

**DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP PENINGKATAN
PENDAPATAN DAN PENYERAPAN TENAGA KERJA
USAHA MIKRO, KECIL SEKTOR JASA (STUDI KASUS
UMK DI KELURAHAN SIDOKARE KABUPATEN
SIDOARJO)**

SKRIPSI

Oleh

DIO KHARISMA SUNHADI

NIM: 08010120007



**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Dio Kharisma Sunhadi, 08010120007, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 16 Mei 2024



Dio Kharisma Sunhadi

NIM. 08010120007

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Surabaya, 16 Mei 2024

Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Abdullah Kafabih', written in a cursive style.

Abdullah Kafabih, M.SE

NIP. 199108072019031006

LEMBAR PENGESAHAN

DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DAN PENYERAPAN TENAGA KERJA USAHA MIKRO, KECIL SEKTOR JASA (STUDI KASUS UMK DI KELURAHAN SIDOKARE KABUPATEN SIDOARJO)


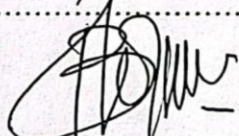
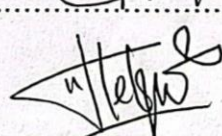
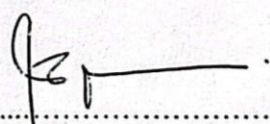
Oleh
Dio Kharisma Sunhadi
NIM. 08010120007

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 11 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Abdullah Kafabih, S.El., M.S.E
NIP. 199108072019031006
(Penguji 1)
2. Betty Silfia Ayu Utami, S.E., M.S.E
NIP. 198706102019032019
(Penguji 2)
3. Helmina Ardyantifitri, M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 3)
4. Mochammad Andre Agustianto, Lc., M.H
NIP. 199008112019031007
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....

Surabaya, 11 Juni 2024

Dekan,



Dr. Sitajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dio Kharisma Sunhadi
NIM : 08010120007
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail address : cakdiosby@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Dampak Digitalisasi Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Penyerapan Tenaga Kerja Usaha, Mikro, Kecil Sektor Jasa (Studi Kasus UMK di Kelurahan Sidokare Kabupaten Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01 Juli 2024

Penulis

(Dio Kharisma Sunhadi)

ABSTRAK

UMK sektor jasa menawarkan peluang yang menarik bagi wirausaha baru. tanpa perlu modal besar dan persediaan barang. UMK sektor jasa dapat berkembang seiring perubahan gaya hidup dan teknologi, mengikuti kebutuhan masyarakat yang serba praktis dan cepat serta masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi untuk kebutuhan sehari-hari, maka tidak heran bahwa mobilitas pemasaran melalui digitalisasi telah menjadi pilihan utama oleh beberapa pengusaha bisnis UMK sektor jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran digitalisasi dalam pemasaran UMK sektor jasa, serta untuk mengetahui dampak digitalisasi dalam meningkatkan pendapatan, dan untuk mengetahui peran UMK tersebut dalam penyerapan tenaga kerja di kelurahan Sidokare. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan 5 jenis usaha seperti laundry, cuci sepatu, cuci helm, potong rambut, dan cuci tas yang berada di wilayah Sidokare, kabupaten Sidoarjo. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMK di sektor jasa. Penggunaan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook sangat efektif dalam mempromosikan layanan online, dampak positif digitalisasi terlihat pada peningkatan pendapatan UMK setiap tahunnya. Penyerapan tenaga kerja oleh UMK di Kelurahan Sidokare juga berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja baru. Responsivitas UMK terhadap permintaan pasar tercermin dalam penyesuaian jumlah tenaga kerja.

Penelitian ini memberikan saran atau rekomendasi bahwa pentingnya pelatihan bagi karyawan UMK tentang penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas promosi online dan keterampilan digital mereka, yang akan mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Kata kunci : digitalisasi , media sosial, dampak, pendapatan, penyerapan tenaga kerja, persaingan monopolistik

ABSTRACT

Service sector MSMEs offer attractive opportunities for new entrepreneurs. without requiring large capital and inventory. MSMEs in the service sector can develop along with changes in lifestyle and technology, following the practical and fast needs of society and people who increasingly rely on technology for their daily needs, so it is not surprising that marketing mobility through digitalization is becoming increasingly important. has become the main choice for several MSME business entrepreneurs in the service sector.

This research aims to determine the role of digitalization in marketing MSMEs in the service sector, as well as to determine the impact of digitalization in increasing income, and to determine the role of these MSMEs in absorbing labor in the Sidokare sub-district. The method used is qualitative with a case study approach, involving 5 types of businesses such as laundry, shoe washing, helmet washing, hair cutting and bag washing in the Sidokare area, Sidoarjo district. Data was collected through interviews, field observations and documentation.

