

**ANALISIS STRATEGIS PERAN PEREMPUAN GENERASI
MILENIAL DI ERA EKONOMI DIGITAL PADA UMKM
DI KECAMATAN SINJAI UTARA
KABUPATEN SINJAI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

AQIDATUL IZZA

NIM. 190303046

Pembimbing:

1. Dr. Suriati, M.Sos.I.
2. Srianti Permata, S.Pd., M.Pd.

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (EKOS)

FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM AHMAD DAHLAN

SINJAI TAHUN 2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aqidatul Izza
Nim : 190303046
Program Studi : Ekonomi Syariah (EKOS)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditujukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Sinjai, 26 Mei 2023

Yang membuat pernyataan

Aqidatul Izza
190303046

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Analisis Strategis Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai Oleh Aqidatul Izza Nomor Induk Mahasiswa 190303046 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam UIAD Sinjai, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 27 Juni 2023 M bertepatan dengan 9 Zulhijjah 1444 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dewan Penguji

Dr. Firdaus, M.Ag.

Ketua

(.....)

Dr. Suriati, M.Sos.I

Sekretaris

(.....)

Dr. K.H Hamzah Harun, Lc., M.A.

Penguji I

(.....)

Dr. H. Nur Taufiq, M.A.

Penguji II

(.....)

Dr. Suriati, M.Sos.I

Pembimbing I

(.....)

Srianti Permata, S.Pd.,M.Pd.

Pembimbing II

(.....)

Mengarahui,

Dekan FEHI UIAD Sinjai



Abd. Muhaemin Nabir, S.E., M.Ak, Ak.

NBM 1213197

ABSTRAK

Aqidatul Izza. *Analisis Strategis Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital Pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.* Skripsi. Sinjai: Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam, Universitas Islam Ahmad Sinjai, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai (2) faktor pendukung dan penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Penelitian ini termasuk dalam penelitian fenomenologi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah 5 pelaku UMKM berbasis ekonomi digital di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis datanya menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan, (1) Peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai yaitu: (a) Mendirikan toko kue, (b) Mendirikan toko roti, (c) Mendirikan *galery* hijab dan *fashion kids*, (d) Mendirikan toko rental busana. (2) Faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai adalah (a) Pengembangan produk, (b) Peralatan yang memadai, (c) Pemilihan bahan baku yang berkualitas, (d) Penggunaan media sosial. Sedangkan faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai adalah (a) Persaingan yang kuat, (b) Bahan baku susah di dapatkan serta harga yang mahal, (c) Bahan baku yang tidak sesuai dengan keinginan, (d) Tempat yang sempit, (e) Kelalaian pelanggan.

Kata Kunci: *Ekonomi Digital, UMKM, Perempuan*

ABSTRACT

Aqidatul Izza. Strategic Analysis of the Role of Millennial Generation Women in the Digital Economy Era in UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency. Thesis. Sinjai: Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Law, Islamic University of Ahmad Dahlan Sinjai, 2023

This research aims to determine: (1) the role of millennial generation women in the digital economy era in UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency (2) supporting and inhibiting factors in the role of millennial generation women in the digital economy era in UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency. This research is included in phenomenological research using a qualitative approach. The subjects in this research are 5 digital economy-based UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The data analysis techniques use data reduction, data presentation and drawing conclusions.

The research results show, (1) The role of millennial generation women in the digital economy era in UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency are: (a) Establishing a cake shop, (b) Establishing a bakery, (c) Establishing a hijab and kids fashion gallery, (d) Establishing a fashion rental shop. (2) Supporting factors for the role of millennial generation women in the digital economy era in UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency are (a) Product development, (b) Adequate equipment, (c) Selection of quality raw materials, (d) Use of social media. Meanwhile, the factors inhibiting the role of millennial generation women in the digital economy era in UMKM in North Sinjai District, Sinjai Regency are (a) Strong competition, (b) Raw materials are difficult to obtain and prices are expensive, (c) Raw materials that are not suitable for desires, (d) Limited space, (e) Customer negligence.

Keywords: Digital Economy, UMKM, Women

المستخلص

عقيدة العزة. التحليل الاستراتيجي لدور نساء جيل الألفية في عصر الاقتصاد الرقمي في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة سنجائي الشمالية، منطقة سنجائي. البحث. سنجائي: قسم الاقتصادية الشرعية، كلية الاقتصادية و أحكام الإسلامية، جامعة أحمد دحلان الإسلامية سنجائي، ٢٠٢٣

يهدف هذا البحث إلى تحديد: (١) دور نساء جيل الألفية في عصر الاقتصاد الرقمي في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة سنجائي الشمالية، منطقة سنجائي (٢) العوامل الداعمة والمتبطة في دور نساء جيل الألفية في عصر الاقتصاد الرقمي في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (سنجائي الشمالية، منطقة سنجائي). يتم تضمين هذا البحث في البحث الظاهري باستخدام نذج نوعي. المواضيع في هذا البحث هي ٥ شركات متناهية الصغر وصغيرة ومتوسطة الحجم قائمة على الاقتصادية الرقمية في منطقة سنجائي الشمالية، منطقة سنجائي. تقنيات جمع البيانات المستخدمة هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تستخدم تقنيات تحليل البيانات تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

تظهر نتائج البحث أن (١) دور نساء جيل الألفية في عصر الاقتصاد الرقمي في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة سنجائي الشمالية، منطقة سنجائي هو: (أ) إنشاء متجر كعك، (ب) إنشاء مخبز، (ج) إنشاء متجر كعك، (ب) إنشاء مخبز، (ج) إنشاء متجر لبيع الكعك. معرض أزياء الحجاب والأطفال. (د) إنشاء محل لتأجير الأزياء. (٢) العوامل الداعمة لدور نساء جيل الألفية في عصر الاقتصاد الرقمي في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة سنجائي الشمالية، منطقة سنجائي هي (أ) تطوير المنتجات، (ب) المعدات الكافية، (ج) اختيار المواد الخام عالية الجودة، (د) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وفي الوقت نفسه، فإن العوامل التي تعوق دور نساء جيل الألفية في عصر الاقتصاد الرقمي في المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة شمال سنجائي، ريمسني سنجائي هي (أ) المنافسة القوية، (ب) صعوبة الحصول على المواد الخام وارتفاع الأسعار، (ج) الخام المواد غير المناسبة للربح، (د) المساحة المحدودة، (هـ) إهمال العملاء.

الكلمات الأساسية: الاقتصادية الرقمية، المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، المرأة

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ بِالْعَمَلِ وَالصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلَيْنَا شَرَفًا لِنَبِيِّنَا وَأَمْرًا سَلِيمًا
نَا مُحَمَّدًا وَعَلَىٰ أَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ آمِينَ

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak, yang telah memberikan bantuan berupa arahan dan dorongan selama penulis studi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Asbah Gasto dan Ibu Nurbaya yang telah mendidik dan membesarkan;
2. Bapak Dr. Firdaus M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Ahmad Sinjai;
3. Bapak Dr. Ismail, M.Pd selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Ahmad Sinjai;
4. Bapak Dr. Rahmatullah, S.Sos.I.,M.A selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Ahmad Sinjai;
5. Bapak Dr. Muh. Anis, M.Hum selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Ahmad Sinjai;
6. Bapak Abd. Muhaemin Nabir, SE.,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam selaku pimpinan pada Tingkat Fakultas;

7. Ibu Dr. Suriati, M.Sos.I. selaku pembimbing I dan ibu Srianti Permata, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing II;
8. Bapak Salam, SE., MM selaku ketua Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Ahmad Sinjai;
9. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing dan mengajar selama studi di Universitas Islam Ahmad Sinjai;
10. Seluruh pegawai dan jajaran Universitas Islam Ahmad Sinjai yang telah membantu kelancaran akademik;
11. Kepala dan staff perpustakaan Universitas Islam Ahmad Sinjai;
12. Masyarakat pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai yang telah membantu selama proses penelitian;
13. Teman-teman mahasiswa Universitas Islam Ahmad Sinjai dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis selesai studi.

Teriring doa semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapatkan pahala berlipat ganda dari Allah SWT, dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin

Sinjai, 26 Mei 2023

Aqidatul Izza
NIM: 190303046

DAFTAR ISI

SAMPUL

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACK	v
ABSTRAK ARAB.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	vi
LAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	12
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI.....	16
A. Kajian Pustaka.....	16
B. Konsep Generasi Milenial.....	42
C. Ekonomi di Era Digital	54
D. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	66

E. Hasil Penelitian yang Relevan	74
BAB III METODE PENELITIAN	79
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	79
B. Definisi Operasional	80
C. Tempat dan Waktu Penelitian	81
D. Subjek dan Objek Penelitian	82
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	83
F. Instrument Penelitian	85
G. Keabsahan Data.....	88
H. Tehnik Analisis Data.....	90
BAB IV HASIL PENELITIAN	92
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	92
B. Hasil dan Pembahasan Penelitian	114
BAB V PENUTUP.....	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2 Perkembangan UMKM Kabupaten Sinjai Tahun 2019 – 2021	112
---	-----

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Observasi

Pedoman Wawancara

Deskripsi Hasil Wawancara

Persuratan dan Dokumentasi

Biodata penulis

Hasil turnitin

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital yang sangat pesat menjadikan hampir semua negara di dunia sedang mempersiapkan diri dalam menyambut era revolusi industri 5.0. Hampir di semua aspek kehidupan bisa kita rasakan perubahan menuju era tersebut, baik itu aspek pendidikan, aspek, budaya dan terutama pada sektor ekonomi. Di bidang ekonomi, terjadi tranformasi massif menuju ekonomi digital yang memunculkan model-model bisnis baru. Model-model bisnis baru ini dapat menambah pengalaman pelanggan *customer experience* karena kegiatannya yang makin efisien dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Ekonomi digital selalu mengacu pada ekonomi yang didasarkan pada teknologi komputasi digital, dan bagaimana menjalankan bisnis melalui pasar yang berbasis internet. Sebutan lain untuk ekonomi digital yaitu ekonomi internet, ekonomi web atau ekonomi baru. Salah satu hal yang menyebabkan perkembangan ekonomi digital yaitu dengan adanya penyebaran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) hampir di

semua sektor bisnis. Ekonomi digital merupakan bisnis yang dilakukan melalui media *online/virtual*, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat tukar(Hinning, 2018).

Kemunculan ekonomi berbasis digital memengaruhi segala aspek perekonomian.Salah satu aspek pengembangan ekonomi yang memiliki dampak besar adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Pengembangan sektor UMKM yang didukung oleh ekonomi digital menciptakan banyak inovasi baru yang dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan siklus usaha, mulai dari proses produksi hingga distribusi. Dengan demikian, ekonomi digital memberi kontribusi besar bagi kemajuan UMKM dengan pemanfaatan berbagai *platform* yang tersedia, mulai dengan membuat website sendiri, memanfaatkan media sosial, sampai dengan memanfaatkan *e-commerce*.Melalui ekonomi digital, UMKM sudah menemukan solusi stratgis atas permasalahan yang selama ini dihadapi baik untuk penjualan dan pemasaran produk, maupun untuk mengakses sumber daya yang diperlukan.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi digital yang menjadi penopang tumbuhnya ekonomi digital memunculkan juga ragam fenomena baru yang menjadi penggerak dalam mengembangkan ekonomi. Salah satu penggerak yakni munculnya para pelaku UMKM berbasis digital yang diakomodir dan diinisiasi oleh kaum perempuan. Hampir di setiap daerah biasa di dapati para pelaku UMKM yang dijalankan oleh perempuan yang sebagian besar berbasis ekonomi digital. Salah satu fenomena yang tidak bisa kita pungkiri, bagaimana perempuan yang memiliki kaitan erat dengan ekonomi dalam hal pemahaman mereka tentang kebutuhan-kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi dalam keluarganya dan masyarakat sekitarnya. Sebagaimana di jelaskan dalam QS As-Saff (61): 10

﴿أَلَيْمٌ عَذَابٌ مِّنْ تُنْجِيكُمْ تَحْرَةً عَلَيَّ أَذُلُّكُمْ هَلْ ءَامَنُوا الَّذِينَ يَتَّبِعُهَا

Terjemah:

Wahai orang-orang yang beriman! Maukah kamu aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih?(Departemen Agama R.I, 2010)

Dalam mengembangkan usahanya melalui ekonomi digital tidak perlu ragu lagi dengan kemampuan yang dimiliki oleh perempuan dalam berinovasi dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Hal ini pula memengaruhi peran perempuan di era digital yang tidak hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga akan tetapi juga dituntut untuk mampu berperan diluar rumah seperti merintis/membangun usaha keluarga maupun sebagai perempuan karier. Eksistensi peran perempuan mulai menonjol dengan banyaknya UMKM-UMKM yang dimotori oleh perempuan telah sukses dan dikenal oleh masyarakat luas. Peran aktif perempuan dengan keterampilan yang mereka miliki mampu meningkatkan perekonomian keluarganya. Perempuan memiliki peluang yang begitu besar, lapangan pekerjaan yang serba otomatis dan sangat mudah diakses dan digital semakin banyak. Namun di era sekarang ini, perempuan juga sudah sekarang juga sudah mempunyai hak seperti laki-laki pada umumnya seperti, menunjukkan dan mengembangkan bakat yang dimilikinya. Dengan berkembangnya teknologi sekarang ini, menjadikan peluang dan kesempatan besar bagi perempuan untuk

semakin mengasah dan menambah wawasannya. Misalnya di bidang ekonomi, tidak sedikit perempuan di era sekarang yang memulai usaha di bidang ekonomi kreatif dan memulai bisnisnya sendiri dengan memanfaatkan teknologi seperti sosial media. Sehingga perempuan sudah tidak lagi bergantung kepada laki-laki.

Sudah banyak perempuan yang mulai sadar akan peluang yang begitu besar bagi mereka. Sampai pada hari ini bisa kita jumpai banyaknya perempuan yang menjadi inisiator dan penanggungjawab dalam urusan bisnis, baik itu bisnis secara pribadi maupun dalam bentuk kelompok. Perempuan tidak lagi monoton dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga melainkan sudah banyak dari mereka yang sukses dalam karirnya, baik sebagai wirausaha maupun di bidang pekerjaan lainnya. Artinya, bahwa perempuan hari sudah mulai bergerak maju dan memanfaatkan peluang yang ada. Perkembangan ini pun terbantu oleh akses informasi yang sangat mudah, perempuan mampu mengupgrade dan terus mengasah kelebihan-kelebihan yang mereka miliki. Untuk mengakses informasinya pun tidak mengenal waktu dan tempat, semuanya tergantung

dari kemauan itu sendiri. Sehingga hal inilah yang mampu mendorong potensi yang ada pada perempuan untuk terus berkembang, khususnya dalam bidang perekonomian. Dalam QS An-Nisa (4): 32

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهٖ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ
لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَسَبُوا ۖ وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا كَسَبْنَ ۚ

Terjemah:

Dan janganlah kamu iri hati terhadap karunia yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain. (Karena) bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan, dan bagi perempuan (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan. Mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sungguh, Allah Maha Mengetahui segala sesuatu (Departemen Agama R.I, 2010).

Ayat tersebut menjelaskan tentang kesetaraan peluang antara wanita dan pria dalam mencari rezeki. Ayat ini turun setelah Ummu Salamah bertanya mengenai posisi wanita yang tidak bias mengikuti berjihad seperti laki-laki. Selan itu, Islam juga membolehkan wanita untuk aktif di sector public baik dalam pemerintahan maupun perekonomian, asal sesuai

dengan kadar kemampuan yang dimilikinya. dapat dikatakan bahwa dalam Islam baik pria maupun wanita memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam bekerja. Ummul Mukminin Khadijah Ra. Menjadi contoh sosok wanita yang bekerja sesuai kadar kemampuannya, kelihaiannya dalam berwirausaha terlihat dari hasil usahanya yang sangat pesat hingga mampu menjadi peluang ekonomi bagi banyak masyarakat. Konteks historis tentang Khadijah ini sebagai landasan pula bagi wanita untuk menggeluti bidang bisnis. Namun, menurut Amiadi dan Sartika dalam realitasnya, wanita yang bekerja harus disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku dalam Islam. Bagi wanita yang telah menikah, perlu mendapatkan izin dari suami, dan bagi yang belum menikah perlu mendapatkan izin dari walinya. (Sartika Indah Sari, 2018)

Di era sekarang, teknologi tidak mengenal gender, artinya bahwa setiap kalangan dapat mengakses dan memanfaatkan kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan. Hal ini menjadi penyebab banyaknya perempuan era teknologi digital memanfaatkan kesempatan tersebut untuk melompati tembok batas

yang selama ini terlanjur kuat terbangun di tengah masyarakat.

Ada beberapa penelitian terkait dengan fenomena ekonomi digital serta peran strategis perempuan dalam menjalani bisnis berbasis ekonomi digital. Peran ekonomi digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional menyimpulkan bahwa strategi dalam mewujudkan Indonesia sebagai salah satu negara ekonomi digital 2020 yakni, menyusun *roadmap-e-commerce* nasional, mempermudah dalam bisnis bagi para pelaku *e-commerce*, menyusun kebijakan untuk perlindungan data pribadi serta memperkuat jaringan “*broadband*” hingga ke pelosok negeri, menciptakan 1.000 *teknopreneur* (pengusaha di bidang teknologi) hingga 2020(Sianturi, 2017).

Dampak positif ekonomi digital adalah sumbangsi terhadap PDB yang mana pada setiap tahun meningkat, kemudian mendorong tumbuhnya enterpreneur muda melalui bisnis *start-up*, pelatihan-pelatihan guna meningkatkan *skil*. Sedangkan dampak negatifnya adalah meningkatnya pengangguran karena digantikan dengan mesin otomatis yang canggih, dan

berbagai pekerjaan yang belum pernah ada sebelumnya akan mulai bermunculan(Prastyaningstyas, n.d.).

Strategi yang seharusnya digenjut untuk ditingkatkan yakni, kapasitas yang dimiliki oleh Usaha Mikro dan Kecil di masa pandemi yang patut untuk diketahui ruang gerak masyarakat semakin sempit terutama dalam mewujudkan pembanguana ekonomi berbasis digital.Kemudian, dalam risetnya menunjukkan bahwa permasalahan mengenai pandemi ini sangat berdampak buruk dalam perekonomian serta dengan melambung tingginya harga bahan produksi mengakibatkan banyaknya pelaku usaha memilih untuk berhenti sementara dan para pekerja dirumahkan, bahkan sebagian di antaranya mengalami pemutusan hubungan kerja.Para pelaku usaha harus memutar otak dan lebih memandang secara lebih maju lagi untuk kedepannya.Untuk itu pemanfaatan digitalisasi sangat berperan penting dalam hal membangkitkan kembali UMKM yang telah mengalami krisis akibat kemunculan dari pandemi tersebut(“Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro Dan Kecil Di Masa Pandemi Dalam Pembangunan Ekonomi Digital Di Indonesia,” 2021).

