakan masalah klasik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), diantaranya :

- a) Kemampuan SDM yang terbatas
- b) Terbatasnya pemasaran produk dikarenakan hanya berfokus pada aspek produksi.
- c) Menurunnya kepercayaan konsumen pada industri kecil.

2) Faktor Eksternal adalah masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM.

Di antara kedua faktor tersebut munculah kesenjangan yang terjadi pada sisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping yang siap dalam memberikan kredit dengan ketentuan yang harus dipenuhi UMKM sebagai faktor penentu pemberian bantuan kredit. Selain diantara faktor internal dan eksternal, UMKM juga memiliki kekuatan dan kelemahan dalam proses pengembangannya, yaitu:

1. Kelemahan Usaha Kecil

a. Keterbatasan Modal

Masalah utama pelaku UMKM dalam melakukan perluasan usaha yang memerlukan bantuan pinjaman. Tetapi sedikit banyak mereka ditolak dalam proses pengajuan karena pemberi pinjaman yang berharap dapat timbal balik tinggi atas pinjaman yang dikeluarkan.

b. Permasalahan Kepegawaian

Ketidakmampuan dalam membayar gaji yang besar serta kesempatan dan status yang biasanya terdapat pada perusahaan.

c. Biaya Langsung yang tinggi

Biaya produksi yang mahal dikarenakan dalam pembelian bahan baku tidak bisa mendapatkan diskon seperti perusahaan besar.

d. Keterbatasan Varian Usaha

Dengan hanya memiliki sedikit produk membuat mereka rentan jika terjadi guncangan pada pasar yang menginginkan satu produk dengan varian yang banyak.

e. Rendahnya Kreadibilitas

Masyarakat yang masih belum percaya kepada produk baru dari industri kecil.

2. Kekuatan Usaha Kecil

a. Motivasi lebih tinggi

Manajemen menajadi kunci utama dalam usaha kecil yang terdiri dari pemiliknya. Dengan waktu yang lebih tinggi dalam keterlibatan personal dianggap lebih memiliki arti lebih pada pegawainya.

b. Fleksibilitas lebih tinggi

Usaha kecil dapat bergerak dengan cepat dalam penanganan masalah yang terjadi dilapangan karena pergerakan yang lebih pendek.

c. Kurangnya biokrasi

Ketika terjadi sebuah permasalahan maka dengan mudah dimengerti sehingga keputusan dapat cepat dibuat serta hasil dapat langsung diperiksa.

d. Tidak menonjol

Karena tidak terlalu diperhatikan, perusahaan baru dapat mencoba taktik penjualan yang baru dalam memperkenalkan produk tanpa menarik perhatian atau perlawanan yang berlebihan.

2.4 Penelitian Terdahulu

NO .	Nama Penelitian (Tahun) Judul Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kartika Dwi Sara (2020) "Peran Kewirausahaan	Peran Kewirausahaan dan E-commerce	Kualitatif Deskriptif	Berdasarkan pemanfaatan dalam menggunakan

	<p>dan E-commerce terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam (Studi Kota Surabaya)</p>		<p>platform e-commerce mayoritas informan telah menggunakannya secara baik tetapi terdapat minoritas yang masih tidak memanfaatkannya dikarenakan lebih berfokus pada system offline atau kurang konsisten terhadap system online. Berdasarkan hasil penelitian untuk peran wirausaha dalam beretika bisnis sangatlah penting dimiliki karena sebagai dasar dalam kegiatan berwirausaha serta pengaruh yang cukup signifikan ditunjukkan oleh peranan e-commerce dalam mendukung perkembangan usaha pada era global digital saat ini.</p>
--	--	--	---

2.	Al Fadilla Darma Nasri (2020) “Pengaruh Penerapan E-commerce terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM di Kota Bengkulu).”	Penerapan E-commerce terhadap Perkembangan UMKM	Asosiatif	Penerapan E-commerce berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di kota.
3.	Siti Maryama (2020) “Penerapan E-commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”	Penerapan E-commerce	Deskriptif	Motif pelaku usaha dalam menerapkan e-commerce adalah mengakses pasar global mempromosikan produk, membangun merk, mendekati dengan pelanggan membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan.
4.	Ahmad Miftah Ghufan (2014) “Analisis Peran E-Commerce dalam meningkatkan Perkembangan Bisnis Pada Wirausaha Berskala Mikro Di Kota Malang”	Analisis Peran E-Commerce	Deskriptif	E-commerce memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan bisnis wirausaha berskala mikro. Kemudahan dalam melakukan kegiatan promosi, terciptanya komunikasi yang intens untuk meningkatkan kepercayaan

				dengan pelanggan.
5.	Dana Syahputra Barus (2020) "Strategi Pengembangan Digital Entrepreneurship Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan	Strategi Pengembangan Digital Entrepreneurship	Induktif	Hasil Penelitian dari stakeholder model penthelix diperoleh hasil bahwa akademisi berperan sebagai pencetus/pemberi gagasan, pelaku usaha berperan mencapai tujuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat di Desa Bumijawa Kec.Bumijawa Kab.Tegal Kode Pos 52466.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 5 bulan, terhitung dari bulan Februari 2021 sampai dengan Juni 2021.