The results of this research show that digitalization has an important role in increasing the competitiveness and growth of MSMEs in the service sector. The use of digital platforms such as WhatsApp Business, Instagram, and Facebook is very effective in promoting online services. The positive impact of digitalization can be seen in increasing MSME income every year. The absorption of labor by MSMEs in Sidokare Village also contributes positively to the local economy by creating new jobs. The responsiveness of MSMEs to market demand is reflected in adjustments to the number of workers.

This research provides suggestions or recommendations regarding the importance of training for MSME employees on the use of digital technology to increase the effectiveness of online promotions and their digital skills, which will support overall business growth.

Keywords: digitalization, social media, impact, income, employment, monopolistic competition

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	15
2.1.2 UMK Sektor Jasa	21
2.1.3 Teori Ketenagakerjaan	22
2.1.4 Teori Struktur Pasar	24
2.1.5 Teori Dampak	31
2.1.6 Teori Pendapatan.....	32
2.1.7 Platform Digitalisasi Ekonomi.....	35
2.1.8 E-Commerce	36
2.1.9 Media Sosial.....	40
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	42
2.3 Kerangka Berpikir	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1	Kabupaten Sidoarjo.....	55
4.1.2	Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sidoarjo.....	58
4.1.3	Program Kerja, Kegiatan Pokok, Indikator Kinerja Dinas Koperasi	59
4.1.4	Visi dan Misi Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sidoarjo.....	60
4.2	Kriteria dan Data Informan	60
4.2.1	Kriteria Informan	60
4.2.2	Data Informan	62
4.3	Penyajian Data.....	65
4.3.1	Peran Digitalisasi terhadap UMK Sektor Jasa	65
4.3.2	Penyerapan Tenaga Kerja UMK Sektor Jasa	75
4.4	Analisis Pembahasan	81
4.4.1	Peran dan Dampak Digitalisasi Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pelaku UMK Sektor Jasa Di Kelurahan Sidokare	82
4.4.2	Upaya Penyerapan Tenaga Kerja Para Pelaku UMK Sektor Jasa di Kelurahan Sidokare	96
4.5	Solusi.....	105
BAB V PENUTUP.....		107
5.1.	Kesimpulan.....	107
5.2.	Keterbatasan Penelitian	109
5.3.	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		112
LAMPIRAN.....		116
Lampiran 1 Biodata Peneliti		116
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan		117
Lampiran 3 Dokumentasi Proses Wawancara		118
Lampiran 4 dokumentasi digitalisasi UMKM.....		119

DAFTAR TABEL

Tabel Grafik 1.1 Jumlah UMK di Kecamatan Kabupaten Sidoarjo Tahun 2023 ...	9
Tabel 2.1 Penelian Terdahulu.....	42
Tabel 4.1 Data Informan Penelitian	62
Tabel 4.2 Total Pendapatan UMK EasyKlin Laundry.....	66
Tabel 4.3 Total Pendapatan UMK HairCut Babershop.....	68
Tabel 4.4 Total Pendapatan UMK Cuci Sepatu Dr.Shoes	70
Tabel 4. 5 Total Pendapatan UMK Cuci Sepatu Resix.....	72
Tabel 4.6 Total Pendapatan UMK Cuci helm, tas dan sepatu Shoeszi	74
Tabel 4.7 Media Digitalisasi yang digunakan UMK Sektor Jasa	83
Tabel 4.8 Total Pendapatan UMK Sektor Jasa Kelurahan Sidokare Sebelum dan Sesudah Digitalisasi Tahun 2017 – 2024	85
Tabel 4.9 Total Penyerapan Tenaga Kerja UMK Sektor Jasa Kel. Sidokare.....	101
Tabel 4.10 Total Jam Kerja dan Upah Tenaga Kerja UMK Sektor Jasa	102

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sektor Jasa Prioritas RPJMN 2015-2019	22
Gambar 2.2 Grafik Pasar Monopistik	27
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	48
Gambar 4.1 Jumlah UMK di Kabupaten Sidoarjo Tahun 2020 - 2024.....	56
Gambar 4.2 Peta Lokasi Wilayah Kabupaten Sidoarjo.....	58
Gambar 4.3 UMK Sektor Jasa Cuci Sepatu di Kelurahan Sidokare	91
Gambar 4.4 Peralatan yang Digunakan UMK Sektor Jasa	93