Berdasarkan fenomena dan fakta yang telah diuraikan di atas, peneliti merasa perlu untuk melakukan kajian mendalam terkait dengan pengembangan ekonomi digital serta peran strategis perempuan di era ekonomi digital. Penelitian ini juga mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya yang mengurai tentang pentingnya ekonomi digital sebagai peluang dan tantangan pengembangan ekonomi di Indonesia. Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya menemukan hasil yang berbeda terkait dampak ekonomi digital terhadap peluang penciptaan lapangan kerja dan masalah pengangguran. Sehingga peneliti merasa perlu untuk meneliti lebih lanjut lagi khususnya mengenai analisis peran strategis perempuan milenial pada UMKM dalam menjawab tantangan era ekonomi digital untuk mewujudkan ekonomi berkemajuan, yang mampu meningkatkan pendapatan daerah dan negara yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat, terbukannya lapangan kerja serta mampu mengurangi angka pengangguran.

Penelitian ini dilakukan untuk mengurai secara faktual bahwa perempuan memiliki peran strategis dalam meningkatkan ekonomi negara melalui

UMKM.UMKM sudah banyak diinisiasi dan dikelola oleh perempuan, khususnya UMKM yang ada di Kabupaten Sinjai.Pemerintah Kabupaten Sinjai terus berupaya mendorong pengembangan UMKM.Salah satu bentuk dukungannya yaitu dengan melalui pembinaan, edukasi, promosi hingga permodalan.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan menunjukkan bahwa kendala yang masih dikeluhkan para pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Sinjai selain dari sumber pendanaan, yaitu kurangnya daya beli masyarakat.Maka dari itu, Pemerintah Kabupaten Sinjai terus menggenjot pemanfaatan *marketing digital* untuk meningkatkan cakupan layanan pemasaran pelaku UMKM.Yang di mana *marketing digital* ini merupakan bagian dari upaya mengenalkan produk UMKM dan meningkatkan penjualan kepada konsumen.Apalagi dengan maraknya UMKM yang dikelola oleh perempuan milenial, yang menggunakan atau memanfaatkan kemajuan teknologi digital dalam menjalankan bisnis serta mampu memasuki pasar digital atau yang lebih dikenal dengan sebutan *e-commerce*.Hal ini Membuat perkembangan UMKM di Kabupaten Sinjai mengalami kemajuan signifikan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Strategis Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital Pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang di atas, untuk lebih memperjelas dan memberi arah yang tepat dalam pembahasan penelitian ini, maka diberikan batasan masalah. Penulis hanya akan membahas masalah analisis strategis peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis strategis peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai?
2. Bagaimanafaktor pendukung dan penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital

pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian yang telah ada sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang hendak melakukan suatu penelitian pada objek yang sama

dengan lingkup pembahasan yang lebih luas, menambah pengetahuan dan keilmuan serta kesempatan bagi penulis untuk mengeksplorasi materi-materi yang didapatkan dibangku perkuliahan, di jurusan Ekonomi Syariah khususnya dalam memahami analisis strategis peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan tentang analisi strategis peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai;
- b. Dalam hasil penelitian ini diharapkan uraian-uraian yang dibahas dalam permasalahan ini dapat menjadi sumbangsi motivasi sekaligus sebagai bahan informasi positif bagi pelaku UMKM;

- c. Dalam hasil penelitian ini diharapkan turut memberikan sumbangsi pemikiran tentang peran perempuan;
- d. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kepustakaan, juga dapat dijadikan dasar pengembang oleh peneliti lain yang mempunyai minat pada kajian yang sama dan sekaligus sebagai penyelesaian tugas akhir bagi mahasiswa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Analisis Strategis Peran Perempuan Generasi Milenial

1. Pengertian Analisis Strategis

Analisis secara bahasa dapat diartikan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Secara istilah analisis dapat diartikan sebagai suatu tindakan dalam mengevaluasi tujuan-tujuan yang diinginkan dalam mencapai suatu tujuan bersama yang diharapkan. Sedangkan strategi diartikan rencana yg cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. (Departemen Pendidikan Nasional, 2008)

Pencapaian tujuan organisasi diperlukan alat yang berperan sebagai akselerator dan dinamisator sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Demikian halnya dalam lembaga pendidikan yang merupakan sekumpulan manusia yang mempunyai tujuan untuk mencerdaskan kehidupan berbangsa dan bernegara, sejalan dengan hal

tersebut diyakini sebagai salah satu alat untuk mencapai tersebut adalah menggunakan konsep manajemen strategik, sehingga apa yang menjadi tujuan Pendidikan Nasional tercapai dengan baik sesuai dengan harapan, maka perlu pengelolaan yang cukup profesional dan komitmen yang tinggi. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan agar perusahaan dapat tetap tumbuh dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan dengan cara menciptakan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan peluang atau kesempatan yang terdapat pada perusahaan sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus dapat ditingkatkan. Dalam perkembangan, konsep strategi terus berkembang dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya perbedaan konsep mengenai strategi beberapa tahun terakhir, untuk lebih jelas perkembangannya adalah sebagai berikut:

Strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari apa yang terjadi, bukan dari apa yang terjadi”.Sedangkan menurut Porter mengungkapkan bahwa “strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keuntungan bersaing”. Sedangkan berdasarkan asal-usul kata istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *startegia* (*Stratos* = Militer; dan *ig* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk mejadi seorang jenderal. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi(Robi’ul Afif Nurul, n.d.).

2. Bentuk-bentuk Analisis Strategis

Dilihat dari tingkatan tugsrias, strategi dapat diklasifikasikan menjadi strategi generik (*generic*

strategy), strategi utama/induk (*grand strategy*), dan strategi fungsional.

a. Strategi *Generic*

Strategi generik adalah suatu pendekatan strategi perusahaan dalam rangka mengungguli pesaing dalam industri sejenis. Dalam praktek, setelah perusahaan mengetahui strategi generiknya, untuk implementasinya akan ditindaklanjuti dengan langkah penemuan strategi yang lebih operasional (Porter, 2022).

Strategi generik terbagi 3 macam yaitu:

- 1) Strategi stabilitas (*stability*). Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar, dan fungsi-fungsi perusahaan lain, karena perusahaan berusaha untuk meningkatkan efisiensi di segala bidang dalam rangka meningkatkan kinerja dan keuntungan. Strategi ini risikonya relatif rendah dan biasanya dilakukan untuk produk yang tengah berada pada posisi kedewasaan (*mature*).

- 2) Strategi Ekspansi (*Expansion*). Pada prinsipnya, strategi ini menekankan pada penambahan atau perluasan produk, pasar, dan fungsi-fungsi perusahaannya, sehingga aktivitas perusahaan meningkat. Tetapi, selain keuntungan yang ingin diraih lebih besar, strategi ini juga mengandung resiko, kegagalan yang tidak kecil.
- 3) Strategi Penciutan (*Retrenchment*). Pada prinsipnya, strategi ini dimaksudkan untuk melakukan pengurangan atas produk yang dihasilkan atau pengurangan atas pasar maupun fungsi-fungsi dalam perusahaan, khususnya yang *cashflow* negative. Strategi ini biasanya diterapkan pada bisnis yang berada pada tahap menurun (*decline*).
(Wheelen dan Hunger, 2002)

b. Strategi Utama

Strategi utama merupakan strategi yang lebih operasional dan merupakan tindak lanjut dari strategi generik.

c. Strategi Fungsional

Strategi fungsional merupakan turunan strategi utama dan lebih bersifat spesifik serta terperinci tentang pengelolaan bidangbidang fungsional tertentu, seperti bidang pemasaran, bidang keuangan, bidang SDM, bidang pelayanan, dan lain sebagainya(Eris, 2017.).

3. Pengertian Peran Perempuan

Peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (status). Apabila seorang yang melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka dia menjalankan suatu peran. Sedangkan kewajiban adalah segala sesuatu yang harus dilakukan oleh setiap orang dalam menjalankan kehidupannya. Dalam kamus bahasa Indonesia juga dijelaskan bahwa peran adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu peristiwa (KBBI, 2007).

Perempuan adalah mata air kebahagiaan dalam kehidupan, sumber kasih sayang dan kelembutan, tiang dan rahasia kesuksesan seorang

pria dalam kehidupan. Wanita dapat membangkitkan keberanian dan semangatnya, menenangkan rasa cinta dan gairah lelah dan letih, membuat tabiatnya lembut, serta perasaannya halus. (Azb, 2007)

Perempuan adalah jenis makhluk dari manusia yang susunan tubuhnya agak berlainan dengan susunan bentuk laki-laki. Ia lebih halus kulitnya, dan lebih halus perasaannya dan lebih lunak sendi tulangnya. Dijadikan oleh Allah swt. sejak dari asal mula kejadian di dunia untuk pasangan bagi laki-laki dalam proses penyempurnaan sunnah dan peraturannya.

4. Peran Perempuan

Perempuan sebagai kelompok penduduk yang jumlahnya mayoritas ditantang untuk ambil bagian menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungannya. Dampak lain dari globalisasi adalah adanya keterbukaan dan peningkatan peluang dan kesempatan bagi perempuan untuk berperan lebih luas. Hal ini dimungkinkan karena meningkatnya pertumbuhan ekonomi yang memberi kesempatan pada perluasan kesempatan kerja, dan

pengembangan potensi peran karena peningkatan dan kemajuan pendidikan perempuan. Perkembangan peningkatan kemampuan perempuan ini sudah barang tentu akan menimbulkan pergeseran nilai dan pola kehidupan keluarga. Sebagai contohnya, gejala yang akhirakhir ini sangat menonjol adalah meningkatnya jumlah perempuan yang memilih bekerja bukan semata-mata tuntutan ekonomi akan tetapi karena ingin memuaskan kebutuhan pribadinya. Fenomena ini sebagai perwujudan keberhasilan program pendidikan yang secara langsung dan tidak langsung berpengaruh pada peningkatan aspirasi dan harapan perempuan akan penghasilan dan kehidupan yang lebih baik.

Demikian juga penduduk Indonesia, mempunyai posisi yang strategis mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah perempuan. Secara sosiologis, manusia merupakan makhluk bermasyarakat. Untuk itu, laki-laki dan perempuan merupakan makhluk masyarakat untuk membangun negeri. Beberapa kewajiban sosial yang diwajibkan bagi laki-laki maupun perempuan

adalah memelihara kemanusiaan. Seluruh tanggung jawab sosial laki-laki dan perempuan adalah merupakan manifestasi sebagai pembawa amanah Allah SWT (Khofifah Indar, 2003). Bertolak dari pendapat tersebut dapat dijelaskan bahwa tanggung jawab sosial itu tidak boleh hanya terpusat pada laki-laki saja namun kaum perempuan juga mempunyai tanggung jawab sosial yang seimbang.

Oleh sebab itu dengan kesetaraan tugas dan kewajiban yang diperankan tersebut maka dalam menghadapi tantangan global perempuan Indonesia harus memerankan peran domestik dan publik secara seimbang. Untuk peran domestik, peran perempuan melindungi keluarga khusus anak-anak dan anggota keluarga, terutama dalam mengatasi masuknya informasi global yang dengan bebasnya dikuatirkan akan membawa pengaruh negatif pada tata nilai keluarga. Perempuan dalam memainkan perannya di sektor domestik adalah memberikan perlindungan agar masuknya informasi bebas tersebut tidak akan merusak persembaian tata nilai keluarga. Oleh karenanya membangun dan menanamkan keimanan dan ketaqwaan dan

kebersamaan dalam tanggung jawab antara suami dan isteri dan anak-anak dalam keluarga secara baik agar dapat mewujudkan ketahanan keluarga yang kokoh. Di sektor publik, banyak hal yang dapat diperankan oleh perempuan pada era global ini. Dengan terbukanya peluang dan kesempatan global maka terbuka pula peluang bagi partisipasi perempuan dalam bidang kegiatan yang dianggap kurang lazim dilaksanakan oleh perempuan pada saat sebelumnya. Perempuan mempunyai banyak pilihan yang menurut evaluasi pribadi akan sesuai dengan kemampuan dirinya dan akan bermanfaat untuk pribadinya, untuk keluarganya atau untuk masyarakatnya. Oleh sebab itulah permasalahan yang dihadapi dalam reposisi peran ini adalah bagaimana sebagai perempuan dapat melintasi sektor domestik ke sektor publik dan sebaliknya secara aman dan mantap, sebab sementara ini masyarakat bahkan kaum laki-laki belum sepenuhnya menyadari dan menerima proses reposisi peran ini dengan baik. Untuk dapat memerankan diri secara seimbang di sektor domestik dan publik tentunya upaya untuk

meningkatkan kualitas diri kaum perempuan dan perlu disertai penciptaan dukungan sistem sosial (social support system) yang memungkinkan perempuan dapat memenuhi tuntutan formal obyektif lingkungan kerja dan menunjukkan prestasi sedangkan di sektor domestik perempuan dapat membina interaksi sosial keluarganya secaraimbang dalam suasana harmonis(Prantiasih, 2014).

5. Tugas dan Tanggung Jawab Perempuan

a. Peran Sosial Perempuan

Peran sosial perempuan dalam Islam tidaklah sama dengan konsep women liberation atau gerakan-gerakan feminis yang bermunculan di Barat. Para pelopor, penganjur dan aktifis gerakan women liberation menuntut persamaan dalam segala hal dengan kaum lelaki. Tuntutan gerakan ini amat ekstrim, sehingga justru mencabut jati diri perempuan. Mereka secara tidak disadari justru masuk ke dalam berbagai dilema kepribadian, ketika mengejar karir di luar rumah persis sama dengan kaum lelaki. Salah satu permasalahan besar yang dihadapi adalah terbelenggalnya urusan rumah tangga. Efek

buruknya bisa mengenai anak-anak dan juga para suami mereka, muaranya adalah runtuhnya institusi keluarga. Kalau ini sudah terjadi maka struktur sosial masyarakat pun akan rapuh, sebab keluargalah yang menjadi komponen pembangun sebuah bangsa(Bahri, 2015).

b. Peran Perempuan dalam Rumah Tangga

Peran dan tugas perempuan dalam keluarga secara garis besar dapat dibagi menjadi peran perempuan sebagai ibu, ibu sebagai istri, dan anggota masyarakat(Sofia Retnowati, 2009). Agar dapat melakukan peran atau tugasnya dengan baik, maka perlu dihayati benar mengenai sasaran dan tujuan dari peran itu dan harus menguasai cara atau teknik memainkan perannya. Sebagai ibu, pendidik anak-anak, perempuan harus mengetahui porsi yang tepat dalam memenuhi kebutuhan anaknya, yang disesuaikan dengan tahap perkembangannya.Sikap maupun perilakunya harus dapat dijadikan contoh bagi anak-anaknya.Sebagai seorang istri, perempuan harus menumbuhkan suasana yang harmonis, tampil

bersih, memikat dan mampu mendorong suami untuk hal-hal yang positif. Sebagai anggota masyarakat, perempuan diharapkan dapat berperan serta dalam masyarakat. Keberhasilan dalam melakukan peran di atas, tentunya bukan hal yang mudah, namun yang penting dari hal tersebut adalah kemauan dan usaha untuk selalu belajar untuk meningkatkan peranan-peranan yang dijalankannya.

Keluarga merupakan suatu lembaga sosial yang paling besar perannya bagi kesejahteraan sosial dan kelestarian anggota-anggotanya terutama anak-anaknya. Keluarga merupakan lingkungan sosial yang terpenting bagi perkembangan dan pembentukan pribadi anak dan merupakan wadah tempat bimbingan dan latihan anak sejak kehidupan mereka yang sangat muda sehingga dapat menempuh kehidupannya dengan baik kelak. Keberhasilan pendidikan anak-anak merupakan tanggung jawab Ibu walaupun tentunya keikut-sertaan Bapak tidak dapat diabaikan. Ibu memainkan peran yang penting dalam mendidik anak-

anaknya, terutama pada masa balita. Pendidikan di sini tidak hanya dalam pengertian yang sempit. Pendidikan dalam keluarga dapat berarti luas berupa pendidikan iman, moral, fisik/jasmani, intelektual, psikologis, sosial, dan pendidikan seksual. Peranan perempuan sebagai Ibu di dalam mendidik anak dibedakan menjadi tiga tugas penting, yaitu Ibu sebagai pemuas kebutuhan anak; ibu sebagai teladan atau “model” peniruan anak dan ibu sebagai pemberi stimulasi bagi perkembangan anak (Sofia Retnowati, 2009).

1) Ibu sebagai sumber pemenuhan kebutuhan anak

Fungsi ibu sebagai pemuas kebutuhan ini sangat besar artinya bagi anak, terutama pada saat anak di dalam ketergantungan total terhadap ibunya, yang akan tetap berlangsung sampai periode anak sekolah, bahkan sampai menjelang dewasa. Ibu perlu menyediakan waktu yang cukup untuk selalu berinteraksi maupun

berkomunikasi secara terbuka dengan anaknya.

Pada dasarnya kebutuhan seseorang meliputi kebutuhan fisik, psikis, sosial dan spiritual. Kebutuhan fisik merupakan kebutuhan makan, minum, pakaian, tempat tinggal, dan lain sebagainya. Kebutuhan psikis meliputi kebutuhan akan kasih sayang, rasa aman, diterima dan dihargai. Sedang kebutuhan sosial akan diperoleh anak dari kelompok di luar lingkungan keluarganya. Dalam pemenuhan kebutuhan ini, ibu hendaknya memberi kesempatan bagi anak untuk bersosialisasi dengan teman sebayanya. Kebutuhan spiritual, adalah pendidikan yang menjadikan anak mengerti kewajiban kepada Allah, kepada Rasul-Nya, orang tuanya dan sesama saudaranya.

Dalam pendidikan spiritual, juga mencakup mendidik anak berakhlak mulia, mengerti agama, bergaul dengan teman-temannya dan menyayangi sesama saudaranya, menjadi tanggung jawab bapak

dan ibu. Karena memberikan pelajaran agama sejak dini merupakan kewajiban orang tua kepada anaknya dan merupakan hak untuk anak atas orang tuanya, maka jika orang tuanya tidak menjalankan kewajiban ini berarti menyalahgunakan hak anak.

Seorang ibu harus memberikan atau memuaskan kebutuhan anak secara wajar, tidak berlebihan maupun tidak kurang. Pemenuhan kebutuhan anak secara berlebihan atau kurang akan menimbulkan pribadi yang kurang sehat di kemudian hari. Dalam memenuhi kebutuhan psikis anak, seorang ibu harus mampu menciptakan situasi yang aman bagi putra-putrinya. Ibu diharapkan dapat membantu anak apabila mereka menemui kesulitan-kesulitan. Perasaan aman anak yang diperoleh dari rumah akan dibawa keluar rumah, artinya anak akan tidak mudah cemas dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul.

Seorang ibu harus mampu menciptakan hubungan atau ikatan

emosional dengan anaknya. Kasih sayang yang diberikan ibu terhadap anaknya akan menimbulkan berbagai perasaan yang dapat menunjang kehidupannya dengan orang lain. Cinta kasih yang diberikan ibu pada anak akan mendasari bagaimana sikap anak terhadap orang lain. Seorang ibu yang tidak mampu memberikan cinta kasih pada anaknya akan menimbulkan perasaan ditolak, perasaan ditolak ini akan berkembang menjadi perasaan dimusuhi. Anak dalam perkembangannya akan menganggap bahwa orang lainpun seperti ibu atau orang tuanya. Sehingga tanggapan anak terhadap orang lain juga akan bersifat memusuhi, menentang atau agresi.

Seorang ibu yang mau mendengarkan apa yang dikemukakan anaknya, menerima pendapatnya dan mampu menciptakan komunikasi secara terbuka dengan anak, dapat mengembangkan perasaan dihargai, diterima dan diakui keberadaanya. Untuk selanjutnya

anak akan mengenal apa arti hubungan di antara mereka dan akan mewarnai hubungan anak dengan lingkungannya. Anak akan tahu bagaimanacara menghargai orang lain, tenggang rasa dan komunikasi, sehingga dalam kehidupan dewasanya dia tidak akan mengalami kesulitan dalam bergaul dengan orang lain(Bahri, 2015).

2) Ibu sebagai teladan atau model bagi anaknya

Dalam mendidik anak seorang ibu harus mampu menjadi teladan bagi anak-anaknya. Mengingat bahwa perilaku orangtua khususnya ibu akan ditiru yang kemudian akan dijadikan panduan dalam perlakuan anak, maka ibu harus mampu menjadi teladan bagi anak-anaknya.

Sejak anak lahir dari rahim seorang ibu, maka ibulah yang banyak mewarnai dan mempengaruhi perkembangan pribadi, perilaku dan akhlaq anak. Untuk membentuk perilaku anak yang baik tidak hanya melalui bil

lisan tetapi juga dengan bil hal yaitu mendidik anak lewat tingkah laku. Sejak anak lahir ia akan selalu melihat dan mengamati gerak gerak atau tingkah laku ibunya. Dari tingkah laku ibunya itulah anak akan senantiasa melihat dan meniru yang kemudian diambil, dimiliki dan diterapkan dalam kehidupannya. Dalam perkembangan anak proses identifikasi sudah mulai timbul berusia 3 – 5 tahun. Pada saat ini anak cenderung menjadikan ibu yang merupakan orang yang dapat memenuhi segala kebutuhannya maupun orang yang paling dekat dengan dirinya, sebagai “model” atau teladan bagi sikap maupun perilakunya(Sofia Retnowati, 2009).

Anak akan mengambil, kemudian memiliki nilai-nilai, sikap maupun perilaku ibu. Dari sini jelas bahwa perkembangan kepribadian anak bermula dari keluarga, dengan cara anak mengambil nilai-nilai yang ditanamkan

orang tua baik secara sadar maupun tidak sadar. Dalam hal ini hendaknya orang tua harus dapat menjadi contoh yang positif bagi anak-anaknya. Anak akan mengambil nilai-nilai, sikap maupun perilaku orang tua, tidak hanya apa yang secara sadar diberika pada anaknya misal melalui nasehatnasehat, tetapi juga dari perilaku orang tua yang tidak disadari. Sering kita lihat banyak orang tua yang menasehati anaknya tetapi mereka sendiri tidak melakukannya. Hal ini akan mengakibatkan anak tidak sepenuhnya mengambil nilai, norma yang ditanamkan. Jadi, untuk melakukan peran sebagai model, maka ibu sendiri harus sudah memiliki nilai-nilai itu sebagai milik pribadinya yang tercermin dalam sikap dan perilakunya. Hal ini penting artinya bagi proses belajar anakanak dalam usaha untuk menyerap apa yang ditanamkan.

3) Ibu sebagai pemberi stimuli bagi perkembangan anaknya

Perlu diketahui bahwa pada waktu kelahirannya, pertumbuhan berbagai organ belum sepenuhnya lengkap. Perkembangan dari organorgan ini sangat ditentukan oleh rangsang yang diterima anak dari ibunya. Rangsangan yang diberikan oleh ibu, akan memperkaya pengalaman dan mempunyai pengaruh yang besar bagi perkembangan kognitif anak. Bila pada bulan-bulan pertama anak kurang mendapatkan stimulasi visual maka perhatian terhadap lingkungan sekitar kurang. Stimulasi verbal dari ibu akan sangat memperkaya kemampuan bahasa anak. Kesiediaan ibu untuk berbicara dengan anaknya akan mengembangkan proses bicara anak. Jadi perkembangan mental anak akan sangat ditentukan oleh seberapa rangsang yang diberikan ibu terhadap anaknya. Rangsangan dapat berupa ceritacerita,

macam-macam alat permainan yang edukatif maupun kesempatan untuk rekreasi yang dapat memperkaya pengalamannya.

Dari apa yang dikemukakan di atas jelaslah bahwa kunci keberhasilan seorang anak di kehidupannya sangat bergantung pada ibu. Sikap ibu yang penuh kasih sayang, memberi kesempatan pada anak untuk memperkaya pengalaman, menerima, menghargai dan dapat menjadi teladan yang positif bagi anaknya, akan besar pengaruhnya terhadap perkembangan pribadi anak. Jadi dapat dikatakan bahwa bagaimana gambaran anak akan dirinya ditentukan oleh interaksi yang dilakukan ibu dengan anak. Konsep diri anak akan dirinya positif, apabila ibu dapat menerima anak sebagaimana adanya, sehingga anak akan mengerti kekurangan maupun kelebihanannya. Kemampuan seorang anak untuk mengerti kekurangan

maupun kelebihanannya akan merupakan dasar bagi keseimbangan mentalnya.

Perempuan sebagai Istri pendamping Suami tentunya tidak lepas dari peran ibu sebagai ibu rumah tangga. berikut beberapa peran yang pokok bagi perempuan sebagai pendamping suami: (Sofia Retnowati, 2009)

a) Istri sebagai teman hidup

Pengertian teman di sini mempunyai arti adanya kedudukan yang sama. Istri dapat menjadi teman yang dapat diajak berdiskusi tentang masalah yang dihadapi suami. Sehingga apabila suami mempunyai masalah yang cukup berat, tapi istri mampu memberikan suatu sumbangan pemecahannya maka beban yang dirasakan suami berkurang. sebagai teman mengandung pengertian jadi pendengar yang baik.

Di dunia kerja suami kadang mengalami ketidak-puasan atau

perlakuan yang kurang mengenakkan, kejengkelan-kejengkelan ini dibawanya pulang. Di sini istri dapat mengurangi beban suami dengan cara mendengarkan apa yang dirasakan suami, sikap seperti ini dapat memberi ketenangan pada suami dalam menyikapi problem-problem yang dihadapi dalam pekerjaannya.

b) Istri sebagai penasehat yang bijaksana

Sebagai manusia biasa suami tidak dapat luput dari kesalahan yang kadang tidak disadarinya. Nah, di sini istri sebaiknya memberikan bimbingan agar suami dapat berjalan di jalan yang benar. Selain itu suami kadang menghadapi masalah yang pelik, nasehat istri sangat dibutuhkan untuk mengatasi masalahnya.

c) Istri sebagai pendorong suami

Sebagai manusia, suami juga masih selalu membutuhkan kemajuan di bidang pekerjaannya. Di sini peran

istri dapat memberikan dorongan atau motivasi pada suami. Suami diberi semangat agar dapat mencapai jenjang karier yang diinginkan, tentunya harus diingat keterbatasan-keterbatasannya. Artinya istri tidak boleh yang terlalu ambisi terhadap karir atau kedudukan suami, kalau suami tidak mampu jangan dipaksakan, hal ini akan menimbulkan hal-hal yang negatif.

Pada prinsipnya dari apa yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa peran istri sebagai pendamping suami dapat sebagai teman, pendorong dan penasehat yang bijaksana. Dan yang paling penting bahwa semua peran itu dapat dilakukan dengan baik apabila ada keterbukaan satu sama lain, kerjasama yang baik dan saling pengertian.

c. Peran Perempuan dalam Masyarakat

Secara kodrati, wanita sebagai manusia tidak dapat melepaskan diri dari keterikatannya

dengan manusia lain. Seperti kita ketahui bahwa pada dasarnya berhubungan dengan individu lain merupakan suatu usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan sosialnya. Dari hubungan antar pribadi ini, tumbuhlah perasaan diterima, ditolak, dihargai-tidak dihargai dan diakui-tidak diakui. Di samping itu dari hubungan antar pribadi ini, manusia dapat lebih mengenal dirinya sendiri, banyak mendapatkan penilaian dan memberikan penilaian. Bergaul dengan individu lain, membuka kesempatan bagi wanita untuk dapat menyatakan diri dan mengembangkan kemampuannya.

Suatu kenyataan bahwa dewasa ini keikut-sertaan wanita dalam mencapai tujuan pembangunan sangat diharapkan. Berbagai peran dan tugas ditawarkan bagi wanita, dalam hal ini tentunya kita harus selalu selektif jangan sampai terkecoh sehingga lupa pada kodratnya. Dalam hubungan antar pribadi (pergaulan) masing-masing individu diberi kesempatan untuk mengembangkan pribadinya agar dapat mendekati sempurna. Wanita, dalam bergaul

memperoleh banyak kesempatan untuk menghayati proses sosialisasi itu, baik sebagai subjek atau objek dalam kehidupan bersama.

B. Konsep Generasi Milenial

Generasi Langgas (Millennials) atau biasanya disebut juga generasi Y, Netters, dan Nexters merupakan generasi yang berkembang dimana banyak inovasi-inovasi ilmu teknologi informasi. Generasi Y atau yang disebut sebagai ggenerasi milenial adalah sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an. Generasi ini juga nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi online untuk tetap terkoneksi dengan teman-temanya (Haroviz, 2012). Menurut Choi et al (dalam Onibala, 2017) generasi ini lebih fleksibel terhadap hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang mungkin terjadi, sehingga sering digambarkan sebagai generasi yang sangat nyaman dengan perubahan.

Generasi millenal ini sangat menaruh harapan yang tinggi serta mencari makna kerja terhadap pekerjaan yang mereka lakukan Choi et al (dalam Onibala, 2017). Generasi ini rata-rata akan berganti

pekerjaan sampai dua puluh kali semasa hidup mereka, dibandingkan dengan para tradisional yang bekerja pada pemberi kerja yang sama sampai mereka pensiun. Millennial tidak setia kepada perusahaan, sebaliknya mereka setia kepada teman-teman mereka. Generasi millennial akan tetap tinggal diperusahaan saat mereka merasakan bos atau rekan kerjanya seperti teman mereka sendiri.

Menurut Kapoor & Solomon (dalam Amin dkk,2018) generasi millennial selalu ingin menghubungi atasan mereka termasuk lewat email dan pesan. Generasi ini juga cenderung bersikap spontan, interaktif dan juga ingin didengar, oleh karena itu gaya kepemimpinan yang efektif adalah kolaboratif, tidak hirarkis, dan transparan. Transparansi sangat penting untuk membangun dan membina hubungan antara pihak manajemen dengan karyawan saat ini.

Definisi di atas menunjukkan bahwa generasi millennial adalah sekelompok individu yang lahir pada kisaran tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an, dimana generasi millennial tumbuh pada era teknologi dan komunikasi online. Generasi ini lebih fleksibel terhadap

hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang akan terjadi, dalam hal pekerjaan generasi millennial menaruh harapan yang tinggi dan mencari arti pekerjaan mereka.

1. Ciri-ciri Generasi Milenial

Pada saat bonus demografi terjadi, generasi milenial yang merupakan penduduk terbesar usia produktif memegang peranan penting. Untuk itu dalam memaksimalkan bonus demografi dapat dilakukan melalui potensi para generasi milenial tersebut. Memasuki dunia kerja, para milenials nantinya akan memiliki bermacam-macam profesi, namun secara umum generasi milenial memiliki karakteristik yang berbeda dari beberapa generasi sebelumnya (generasi X, generasi *babby boom*, dan generasi veteran). Untuk memaksimalkan potensi generasi milenial tersebut perlu memahami karakteristik yang dimiliki. Dengan memahami karakteristik milenials akan memiliki urgensi tersendiri pada masa-masa bonus demografi. Terlebih lagi jika melihat kondisi Indonesia yang sudah memasuki MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), artinya persaingan tenaga kerja bukan hanya antar warga negara Indonesia saja, melainkan

juga dengan warga negara asing, maka mengembangkan kompetensi, meningkatkan produktifitas, dan mengedukasi tenaga kerja lokal menjadi mutlak harus dipenuhi(Said, 2018).

Apabila dibandingkan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi.Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital.Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai *passion* dan produktif.Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi.Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan.Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar.Dengan menggunakan perangkat tersebut para *millennials* dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien.Dari perangkat tersebut mereka mampu

melakukan apapun dari sekadar berkirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis *online*, hingga memesan jasa transportasi *online*. Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian mutakhir. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Hasil studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group (BCG)* bersama University of Berkley tahun 2011 di Amerika Serikat tentang generasi milenial USA adalah sebagai berikut;

- a. Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka.
- b. *Millennial* wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi.

- c. *Millennial* pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam.
- d. *Millennial* menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka.

Ciri dan karakter generasi milenial perkotaan juga sudah dipengaruhi pola pikir penduduk perkotaan. Ada tiga ciri utama yang dimiliki generasi milenial perkotaan yaitu;

- a. *Confidence*, mereka ini adalah orang yang sangat percaya diri, berani mengemukakan pendapat, dan tidak sungkan-sungkan berdebat di depan publik.
- b. *Creative*, mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan, serta mampu mengomunikasikan ide dan gagasan itu dengan cemerlang.
- c. *Connected*, yaitu pribadi-pribadi yang pandai bersosialisasi terutama dalam komunitas yang

mereka ikuti, mereka juga aktif berselancar di media sosial dan internet.

Berbeda dengan generasi milenial perkotaan, bersosial media bukan aktivitas eksistensi bagi generasi milenial di pedesaan, hanya sekedar pengisi waktu luang. Hal ini dimaklumi karena generasi milenial pedesaan tidak terlalu terobsesi dengan ponselnya. Karena alasan ekonomi, *merk gadget* pun tidak menjadi prioritas. Dalam menanggapi isu-isu yang terdapat di media sosial juga lebih terlihat pasif tidak seantusias generasi milenial perkotaan. Beberapa generasi milenial disibukkan dengan membantu keluarga mendapatkan penghasilan. Meskipun dipandang bukan lapangan pekerjaan yang menarik, generasi milenial di pedesaan lebih cenderung menyibukkan diri dengan aktivitas ekonomi konvensional yang berbau pertanian.

2. Tugas dan Tanggung Jawab Generasi Milenial

Sebagai penduduk terbesar, tentunya generasi milenial akan berperan besar pada era bonus demografi. Generasi ini yang akan memegang kendali atas roda pembangunan khususnya di bidang

perekonomian yang diharapkan akan mampu membawa bangsa Indonesia menuju ke arah pembangunan yang lebih maju dan dinamis. Intinya, generasi milenial adalah modal besar untuk mewujudkan kemandirian bangsa dalam segala aspek. Sebagai modal besar pembangunan suatu bangsa, diharapkan generasi milenial memiliki potensi lebih unggul dibandingkan generasi-generasi sebelumnya (BPS, 2018).

Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Terciptanya ekosistem digital berhasil menciptakan beraneka ragam bidang usaha tumbuh menjamur di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya perusahaan/usaha *online*, baik di sektor perdagangan maupun transportasi. Dengan inovasi ini, generasi milenial Indonesia berhasil menciptakan sebuah solusi untuk mengatasi kemacetan di kota-kota besar dengan transportasi *onlinenya*. Selain itu mereka berhasil memberi dampak ekonomi yang besar bagi tukang ojek yang terlibat di dalamnya. Sementara kehadiran bisnis *e-commerce* karya *millennials* Indonesia mampu memfasilitasi *millennials* yang

memiliki jiwa wirausaha untuk semakin berkembang. Berbagai contoh inovasi inilah yang membuktikan bahwa generasi *millennials* Indonesia mampu mewujudkan kemandirian secara ekonomi.

Dari sisi pendidikan, generasi milenial juga memiliki kualitas yang lebih unggul. Generasi ini juga mempunyai minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Mereka menyadari bahwa pendidikan merupakan prioritas yang utama. Dengan kondisi seperti ini, Indonesia patut optimistis terhadap berbagai potensi yang dimiliki oleh generasi milenial. Pola pikir yang terbuka, bebas, kritis, dan berani adalah suatu modal yang berharga. Ditambah penguasaan dalam bidang teknologi, tentu akan menumbuhkan peluang dan kesempatan berinovasi (Arif, 2021).

Menurut Yoris Sebastian dalam bukunya *Generasi Langgas Millennials Indonesia*, ada beberapa keunggulan dari generasi milenial, yaitu ingin serba cepat, mudah berpindah pekerjaan dalam waktu singkat, kreatif, dinamis, melek teknologi, dekat dengan media sosial, dan sebagainya.

Youth Lab (sebuah lembaga studi mengenai anak Muda Indonesia) melakukan penelitian di lima kota besar di Indonesia yakni Jakarta, Bandung, Makasar, Medan, dan Malang. Hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa generasi milenial memiliki karakter yang jauh lebih kreatif dan informatif. Generasi tersebut juga memiliki cara pandang yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Lima kota tersebut dipilih karena dinilai menjadi indikator dinamika tren saat ini. Riset tersebut dilakukan dengan cara berhadapan dan mengikuti langsung kegiatan para millennials, serta mewawancarai kelompok-kelompok millennials yang menjadi *trendsetter*.

Dari sisi pola pikir, generasi milenial memiliki perbedaan dengan generasi sebelumnya. Generasi ini dilahirkan dan dibesarkan pada saat gejolak ekonomi, politik, dan sosial melanda Indonesia. Deru reformasi mampu memberikan dampak yang mendalam bagi generasi millennials. Generasi tersebut tumbuh menjadi individu-individu yang *open minded*, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani. Hal tersebut juga didukung dengan

kondisi pemerintahan saat ini yang lebih terbuka dan kondusif.

Dalam aspek bekerja, Gallup (2016) menyatakan para milenials dalam bekerja memiliki karakteristik yang jauh berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, diantaranya adalah;

- a. Para milenials bekerja bukan hanya sekedar untuk menerima gaji, tetapi juga untuk mengejar tujuan (sesuatu yang sudah dicitacitakan sebelumnya),
- b. Millennials tidak terlalu mengejar kepuasan kerja, namun yang lebih milenials inginkan adalah kemungkinan berkembangnya diri mereka di dalam pekerjaan tersebut (mempelajari hal baru, skill baru, sudut pandang baru, mengenal lebih banyak orang, mengambil kesempatan untuk berkembang, dan sebagainya)
- c. Millennials tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol.
- d. Millennials tidak menginginkan review tahunan, milenials menginginkan *on going conversation*.

- e. Millennials tidak terpikir untuk memperbaiki kekurangannya, milenials lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihanannya.
- f. Bagi millennials, pekerjaan bukan hanya sekedar bekerja namun bekerja adalah bagian dari hidup mereka.

Berbagai karakteristik yang dimiliki oleh generasi milenial yang disebutkan di atas merupakan modal untuk berkompetisi dalam bonus demografi Indonesia. Generasi *millennials* akan mampu menghadapi tantangan bonus demografi sekaligus mewujudkan kemandirian bangsa dengan catatan mereka harus menyadari akan potensi-potensi yang dimilikinya. Jika generasi ini mampu menyadari berbagai potensi yang dimiliki akan timbul sikap optimis. Sikap tersebut sangat penting guna menghadapi gejolak bonus demografi yang akan terjadi dalam waktu dekat. Selain itu, upaya ini akan mubazir jika pemerintah dan berbagai komponen pendukung tidak turun tangan. Peranan pemerintah melalui berbagai kebijakan dan regulasi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan

kepemudaan sangat diperlukan. Dengan demikian, generasi milenial akan semakin berkembang dan berkompoten untuk menghadapi tantangan ini. Hal tersebut akan semakin efektif apabila setiap pihak mampu bersinergi untuk mewujudkan apa yang kita upayakan bersama. Bangsa Indonesia patut optimistis terhadap berbagai potensi yang dimiliki oleh generasi milenial. Oleh karena itu, generasi ini adalah modal besar untuk mewujudkan kemandirian bangsa dalam segala aspek.

C. Ekonomi di Era Digital

1. Pengertian Ekonomi Digital

Digital Economy lebih menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet. Pengertian yang lebih luas dari sekedar transaksi atau pasar adalah *New Economy* yang menurut PC Magazine adalah “*The impact of information technology on the economy*“. Pengertiannya lebih menonjolkan pada penerapan teknologi informasi pada bidang ekonomi. Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh don Tapscott ditulis dalam bukunya *The digital economy: Promise and peril in the age of networked*

intelligence. Dalam bukunya Tapscott menyatakan bahwa ekonomi digital juga disebut ekonomi baru, hal ini dicirikan dengan adanya penggunaan informasi digital secara eksklusif, tetapi ekonomi digital tidak hanya merujuk pada pasar teknologi informasi saja (Budiarta, 2020).

Ekonomi digital dapat diartikan sebagai perilaku manusia tentang cara memilih untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas dengan hanya menggunakan jari jemari atau ekonomi digital bisa juga diartikan sebagai aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, konsumsi dan distribusi dengan menggunakan jari jemari. Pengertian ekonomi digital diatas berarti bahwa manusia tidak perlu lagi ke pasar untuk mendapatkan barang dan jasa, tetapi cukup dengan smartphonenya maka barang sudah bisa sampai dirumah untuk memenuhi keinginannya (Permana dan Pustpitaningsih, 2019).

Dalam ekonomi digital, perusahaan akan menawarkan produk atau pelayanan mereka sesuai dengan permintaan atau penawaran tertentu yang bersifat spesifik, penawaran telah ditandai sebagai

sebuah penawaran pribadi dan individu atau kelompok (Bloch *et al.*, 2006). Agar ekonomi digital dapat memberikan keuntungan kepada masyarakat dan pelaku usaha, Jadi yang diperlukan dalam menyusun sistemastika regulasi yang sekiranya harus tepat pada sasaran sehingga mewujudkan terciptanya iklim pasar yang kompetitif dalam persaingan antar produsen maupun distributor. Kemudian dalam hal menyeimbangkan kreatifitas melalui ide-ide yang dapat menarik kembali minat masyakarat dan menyesuaikan dengan trend modern untuk menciptakan produk dan inovasi. Ciri ekonomi digital adalah pelaksanaan perekonomian yang memusatkan promosi hingga pemasarannya secara global dan serta merta memotong rantai intermediary. Lalu diharapkan tidak ada lagi *barrier to entry* sehingga memberi keleluasaan antara produsen hingga konsumen dalam hal andilnya terhadap partisipasi pasar.

2. Bentuk-bentuk Ekonomi Digital

a. *Platform* Ekonomi

Revolusi Platform pada dunia industri memberikan arahan yang jelas terhadap perkembangan ekonomi dan sosial yang paling penting saat ini, yaitu bangkitnya *platform* sebagai model bisnis dan organisasi. Model *platform* ini mendasari keberhasilan banyak perusahaan yang paling besar, berkembang paling cepat, dan yang paling kuat saat ini, mulai dari *Google*, *Amazon*, dan *Microsoft* hingga *Uber*, *Airbnb*, dan *eBay*. Terlebih lagi, *platform* mulai mengubah berbagai arena ekonomi dan sosial lainnya, dari perawatan kesehatan dan pendidikan hingga energi dan pemerintah. (Setiawan)

b. *E-Commerce*

Electronic Commerce (perniagaan elektronik) merupakan bagian dari *electronic business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*). Definisi global tentang *E-Commerce* adalah semua bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa

yang dilakukan secara elektronik(Jauhari, 2010.).

c. *E-Money*

E-Money atau uang digital adalah wujud lain mata uang yang dikenal selama ini. Meskipun perbedaan antara *E-Money* dengan uang konvensional sangat terlihat jelas, tidak terdapat perbedaan nilai tukar antara *E-Money* dengan uang konvensional. Perbedaan *E-Money* dengan uang konvensional yaitu fleksibilitas serta aksesibilitas *E-Money* yang tidak ada batasan. Hal ini karena basis dalam transaksi *E-Money* adalah menggunakan sistem yang tersambung secara *online* serta orang yang bertransaksi tidak harus bertemu(Anifa, 2020).

d. Aplikasi Pembayaran Digital

1) OVO

OVO adalah sebuah aplikasi Smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online* (OVO *Cash*). Pengguna juga bisa untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui

OVO. Secara umum, *OVO Cash* dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan *OVO Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan *OVO Cash* di *merchant merchant* rekanan OVO. Untuk *OVO Points* sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di *merchant* rekanan OVO. OVO Menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa uang *cash* terlalu banyak.

2) *GO-PAY*

Chief Marketing Officer Go-Jek Indonesia, Piotr Jakubowski, mengatakan, *GO-PAY* adalah layanan dompet elektronik Go-Jek. *GO-PAY* adalah sebuah metode pembayaran yang ditawarkan gojek melalui aplikasinya, pengguna tidak perlu lagi membayar

uang tunai kepada *driver*. *GO-PAY* biasa digunakan untuk semua jenis layanan Go-Jek mulai dari jasa ojek *online* atau *Go-Ride*, *Go-Food*, hingga *Go-Mart*. Go-Jek juga memiliki layanan pembelian pulsa atau *Go-Pulsa*, layanan pijat oleh tukang pijat profesional atau *Go-Massage*, layanan pembersihan rumah atau *Go-Clean*, layanan pemesanan tiket mulai dari tiket konser hingga nonton *Go-Tick*, layanan perawatan kendaraan bermotor atau *Go-Auto* dan beberapa layanan lainnya, agar bias menggunakan *GO-PAY* perlu melakukan *top-up* terlebih dahulu, ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengisi saldo *GO-PAY* yaitu melalui ATM, minimarket, Alfamart dan melalui *driver*.

3) Dana

DANA atau dompet digital Indonesia merupakan layanan pembayaran digital berbasis aplikasi yang mana aplikasinya telah tersedia

untuk *platform android* melalui *Google Play Store* maupun *platform iOS* melalui *App Store*. Dengan menggunakan aplikasi ini para pengguna melakukan berbagai macam transaksi pembayaran, mulai dari membeli pulsa, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air hingga BPJS), membeli *voucher Google Play*, membayar cicilan, dan berbelanja secara *online*. Platform DANA menawarkan beberapa keunggulan, termasuk salah satunya adalah layanan dan dukungan transaksi yang sangat lengkap di dalamnya (Tarantang, 2019).

4) *Digital Marketing*

Digital Marketing Menurut Sawicky mengartikan *digital marketing* sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui

pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif(Purnomo, 2019).

3. Manfaat Ekonomi Digital

E-entrepreneurship atau dapat disebut wirausaha berbasis teknologi memiliki banyak kelebihan dalam efisiensi selama kegiatan usaha berlangsung. Adanya peran internet di dalam *E-entrepreneurship* menjadikan usaha dapat lebih inovatif dan kreatif terutama dalam hal pemasaran produk dengan *e-commerce*. Ditambah adanya peran media sosial seperti *line*, *Instagram*, dsb dapat menjadikan stimulus pemasaran usaha. Keunggulan lain adanya peran media sosial adalah wirausahawan dapat secara langsung menanggapi kritik dan saran terkait produk yang dipasarkan sehingga mempermudah evaluasi. Adapun beberapa pengaruh internet dalam keberlangsungan *E-entrepreneurship* adalah sebagai berikut. Menurut Onggo ada beberapa hal:

- 1) Internet meningkatkan kepuasan konsumen.
- 2) Internet membantu dalam networking dan penjualan.
- 3) Internet mempermudah transaksi pembayaran.

- 4) Internet membantu pemasaran produk.
- 5) Internet membantu perekrutan tenaga kerja kompeten.

Melihat tren penggunaan teknologi di Indonesia yang terus meningkat, keberlangsungan *E-entrepreneurship* tersebut diharapkan mampu memicu wirausahawan baru dalam merintis usaha. Dengan demikian, wirausaha yang ada di Indonesia mampu mendorong pertumbuhan ekonomi ke arah positif.

4. Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia

Ekonomi digital Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hasil pemaparan dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menyebutkan bahwa Indonesia menjadi bagian dari negara Asia Tenggara yang mengalami peningkatan jumlah transaksi sebesar 30% selama pandemic Covid-19. Data pertumbuhan ekonomi digital juga diperoleh dari Mikti dan Bekraf menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital Indonesia mengalami peningkatan dari segi pertumbuhan startup Indonesia yang mencapai 992 startup yang terdiri dari 35,48% atau 352 dibidang *e-commerce*, pada bidang *financial technology* sebesar 53 atau 5,34%, 55 atau 5,54%

dibidang *game*, dan bidang lainnya sebesar 532 atau 53,63% dibidang lainnya.

E-commerce (*Elektronik Commerce*) atau dalam bahasa Indonesia perdagangan secara elektronik adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Secara sederhana *e-commerce* adalah proses pembelian maupun penjualan produk secara elektronik. *E-commerce* sendiri makin kian berkembang beberapa tahun belakangan ini dan secara bertahap menggantikan toko tradisional (*offline*)(Wijoyo, 2020).

Beberapa *start-up* di Indonesia juga sudah mengalami pertumbuhan dan menjadi start-up unicorn yang memiliki nilai bisnis valuasi lebih dari satu milyar, yaitu Go-jek dengan nilai 5 Milyar, Traveloka dengan nilai 2 Milyar, Tokopedia dengan nilai 1,3 Milyar, dan Bukalapak dengan nilai 1 Milyar. Pada tahun 2019, ekonomi digital Indonesia mengalami perkembangan yang pesat karena adanya pandemi Covid-19. Pada awal terjadinya pandemi ini ekonomi

melemah sehingga dilakukan terobosan dengan mendigitalisasi perekonomian. Pandemi Covid-19 ini meningkatkan ekonomi digital Indonesia. Pembatasan sosial membuat semua orang berpikir untuk menggunakan teknologi dalam melakukan transaksi ekonomi. *Platform-platform* digital menjadi media untuk melakukan berbagai aktivitas. Hal ini sesuai dengan data pertumbuhan ekonomi digital *E-economic SEA 2020* yang dirilis oleh Google and Temasek menjelaskan bahwa penggunaan internet meningkat seiring dengan adanya pembatasan sosial akibat pandemic covid-19. Data cakupan pasar menunjukkan bahwa ada 5 sektor bisnis yang memimpin ekonomi digital di negara-negara Asia Tenggara dan 2 sektor baru yang mulai masuk dalam *e-economy* yaitu *e-commerce, transport and food, online travel, online media, dan financial services*. Sedangkan 2 pendatang baru dalam *internet e-economy* adalah sektor kesehatan dan pendidikan yang mengalami akselerasi sangat cepat pada musim pandemi ini. Selain munculnya banyak pengguna baru, covid-19 juga menyebabkan tercadanya percepatan pertumbuhan penggunaan layanan digital (Adieb, 2021).

Faktor digital berpengaruh positif terhadap GDP, artinya konsumsi digital dapat meningkatkan pertumbuhan GDP negara-negara ASEAN, namun konsumsi ini seharusnya ditingkatkan agar peningkatan yang terjadi tidak hanya pada konsumsi saja, tetapi juga sebagai pelaku usaha digital(Wibowo, 2018).

D. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di atur dalam Undang-undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam undang-undang tersebut UMKM dijelaskan sebagai “Sebuah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”(Iin Khairunnisa, 2022).

Di Indonesia, definisi Usaha Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. (Lely, 2010)UMKM merupakan salah

satu motor penggerak perekonomian di Indonesia dan berperan krusial dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Potret UMKM nasional adalah si kecil yang berperan besar, dan merupakan penopang kelancaran dan stabilitas perekonomian nasional Indonesia. UMKM merupakan sektor yang tetap berjalan ketika terjadinya krisis moneter, UMKM dapat bertahan bahkan menjadi pemilih perekonomian di saat itu. Kemudian pada masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono terjadi krisis global yang berdampak negatif dan menghambat perkembangan perekonomian dan bisnis baik di Indonesia maupun dunia.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mampu mendorong pertumbuhan ekonomi untuk masyarakat menengah ke bawah. Kegiatan-kegiatan ekonomi dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat Indonesia sehingga dapat mengatasi tenaga kerja di Indonesia yang masih menganggur. Penyerapan tenaga kerja baru oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

(UMKM) akan berdampak secara efektif dalam menurunkan tingkat penganguaran masyarakat Indonesia. (Purba, 2021)

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini mampu tetap bertahan bahkan menunjukkan kinerja yang bagus dan menopang perekonomian sehingga pertumbuhan ekonomi negara ini masih tetap bagus dalam menghadapi krisis global. Hal ini semakin nyata saat pandemi Covid-19, banyak tenaga kerja yang dirumahkan dan di PHK secara besar-besaran. Sehingga banyak dari mereka yang mencari cara bertahan hidup dengan menjadi pengusaha UMKM yang menjual produk yang dibutuhkan masyarakat dan dijual dengan sistem online, seperti makanan, masker kain, alat rumah tangga, hingga mainan dan buku.

2. Macam-macam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu

besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan.

b. Usaha Fashion

Selain makanan, UMKM di bidang *fashion* ini juga sedang diminati. Setiap tahun mode *tren fashion* baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis.

c. Usaha Agribisnis

Usaha agribisnis di bidang pertanian tidak harus bermodalkan tanah yang luas. Usaha agribisnis bisa memanfaatkan pekarangan rumah yang disulap menjadi lahan agribisnis yang menguntungkan.

3. Pentingnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia karena sektor ini merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi besar bagi pembentukan PDB. Selain itu juga, UMKM merupakan salah satu alternatif solusi bagi permasalahan-

permasalahan sosial seperti kemiskinan dan pengangguran. Bahkan UMKM juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang telah terbukti mampu bertahan dari guncangan krisis sehingga ekonomi terus berjalan.

Upaya pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan UMKM perlu selalu dilakukan baik oleh pemerintah maupun pelaku usaha sendiri. Dalam hal permodalan, upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah sudah cukup baik, mulai dari program KUR sampai dengan paket kebijakan yang berpihak pada UMKM. Dalam hal pemasaran, strategi pengembangan UMKM dapat memanfaatkan pertumbuhan internet saat ini. Pelaku UMKM dapat membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasarnya melalui *e-commerce* dan jejaring media sosial. Untuk distribusi produk UMKM ke pelanggan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan pertumbuhan perusahaan jasa pengiriman yang jumlahnya cukup banyak, baik tingkat lokal maupun nasional.

Untuk meningkatkan sektor UMKM tentunya diperlukan juga jiwa kewirausahaan masyarakat agar muncul pengusaha-pengusaha baru yang dapat menciptakan kegiatan usaha dan membuka lapangan pekerjaan. Dengan adanya jiwa kewirausahaan masyarakat, masyarakat akan mampu bertahan dalam kondisi apapun dan mampu mengelola resiko sehingga kegiatan usahanya dapat berjalan dengan baik (Permana, 2017).

4. Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada periode tahun 2011 usaha besar mencapai sebesar 41,95% di Indonesia, kemudian di periode tahun berikutnya hanya sebesar 40,92%, turun sekitar 1,03%. Di sektor UMKM terjadi sebaliknya. Usaha menengah pada periode tahun 2011 dari 13,46%, meningkat pada periode tahun 2012 mencapai sebesar 13,59%. Ada pertumbuhan sebesar 0,13%. Namun terjadi berbeda di usaha kecil, ada sedikit penurunan 0,26% dari periode tahun 2011

sebesar 9,94% ke periode tahun 2012 sebesar 9,68%. Peningkatan cukup besar terjadi pada usaha mikro, di periode tahun 2011 hanya mencapai sebesar 34,64%, pada periode tahun 2012 berhasil meraih tumbuh sebesar 4,17% atau sebesar 38,81%. Selanjutnya, data pertumbuhan UMKM dalam menyumbang terhadap PDB dan nilai ekspor di Indonesia, UMKM menyumbangkan PDB dari tahun 2011 hingga tahun 2013 mengalami fluktuatif naik turun peningkatan. Pada periode 2011 pertumbuhan PDB nya sebesar 6,76% namun ditahun 2012 mengalami penurunan sebesar 0,76% atau sebesar 6% dari total PDB Nasional. Pada periode 2013 ada peningkatan sebesar 0,3 dari periode tahun sebelumnya atau sebesar 6,03%. Selanjutnya, pertumbuhan nilai ekspor ditahun 2013 mengalami angka pertumbuhan berarti bagi pembentuk PDB Nasional yaitu sebesar 9,29% lebih baik dari pada periode tahun sebelumnya yang mengalami minus -11,10%. Melihat fenomena data yang dirilis oleh BPS tahun 2016 ini menunjukkan bahwa UMKM

harus terus dibina demi meningkatkan pertumbuhan bagi PDB secara keseluruhan bagi Nasional.

Sampai dengan tahun 2020, sudah sebanyak 37.000 pelaku UMKM yang melaporkan diri kepada pihak kementerian koperasi dan UKM terdampak pandemi covid-19. Menurut rilis data terdapat beberapa hambatan yang menyebabkan UMKM kesulitan selama pandemi. Pertama, terdapat penurunan dalam penjualan yang diakibatkan minimnya masyarakat untuk keluar sebagai konsumen. Kedua, sulitnya permodalan yang disebabkan terjadi penurunan tingkat penjualan. Ketiga, adanya hambatan dalam distribusi produk dikarenakan diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar. Keempat, keterbatasan bahan baku karena sebagai UMKM menggantungkan teresediaan bahan baku dari sektor industri lain. Pandemi ini berdampak besar terhadap UKM yang disebabkan oleh tingginya tingkat kerentanan dan sedikitnya ketahanan akibat keterbatasan

Sumber Daya Manusia, supplier, dan pilihan dalam memodifikasi model bisnis (Febrantara, 2020).

E. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Afrianti Else Vanamoy dan Ibnu Harris dengan judul “Analisis Peran Wanita Generasi Milenial pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di dalam Era Ekonomi Digital di Kepulauan Riau Indonesia”. Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan jawaban tentang apa yang harus disiapkan oleh perempuan generasi milenial yang menjalankan UMKM. Metode penelitian adalah pendekatan kuantitatif, pengumpulan data dengan kuesioner dan menggunakan *purposive sampling*, penelitian menggunakan *partial least square structural equation modelling*. Jumlah data yang digunakan adalah 110 responden. Objek penelitian adalah para wanita pengusaha di Kepulauan Riau yang berada pada rentang usia 21 sampai dengan 41 tahun. Hasil penelitian faktor diskriminatif, motivasi, demografi berpengaruh positif signifikan terhadap Kapabilitas, Faktor Komitmen, Faktor Akses Keuangan berpengaruh positif tidak

signifikan pada Kapabilitas. Capability berpengaruh positif signifikan terhadap Human capital UMKM, Human capital berpengaruh positif signifikan terhadap *digital economy* (Vanamoy, 2021). Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti adalah sama-sama pelaku UMKM yang dijalankan oleh perempuan. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif.

2. Fenny Monica A. Hasugian dan Lenny Panggabean dengan judul “Peran Perempuan dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Rangka Menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN di Kota Tangerang Selatan” Penelitian ini membahas peran yang dilakukan perempuan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tujuan berkompetisi pada Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

analisis deskriptif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Hasil penelitian menunjukkan peran perempuan dalam peningkatan usaha dan laporan keuangan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM, secara parsial pengaruh peran perempuan dalam peningkatan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM, secara parsial laporan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM. Pengaruh peran perempuan dalam peningkatan usaha dan laporan keuangan dapat menjelaskan variasi dari Pengembangan UMKM adalah sebesar 74% sedangkan sisanya sebesar 26% dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang tidak diteliti (Panggabean, 2019). Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas peran yang dilakukan perempuan dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sedangkan perbedaan

penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya menggunakan metode analisis data dengan Regresi Linear Berganda dengan menggunakan *software* SPSS sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. Emi badan pusat, dkk dengan judul “Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis peluang dan hambatan Usaha Mikro dalam mengembangkan usaha di era ekonomi digital. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah usaha mikro di kota Palembang. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara pada beberapa pihak yang terkait, diantaranya adalah dinas Industri dan Perdagangan, dinas Koperasi dan UMKM, dinas Komunikasi dan Informasi dan pelaku usaha mikro di kota Palembang. Studi literatur juga dilakukan untuk memperkuat hasil yang didapatkan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa peluang untuk mengembangkan usaha mikro di era ekonomi digital ini sangat besar. Yang menjadi hambatannya adalah masih rendahnya keterampilan sumber daya manusia dalam penggunaan teknologi informasi (Emi Suwarni, 2019). Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah objek yang digunakan pada penelitian sebelumnya adalah usaha mikro di Kota Palembang sedangkan objek yang digunakan pada penelitian ini adalah UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian fenomenologi, yaitu salah satu jenis penelitian kualitatif yang diaplikasikan untuk menggali dan mengungkapkan kesamaan makna dari sebuah konsep atau fenomena yang menjadi pengalaman hidup seorang individu. Fenomenologi berupaya mengungkap esensi universal dari fenomena yang dialami secara personal oleh sekelompok individu. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu (Murdiyanto, 2020).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan. Pendekatan Penelitian yang

digunakan oleh peneliti adalah pendekatan Kualitatif. Penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar (Sugiyono, 2018.). Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Meleong, 2007).

B. Definisi Operasional

Berdasarkan dari kajian teori yang telah diuraikan dalam proposal penelitian yang berjudul “Analisis Strategis Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai”. Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman, maka penulis kemukakan pengertian dan penegasan judul proposal skripsi ini adalah bagaimana analisis strategis peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten

Sinjai dan bagaimana faktor pendukung dan penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKm di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Adapun tempat penelitian ini dilaksanakan di Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dijalankan atau dikelola oleh perempuan di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Adapun alasan peneliti memilih lokasi atau tempat penelitian tersebut karena mudah bagi peneliti menjangkau lokasi penelitian dan tempat tersebut menjadi kebutuhan dalam penelitian dan permasalahan yang ada serta sesuai dengan judul penelitian.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya izin penelitian dalam kurun waktu sekitar 2 (dua) bulan direncanakan pada bulan Maret-April 2023.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah orang, tempat penelitian. Subjek penelitian ini adalah 5pelaku UMKM berbasis ekonomi digital di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai yang terkait dengan judul peneliti yaitu untuk mendapatkan data yang akurat mengenai analisis strategis peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.

2. Objek Penelitian

Obyek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian atau pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah.Apabila dilihat dari sumbernya objek dalam penelitian kualitatif yaitu situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat, pelaku, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis.Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara KabupatenSinjai.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau usaha yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan informasi secara sistematis. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang khusus dan pencatatan yang sistematis yang ditujukan pada satu atau beberapa masalah dalam rangka penelitian dengan maksud untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang dihadapi (Koentjaraningrat 2022). Observasi yang penulis gunakan adalah pengamatan secara tidak langsung. Hal ini disebabkan penulis tidak terlibat langsung dalam kegiatan.

Alasan penulis melakukan observasi, yakni untuk mendapatkan informasi lebih lanjut terkait peran perempuan milenial pada UMKM di era ekonomi berbasis digital di Kabupaten Sinjai.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. (Suharsimi, 2012) Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga data dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu. Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari narasumber/informan(Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur dengan pemilik UMKM terkait peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kabupaten Sinjai. Metode wawancara peneliti gunakan untuk menggali data terkait peran strategis perempuan milenial pada UMKM dalam menjawab tantangan ekonomi digital di Kabupaten Sinjai. Adapun informannya adalah pengelola UMKM yang

dijalankan oleh perempuan generasi milenial yang ada di Kabupaten Sinjai.

3. Metode Dokumentasi

Dalam pelaksanaan metode dokumentasi, peneliti mengandalkan dokumen sebagai salah satu sumber data sebagai penunjang penelitian. Seperti rekaman wawancara, foto, video dan dokumen tertulis dari UMKM.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tentang peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Lembar Observasi

Lembar observasi dalam penelitian ini disusun dalam bentuk dengan aspek-aspek penilaian yang dikembangkan. Objek dalam penelitian kualitatif yang di observasi terdiri atas tiga komponen, diantaranya:

- a) *Place*, atau tempat dimana interaksi dalam situasi sosial sedang berlangsung. Tempat dalam penelitian ini yakni di UMKM berbasis digital di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.
- b) *Actor*, atau pelaku atau orang-orang yang sedang memainkan peran. Pelaku yang dimaksud dalam penelitian ini yakni perempuan yang sebagai pemilik/pelaku UMKM berbasis digital di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai.
- c) *Activity*, atau kegiatan yang dilakukan oleh pelaku dalam situasi sosial yang sedang berlangsung (Sugiyono, 2017). Kegiatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah peran perempuan di era ekonomi digital.

2. Pedoman Wawancara Terstruktur

Pedoman wawancara terstruktur adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang telah ketahui dengan pasti oleh peneliti. Dengan wawancara terstruktur ini responden diberi pertanyaan yang sama, dan peneliti mencatat untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2017). Adapun yang akan di wawancarai pada penelitian ini adalah 10 pelaku UMKM berbasis digital di Kecamatan

Sinjai Kabupaten Sinjai. Supaya hasil wawancara dapat terekam dengan baik, dan peneliti memiliki bukti telah melakukan wawancara kepada informan atau sumber data maka diperlukan bantuan alat-alat sebagai berikut:

- a. Buku catatan: berfungsi untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data.
- b. *Tape recorder*: berfungsi untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan.
- c. *Camera*: untuk mengambil gambar ketika peneliti sedang melakukan wawancara dengan informan/sumber data. Dengan adanya foto, maka dapat meningkatkan keabsahan penelitian akan lebih terjamin, karena peneliti betul-betul melakukan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis (Arikunto, 2006). Dokumentasi berasal dari barang-barang tertulis pada dasarnya merupakan segala bentuk sumber informasi yang berhubungan dengan penelitian baik dokumen resmi maupun tidak resmi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dan kemudian

ditelaah. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dokumentasi pada saat penelitian berlangsung yakni foto

G. Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *ependability*, dan *confirmability*. (Sugiono 2017)

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi

sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

1. Triangulasi Sumber Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan tiga sumber data.
2. Triangulasi Teknik Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
3. Triangulasi Waktu Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara diwaktu yang tepat, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan

pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

Validitas atau keabsahan data adalah data tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

H. Teknik Analisis Data

Peneliti mengumpulkan data dari hasil wawancara, observasi, dan pencatatan, kemudian menganalisis data tersebut melalui berbagai tahapan, seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Dalam penelitian ini, setelah peneliti memperoleh semua data dari berbagai sumber yaitu hasil wawancara, observasi, studi pustaka, maka peneliti melakukan tahap awal analisis data yaitu reduksi data. Melakukan reduksi data untuk memilih

dan memfokuskan data berdasarkan masalah yang akan diteliti.

2. Penyajian Data

Setelah reduksi data dilakukan, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif, dan fungsinya untuk menjelaskan, mendeskripsikan, meringkas, dan menyederhanakan data yang kompleks. Selain itu dapat juga disajikan dalam bentuk gambar, grafik dan table untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penyajian data dimaksudkan untuk memperkuat data penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir dari analisis data adalah menarik kesimpulan. Tujuan penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Peneliti menarik kesimpulan ketika menyederhanakan dan menyajikan data, dan kemudian berulang kali meninjau untuk mendapatkan kesimpulan yang dapat sesuai dengan focus penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Dinas Koperasi, UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai

Dinas koperasi UKM dan Tenaga Kerja merupakan instansi pemerintah yang bertempat di jalan jenderal sudirman No 19. Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja merupakan dinas yang baru berdiri sendiri selama kurang lebih 4 tahun 10 bulan, dinas koperasi mempunyai tugas melaksanakan sebagian kewenangan urusan pemerintah daerah berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan di bidang koperasi UKM dan tenaga kerja, yang menjadi tanggung jawab dan kewenangannya berdasarkan peraturan perundangundang yang berlaku.

- a. Sejarah Singkat Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja

Sebelum otonomi daerah, dinas koperasi UMKM kabupaten sinjai merupakan kantor departemen koperasi dan pembinaan pengusaha

kecil yang merupakan instansi yang vertical dan sebagai perpanjangan tangan dari departemen koperasi dan PPK-RI. Cara resmi kehadiran kantor koperasi dan UMKM pada tahun 1980 memasuki tahun 2003 berdasarkan PERDA No. 18 tahun 2002, maka berupa menjadi dinas koperasi, perindustrian dan perdagangan kabupaten sinjai.

Pada bulan februari 2003 berdasarkan perda No.8 tahun 2003 tentang organisasi dan tata kerja kantor koperasi dan UKM kabupaten sinjai, yang didasarkan pada kebijakan pemerintah kabupaten sinjai yakni PERDA No. 30/2001 tentang PROPEDA 2001-2005.

Pada tahun 2012 berdasarkan Perda No.18 tahun 2010, maka kantor koperasi dan UKM dilebur dengan perindustrian dan perdagangan, koperasi, UKM, pertambangan dan energy kabupaten sinjai.

Pada tahun 2013, berdasarkan Perda No.35 tahun 2012, Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi, UKM, Pertambangan dan energi kabupaten sinjai, telah berdiri sendiri

menjadi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Kabupaten Sinjai.

Dan peraturan Bupati Sinjai nomor 70 tanggal 30 desember 2016 tentang susunan organisasi, kedudukan, tugas pokok dan fungsi serta tata kerja dinas koperasi, usaha kecil Menengah dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai sampai sekarang.

b. Visi dan Misi

Visi

“Terwujudnya Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Tenaga Kerja yang berdaya saing mandiri dan berkeadilan bertumpu pada penguatan ekonomi kerakyatan berbasis potensi local serta perlindungan dan produktivitas tenaga kerja”

Misi

- 1) Meningkatkan kualitas sumber daya aparatur
- 2) Meningkatkan kualitas kelembagaan, produktivitas, daya saing dan kemandirian koperasi dan UKM.
- 3) Meningkatkan tertib usaha serta manajemen UKM

- 4) Meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi
 - 5) Mewujudkan pengembangan perluasan lapangan kerja dan kesempatan berusaha.
 - 6) Mewujudkan perlindungan tenaga kerja dan iklim ketenagakerjaan yang kondusif.
- c. Struktur Organisasi Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai

Berdasarkan Peraturan Bupati Sinjai Nomor 70 Tahun 2016 tentang Susunan Organisasi Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Tenaga Kerja, terdiri atas:

1) Kepala Dinas

Kepala Dinas dalam melaksanakan tugas pkk menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a) Merumuskan kebijakan teknis di bidang koperasi, usaha mikro kecil dan menengah dan ketenagakerjaan.
- b) Menyelenggarakan urusan pemerintahan dan pelayanan umum bidang koperasi, usaha mikro kecil dan menengah dan ketenagakerjaan.

- c) Membina dan menyelenggarakan pelaksanaan tugas di bidang koperasi, usaha mikro kecil dan menengah dan ketenagakerjaan
- d) Melaksanakan administrasi umum meliputi ketatalaksanaan, keuangan, kepegawaian dan peralatan
- e) Melakukan evaluasi dan pelaporan urusan pemerintahan di bidang koperasi, usaha mikro kecil dan menengah dan ketenagakerjaan dan
- f) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.

2) Sekretaris

Dalam menjalankan tugas sekretariat terdiri dari beberapa sub bagian yaitu:

a) Sub Bagian Program dan Keuangan

Dalam melaksanakan tugas pkk menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan sub bagian program dan keuangan sebagai pedoman dalam melaksanakan program dan pengelolaan administrasi keuangan

- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada sub bagian program dan keuangan
- c. Menyusun rencana kerja dan anggaran dan dokumen pelaksanaan anggaran dinas
- d. Menyusun rencana kinerja dokumen perjanjian kinerja dinas
- e. Memfasilitasi penyusunan rencana kinerja, rencana aksi dan laporan kinerja masing-masing jabatan di lingkungan dinas
- f. Menyusun laporan kinerja dinas meliputi laporan bulanan, triwulanan, semesteran dan laporan kinerja tahunan
- g. Meneliti kelengkapan surat permintaan pembayaran langsung yang diajukan oleh pejabat pelaksana teknis kegiatan, surat permintaan pembayaran uang persediaan, surat permintaan pembayaran ganti uang dan surat permintaan pembayaran tambah uang yang diajukan bendahara pengeluaran serta menyiapkan surat perintah membayar

- h. Melaksanakan penatausahaan penerimaan dan pengeluaran keuangan serta laporan pertanggungjawaban keuangan dinas
 - i. Menyusun laporan pelaksanaan pengelolaan keuangan berupa laporan bulanan surat pertanggungjawaban dan tahunan meliputi laporan realisasi anggaran, neraca dan catatan atas laporan keuangan dinas
 - j. Melaksanakan pengawasan dan pengendalian pembukuan, perhitungan anggaran, verifikasi serta teknis pelaksanaan administrasi keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan
 - k. Melaksanakan tugas lain yang diberikn oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.
- b) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Dalam melaksanakan tugas pkk menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan sub baian umum dan kepegawaian sebagai pedoman dalam

melaksanakan urusan umum dan kepegawaian

- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada sub bagian umum dan kepegawaian
- c. Melaksanakan kegiatan ketatausahaan dilingkungan dinas
- d. Memfasilitasi penyusunan rancangan produk hukum
- e. Melaksanakan tugas keprotokoleran
- f. Menyusun rencana kebutuhan dan perlengkapan kantor, distribusi, penggunaan serta pemeliharannya
- g. Mengelola administrasi kepegawaian dilingkungan dinas
- h. Menyusun perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia aparatur dilingkungan dinas
- i. Memfasilitasi pembuatan sasaran kerja pegawai dan penilaian kinerja bagi aparatur sipil negara sesuai tugas pokok dan fungsi dilingkungan dinas

- j. Menyusun dan menginventarisir barang aset daerah yang dikelola oleh dinas
- k. Melakukan kegiatan pelayanan administrasi umum dan penyajian informasi
- l. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.

3) Bidang Koperasi

Dalam menjalankan tugasnya bidang koperasi terdiri dari beberapa seksi yaitu:

a) Seksi Kelembagaan Koperasi

Dalam melaksanakan tugas pokok menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan di bidang kelembagaan koperasi
- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada seksi kelembagaan koperasi

- c. Melakukan verifikasi faktual terhadap permohonan pendirian koperasi baik simpan pinjam maupun koperasi lainnya
- d. Melaksanakan kegiatan pendidikan dan penyuluhan perkoperasian
- e. Memberikan bimbingan kepada pengurus koperasi dalam hal penyusunan laporan keuangan koperasi
- f. Membuat laporan keragaan dan perkembangan koperasi
- g. Membuat rekomendasi persetujuan pembentukan kopersai
- h. Membuat rekomendasi persetujuan atas permintaan pendirian kantor cabang bagi koperasi simpan pinjam
- i. Membuat ijin pendirian koperasi simpan pinjam
- j. Melaksanakan advokasi koperasi
- k. Menyusun data base koperasi
- l. Menginventarisasi permasalahan yang berhubungan dengan seksi kelembangaan koperasi dan menyiapkan buku petunjuk pemecahan masalah

- m. Menyusun laporan hasil pelaksanaan kegiatan bina kelembagaan kopeasi dan
 - n. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.
- b) Seksi Bina Usaha, Permodalan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Koperasi

Dalam melaksanakan tugas pokok menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan bina usaha koperasi, permodalan dan pengembangan sumber daya manusia koperasi
- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada seksi bina usaha, permodalan dan pengembangan sumber daya manusia koperasi
- c. Melakukan fasilitasi bina usaha dan permodalan koperasi

- d. Melakukan verifikasi skripsi bantuan penguatan permodalan bagi koperasi
- e. Melakukan pengawasan dan pemantauan pengelolaan bantuan penguatan permodalan
- f. Melaksanakan kegiatan pengembangan permodalan koperasi
- g. Melakukan bimbingan teknis pengembangan sumber daya manusia koperasi
- h. Melaksanakan kegiatan teknis alokasi pembiayaan permodalan pada koperasi dan usaha kecil menengah dan lembaga keuangan alternatif
- i. Monitoring dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan bina pengembangan sumber daya manusia koperasi
- j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.

c) Seksi Seksi Pengawasan dan Penilaian Koperasi

Dalam Dalam melaksanakan tugas pokok menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan pengawasan dan penilaian koperasi
- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada Seksi Pengawasan dan Penilaian Koperasi
- c. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.

4) Bidang Usaha, Mikro dan Menengah

Dalam menjalankan tugasnya Bidang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah terdiri beberapa seksi:

- a) Seksi Kelembagaan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah

Dalam melaksanakan tugas pokok menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan bina kelembagaan usaha mikro kecil dan menengah
- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada seksi kelembagaan usaha mikro kecil dan menengah
- c. Melaksanakan pembinaan untuk pengembangan sistem informasi bisnis dan pemasaran usaha kecil mikro dan menengah
- d. Melaksanakan kegiatan fasilitasi izin usaha kecil mikro dan menengah .
- e. Melaksanakan kegiatan pendidikan dan penyuluhan usaha mikro kecil dan menengah
- f. Melaksanakan identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi kelembagaan usaha mikro kecil dan menengah

- g. Menyusun data base/ profil usaha mikro kecil dan menengah
 - h. Melaksanakan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah
 - i. Menyusun laporan hasil pelaksanaan kegiatan kelembangaan usaha mikro kecil dan menengah dan
 - j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan yang berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.
- b) SeksiBina Usaha dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- a. Menyusun rencana kegiatan sumber daya manusia usaha mikro, kecil dan menengah
 - b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada seksi kelembangaan usaha mikro kecil dan menengah
 - c. Melaksanakan kegiatan teknis pembinaan, bimbingan, pengembangan,

- pengendalian, pengawasan, dan pemantauan usaha mikro kecil dan menengah
- d. Melaksanakan pembinaan dan bimbingan sumber daya manusia dan usaha kecil dan menengah
 - e. Melaksanakan bimbingan teknis pengembangan sumber daya manusia pelaku usaha mikro kecil dan menengah
 - f. Melaksanakan pembinaan kelompok wirausaha
 - g. Melakukan fasilitasi kemitraan usaha mikro, kecil dan menengah dengan badan usaha milik negara, perbankan serta kelembagaan keuangan lainnya
 - h. Melaksanakan advokasi terhadap usaha mikro kecil dan menengah ditingkat kabupaten
 - i. Menyusun laporan hasil pelaksanaan kegiatan bina usaha dan pengembangan sumber daya manusia usaha mikro, kecil dan menengah

- j. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.
- c) Seksi Promosi

Dalam melaksanakan tugas pokok menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan promosi
- b. Menyusun standar operasional prosedur dalam pelaksanaan kegiatan pada seksi promosi
- c. Melaksanakan kegiatan promosi baik skala lokal, regional dan nasional yang diselenggarakan oleh pihak lain baik pemerintah maupun swasta
- d. Menyusun kebijakan teknis mekanisme pelaksanaan kegiatan promosi usaha koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah
- e. Melaksanakan kegiatan fasilitas pusat promosi dan layanan pemasaran produk koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah

- f. Menyusun laporan hasil pelaksanaan kegiatan promosi
- g. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan berkaitan dengan tugas pokok organisasi guna mendukung kinerja organisasi.

5) Bidang Ketenagakerjaan

Dalam menjalankan tugasnya bidang ketenagakerjaan terdiri dari beberapa seksi sebagai berikut:

- a) Seksi Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial
- b) Seksi Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas
- c) Seksi pembinaan penempatan tenaga kerja dan perluasan kesempatan kerja

2. Perkembangan UMKM di Kabupaten Sinjai

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian yang berpotensi besar untuk meningkatkan perekonomian di sektor ril sehingga

mampu mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam mendukung kegiatan UMKM, pemerintah melakukan dukungan melalui kebijakan agar dapat memberi suntikan modal dan pengetahuan kepada pelaku ekonomi kreatif agar tetap mengembangkan usahanya.

Di Kabupaten Sinjai, pengembangan ekonomi kreatif di mana pelakunya adalah dominan di sektor UMKM, menjadi alternatif utama mengingat Kabupaten Sinjai memiliki ketersediaan sumber daya alam yang melimpah, baik dari daratan maupun laut. Pemerintah Kabupaten Sinjai melalui Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja dalam meningkatkan sektor ekonomi rakyat, khususnya bagi UMKM meminta peran serta pelaku usaha agar memanfaatkan bantuan pinjaman usaha yang akan diberikan oleh pemerintah.

Selain bantuan modal, pemerintah Kabupaten Sinjai juga giat melakukan pembekalan untuk penciptaan wirausaha baru dan tenaga kerja mandiri dengan pola pendampingan. Program tersebut bertujuan untuk menciptakan wirausaha muda atau pengusaha pemula yang berkualitas,

produktif dan kompetitif yang mempunyai minat, bakat dan motivasi untuk menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan orang lain sebagai wirausaha yang mandiri dan profesional.

Komitmen Pemerintah daerah Sinjai melalui Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai dalam menjabarkan Visi dan Misi Pemkab Sinjai 2018-2023, yang salah satunya adalah program dan kegiatan pembinaan dan Pengembangan Koperasi di Sinjai, telah membuahkan banyak hasil. Termasuk pemberdayaan UMKM sehingga Kabupaten Sinjai dinilai sebagai salah satu daerah yang berhasil memajukan Koperasi dan UKM untuk kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah Kabupaten Sinjai telah memperlihatkan penekanannya melalui Dinas Koperasi UMKM untuk menciptakan dan memperluas lapangan kerja dan kesempatan kerja baru, memperluas dan mengembangkan kegiatan ekonomi lokal yang produktif dan berkelanjutan pada skala mikro, dan kecil/menengah, membangun dan mengembangkan motivasi dan inovasi masyarakat

agar mau mengelola potensi sumber daya yang ada. Penekanan ini juga sesuai dengan visi misi Pemerintah Daerah Kabupaten Sinjai periode 2018-2023 untuk menciptakan 1.000 wirausaha baru dan 10.000 lapangan kerja baru. Hal ini dapat diyakini, Pemkab Sinjai mampu mewujudkan hingga tahun 2023.

Program penciptaan wirausaha baru UKM di Kabupaten Sinjai selama tahun 2019, sebagaimana data dari Diskopnaker Sinjai sebanyak 29.750. Jumlah ini mengalami kenaikan dari tahun 2018 sebesar 27.880. Ada peningkatan sekitar 1.870 UKM dari tahun 2018 hingga tahun 2019. Berikut dapat dilihat Tabel 4.1 mengenai perkembangan UMKM tiga tahun terakhir - tahun 2019 sampai tahun 2021.

Tabel 4.2 Perkembangan UMKM Kabupaten Sinjai Tahun 2019 – 2021

Kriteria	2019	2020	2021
Mikro	17.480	20.279	43.315
Kecil	10.287	10.287	1.277
Menengah	1.985	1.985	6
Jumlah	29.752	32.551	44.598

Sumber Data: Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.2, perkembangan sektor UMKM dari tahun 2019-2021 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini seturut dengan visi dan misi pemerintah Kabupaten Sinjai dalam mendukung pengembangan sektor UMKM. Perkembangan UMKM banyak dimotori oleh pelaku usaha ekonomi kreatif berskala mikro dan kecil. Perkembangan UMKM juga menjadi bukti meningkatnya kontribusinya terhadap PDRB Kabupaten Sinjai khususnya melalui lima bidang usaha, yaitu sektor penyediaan akomodasi dan makan minum, sektor perdagangan besar dan eceran, sektor informasi dan komunikasi, sektor transportasi dan pergudangan, dan sektor industri pengolahan (manufaktur). Kelima bidang tersebut banyak digeluti oleh pelaku UMKM.

Kemudian selanjutnya Perkembangan UMKM di Kabupaten Sinjai pada tahun 2021, mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari Kepala dinas koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai, pihaknya berhasil mencetak 140 orang wirausaha baru dengan dibekali berbagai pelatihan. Diantaranya yaitu

seperti pelatihan kegiatan menjahit, tata boga dan perbengkelan. Dalam pelatihan yang dilakukan, diprioritaskan bagi mereka yang menganggur dan anak putus sekolah. Program ini sebagai salah satu upaya mendukung program dan visi misi Bupati Sinjai dalam menciptakan wirausaha baru.

B. Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital Pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai

Berdasarkan hasil observasi peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara yang dilihat di lapangan menunjukkan bahwa melalui peran perempuan yang begitu penting dan strategis di era digital ini, dapat membangun peningkatan ekonomi digital yang pada akhirnya akan memberikan sumbangsi besar terhadap perekonomian negara melalui UMKM yang dirintis. Selain itu, peran perempuan di dalam ekonomi digital ini memberikan dampak yang besar terhadap kesejahteraan masyarakat, terbukanya lapangan

kerja serta dapat meminimalisir angka kemiskinan di suatu negara.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis dapatkan, peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara yaitu pada umumnya berkemampuan meningkatkan pendaatan dan penyerapan tenaga kerja sehingga sangat mendukung dan memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian. Perempuan sangat berperan dalam pengembangan UMKM ini. Dalam melaksanakan perannya, pelaku UMKM tetap berkoordinasi dengan Pemerintah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi terkait dengan pembinaan kepada UMKM.

Mengenai peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara, Ibu Rita 31 tahun selaku *Owner* Awri Cake mengatakan bahwa,

“Awal mulanya berasal dari niat untuk membantu suami saya menambah penghasilan di dalam keluarga. Dengan modal dari tabungan dan bantuan orang tua yang memproduksi kue basah dan proses produksinya dilakukan di rumah saya sendiri. Saya berhasil mendirikan usaha ini

dimulai pada tahun 2017-sekarang. Dengan dibekali pengetahuan tentang dunia usaha melalui internet dan kemauan yang tinggi untuk belajar tentang dunia usaha, akhirnya saya bisa memproduksi kue yang lebih dominan kue kering maupun basah. Dengan strategi pemasaran yang di jalankan secara *online* dan *offline* maka usaha ini pun berjalan sesuai dengan ekspektasi saya. Saya mempromosikan produk usaha ini dengan memanfaatkan sosial media seperti *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram*. Dengan memanfaatkan sosial media ini, saya mendapat banyak kemudahan dalam mempromosikan produk usaha ini. Dengan menggunakan model pemasaran digital di tengah persaingan di sosial media, saya tetap konsisten dengan melakukan promosi terkait produk ini dan lebih giat lagi dalam mempromosikan produk ini kedepannya supaya dapat meningkatkan penjualannya. Selain itu, saya tidak terlalu memikirkan persaingan akan tetapi bagaimana bisa fokus dalam memproduksi produk saya dalam sehari bisa produk ini terjual.” (Darma Rita, Wawancara 14/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa dengan usaha ini, Ibu Darma Rita yang di usianya 31 tahun sudah bisa memenuhi dan meringankan sedikit beban keluarganya. Untuk perkembangan usahanya ke

depan, Ibu Darma Rita selaku *owner* UMKM Awri Cake ini berencana akan melakukan perluasan usaha seperti membuka cabang di tengah-tengah kota. Hal di atas peran adanya inovasi dari UMKM untuk mengembangkan usahanya dapat memberikan usaha stimulus untuk beradaptasi melihat peluang pasar yang ada, bertahan dalam dunia usaha yang penuh persaingan, bahkan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat untuk menjadi tenaga kerja. Peran awri cake sebagai salah satu UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai telah merekrut beberapa orang untuk membantu operasional usahanya dan membantu mengurangi angka pengangguran yang ada.

Mengenai peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara, Ibu Andi Rukmini 53 tahun selaku pemilik *Mini café and cakem* mengatakan bahwa,

“Nama usaha saya adalah *Mini café and cake* yang merupakan salah satu toko kue/*cake* di Kabupaten Sinjai yang berdiri pada tahun 2018. Dengan melihat bahwa di daerah Kabupaten Sinjai masih kurang pengusaha kue pada waktu itu sehingga menjadikan awal mulanya saya mendirikan usaha ini. Toko saya ini menjual berbagai jenis kue. Saya menawarkan kue dengan harga terjangkau dan rasa khas serta

berkualitas. Sepanjang perjalanan dalam usaha ini, produk sayapun pun semakin digemari atau diminati oleh masyarakat luas. Memanfaatkan media sosial serta bantuan *platform e-commerce* merupakan strategi pemasaran yang saya lakukan untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya.” (Andi Rukmini 14/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka kita dapat mengetahui bahwa UMKM berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan memanfaatkan *e-commerce* mereka dapat mengasah *skill digital entrepreneur* sehingga dapat meningkatkan kapasitas dan kapabilitas usahanya. Selain itu, Ibu Andi Rukmini juga dapat membantu perekonomian keluarga, dengan usaha kue ini mereka juga tetap dapat mengerjakan pekerjaan rumah tangganya terutama mengurus suami dan anak-anaknya.

Mengenai peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara, Ibu Daniva 29 tahun selaku *owner D’Roti* mengatakan bahwa,

“Saya mendirikan usaha ini pada tahun 2020. Dengan melihat bahwa di daerah Kabupaten

Sinjai belum ada pengusaha roti pada waktu itu sehingga menjadikan awal mula saya mendirikan usaha ini. Dengan menggunakan modal dibarengi dengan pengetahuan tentang dunia usaha yang diperoleh dari internet. Tak terasa usiausaha ini sudah menginjak tiga tahun, dengan tetap konsisten memproduksi produk yang lebih monoton pada roti akan tetapi dibarengi juga dengan kue seperti bolu dan kue lainnya di tengah banyaknya pesaing sekarang ini. Adapun strategi pemasaran yang saya lakukan yaitu dengan tetap konsisten dengan harga, rasa dan varian produk. Dengan dipasarkan baik secara *offline* maupun *online* melalui media sosial seperti Facebook dan *WhatsApp*. Melalui media sosial ini, saya sangat mudah dalam mempromosikan produk ini. Saya tidak perlu lagi keluar untuk mempromosikan produk ini kepada semua orang cukup dengan melalui sosial media ini.”(Daniva, Wawancara 15/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat kita simpulkan bahwa peempuan sebagai penyelamat keluarga dari disintegritas dan kesejahteraan tetap stabil. Selain dapat membantu perekonomian keluarga, dengan usaha roti ini mereka juga tetap dapat mengerjakan pekerjaan rumah tangganya terutama dalam mengasuh anak. Pasalnya, mereka tidak harus meninggalkan

rumah dan keluarganya untuk bekerja diluar rumah, sehingga tugas rumah tangga mereka dapat terabaikan. Selain itu, mereka juga berperan dalam mempromosikan produk serta melakukan peningkatan pelayanan penjualan.

Mengenai peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara, Ibu Nurul Muhlisa 28 tahun selaku pemilik toko Lisa Hijab mengatakan bahwa,

“Saya membangun usaha ini pada tahun 2021. Karena tidak ada kegiatan dan kebetulan saya suka berdagang sehingga saya memulai usaha ini. Awalnya saya menjual secara online namun dengan seiring berjalannya waktu saya membangun sebuah toko pada tahun 2021 ini yang merupakan awal yang baru dari usaha saya ini. Dalam promosi produk saya menggunakan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*. Dalam promosi yang saya lakukan dengan lewat media ini mendapatkan tanggapan positif dari konsumen. Banyak konsumen yang bertanya-tanya mengenai produk saya dan Alhamdulillah banyak yang respon”. (Nurul Muhlisa, Wawancara 15/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi dengan

menggunakan media sosial media akan mudah merayu konsumen dan akan tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. Barang atau produk yang dijual oleh Lisa Hijab tidak hanya hijab saja tetapi terdapat busana muslim, pakaian anak-anak, *accessoris*, kosmetik dan lain-lain.

Mengenai peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara, Ibu Darmawati 40 tahun mengatakan bahwa,

“Saya membangun usaha ini pada tahun 2021. Di mana tahun 2021 ini awal berdirinya usaha saya ini. Karena memiliki peluang keuntungan yang menjanjikan serta ingin meningkatkan perekonomian maka usaha ini pun saya didirikan. Terlebih ketika perayaan hari kemerdekaan Indonesia tiba, ada banyak kalangan yang membutuhkan baju adat untuk disewa. Baik itu kalangan anak-anak hingga rang dewasa. Memanfaatkan social media merupakan strategi pemasaran yang saya lakukan untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang sejenis. Saya bisa mejangkau lebih banyak pelanggan jika mempromosikan bisnis sewa baju adat secara online“. (Darmawati, Wawancara 16/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan promosi dengan memanfaatkan media social seperti instagram, facebook, whatsapp, dan lain-lain untuk memasarkan produk dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan memanfaatkan media social juga dapat dengan mudah bagi owner untuk mengupdate untuk memberikan informasi kepada pelanggan jika ada barang baru yang datang.

Berdasarkan hasil penelitian baik dilakukan secara observasi maupun dilakukan secara wawancara maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai yaitu:

- a. Mendirikan toko kue
 - b. Mendirikan toko roti
 - c. Mendirikan *galery* hijab dan *fashion kids*
 - d. Mendirikan toko rental busana
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital Pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai

Pada dasarnya permasalahan secara umum yang dihadapi oleh UMKM dapat disederhanakan menjadi 2 kelompok yaitu, rendahnya kemampuan pengelola usaha, terutama disebabkan oleh rendahnya kualitas SDM dan terbatasnya akses UMKM kepada sumber daya produktif. Masalah SDM merupakan *critical* faktor yang paling menentukan untuk mencapai keberhasilan dalam berbagai kegiatan atau usaha, baik UMKM maupun usaha besar. Kondisi ini terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan, pengetahuan dan pengalaman dalam sektor usaha tersebut. Permasalahan kedua yaitu adanya keterbatasan akses kepada sumber daya produktif, terutama pemasaran, permodalan dan teknologi. Beberapa aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tingkat persaingan yang keras baik dipasar domestik maupun di pasar ekspor. Sementara itu, seperti yang telah diuraikan pada umumnya kualitas produk dan tingkat produktivitas UMKM di Indonesia rendah, ditambah dengan iklim usaha yang belum kondusif di dalam negeri, yang menimbulkan biaya ekonomi tinggi, seperti. pengurusan perizinan yang mahal, dengan

prosedur yang panjang, serta banyaknya biaya pungutan tidak resmi turut memperlemah daya saing produk-produk UMKM.

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sejauh ini juga memiliki dua masalah yang paling sering dialami yakni masalah struktural dan kultural. Aspek struktural seperti akses modal, pelatihan, training dan pasar. Aspek kultural yaitu cara berpikir dan mentalitas. Menurutnya kualitas para pengusaha di Indonesia sangat hebat, namun kurang memiliki akses yang baik. Sedangkan terhadap kultural, bekerja keras, berani mencoba dan saling berkolaborasi sangat penting bagi seorang wirausaha khususnya wirausaha muda.

- a. Faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Mengenai faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai, Ibu Darma Rita 31 tahun selaku *owner* Awri Cake mengatakan bahwa,

“Hal yang mendukung dalam menjalankan usaha ini adalah dengan adanya pekerjaan merupakan sebuah kesyukuran karena terhindar dari pengangguran, pekerjaan ini juga memberikan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan saya.” (Darma Rita, Wawancara 14/04/2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa Awri Cake sebagai UMKM dengan memberikan keuntungan berupa penghasilan sebagai pemenuhan kesejahteraan bagi perekonomian.

Mengenai faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara, Ibu Andi Rukmini 53 tahun selaku pemilik UMKM *Mini Café and Cake* mengatakan bahwa,

“Perubahan selera konsumen justru menjadi faktor pendukung pengembangan produk. Sebab dengan adanya perubahan selera konsumen, saya akan berupaya keras mengembangkan produk agar tetap bisa memberikan kepuasan terhadap konsumen.” (Andi Rukmini, Wawancara 14/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka kita dapat mengetahui bahwa selera yang dimiliki konsumen selalu berubah-ubah. Agar tetap bisa mengikuti selera yang diinginkan oleh konsumen, maka UMKM Mini Café and Cake harus melakukan pengembangan produk.

Mengenai faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Ibu Daniva 29 tahun mengatakan bahwa,

“Dukungan dari keluarga terutama suami saya dan juga peralatan dapur yang memadai serta pemilihan bahan baku yang berkualitas yang membuat hasilnya semakin bagus merupakan faktor pendukung dari usaha ini.” (Davina, Wawancara 15/04/2023)

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung yang dapat membantu berjalannya usaha ini. Dan juga peralatan serta pemilihan bahan yang tepat dapat memberikan kontribusi yang sangat signifikan sehingga pengelolaan usaha yang dikelola dengan adanya

faktor pendukung akan memberikan dampak yang positif.

Mengenai faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan sinjai utara, Ibu Nurul Muhlisa 28 tahun mengatakan bahwa,

“Hijab yang saya produksi ini sangat memperhatikan dari segi kualitas dan harga. Pemilihan bahan atau kain saya pilih dengan kualitas yang baik atau menengah. Sehingga orang yang memakai produk saya ini akan merasa nyaman sehingga apabila bahan tidak nyaman maka para konsumen tidak akan menyukai produk saya.” (Nurul Muhlisa, Wawancara 15/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa apabila konsumen senang dengan produk yang dijual maka konsumen akan setia membeli produk kita dan tidak akan membeli produk dari pesaing.

Mengenai faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara, Ibu Darmawati mengatakan bahwa,

“Kejelian saya dalam membeli pakaian adat sangatlah penting. Apabila nanti akan disewakan kepada orang lain saya memperhatikan bahan, model, ukuran, dan detail pakaian dengan baik karena semakin unik dan tinggi kualitas”. (Darmawati, Wawancara 16/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pemilihan bahan yang berkualitas akan mempengaruhi harga dan minat konsumen. Semakin tinggi kualitas produk maka harga sewanya pun juga semakin mahal.

Berdasarkan kelima hasil wawancara di atas maka bisa disimpulkan bahwa faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai adalah

1. Pengembangan produk
 2. Peralatan yang memadai
 3. Pemilihan bahan baku yang berkualitas
 4. Penggunaan media sosial
- b. Faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai

Mengenai faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai, Ibu Darma Rita 31 tahun selaku *owner* Awri Cake mengatakan bahwa,

”Hambatan menjalankan usaha ini adalah bahan baku susah ditemukan di pasaran serta harga yang cukup mahal” (Darma Rita, Wawancara 14/04/2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan melihat aktivitas jual beli kue, sebagaimana kita ketahui kendala adalah suatu kondisi di mana gejala atau hambatan dan kesulitan menjadi penghalang tercapainya suatu keinginan. Hal ini juga terjadi pada UMKM Awri Cake yang susah mendapatkan bahan baku di pasaran serta harga yang cukup tinggi.

Mengenai faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara, Ibu Andi

Rukmini 53 tahun selaku pemilik UMKM *Mini Cafe and Cake* mengatakan bahwa,

“Dengan adanya persaingan harapan dapat menyaingi atau memenangkan persaingan dengan usaha yang sejenis.” (Andi Rukmini, Wawancara 04/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya persaingan yang kuat di antara pelaku UMKM yang sejenis akan memotivasi para pelaku UMKM untuk selalu mengembangkan produknya supaya bisa bersaing dengan usaha yang sejenis.

Mengenai faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Ibu Daniva 29 tahun mengatakan bahwa,

“Adapun faktor penghambatnya yaitu persaingan cukup ketat dikarenakan usaha roti ini mulai menjamur disekitar kita. Banyak pelaku usaha yang mencoba pereuntungan dengan membuka usaha serupa. Kemudian harga bahan baku yang tidak stabil sehingga saya mensiaatinya dengan membeli bahan di tempat langganan saya belanja.” (Davina, Wawancara 15/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa adanya persaingan serta bahan baku yang tidak stabil sehingga hal ini akan menjadi ancaman terhadap perkembangan usaha yang dijalankan.

Mengenai faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara, Ibu Nurul Muhlisa 28 tahun mengatakan bahwa,

“Dalam segi kualitas produk terkadang terhambat oleh adanya bahan yang tidak sesuai dengan keinginan. Jadi ketika bahan yang dicari susah untuk didapatkan otomatis ketika sudah mendapatkan bahan yang diinginkan harganya pun menjadi mahal. Selain itu, disini tokonya juga tidak terlalu luas dan barang-barang yang kita produksi juga semakin banyak.” (Nurul Muhlisa, Wawancara 15/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa kendala yang dihadapi pada kualitas yaitu saat bahan pembuatan busana muslim atau hijab susah didapatkan. selain itu dalam mendirikan suatu usaha kita tidak dapat memungkiri adanya kendala-kendala yang dihadapi dan harus

siap dengan kemungkinan yang akan terjadi. Dalam menentukan tempat usaha harus merinci apa saja yang dibutuhkan untuk kegiatannya. Dengan itu, kita dapat menetapkan tempat sesuai dengan kebutuhan dan fungsinya.

Mengenai faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di kecamatan Sinjai Utara, Ibu Darmawati 40 tahun mengatakan bahwa,

“Adapun kelalaian pelanggan dalam mengontrol baju yang di sewa kurang diperhatikan sehingga apabila terjadi kerusakan pada barang yang disewa akan membuat kerugian bagi toko kami”.
(Darmawati, Wawancara 16/04/2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas di atas dapat disimpulkan bahwa kerusakan yang terjadi pada barang yang disewa akan menjadi tanggung jawab toko.

Berdasarkan kelima hasil wawancara di atas bahwa faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai adalah

1. Persaingan yang kuat
2. Bahan baku susah di dapatkan serta harga yang mahal
3. Bahan baku yang tidak sesuai dengan keinginan
4. Tempat yang sempit
5. Kelalaian pelanggan

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai yaitu:
 - a. Mendirikan toko kue
 - b. Mendirikan toko roti
 - c. Mendirikan *galery* hijab dan *fashion kids*
 - d. Mendirikan toko rental busana
2. Faktor pendukung peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai adalah
 - a. Pengembangan produk
 - b. Peralatan yang memadai
 - c. Pemilihan bahan baku yang berkualitas
 - d. Penggunaan media sosial

Sedangkan faktor penghambat peran perempuan generasi milenial di era ekonomi digital

pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai adalah

- a. Persaingan yang kuat
- b. Bahan baku susah di dapatkan serta harga yang mahal
- c. Bahan baku yang tidak sesuai dengan keinginan
- d. Tempat yang sempit
- e. Kelalaian pelanggan

B. Saran

1. Pemerintah diharapkan lebih bijak lagi memperhatikan UMKM yang ada, karena UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai cukup memiliki potensi yang bisa dibilang sangat baik untuk meningkatkan perekonomian dan meningkatkan kemajuan daerah.
2. Pemilik UMKM harus lebih meningkatkan lagi pengetahuannya tentang ekonomi digital supaya nantinya bisa bersaing dengan pelaku UMKM lainnya serta dapat bertahan di era digital tanpa ketertinggalan zaman. Mereka harus menempatkan karyawan khusus untuk mengelolah media sosial UMKMnya.

3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan responden tidak hanya pada bidang UMKM yang dikelola oleh perempuan milenial, tetapi juga bisa memperluas penelitian pada bidang lain yang aktif dalam penggunaan teknologi digital sebagai pendukung aktivitas ekonomi, seperti tenaga kerja perusahaan swasta atau negeri, pertanian, perikanan, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anifa, A. (2020). Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna di Indonesia. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi, Vol.3*, h.37-49.
- Arif, M. (2021). *Generasi Millenial dalam Internalisasi Karakter Nusantara* (Cet.I).
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Bahri, A. (2015). Perempuan Dalam Islam (Mensinerjikan Antara Peran Sosial dan Peran Rumah Tangga). *Jurnal Al-Maiyyah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Pare-Pare, Vol.8*.
- BPS. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Kementerian Peberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak*.
- Budiarta, B., dkk. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*.
- Dinas Koperasi, UMKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai, 2023
- Suwarni, E., dkk. (2019). Peluang dan hambatan pengembangan usaha mikro pada era ekonomi digital. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*.

- Eris, J. (n.d.). Strategi Pengembangan Sumber Daya dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomik*, Vol.3, h.24-25.
- Febrantara, F. (2020). *Bagaimana Penanganan UKM di Berbagai Negara Saat Ada Pandemi Covid-19? DDTC Fiscal Research*.
- Hinning, E. A. (2018). *Digital Informtion and Transformation: An Institutional Perspektif, Information and Organization*. 28, 52–61.
- Khairunnisa, I., dkk. (2022). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- Jauhari, J. (n.d.). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce*.
- Indar, K. (2003). Pemberdayaan Perempuan Melalui Rekonstruksi Pemahaman Agama. *Pusat Studi Pusat Gender (PSG) IAIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Meleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian kualitatif*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta Press.
- Panggabean, F. M. A. H. dan L. (2019). Peran Perempuan Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dalam Rangka Menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inada*, h.111.

- Permana, P., dan Pustpitaningsih, P., dkk. (2019). Fenomena Uang Digital. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Permana, S. H. (2017). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia*.
- Prantiasih, A. (2014). Reposisi Peran dan Fungsi Perempuan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewarganegaraan*, h.5.
- Prastyaningstyas, E. W. (n.d.). Seminar Nasional Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (SENMA) VI Tahun 2019. *Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri*.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah dalam Pengembangan UMKM di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, h.55-61.
- Ramadhani, N. S. (2022). *Peranan UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian Karyawan (Studi pada UMKM Awri Cake di Kabupaten Sinjai)*. IAI Muhammadiyah Sinjai
- Robi'ul Afif Nurul, 'Aini. (n.d.). Analisis Strategi dan Kunci Keberhasilan Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Auladuna*, h.126.
- Said, A. (2018). Statistik Gender Tematik Profil Generasi Milenial. *Kementrian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak*, h.18.
- Sari, S. I. (2018). *Persepsi pekerja wanita sebagai pedagang dalam tinjauan hukum islam (studi kasus di Pasar Aceh Kecamatan Baiturrahmah Kota Banda Aceh)*. 161.

- Sianturi, P. (2017). Peran Ekonomi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inspirasi*.
- Retnowati, S. (2009). *Tinjauan Psikologis Peran Perempuan dalam Keluarga Islam*. h.8.
- Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro dan Kecil di Masa Pandemi dalam Pembangunan Ekonomi Digital di Indonesia. (2021). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*.
- Sugiyono, S. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RxD*. Alfabeta.
- Tarantang, J. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, h.60-75.
- Vanamoy, A. E. (2021). *Analisis Peran Wanita Generasi Milenial Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Dalam Era Ekonomi Digital di Kepulauan Riau Indonesia*.
- Wibowo, e. w. (2018). Analisis Ekonomi Digital dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan GDP Negara ASEAN. *Jurnal Lentera Bisnis*, h.79.
- Wijoyo, W., Hadion, H., dkk. (2020). *Digitalisasi UMKM. Insan Cendikia Mandiri Sumatera Barat*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

HASIL OBSERVASI ANALISIS STRATEGIS PERAN PEREMPUAN GENERASI MILENIAL DI ERA EKONOMI DIGITAL PADA UMKM DI KECAMATAN SINJAI UTARA KABUPATEN SINJAI

Waktu Pelaksanaan : Senin, 10 April 2023

Tempat Pelaksanaan : UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1.	Pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran produk	✓	
2.	Pelaku UMKM mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi digital	✓	
3.	Pelaku UMKM menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	
4.	Pelaku UMKM menggunakan bahan yang berkualitas	✓	

5.	Terdapat kendala dalam menjalankan usaha	✓	
6.	Terdapat faktor pendukung dalam menjalankan usaha	✓	
7.	Terdapat faktor penghambat dalam menjalankan usaha	✓	

Observer

qidatul Izza
190303046

LAMPIRAN 1

HASIL OBSERVASI ANALISIS STRATEGIS PERAN PEREMPUAN GENERASI MILENIAL DI ERA EKONOMI DIGITAL PADA UMKM DI KECAMATAN SINJAI UTARA KABUPATEN SINJAI

Waktu Pelaksanaan : Senin, 10 April 2023

Tempat Pelaksanaan : UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

No	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1.	Pelaku UMKM menggunakan media sosial sebagai strategi pemasaran produk	✓	
2.	Pelaku UMKM mendapatkan untung yang banyak setelah melakukan promosi digital	✓	
3.	Pelaku UMKM menciptakan inovasi untuk menarik perhatian konsumen	✓	
4.	Pelaku UMKM menggunakan bahan yang berkualitas	✓	
5.	Terdapat kendala dalam menjalankan usaha	✓	
6.	Terdapat faktor pendukung dalam menjalankan usaha	✓	
7.	Terdapat faktor penghambat dalam menjalankan usaha	✓	

Observer



Aqidatul Izza
190303046

LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :

B. Pertanyaan

1. Apa nama usaha Ibu?
2. Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
3. Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
5. Kendala apa saja yang Ibu alami selama menjalankan usaha ini?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha Ibu ini?

Narasumber

(.....)

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Nama : DARMA RITA

Jenis Kelamin : PEREMPUAN

Usia : 31 TAHUN

B. Pertanyaan

1. Apa nama usaha Ibu?
2. Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
3. Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
5. Kendala apa saja yang Ibu alami selama menjalankan usaha ini?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha Ibu ini?

Narasumber



(.....)

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Nama : *Andi Rukmini*

Jenis Kelamin : *Perempuan*

Usia : *53 Tahun*

B. Pertanyaan

1. Apa nama usaha Ibu?
2. Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
3. Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
5. Kendala apa saja yang Ibu alami selama menjalankan usaha ini?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha Ibu ini?

Narasumber



(ANDI RUKMINI)

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Nama : Danifa
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 29 Tahun

B. Pertanyaan

1. Apa nama usaha Ibu?
2. Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
3. Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
5. Kendala apa saja yang Ibu alami selama menjalankan usaha ini?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha Ibu ini?

Narasumber


(.....)

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Nama : Nurul Muhlisa

Jenis Kelamin : PEREMPUAN

Usia : 38 TAHUN

B. Pertanyaan

1. Apa nama usaha Ibu?
2. Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
3. Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
5. Kendala apa saja yang Ibu alami selama menjalankan usaha ini?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha Ibu ini?

Narasumber


(.....)

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku UMKM di Kecamatan Sinjai Utara

Nama : Darmawati
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 40 tahun

B. Pertanyaan

1. Apa nama usaha Ibu?
2. Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
3. Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
5. Kendala apa saja yang Ibu alami selama menjalankan usaha ini?
6. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha Ibu ini?

Narasumber


(.....)

PEDOMAN DOKUMEN

NO	NAMA DOKUMEN	KETERANGAN
1.	Profil Dinas Koperasi, UKM dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai	Soft File
2.	Data Perkembangan UMKM Kabupaten Sinjai	Soft File
3.	Dokumentasi Penelitian di UMKM Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai	Soft File

DESKRIPSI HASIL WAWANCARA

Nama : Darma Rita

Usia : 31 tahun

Alamat : Sinjai Utara

Jabatan : Owner Awri Cake

1. Peneliti : Apa nama usaha Ibu?

Responden : Nama Usaha ini adalah Awri Cake

2. Peneliti : Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?

Responden : Saya berhasil mendirikan usaha ini dimulai pada tahun 2017-sekarang.

3. Peneliti : Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?

Responden : Awal mulanya berasal dari niat untuk membantu suami saya menambah penghasilan di dalam keluarga. Dengan modal dari tabungan dan bantuan orang tua yang memproduksi kue basah dan proses produksinya dilakukan di rumah saya sendiri.

4. Peneliti : Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?

Responden : Dengan strategi pemasaran yang di jalankan secara *online* dan *offline* maka usaha ini pun berjalan sesuai dengan ekspektasi saya. Saya

mempromosikan produk usaha ini dengan memanfaatkan sosial media seperti Facebook, WhatsApp dan Instagram. Dengan memanfaatkan sosial media ini, saya mendapat banyak kemudahan dalam mempromosikan produk usaha ini.

5. Peneliti : Kendala apa saja yang ibu alami selama menjalankan usaha ini?

Responden : Bahan baku yang susah di dapat dan harga yang mahal

6. Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha ini?

Responden : Dengan menggunakan model pemasaran digital di tengah persaingan di sosial media, saya tetap konsisten dengan melakukan promosi terkait produk ini dan lebih giat lagi dalam mempromosikan produk ini kedepannya supaya dapat meningkatkan penjualannya. Selain itu, saya tidak terlalu memikirkan persaingan akan tetapi bagaimana bisa fokus dalam memproduksi

produk saya dalam sehari bisa produk ini terjual. Hal yang mendukung dalam menjalankan usaha ini adalah dengan adanya pekerjaan ini dan merupakan sebuah kesyukuran karena terhindar dari pengangguran, pekerjaan ini juga memberikan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan saya. Sedangkan hambatan menjalankan usaha ini adalah bahan baku susah ditemukan di pasaran serta harga yang cukup mahal.

Narasumber

(Darma Rita)

DESKRIPSI HASIL WAWANCARA

Nama : Andi Rukmini

Usia : 53 tahun

Alamat : Sinjai Utara

Jabatan : Owner Mini Café and Cake

1. Peneliti : Apa nama usaha Ibu?

Responden : Nama Usaha ini adalah Mini café and cake

2. Peneliti : Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?

Responden : Usaha ini berdiri pada tahun 2018

3. Peneliti : Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?

Responden : Dengan melihat bahwa di daerah Kabupaten Sinjai masih kurang pengusaha kue pada waktu itu sehingga menjadikan awal mulanya saya mendirikan usaha ini. Toko saya ini menjual berbagai jenis kue. Saya menawarkan kue dengan harga terjangkau dan rasa khas serta berkualitas. Sepanjang perjalanan dalam usaha ini, produk sayapun pun semakin digemari atau diminati oleh masyarakat luas..

4. Peneliti : Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?

Responden : Memanfaatkan media sosial serta bantuan *plafrom e-commerce* merupakan strategi pemasaran yang saya lakukan untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya

5. Peneliti : Kendala apa saja yang ibu alami selama menjalankan usaha ini?

Responden : Bahan baku yang kurang

6. Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha ini?

Responden : Perubahan selera konsumen justru menjadi faktor pendukung pengembangan produk. Sebab dengan adanya perubahan selera konsumen, saya akan berupaya keras mengembangkan produk agar tetap bisa memberikan kepuasan terhadap konsumen. Selain itu, dengan adanya persaingan yang kuat diantara UMKM yang sejenis akan mendorong saya untuk selalu mengembangkan produk ini. Dengan harapan

dapat menyaingi atau memenangkan
persaingan dengan usaha yang sejenis

Narasumber

(Andi Rukmini)

DESKRIPSI HASIL WAWANCARA

- Nama : Daniva
Usia : 29 tahun
Alamat : Sinjai Utara
Jabatan : Owner D'Roti
1. Peneliti : Apa nama usaha Ibu?
Responden : Nama Usaha ini adalah D'Roti
 2. Peneliti : Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
Responden : Saya mendirikan usaha ini pada tahun 2020
 3. Peneliti : Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
Respnden : Dengan melihat bahwa di daerah Kabupaten Sinjai belum ada pengusaha roti pada waktu itu sehingga menjadikan awal mula saya mendirikan usaha ini. Dengan menggunakan modal dibarengi dengan pengetahuan tentang dunia usaha yang diperoleh dari internet. Tak terasa usia usaha ini sudah menginjak tiga tahun, dengan tetap konsisten memproduksi produk yang lebih monoton pada roti akan tetapi dibarengi juga dengan kue seperti bolu dan kue lainnya di tengah banyaknya pesaing sekarang ini.
 4. Peneliti : Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu

lakukan?

Responden : Adapun strategi pemasaran yang saya lakukan yaitu dengan tetap konsisten dengan harga, rasa dan varian produk. Dengan dipasarkan baik secara *offline* maupun *online* melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Melalui media sosial ini, saya sangat mudah dalam mempromosikan produk ini. Saya tidak perlu lagi keluar untuk mempromosikan produk ini kepada semua orang cukup dengan melalui sosial media ini

5. Peneliti : Kendala apa saja yang ibu alami selama menjalankan usaha ini?

Responden : Permasalahan harga pasar dan bahan baku selalu naik

6. Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha ini?

Responden : Dukungan dari keluarga terutama suami saya dan juga peralatan dapur yang memadai serta pemilihan bahan baku yang berkualitas yang membuat hasilnya semakin bagus merupakan factor pendukung dari usaha ini. Adapun faktor penghambatnya yaitu persaingan cukup ketat dikarenakan usaha roti ini mulai menjamur disekitar

kita. Banyak pelaku usaha yang mencoba pereuntungan dengan membuka usaha serupa. Kemudian harga bahan baku yang tidak stabil sehingga saya mensiaatinya dengan membeli bahan di tempat langganan saya belanja.

Narasumber

(Daniva)

Deskripsi Hasil Wawancara

- Nama : Nurul Muhlisa
- Usia : 28 tahun
- Alamat : Sinjai Utara
- Jabatan : Owner Lisa Hijab
1. Peneliti : Apa nama usaha Ibu?
Responden : Nama Usaha ini adalah Lisa Hijab
 2. Peneliti : Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?
Responden : Saya membangun usaha ini pada tahun 2021
 3. Peneliti : Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?
Responden : Karena tidak ada kegiatan dan kebetulan saya suka berdagang sehingga saya memulai usaha ini. Awalnya saya menjual secara online namun dengan seiring berjalannya waktu saya membangun sebuah toko pada tahun 2021 ini yang merupakan awal yang baru dari usaha saya ini.
 4. Peneliti : Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?
Responden : Dalam promosi produk saya menggunakan media social seperti instagram, facebook, dan whatsapp. Dalam promosi yang saya lakukan

dengan lewat media ini mendapatkan tanggapan positif dari konsumen. Banyak konsumen yang bertanya-tanya mengenai produk saya dan Alhamdulillah banyak yang respon

5. Peneliti : Kendala apa saja yang ibu alami selama menjalankan usaha ini?

Responden : Kekurangan modal dan tempat yang sempit

6. Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha ini?

Responden : Hijab yang saya produksi ini sangat memperhatikan dari segi kualitas dan harga. Pemilihan bahan atau kain saya pilih dengan kualitas yang baik atau menengah. Sehingga orang yang memakai produk saya ini akan merasa nyaman sehingga apabila bahan tidak nyaman maka para knsumen tidak akan menyukai produk saya. Dalam segi kualitas produk terkadang terhambat oleh adanya bahan yang tidak sesuai dengan keinginan. Jadi ketika baha yang dicari susah untuk

didapatkan otomatis ketika sudah mendapatkan bahan yang diinginkan harganya pun menjadi mahal. Selain itu, disini tokonya juga tidak terlalu luas dan barang-barang yang kita produksi juga semakin banyak

Narasumber

(Nurul Muhlisa)

Deskripsi Hasil Wawancara

Nama : Darmawati

Usia : 40 tahun

Alamat : Sinjai Utara

Jabatan : Owner Darma Collection and Makeup

1. Peneliti : Apa nama usaha Ibu?

Responden : Nama Usaha ini adalah Darma Collection and Makeup

2. Peneliti : Sudah berapa lama Ibu mendirikan usaha ini?

Responden : Saya membangun usaha ini pada tahun 2021. Di mana tahun 2021 ini awal berdirinya usaha saya ini.

3. Peneliti : Mengapa Ibu memilih menjalankan usaha ini?

Responden : Karena memiliki peluang keuntungan yang menjanjikan serta ingin meningkatkan perekonomian maka usaha ini pun saya didirikan. Terlebih ketika perayaan hari kemerdekaan Indonesia tiba, ada banyak kalangan yang membutuhkan baju adat untuk disewa. Baik itu kalangan anak-anak

hingga rang dewasa.

4. Peneliti : Bagaimana strategi pemasaran yang Ibu lakukan?

Responden : Memanfaatkan social media merupakan strategi pemasaran yang saya lakukan untuk bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang sejenis. Saya bisa mejangkau lebih banyak pelanggan jika mempromosikan bisnis sewa baju adat secara online

5. Peneliti : Kendala apa saja yang ibu alami selama menjalankan usaha ini?

Responden : Lokasi yang sempit

6. Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menjalankan usaha ini?

Responden : Kejelian saya dalam membeli pakaian adat sangatlah penting. Apabila nanti akan disewakan kepada orang lain saya memerhatikan bahan, model, ukuran, dan detail pakaian dengan baik karena semakin unik dan tinggi kualitas pakaian adat saya, harga sewanya juga bisa semakin mahal.

Adapun kelalaian pelanggan dalam mengontrol baju yang di sewa kurang diperhatikan sehingga apabila terjadi kerusakan pada barang yang disewa akan membuat kerugian bagi toko kami

Narasumber

(Darmawati)

LAMPIRAN

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



Wawancara dengan Kepala Bidang UMKM Dinas Koperasi
UKM Dan Tenaga Kerja Kabupaten Sinjai



Wawancara dengan Pemilik UMKM Awri Cake



Wawancara dengan Pemilik Mini Café anda Cake



Wawancara dengan Pemilik Lisa Hijab



Wawancara dengan Pemilik Darma Collection and Makeup



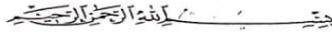
**INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM**

KAMPUS : JL. SUL-TAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92642

Email: fehi.lainsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020



**SURAT KEPUTUSAN
NOMOR: 759.D3/III.3./U/P/KEP/2022**

**TENTANG
DOSEN PEMBIMBING PENYUSUNAN PROPOSAL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM T.A 2022-2023**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI**

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023, maka Dosen Pembimbing Penyusunan Proposal skripsi dipandang perlu ditetapkan dalam Surat Keputusan.
- Mengingat** : 2. Bahwa nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas yang di amanahkan kepadanya.
3. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muhammadiyah.
4. Undang-undang No. 20 tahun 2003 tentang Sisdiknas.
5. Undang-Undang R.I No. 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
6. Keputusan Menteri Agama R.I No. 6722 Tahun 2015, tentang perubahan nama STAI Muhammadiyah Sinjai menjadi Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
7. Surat Keputusan Rektor IAIM Nomor : 312/1.3.AU/D/KEP/2016 tentang Pembagian Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI)
8. Pedoman PP. Muhammadiyah No. 02/PED/1.0/B/2012 tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah.
9. Statuta Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Memperhatikan** : Kalender Akademik Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai Tahun Akademik 2022-2023.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai tentang Dosen Pembimbing penyusunan proposal skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam.
- Pertama** : Mengangkat dan menetapkan saudara :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Suriati, M.Sos.I	Srianti Permata, S.Pd, M.Pd

untuk penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : Aqjdatul Izza

NIM : 190303046

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Strategis Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital pada UMKM Di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai

- Kedua** : Hal-hal yang menyangkut pendapatan/nafkah karena tugas dan tanggung jawabnya diberikan sesuai peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANI DDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TEL/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email: fbf.iaimsinjai@gmail.com

Website: <http://www.iaim-sinjai.ac.id>

ITERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT SK NOMOR : 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XIU/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

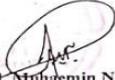
- Ketiga : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagai amanat dengan penuh rasa tanggung jawab.
- Kecempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Sinjai

Pada Tanggal : 29 Rabi'ul Akhir 1444 H

: 23 November 2022 M

Dekan,


Abd. Muhaimin Nabir, SE., M.Ak., Ak.
NBM. 1213397

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua BPH IAIM Sinjai di Sinjai
2. Rektor IAIM Sinjai di Sinjai.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah IAIM Sinjai di Sinjai.



INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM

KAMPUS : JL. SULTAN HASANUDDIN NO. 20 KAB. SINJAI, TLP/FAX 048221418, KODE POS 92612

Email : info@iain-sinjai.ac.id Website : <http://www.iain-sinjai.ac.id>

TERAKREDITASI INSTITUSI BAN-PT. NOMOR SK - 1088/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 019.D3/III.3.AU/F/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Sinjai, 26 Jumadil Akhir 1444 H
18 Januari 2023 M

Kepada Yang Terhormat

Kepala DPMP TSP Sinjai
di

Sinjai

Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Semoga rahmat Allah SWT senantiasa tercurah kepada kita semua, sehingga kita dimudahkan dalam melaksanakan amanah Nya

Dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa program Strata Satu (S1) **Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam (FEHI) IAIM Sinjai**, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Aqidatul Izza
NIM : 190303046
Prodi Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)

akan mengadakan penelitian dengan judul:

“ Analisis Strategi Peran Perempuan Generasi Milenial di Era Ekonomi Digital Pada UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai”.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas dimohon kiranya yang bersangkutan dapat diberikan izin melaksanakan penelitian di tempat bapak.

Atas perhatian dan kerjasama kami ucapkan terima kasih

Wassalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan
FAKULTAS EKONOMI DAN HUKUM ISLAM
IAIM SINJAI
Aduh Mulyaemin Nabir, S.E., M.Ak, Ak
NIM 1213397



PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI 24 JAN 2023
DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat: Jalan Persatuan Raya No. 116, Kelurahan Bittigere Kabupaten Sinjai Telpom : (0482)210699 Fax : (0482)22450 Kode Pos : 02612 Kabupaten Sinjai

Nomor : 000046/16/01/DPM-PTSP//2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Yth.

1. Kepala Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kab Sinjai
2. Para Pemilik UMKM di Kecamatan Sinjai Utara Kab Sinjai

Di
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fak. Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, Nomor : 019.D3/III.3.AU/F/2023, Tanggal 18 Januari 2023 Perihal Penelitian .

Bahwa Mahasiswa/Peneliti yang tersebut di bawah ini :

Nama : AQIDATUL IZZA
Tempat / Tanggal Lahir : Sinjai/28 Juli 2001
Nama Perguruan Tinggi : INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI) MUHAMMADIYAH SINJAI
NIM : 190303046
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Alamat : Patohoni, Kel./Desa Palae, Kecamatan Sinjai Selatan, Kabupaten Sinjai

Bermaksud akan mengadakan Penelitian di Daerah/Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan Skripsi, Dengan Judul : ANALISIS STRATEGI PERAN PEREMPUAN GENERASI MILENIAL DI ERA EKONOMI DIGITAL PADA UMKM DI KECAMATAN SINJAI UTARA KABUPATEN SINJAI

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 01 s/d 30 April 2023
Pengikut : -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus melaporkan diri kepada instansi tersebut di atas;
 2. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari masalah yang telah diizinkan semata-mata kepentingan pengumpulan data;
 3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan dan mengindahkan adat istiadat setempat;
 4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada instansi tersebut di atas; dan
 5. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada Bupati Sinjai Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Diterbitkan di Kabupaten Sinjai
Pada tanggal : 19 Januari 2023

a.n. BUPATI SINJAI
KEPALA DINAS,



LUKMAN DAHLAN, S.IP, M.SI
Pangkat : Pembina Utama Muda / IVc
NIP : 197011301990031002

Tembusan disampaikan kepada Yth :

- 1 Bupati Sinjai (sebagai laporan).
- 2 Rektor IAI Muhammadiyah Sinjai
- 3 Yang Bersangkutan (Aqidatul Izza)
- 4 Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI
DINAS KOPERASI UKM DAN TENAGA KERJA

Alamat. Jl. Jend.Sudirman No. 19 Kabupaten Sinjai Prop.Sulawesi Selatan Tlp Kode Pos 92612 (0482)2425381

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 800/17.97/V/Diskopnaker/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kab. Sinjai menerangkan bahwa :

Nama : **AQIDATUL IZZA**
Tempat /Tgl Lahir : Sinjai 28 Juli 2001
Pekerjaan : Mahasiswi (S1)
NIM : 190303046
Program Studi : Ekonomi Syariah
Perguruan Tinggi : INSTITUT AGAMA ISLAM (IAI)
MUHAMMADIYAH SINJAI

Bahwa yang tersebut namanya di atas adalah benar melakukan penelitian pada tanggal 01 April - 30 April 2023 dengan judul penelitian **“ANALISIS STRATEGI PERAN PEREMPUAN GENERASI MILENIAL DI ERA EKONOMI DIGITAL PADA UMKM DI KECAMATAN SINJAI UTARA KABUPATEN SINJAI”**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sinjai, 29 Mei 2023

Kepala Dinas Koperasi UKM
dan Tenaga Kerja Kab Sinjai



Ir. H. Muh. Ramfan Hamid, M.Si
Pangkat Pembina Utama Muda
Nip. 196812021994011001

BIODATA PENULIS



Nama : Aqidatul Izza

Nim : 190303046

Tempat, Tanggal Lahir : Sinjai, 28 Juli 2001

Alamat : Dusun Patohoni, Desa Palae, Kec.
Sinjai Selatan

Pengalaman organisasi : 1. PK IMM FEHI Tahun 2020-2022
2. Pengurus Himpunan Mahasiswa
Ekonomi Syariah Tahun 2020-
2021

Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SD Negeri 173 Patohoni
2. SLTP/SMP : SMP Negeri 2 Sinjai
3. SMU/MA : SMA Negeri 2 Sinjai
4. S1 : Universitas Islam Ahmad Dahlan
Sinjai

Handphone :081362711356

Email : izzaaqidatulizza07@gmail.com

Nama Orang Tua : Asbah Gasto (Ayah)

Nurbaya (Ibu)

PAPER NAME
190303046

AUTHOR
AQIDATUL IZZA



WORD COUNT
12537 Words

CHARACTER COUNT
81899 Characters

PAGE COUNT
62 Pages

FILE SIZE
136.4KB

SUBMISSION DATE
Sep 12, 2023 10:36 AM GMT+8

REPORT DATE
Sep 12, 2023 10:37 AM GMT+8

● **29% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 27% Internet database
- 11% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 20% Submitted Works database