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Kualitatif

Data Kualitatif yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat (Suliyanto, 2005:134)^[19]. Data kualitatif yang diperoleh dalam penelitian ini yakni berupa gambaran umum UMKM Desa Bumijawa.

2. Data Kuantitatif

Dara kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran (Suliyanto, 2005:135)^[20]. Dari penelitian ini data kuantitatif yang digunakan yaitu berupa data yang diperoleh dari hasil tabulasi kuisisioner.

3.4 Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan factor yang sangat penting. Karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh

karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. (Purhantara, 2010:79)^[21]

1) Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. Indriantoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79)^[22]

Pada Penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil wawancara dari beberapa Informan yang menggunakan E-platform dalam menjualkan barang dagangannya.

1) Data Sekunder

Data sekunder Menurut Hasan (2002:58)^[23] Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literature, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, dan analisis dokumen.

a) Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2015:204)^[24] observasi merupakan kegiatan pemuatan suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Dalam melakukan observasi, peneliti memilih hal-hal yang diamati dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

b) Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2004:137)^[25] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian dilakukan Tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

c) Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[26] merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

3.6 Metode Analisis Data

Menurut I Made Winartha (2006:155)^[27], Metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis kualitatif *explanatoris* dengan menjelaskan hasil-hasil wawancara dan observasi terkait penelitian tentang peran kewirausahaan dan e-commerce terhadap perkembangan UMKM di Desa Bumijawa.

Model analisis data dalam penelitian ini mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman. Miles dan Huberman^[28] mengungkapkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Komponen dan analisis data tersebut adalah:

1. Pengumpulan Data (*data collection*)

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau bisa juga dengan gabungan ketiganya (*triangulasi*). Dilakukan secara berkala dapat berhari-hari hingga mungkin berbulan-bulan, sampai data yang diperoleh menjadi banyak. Di awal tahapan peneliti dapat melakukan penjelajahan pada situasi social/objek yang diteliti, dilihat secara seksama, mendengarkan serta merekam semuanya. Maka dari itu, data yang diperoleh akan menjadi banyak dan menjadi lebih bervariasi.

2. Reduksi data

Data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat bias dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

4. Verifikasi atau Penyimpulan Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Kecamatan Bumijawa merupakan salah satu wilayah kecamatan di Kabupaten Tegal yang terletak di daerah pegunungan, Tepatnya di lereng gunung slamet dan terdiri dari 18 kelurahan. Demi terwujudnya Visi kabupaten Tegal yaitu Terwujudnya Masyarakat **Kabupaten Tegal** yang Mandiri, Unggul, Berbudaya, Religius dan Sejahtera. “Cinta Desa, Cinta Rakyat, Cinta Produk **Tegal**, Cinta Budaya **Tegal**, maka diperlukan adanya realisasi dalam mewujudkan visi tersebut salah satunya yaitu melalui program pengembangan UMKM sector desa guna mengembangkan perekonomian masyarakat yang memadai. Berada di wilayah pegunungan menjadikan masyarakatnya lebih kreatif dan inovatif dalam mendirikan usaha dalam berbagai bidang.

Secara Topografis Kecamatan Bumijawa sebagian besar daerahnya dataran tinggi, berbukit dan bergunung. Mayoritas lahan di kecamatan Bumjiawa dimanfaatkan untuk pemukiman, pertanian atau persawahan dan perkebunan. Beberapa sarana dibangun untuk menunjang kegiatan dan perkembangan masyarakat, seperti sarana peribadatan.

4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.2.1 UMKM Sektor Perdagangan atau Usaha Dagang di Desa Bumijawa

Perdagangan merupakan suatu kegiatan penjualan kembali tanpa adanya perubahan teknis barang baru atau bekas. Perdagangan merupakan urat nadi perekonomian bagi seluruh bangsa. Negara yang berhasil menguasai perdagangan saat ini merupakan Negara-negara yang memiliki perekonomian kuat. Rangkaian aktivitas bisnis perdagangan cukup sederhana, hanya terdiri dari pembelian, penyimpanan dan penjualan. Dalam aktivitas pembelian perlu juga dibuatkan harga pokok penjualan guna menentukan harga jual barang dan margin yang sesuai dengan harapan. Aktivitas penyimpanan diperlukan untuk menghitung biaya penyimpanan dan persediaan barang dagangan dan pergudangan untuk menentukan efisiensi penggunaan modal kerja dalam persediaan. Aktivitas penjualan akan diperlukan penggunaan strategi dan taktik pemasaran yang baik.

Secara umum, rantai bisnis sector perdagangan terbagi dari lima rantai hubungan bisnis yaitu produsen/pemasok, distributor, agen, pengecer dan kinsmen. Perdagangan juga pada umumnya dibagi menjadi dua yaitu perdagangan umum dan perdagangan distributor. Contoh perdagangan umum yaitu perdagangan Sembilan bahan pokok, toko klontong, perdagangan bahan bangunan, dan perdagangan peralatan elektronik. Contoh kegiatan perdagangan distributor yaitu melakukan penjualan secara tunai ataupun kredit pada suatu produk tertentu dalam jumlah yang besar.

Seuai dengan hasil observasi, sector perdagangan di Bumijawa Kabupaten Tegal memiliki jumlah yang banyak, dari toko klontong, grosir, perdagangan

Sembilan bahan pokok, dan lain sebagainya. Desa Bumijawa memiliki 1 Pasar induk, Letak pasar bumijawa sangat strategis, akses jalannya sudah cukup bagus untuk dilewati.

Perdagangan di Desa Bumijawa merupakan sector terbesar yang paling berkontribusi bagi pembangunan ekonomi desa. Desa Bumijawa memang terlihat lebih maju dan berkembang dari segala hal dibandingkan dengan desa lainnya yang ada di sekkitar Kecamatan Bumijawa. Misalnya dengan banyaknya pedagang yang ada di pasar Bumijawa baik dari pedagang local maupun pendatang. Dengan ini sector perdagangan di Kecamatan Bumijawa memang sudah mengalami perkembangan yang begitu pesat.

Bumijawa merupakan sebuah kecamatan paling selatan di Kabupaten Tegal, kecamatan Bumijawa memiliki 18 Desa diantaranya : Batumirah, Begawat, Bumijawa, Carul, Cawitali, Cempaka, Cintamanik, Dukuh Benda, Guci, Gunung Agung, Jejeg, Muncanglarang, Pagerkasih, Sigedong, Sokasari, Sokatengah, Sumbaga dan Traju.

4.1.2.2 Kondisi Geografis

Bumijawa memiliki ketinggian 1800 mdpl titik tertinggi dan 500 meter dpl titik terendah, sehingga udara dikawasan ini relative dingin. Kecamatan ini banyak menghasilkan sayur-sayuran dan buah-buahan, selain itu juga kaya akan hasil alam seperti the, kayu dan kopi. Di Bumijawa terdapat sebuah mata air yang bernama “Bulakan” yang airnya digunakan untuk keperluan PDAM Tegal Kota.

4.1.2.3 Kondisi Demografi

Jumlah Penduduk Kecamatan Bumijawa pada tahun 2020 sebanyak 91.616 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 47.325 jiwa dan penduduk perempuan sebanyak 44.291 jiwa.

4.2 Hasil Penelitian

Wawancara dilakukan kepada pengguna *e-commerce* dalam mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat minoritas yang mengetahui peran wirausaha dan *e-commerce* dalam menunjang perkembangan UMKM, tetapi secara keseluruhan memiliki karakteristik wirausaha dan secara signifikan *e-commerce* yang digunakan telah sesuai dengan dunia perdagangan. Peran wirausaha dan *e-commerce* sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.

4.2.1 Hasil Wawancara

Informan 1

Informan ke 1 adalah seorang bisnis owner yang bergerak dibidang skincare pada perusahaan tiens, dia memasarkan produk tersebut melalui e-commerce pada shopee, instagram maupun whatsAapp dari tahun 2019. Dia termasuk generasi milenial karena masih berumur 21 tahun yang selalu mengikuti perkembangan zaman digital, tinggal di daerah Bumijawa kab.Tegal bersama ibu dan ayahnya. Dia mengatakan bahwa pendapatan omset yang didapat hingga Rp. 50.000.000,00 /bulan dan memiliki profit hingga Rp. 10.000.000,00. Pendidikan terakhirnya di Politeknik Harapan Bersama Tegal dengan jurusan Akuntansi, dia memulai menjalankan bisnisnya di semester 3, awal mula dia memutuskan memilih bisnis

ini adalah menambah penghasilan untuk membantu biaya kuliah, setelah dijalankan dengan serius hasilnya melebihi ekspektasi. Alasan yang digunakan untuk berwirausaha secara online adalah karena penggunaannya lebih mudah dan lebih menghemat biaya daripada berwirausaha secara offline serta memiliki jangkauan yang lebih luas hingga keluar negeri. Menurutnya e-commerce sangat mendukung usahanya karena dapat memberikan kemudahan memasarkan produk dan dapat melindungi dari pembeli dan penjual agar mendapatkan haknya masing-masing. Usaha ini, menurutnya ke dalam kategori menengah karena menyerang pasar menengah ke bawah yang artinya dapat dijangkau dengan mudah untuk orang yang ekonominya biasa saja.

Informan 2

Informan Ke 2 adalah seorang photographer muda yang juga menyukai kegiatan berwirausaha. Dia bernama Risqi Affandi dengan umur 23 tahun dan berdomisili di daerah Bandarsari, Bumijawa RT04/RW01 Kec. Bumijawa Kab. Tegal, usaha yang dimiliki adalah usahanya sendiri yang tergolong usaha mikro kecil yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Memutuskan berwirausaha secara online dengan menggunakan platform dikarenakan waktu yang dimilikinya cukup fleksible. Dimulai pada tahun 2021 ia memutuskan untuk memasarkan produknya secara online melalui instagram maupun whatsAapp. Tidak hanya menggunakan secara online, dia juga menjual produknya secara offline dengan menggunakan kediamannya sebagai tempat dia menjajakan produknya, meskipun hanya sebatas yang ada dilingkungannya saja, setidaknya tetangga sekitar mengetahui bahwa dia menjual makanan dan minuman kekininan. Kesan pertama yang dia rasakan saat

memanfaatkan e-commerce sebagai media pengembangan usahanya ini sangat ia rasakan dalam mendapatkan pendapatan, meskipun masih tergolong cukup baru dalam memulai usaha akan tetapi ia berhasil mendapatkan omset sebesar >Rp.500.000,00-1.000.000/bulan dari minuman dan snack-snack yang ia jajakan.

Informan 3

Informan ke-3 adalah seorang pemuda muslim yang bernama Ardi Prayogi, beliau berumur 30tahun dan beralamatkan di Desa Bandarsari,Bumijawa Rt06/Rw01 Kec.Bumijawa Kab.Tegal. Usaha beliau bergerak dibidang distro outdoor (Perlengkapan mendaki gunung) yang tergolong usaha mikro menengah, selain berjualan secara offline melalui store nya yang beralamatkan di Jl.Raya pasar bumijawa depan koramil bumijawa kios berkah mandiri no.28, beliau juga menjualkan produknya melalui e-commerce seperti shopee, facebook, instagram maupun whatsAapp dan memiliki omset sekitar Rp. 5.000.000,00/ bulannya. Beliau mengakui berjualan melalui pemanfaatan *e-commerce* cukup menguntungkan karena selain lebih praktis dan fleksible, beliau juga dapat memperkenalkan produknya ke dalam jangkauan yang lebih luas lagi, akan tetapi beliau juga sering mengalami kendala selama menggunakan e-commerce karena tidak banyak pelangganya yang mengetahui penggunaan e-commerce tersebut.

Informan 4

Informan ke 4 ini adalah seorang wanita muslim yang sudah berstatus menikah dan mempunyai keluarga, menyandang status sebagai seorang ibu dan memilih menjadi wirausaha untuk saat ini. Beliau adalah pemilik nama asli Eliyana berusia 44 tahun dan berdomisili di desa Bumijawa RT06/RW02 kecamatan Bumijawa kabupaten

Tegal. Memiliki latar belakang yang berkaitan dengan bidang tata boga, beliau memutuskan untuk menjalankan usaha dalam bidang tersebut dengan berbekal ilmu yang beliau pelajari dibangku sekolah. Menurutnya jika beliau melakukan usaha sendiri yang mungkin masih tergolong usaha mikro ini. Beliau dapat memiliki waktu yang fleksibel tanpa adanya keterikatan dan tertekan oleh perusahaan manapun. Beliau memutuskan menggunakan platform WhatsAapp, Instagram dan Facebook pada tahun 2019 karena beliau sadar bahwa yang paling disukai oleh masyarakat kita ini adalah teknologi perdagangan digital. Beliau memiliki kesan tersendiri pada platform yang digunakan, menurutnya e-platform tersebut memiliki sistem yang baik dan dapat berinteraksi dengan aktif kepada pengguna baru yang bergabung sebagai mitra, oleh karena itu beliau memutuskan berwirausaha dengan memanfaatkan e-commerce. Beliau juga memanfaatkan secara offline dengan ditawarkan kepada lingkungan sekitar. Lingkungan sekitar memiliki dukungan yang positif sehingga membuat produk yang beliau tawarkan laku keras karna target marketnya untuk semua kalangan dan harganya relatif terjangkau, setiap harinya terjual minimal 100 pcs gelas dengan omset mencapai Rp. 5.000.000,00/ bulannya.

Informan 5

Informan ke-5 ini adalah seorang pelajar yang memiliki sikap berfikir lebih jauh daripada teman seusianya dia lebih memilih memanfaatkan waktu luangnya untuk membangun bisnis online. Dia adalah pemilik nama asli Eviyatul mufatiroh 20 tahun yang berdomisili di desa Bumijawa kabupaten tegal. Sebagai generasi milenial yang mengetahui tentang perkembangan dunia digital saat ini, memutuskan menggunakan platform WhatsAapp, Facebook, Instagram pada tahun

2019 karena ia sadar bahwa yang paling disukai oleh masyarakat kita ini adalah teknologi perdagangan digital. Dia memiliki kesan tersendiri pada platform yang ia gunakan yaitu WhatsAapp, Facebook, Instagram. Menurutnya dengan menggunakan e-platform tersebut dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi sehingga dapat lebih mudah memperkenalkan produknya untuk menarik konsumen yang lebih banyak lagi, oleh karena itu, ia memutuskan berwirausaha dengan memanfaatkan *e-commerce*. Usaha yang ia jalani sekarang ini bergerak di bidang kesehatan yang memiliki omset kurang lebih Rp 15.000.000,00/bulan.

Informan 6

Informan ke 6 adalah seorang pelajar yang berusia sangat muda yaitu 20 tahun, ia bernama Mutiara Riska Nirmala dan beralamat di Bumijawa RT06/RW02 Kec.Bumijawa Kab.Tegal. Usaha yang ia jalani sekarang bergerak dibidang kesehatan, ia mengakui bahwa usaha yang ia jalani sekarang tidak sama sekali mengganggu sekolahnya, sebab penjualannya melalui *e-commerce*. Omset yang ia dapatkan perbulannya sudah mencapai Rp. 2.000.00,00. Ia juga bercita-cita untuk menjadikan usahanya ini menjadi usaha yang utama nantinya dapat ia kembangkan lagi. Melihat potensi perkembangan digital membuat ia memutuskan melakukan wirausaha secara online dan jika melakukan perdagangan offline akan membutuhkan tempat dan perlengkapannya yang membutuhkan modal besar tetapi beliau juga memiliki stok untukantisipasi jika ada pembeli yang ingin datang ke kediamannya membeli secara langsung. Menurutnya platform saat ini menunjukkan eksistensinya yang tinggi seperti yang ia gunakan yaitu Shopee.

Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.2 Pelaksanaan peran kewirausahaan

Berikut ini adalah karakteristik yang harus dimiliki sebagai wirausaha, yaitu:

- 1). Menjaga Nilai-nilai agama
- 2). Dapat memberikan manfaat bagi oranglain
- 3). Harus bersikap adil dalam berbisnis
- 4). Harus inovatif dan kreatif dalam berbisnis
- 5). Dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-sebaiknya
- 6). Harus dapat menjalin kerjasama dengan pihak lain

Dari beberapa karakteristik yang menunjukkan bahwa secara umum pebisnis harus memilikinya tanpa melihat agama yang dianut, selain itu mereka juga harus dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam berwirausaha.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada informan yang sebagai wirausaha menunjukkan mayoritas telah mengetahui bagaimana peranan kewirausahaan dalam perkembangan usahanya.

4.2.3 Pelaksanaan E-commerce

Kegiatan jual-beli kini tidak harus bertransaksi dan memilih barang secara langsung dengan metode pembayaran secara tunai saja. Pemanfaatan *e-commerce* sebagai wadah jual-beli secara *online* maka akan mendorong perubahan kegiatan usaha era ekonomi yang lama beralih ke era ekonomi yang baru.

Dari penelitian yang dilakukan kepada platform *e-commerce* yang digunakan oleh para informan dalam kegiatan berwirausaha, ditunjukkan pada sistem yang digunakan dari Shopee, WhatsAapp bisnis, facebook, maupun instagram bahwa

menetapkan syarat sebelum bergabung menjadi mitra dan pengguna aplikasi serta disaat transaksi platform tersebut menjadi pihak ketiga yang menjadi penengah dan memberikan keamanan jika terjadi kesalahan atau permasalahan saat transaksi jual-beli berlangsung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik wirausaha ke semua informan telah mengetahui dan menerapkan bagaimana peran wirausaha.
2. Berdasarkan pemanfaatannya dalam menggunakan platform *e-commerce* mayoritas informan telah menggunakannya secara baik tetapi terdapat minoritas yang masih tidak memanfaatkannya dikarenakan lebih berfokus kepada system *offline* atau kurang konsisten terhadap system *online*.

5.2 Saran

1. Bagi para wirausaha hendaknya mengidentifikasi terlebih dahulu kesiapan usahanya sebelum menjadi mitra *e-commerce* karena ketika telah menjadi mitra harus benar-benar amanah terlebih lagi akan dengan mudah mendapatkan keuntungan yang cukup besar.
2. Bagi Pemerintah desa di Kecamatan Bumijawa hendaknya melakukan sosialisasi tentang pentingnya *entrepreneurship* atau peranan *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM, sehingga semua wirausaha dapat mengetahui dan menyesuaikan terhadap perkembangan zaman yang sudah serba online.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, agar dapat menghasilkan yang lebih komprehensif terhadap peran wirausaha dan *e-commerce* dalam perkembangan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Kuswiratmo, Aji, Bonifasius. 2016. *Memulai Usaha Itu Gampang!/: Langkah-langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha hingga Mengelolanya*. Jakarta: Visimediap.
- [2]Wirakusumo, Soeharto. 1997. *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: BPF
- [3]Hisrich, R. D., Peters M. P., & Shepherd, D. A (2016). *Enterpreunership Tenth Edition*.
- [4]Yuliana. 2017. Pengaruh Kompetensi dan motivasi kerja terhadap kinerja Karyawan perusahaan pada PT haluan star logistic. *Jurnal Ilmiah manajemen bisnis. Vol17. No2. Desember 2017:hal 135-150*
- [5]Drucker, P. F. (1994). *Innovation And Entrepreneurship*. Jakarta: Erlangga.
- [6]Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta Salemba Empat.
- [7]Schermerhorn Jr., John R., 1999. *Manajemen*, diterjemahkan oleh M Purnama Putranta dan Surya Dharma, Edisi Pertama, Yogyakarta.
- [8]Bygrave, William D, 1963, *The Portable MBA : Entrepreneurship*, Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- [9]Alma, Buchari, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 1
- [10]"Entrepreneur definition & explanation" *Entrepreneur Handbook* (dalam bahasa inggris). 2014-11-22. Diakses tanggal 2020-10-11.
- [11]Leibenstein, H., (1968). *Entrepreneur and Development*. *American Economic Review*, 38 (2), 255-286.
- [12]Yuliana, "Kelemahan berwirausaha," 2017.
- [13]Kalikota, W. "E-commerce". dalam *Jurnal Ekonomi, Vol21, No4. Desember 2013*.
- [14]S. Cashman, (2007). "E-commerce". dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol15, No1. Februari 2016:Hal 83*

- [15] Pearson, Mc Leod, dan Schell, George, 2008, *E-Commerce: Business, Technology, and society. 4th Edition*, New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- [16] Wong, Jony, 2010, *Internet Marketing for Beginners*, Elex Media Komputindo, Jakarta
- [17] S. Enjel., "*Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.*" Skripsi, Universitas Islam Negri (UIN) Raden Intan Lampung, 2019.
- [18] Undang-Undang Republik Indonesia No.20, *Definisi UMKM*. 2008.
- [19] Suliyanto, (2005) "*Pengertian Data Kualitatif dan Kuantitatif,*" p. 134-135. Bandung: Alfabeta.
- [21] Purhantara, Wahyu, "*Metode penelitian Kualitatif yentang Bisnis.*" Yogyakarta Graha Ilmu, p. 79, 2010.
- [23] Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Bogor, 2002.
- [24] Sugiyono. (2015) "*Pengertian Observasi*" Bandung: Alfabeta.
- [25] Suliyanto. (2004) "*Wawancara*" Bandung: Alfabeta.
- [26] Sugiyono. (2012) "*Pengertian Studi Pustaka*". Bandung: Alfabeta.
- [27] I. M. Winartha, (2006) "*Metode Analisis Deskriptif Kualitatif,*" p. 155.
- [28] Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- [29] Lawang, *Kapital Sosial dalam perspektif sosiologi, (Suatu Pengantar)*. Jakarta Fisip UI Pers Jakarta, 2005.
- [30] Hermawan, *Bisnis Menggunakan Facebook*. In: Bangkok : Komputindo EM, editor, 2009.
- [31] Puntoadi. *Menciptakan penjualan melalui sosial media*. In Jakarta: PT. Elex Media Komputindo; 2011.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara

. Pertanyaan Wawancara :

1. Siapa nama lengkap anda ?
2. Berapakah umur anda ?
3. Dimana alamat domisili anda ?
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?

Lampiran 2. Hasil Wawancara

Informan 1

1. Siapa nama lengkap anda ?
Herlin Putri Risqiviana
2. Berapakah umur anda ?
21 tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Rumah vina Rt06/Rw02 Kec.Bumijawa Kab.Tegal
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
Omset Rp. 50.000.000,00 profit Rp. 10.000.000,00
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Menurut saya wirausaha adalah kemampuan untuk membuat hal-hal baru yang dapat menghasilkan dan dapat bermanfaat bagi banyak orang.
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini? Karena dibidang ini banyak yang membutuhkan serta peluangnya cukup besar.
7. Apa alasan anda memilih wirusaha secara *online* ?
Karena memiliki jangkauan yang cukup luas dan bias menjangkau hingga ke luar negeri.
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Sistem penjualan Online.
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Sangat membantu karena berpotensi cukup besar.
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce*? Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Tidak.
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Tergolong usaha menengah.
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ? kurang lebih 10 orang.

Informan 2

1. Siapa nama lengkap anda ?
Risqi Affandi
2. Berapakah umur anda ?
22 Tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Bandarsari, Bumijawa RT06/RW01 Kec. Bumijawa Kab. Tegal
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
>Rp. 500.000,00/bulan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Wirausaha adalah sebuah kegiatan usaha atau suatu bisnis mandiri.
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
? Karena banyak diminati oleh para kaum remaja.
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Berwirausaha secara online lebih mudah dan praktis dalam menjual produknya serta bias juga sebagai media untuk memperkenalkan produk kita.
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Platform Jualan online
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Cukup membantu karena dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
? Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Tidak.
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Mikro kecil.
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
Belum ada, karena sementara masih bias di pegang sendiri.

Informan 3

1. Siapa nama lengkap anda ?
Ardi Prayogi
2. Berapakah umur anda ?
30 Tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Bandarsari, Bumijawa Rt06/Rw01 Kec.Bumijawa Kab.Tegal
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
>Rp. 5.000.000,00/bulan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Mencari Keuntungan lewat perdagangan.
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
? Peminat yang cukup banyak pada perlengkapan outdoor.
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Memperluas pasar
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Jualan online
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Cukup membantu terutama di facebook karena konsumen lebih banyak.
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ?
? Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Iya, Pembeli tidak memiliki pengetahuan yang cukup sehingga terkadang menjadi kendala dalam proses jual beli.
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Menengah.
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
Kadang ada yang membantu kadang jual sendiri.

Informan 4

1. Siapa nama lengkap anda ?
Eliyana
2. Berapakah umur anda ?
45 Tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Bumijawa Rt06/Rw02 Kec.Bumijawa Kab.Tegal
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
>Rp. 5.000.000,00/bulan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Kemampuan membuat hal-hal baru yang dapat menghasilkan dan dapat bermanfaat bagi banyak orang.
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ? Karena usaha dibidang makanan dan minuman yang sedang hits saat ini sangat diminati sekali terutama bagi para remaja sehingga dapat menghasilkan peluang yang cukup besar.
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Jangkauannya lebih luas.
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Penjualan secara online.
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Mempermudah untuk menjangkau lebih banyak customer.
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ? Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Iya, terkadang tiba-tiba pesanan di cancel begitu aja.
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Menengah.
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
2 orang.

Informan 5

1. Siapa nama lengkap anda ?
Eviyatul Mutafiroh
2. Berapakah umur anda ?
20 Tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Bandarsari, Bumijawa Rt06/Rw01 Kec. Bumijawa Kab. Tegal
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
>Rp. 15.000.000,00/bulan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Proses mencari uang secara mandiri.
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ?
Krena melihat peluang yang cukup besar di bidang ini.
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Karena trend bisnis sekarang sudah sistemnya online jadi saya mengikuti perkembangannya.
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Semacam mall nya dunia maya.
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Cukup membantu dalam meningkatkan omset penjualan..
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ? Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Tidak ada.
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Menengah.
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
Sejauh ini masih ditangani sendiri.

Informan 6

1. Siapa nama lengkap anda ?
Mutiara Riski Nirmala
2. Berapakah umur anda ? 20 Tahun
3. Dimana alamat domisili anda ?
Bumijawa Rt06/Rw02 Kec.Bumijwa Kab.Tegal
4. Dalam sebulan berapakah pendapatan anda ?
Rp. 2.000.000,00/bulan
5. Apa yang anda ketahui tentang wirausaha ?
Orang yang melakukan aktivitas usaha, memasarkan, menjual produk usahanya.
6. Mengapa anda memutuskan untuk berwirausaha pada bidang yang saat ini ? Karena ingin kreatif mandiri dan tidak ingin membebani.
7. Apa alasan anda memilih wirausaha secara *online* ?
Teknologi internet canggih, minim resiko, keuntungan yang sangat besar, potensi pasar yang sangat memuaskan.
8. Apa yang anda ketahui tentang *E-Commerce* ?
Sistem memasarkan barang dan jasa seperti melalui media internet.
9. Bagaimana menurut anda tentang *E-Commerce* yang sedang anda gunakan dalam menunjang kegiatan berwirausaha ?
Mempermudah komunikasi antara produsen dan konsumen, mempermudah pemasaran promosi barang, memperkuat jangkauan calon konsumen, mempermudah proses penjualan dan pembelian, mempermudah pembayaran secara online .
10. Apakah anda pernah mengalami kendala selama penggunaan *E-Commerce* ? Iya atau Tidak (jika Iya tolong beri penjelasan)
Tidak.
11. Usaha anda termasuk kriteria mikro, kecil atau menengah ?
Tergolong usaha menengah.
12. Berapa jumlah pegawai dalam usaha anda ?
Tidak ada pegawai/ ditangani sendiri.

Lampiran 3. Surat Kesiediaan Membimbing

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BAHRI KAMAL, SE, MM
NIPY : 05.015.218
Jabatan : Pembimbing 1

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : RIDHA LAELATUL SILVI
NIM : 18031095
Kelas : 6J
Judul TA : Peran Kewirausahaan dan E-Commerce dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Desa Bumijawa)

Kesiediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesiediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : Senin-Jumat
Waktu : 08.00 s.d 16.00 WIB
Tempat : Kampus Politeknik Harapan Bersama
2. Hari : Sabtu-Minggu
Waktu : 08.00 s.d 11.00
Tempat : Rumah (Perumahan Grand Panorama Blok B No.11, Tarub)

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum

Tegal, 15 maret 2021
Pembimbing 1



Bahri Kamal, SE, MM
NIPY 05.015.218

CATATAN

1. Di isi dengan menggunakan ketikan computer dan menggunakan huruf capital
2. *) Pilih salah satu

IK | P2M | PHB | 07.d.4.1

**SURAT KESEDIAAN MEMBIMBING TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Drs.Mulyadi, MM, Ak, Ca
NIPY : 04.015.213
Jabatan : Pembimbing 2

Dengan ini menyatakan bersedia untuk membimbing Tugas Akhir Mahasiswa berikut :

Nama : RidhLaelatul Silvi
NIM : 18031095
Kelas : 6 J
Judul TA : PERAN KEWIRUSAHAAN DAN E-0COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (Studi Desy Bumijawa)

Kesediaan membimbing tersebut termasuk di dalamnya adalah kesediaan untuk menyediakan waktu minimal dua kali perminggu untuk membimbing, yaitu :

1. Hari : Senin-Jumat
Waktu : Jam 08.00-16.00 WIB
Tempat : Kampus Politeknik Harapan Bersama Tegal
2. Hari : Sabtu-Minggu
Waktu : Jam 08.00-11.00 WIB
Tempat : Jl.Segarawan raya No.14 Mejasem Barat

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar maklum.

Tegal, 12 Maret 2021
Pembimbing 2



Drs.Mulyadi, MM, Ak, Ca
NIPY 04.015.213

CATATAN :

1. Diisi dengan menggunakan ketikan komputer dan menggunakan huruf kapital.
2. *) : Pilih salah satu

Lampiran 4. Buku Bimbingan



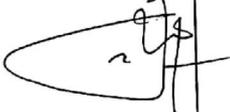
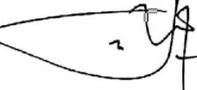
BUKU BIMBINGAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
TAHUN AKADEMIK GENAP 2020/2021

Nama Mahasiswa : *RIDHA CAELATUL SILVI*
NIM : *18031095*
Semester & Kelas : *6J*
Pembimbing 1 : *Bahri Kamal, SE, MM*
Pembimbing 2 : *Drs. Mulyadi, MM, AK*
Judul Tugas Akhir : *Peran kewirausahaan dan
E-commerce Terhadap Perkembangan
usaha mikro kecil dan menengah
<UMKM> <Studi Desa Buni Jawa>*

KPHB



PEMBIMBING 1

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
1	2 feb	perijin judul	
2	15 Maret	judul Acc	
3	28 Mei	perijin proposal revisi pd literatur belakang, pengisian bagian daftar pustaka dg Van cover	
4	7 juni	revisi pd Metode Analisis Data & daftar isi jd 1,5 cm	
5	9 juni	proposal Acc lanjut TA	
6.	29 juni	Acc Bab 1-8 Lanjut Bab 4	

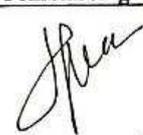
- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
7.	30 Juli	ACC Bab 4 - 5 Lanjut Bikin PPT	
8.	3 Juli	TA ACC PPT ACC	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)



PEMBIMBING 2

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
1	16 Maret	Pengajuan judul	
2.	18 Maret	judul acc Pengajuan proposal	
3.	29 Mei	proposal acc	
4.		revisi acc	
5.		Langut ke TA	
6.		Penambahan Hasil di bab 4	
7.		ACC Bab 1-4 lanjut bab 5	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
 2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
 3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)