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Anggrayini, N., Djumaty, B., Magenta, D. T., & 2021, undefined. (2020). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kerupuk Amplang di Kecamatan Kumai, Kabupaten Kotawaringin Barat. *Magenta.Untama.Ac.Id*, 9(1), 23–30. <http://magenta.untama.ac.id/index.php/1192012/article/view/55>
- Anugerah, F. N., & Nuraini, I. (2021). Peran Umkm Dalam Menanggulangi Kemiskinan Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 5(1), 27–41. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i1.13772>
- Astuti, S. D., & Idola Perdini Putri., D. S. F. A. (2020). Strategi Komunikasi Program Internet Sehat Dan Aman Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia (Studi Kasus Evaluasi Program Incakap Tahun 2015). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 25–35.
- Aswetari, A. (2016). *Faktor - faktor yang mempengaruhi pendapatan*.
- Bappenas. (2017). Sektor Jasa Prioritas. 209-240.
- Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(5), 1–10. <https://doi.org/ISSN 2250-3153>
- Becker, G. . (1976). *Penawaran Tenaga Kerja*.
- Bungin, B. (2003). Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif. *ResearchGate*, 1(70), 10. https://www.researchgate.net/publication/323691993_Ringkasan_dan_Ulasan_Buku_Analisis_Data_Penelitian_Kualitatif_Prof_Burhan_Bungin
- Chung, D. S. (2008). Interactive Features of Online Newspaper: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(3), 658–679. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.00414.x>
- Dyckman. (2013). *Pendapatan*. Journal International.
- Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 445–464. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i3.18105>

- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Gensler, S., Völckner, F., Thompkins, Y. L., & Wiertz, C. (2013). Managing brand in the social media environment. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 242–256.
- Glynn, M. W., & J, F. D. (2009). Social media: the new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Helmalia, A. A. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang. *JEBI (Journal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3 (2), 237–246.
- Hootsuite, W. are S. and. (2023). *Digital Report 2023: Indonesia*. Retrieved from Diambil kembali dari Data Reportal.
- Jaidan, J. (2020). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Jaya, U. A., & Raya, A. N. (2022). *PENGARUH E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENJUALAN UMKM DI ERA PANDEMI (STUDI KASUS DESA CIBOLANG) PENDAHULUAN* Penyebaran virus covid-19 atau biasa disebut corona hingga saat ini masih menjadi sebuah permasalahan yang terjadi di berbagai belahan du. 2(1), 378–387.
- John, J, Wild. (2013). *Financial*.
- Kamil, I., Ady Bakri, A., Salingkat, S., & Pabisangan Tahirs, J. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee : Indonesian Journal of Community Research Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Karim. (2007a). *No Title*. 167.
- Karim. (2007b). *No Title*. 170.
- Kominfo. (2023). Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret. *Journal Kominfo*, 1(kenaikan jumlah UMKM), 1. https://www.kominfo.go.id/content/detail/45636/kenaikan-jumlah-umkm-go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20/0/berita_satker
- Lestari, T., & Damhudi, D. (2021). *Peran Media Penjualan Terhadap Pendapatan E-Commerce Pada Usaha Mikro*. 19(2), 150–157.
- M. Syahril Yusuf. (2010). Entrepreneurship. In *Lentera Ilmu Cendikia*.
- Manueke, A. (2020). Penyerapan Tenaga Kerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Agribisnis Dan Non-Agribisnis (Studi Kasus: Di Kelurahan

- Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara). *Cocos*, 6(3), 6.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., & Siregar, L. D. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.29>
- Mita, R. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 2, p. 9.
- Mulyadi. (2017). Penyerapan Tenaga Kerja. *Cendikiawan*.
- Nainggolan. (2005). *No Title*.
- Nazdini, Y. (2012). *Indikator Digital Marketing*.
- Neuman, W. L. (2017). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 13(2), 177–181.
- Nurmasi, Altri Wahida, R. M. (2023). *PERAN MEDIA SOSIAL DAN E-COMMERCE BAGI UMKM*. 6(1), 625–637.
- Pramesti, F., Wibawa, B. M., & Sinansari, P. (2020). Analisis Penentuan Prioritas Platform Media Sosial Pada Performa Pemasaran UKM: Kasus di Kota Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 9(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i1.50604>
- Pratiwi. (2017). data sekunder dalam penelitian kualitatif. *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan*.
- pusatstudijatim.id. (2023). Kontribusi UMKM Jatim naik dari tahun ke tahun. *Journal Pusat Studi Jatim*, 1–3(UMKM Jawa Timur), 3. <https://pusatstudijatim.id/detail/?ids=981&kategori=Berita>
- Radar, & Sidoarjo. (2009). *No Title*.
- Rintho. (2018). *Karakteristik E-Commerce bagi usaha kecil mikro*.
- Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 25–32. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i1.1389>
- Riza, A. (2020). *Modal Sebagai Salah Satu Faktor Pendapatan*.
- Safrianti. (2020). *Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan LamaUsaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal*. <http://repository.upstegal.ac.id/id/eprint/2060>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun