

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Cirebon berada pada wilayah timur Jawa Barat dan menempati posisi *geografis* yang sangat strategis karena keberadaannya yang tepat di perlintasan barang dan jasa melalui pantai utara (pantura), sehingga menjadikannya sebagai wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (OKTAVIANI, 2023). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Halim, 2020). Dengan begitu, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan dalam pembentukan pasar dagang yang kreatif di Kota Cirebon

Menurut (Armiani et al., 2021 Peran Dari UMKM sebagai perekonomian di Kota Cirebon berupa memberikan sumber pendapatan dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya usaha perorangan). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi salah satu pilar dalam bidang usaha yang berkembang secara konsisten dalam tahapan pembangunan nasional. Sehingga, UMKM turut berkontribusi terhadap pembangunan sosial ekonomi bangsa melalui menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat UMKM tidak boleh membeda-bedakan antara satu dengan lainnya.

Data yang terdapat di opendata.cirebonkota.go.id berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat tahun 2023 menjelaskan tentang jumlah UMKM yang ada di kota Cirebon mencapai 1789 yang terdiri jenis usaha fashion, kuliner dan jasa. Namun (Rohman, 2023b) mengatakan bahwa masih banyak pelaku Usaha Mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon yang dominan tidak mengerti mengenai penggunaan dari teknologi digital. Penyebab dari UMKM kurang memahami pengembangan teknologi digital seperti kurangnya dorongan dari pemerintah untuk merangkul UMKM, Tingkat pemahaman yang kurang mumpuni dari pelaku UMKM serta kurangnya fasilitas pendukung yang memadainya (Halim, 2020). Dengan ketidaktahuan dari UMKM tentang pengelolaan akan teknologi digital yang menjembatani usahanya, akan memberikan ancaman berupa gulung tikar, UMKM ini perlu mendapatkan arahan berupa pengelolaan akan teknologi digital agar mampu bersaing dipasar nasional atau ada wadah yang memfasilitasi para UMKM agar produknya mampu menembus pasar nasional (Munthe et al., 2023).

Peran dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian (DKUKMPP) Kota Cirebon mendirikan Mall UKM untuk menghimpun para pelaku usaha yang ada di Cirebon untuk mampu bersaing di era perkembangan digitalisasi (Rohman, 2023a). Berada di lokasi yang sangat strategis kawasan industri Mall di jalan Cipto Mangun Kusumo, menjadikannya sebagai pusat pembelanjaan yang populer di kota Cirebon. Mall UKM Cirebon ini sangat menarik pelaku usaha UMKM yang menitipkan produknya tidak dilepas brandnya begitu saja, ketika produk tersebut masuk ke dalam jajaran dari mall UKM Cirebon.

Menurut Iing Daiman (Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian) ada sebanyak 2.276 UMKM yang di Mall UKM yang sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), namun 10 persen belum memiliki dengan status masih proses berkembang (Rohman, 2023a). Sehingga, Mall UKM Cirebon untuk bisa dikenal masyarakat luas harus dengan mengikuti proses legalitas yang sudah ditentukan. Dengan begitu mampu merangsang peningkatan kualitas produknya dan bersaing di kancan pasar nasional. Untuk berperan sebagai pusat oleh-oleh dari kota Cirebon, Mall UKM Cirebon menjembatani pelaku UMKM Cirebon agar sama-sama berkembang dengan pesat di tengah arus perkembangan akan teknologi digital (Rohman, 2023b). Mengingat pada tahun 2020, wabah *Corona Virus Disease (Covid-19)* memberikan dampak negatif terhadap perekonomian dunia, termasuk Indonesia. Menurut *International Monetary Fund*, perekonomian dunia diprediksi minus 3 persen di tahun 2020, Sedangkan perekonomian Indonesia diprediksi akan tumbuh 0,5 persen dari sebelumnya 5 persen di tahun 2019 (Dahiri, 2020). Oleh karena itu, dampak yang paling dirasakan berupa tingkat pengangguran bertambah baik dari sektor perhotelan, transportasi, properti hingga terjadi pengurangan akan pekerja yang terjadi. Hal ini disebabkan karena pembatasan sosial yang membuat kegiatan bisnis menjadi sepi sehingga pendapatan mengalami penurunan.

Implementasi teknologi digital bisa menjadi indikator meningkatkan risiko terkait dengan keamanan data dan privasi. Pelaku UMKM di Cirebon yang belum memiliki sistem keamanan yang memadai untuk melindungi data pelanggan maupun data transaksi akan mengalami serangan siber atau kebocoran data dapat merusak reputasi bisnis dan mengurangi kepercayaan pelanggan, sehingga menjadi ancaman serius bagi kelangsungan UMKM (Danuri, 2019). Penggunaan akan teknologi digital ini telah memberikan manfaat bagi penggunanya yaitu sebagai media dalam kegiatan berjualan, meningkatkan efektivitas usahanya juga menurunkan biaya operasional usaha (Fachri, 2023). Dari manfaat yang telah diberikan dengan adanya perkembangan teknologi digital ini, teknologi digital ini telah membantu aktivitas menuju era-*digitalisasi* yang dimanajemukannya hanya mengandalkan layar ponsel.

Implementasi teknologi digital pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Cirebon menjadi salah satu upaya penting untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha. Teknologi digital membantu UMKM dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengoptimalkan manajemen usaha. Di Cirebon, adopsi teknologi digital oleh UMKM dilakukan melalui berbagai cara, seperti penggunaan media sosial, platform *e-commerce*, aplikasi pembayaran digital, serta perangkat lunak akuntansi dan inventaris (OKTAVIANI, 2023). Media sosial menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan produk dan membangun interaksi langsung dengan pelanggan. Sementara itu, platform *e-commerce* memungkinkan UMKM menjangkau konsumen di luar wilayah lokal, hingga pasar nasional atau internasional (Slamet et al., 2017). Dengan penerapan yang optimal, teknologi digital dapat menjadi katalisator bagi UMKM di Cirebon untuk tumbuh lebih cepat, menciptakan inovasi, dan meningkatkan daya saing mereka di era ekonomi digital.

Perkembangan teknologi digital yang mengalami percepatan dan perubahan *tren* pasar digital dapat menjadi tantangan besar bagi UMKM untuk mulai melakukan proses adaptasi. UMKM di Cirebon sering kali mengalami kesulitan dalam mengikuti perkembangan *tren* terbaru di dunia digital, seperti perubahan preferensi konsumen atau munculnya platform *e-commerce* baru yang lebih menarik bagi pelanggan (Bambang & Abdur, 2019). Adaptasi yang lambat terhadap perubahan pasar dapat menyebabkan UMKM tertinggal dari pesaing yang lebih cepat berinovasi. Di samping itu, adanya penggunaan akan teknologi digital pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah membawa dampak negatif seperti adanya kejahatan dalam sistem digital, perilaku individu sistem digital, perilaku perusahaan sistem digital dan model transformasi digital dimasa depan (Danuri, 2019). Dengan begitu, kita harus bersikap bijak dalam menggunakan teknologi digital.

UMKM menghadapi berbagai hambatan dalam mengimplementasikan teknologi digital, yang dapat menghambat optimalisasi pemanfaatannya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha terhadap teknologi digital, termasuk bagaimana cara mengoperasikan perangkat atau platform yang tersedia (Mavilinda et al., 2021). Selain itu, keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital, seperti jaringan internet yang belum merata di beberapa wilayah, juga menjadi tantangan signifikan. Masalah biaya juga sering muncul, terutama karena beberapa UMKM memiliki keterbatasan modal untuk berinvestasi dalam perangkat teknologi atau layanan digital. Aspek lainnya adalah minimnya pelatihan atau pendampingan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam menggunakan teknologi. Beberapa pelaku usaha juga merasa ragu untuk beralih ke digital

karena takut akan risiko keamanan siber, seperti kebocoran data atau penipuan *online*. Terakhir, resistensi terhadap perubahan dan kurangnya kesadaran tentang manfaat jangka panjang teknologi digital dapat menghambat adopsi (Ismawati et al., 2023). Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, komunitas, dan sektor swasta dalam memberikan edukasi, pelatihan, serta dukungan yang memadai.

Fenomena utama yang terjadi di Kota Cirebon berupa dengan semakin banyaknya Unit Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengadopsi teknologi digital untuk mendukung dan mempercepat kegiatan bisnis mereka. UMKM yang bergantung dalam metode pemasaran dan penjualan konvensional kini mulai menggunakan platform digital, seperti media sosial, aplikasi *e-commerce*, dan sistem pembayaran elektronik (Mahfuz, 2019). Selain itu, adanya perubahan ini di era *new normal* terjadi perubahan perilaku konsumen dimana hampir sebagian besar kegiatannya menggunakan pemanfaatan teknologi yang membuat era digitalisasi terakselerasi dengan cepat dan memaksa semua sektor harus bertransformasi ke *platform digital* (Mavilinda et al., 2021). Adanya hal tersebut, membuat para pelaku usaha berupa untuk menstabilkan perekonomian yang mengalami penurunan.

UMKM Di kota Cirebon tahapan proses operasional serta pengembangan produk semisalnya beberapa UMKM di Cirebon memanfaatkan teknologi untuk memperbaiki proses produksi, memperkenalkan inovasi baru, serta meningkatkan kualitas produk melalui penggunaan perangkat lunak desain atau teknologi otomatisasi yang dapat meningkatkan kecepatan dan akurasi produksi (Slamet et al., 2017). Perkembangan zaman juga dirasakan oleh UMKM mengalami perubahan model bisnis setelah mengimplementasikan teknologi digital. Sebelumnya, mereka lebih fokus pada pemasaran secara *offline*, tetapi kini banyak yang bertransformasi menjadi bisnis berbasis *online* atau *hybrid* (Mahfuz, 2019). UMKM mulai mengintegrasikan teknologi dalam proses produksi, distribusi, pemasaran, serta manajemen keuangan untuk meningkatkan efisiensi.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik mengkaji implementasi teknologi digital terhadap perkembangan usaha pelaku usaha, khususnya di Mall UKM Cirebon. Oleh sebab itu, penulis tertarik mengambil penelitian berjudul “ **Implementasi Teknologi Digital Dalam Perkembangan Unit Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Mall UKM Cirebon**”.

1.2 Perumusan Masalah

A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah implementasi teknologi digital terhadap perkembangan UMKM di Mall UKM berupa:

a. Kurangnya Pemahaman Teknologi Digital oleh Pelaku UMKM

Banyak pelaku UMKM di Kota Cirebon yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk mendukung usaha mereka. Hal ini mencakup penggunaan platform online, media sosial, dan aplikasi digital lainnya.

b. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang Terampil dalam Teknologi Digital

Meskipun banyak UMKM yang telah mengimplementasikan teknologi digital, tidak semua pelaku usaha memiliki SDM yang cukup terampil untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal.

c. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi untuk Peningkatan Efisiensi

Tidak semua UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dalam manajemen inventaris, pencatatan keuangan, dan pengelolaan usaha secara keseluruhan.

d. Keterbatasan Modal untuk Digitalisasi

Banyak UMKM yang memiliki keterbatasan modal, sehingga sulit untuk berinvestasi pada perangkat teknologi atau layanan digital yang diperlukan untuk memperluas pasar dan meningkatkan operasional.

e. Hambatan dalam Implementasi Teknologi Digital pada UMKM

Rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi digital, Kurangnya dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan insentif, keterbatasan finansial untuk berinvestasi dalam perangkat teknologi, ketakutan terhadap risiko keamanan digital, seperti kebocoran data dan penipuan online dan resistensi terhadap perubahan, terutama pada pelaku usaha dengan cara konvensional.

B. Pembatasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang diteliti agar tidak terjadi perluasan masalah yang dibahas dan memberikan kemudahan dalam proses penelitian. Oleh karena itu, pembatasan masalah pada penelitian ini hanya pada Implementasi Teknologi Digital Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Cirebon.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang ada, pembahasan yang akan dilakukan di rumuskan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana implementasi teknologi digital pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- b. Bagaimana perkembangan UMKM yang telah mengimplementasikan penggunaan teknologi digital di Kota Cirebon?
- c. Apa hambatan yang dialami UMKM dalam mengimplementasikan teknologi digital?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis implementasi teknologi digital pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- b. Untuk menganalisis perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan usahanya.
- c. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengimplementasikan teknologi digital.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

- a. Bagi Penulis

Merupakan pembelajaran dalam menganalisis juga evaluasi terhadap pemanfaatan dari pengembangan teknologi digital dengan menggunakan mediator teknologi digital sebagai sarana untuk perkembangan UMKM yang di Mall UKM Cirebon.

b. Bagi Akademisi

Dapat menambah sudut pandang baru tentang pengembangan dan pemanfaatan dari teknologi digital sebagai tolak ukur di dalam perkembangan dari pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Mall UKM Cirebon .

c. Bagi Mall UKM

a). Sebagai bagian dari evaluasi bagi pihak Mall UKM dalam upaya peningkatan kualitas khususnya pada bagian pemanfaatanteknologi digital sebagai tolak ukur dalam perkembangan UMKM yang ada di Mall UKM Cirebon.

b). Sebagai bagian dari informasi mengenai penyebab pelaku UMKM yang ada di Mall UKM sukar menghadapi arus globalisasi dan evaluasi sistem informasi akuntansi agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik.

d. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi yang digunakan pihak lain yang ingin mengetahui lebih jauh mengenai sistem informasi akuntansi, khususnya implementasi teknologi digital di Mall UKM Cirebon dan dampaknya terhadap perkembangan UMKM yang ada di mall UKM.



1.3 Penelitian Terdahulu (*Literature Review*)

Penelitian ini dilakukan tidak lepas dari hasil analisis penelitian-penelitian terdahulu sebagai bahan kajian. Penelitian-penelitian terdahulu akan memperkaya pemahaman sebagai data acuan penelitian dan untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian terdahulu. Berikut ini penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian:

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) (Arumsari et al., 2022)	berkembang, hal ini menjadi pondasi awal pencatatan pembukuan suatu perusahaan. Selain itu, sistem informasi akuntansi memberikan pengaruh positif terhadap UKM. Namun peningkatan UKM masih terbilang cukup rendah dan membutuhkan dorongan pemilihan penempatan sumber daya yang unggul yang mempunyai potensi dalam pengelompokkan sistem informasi tersebut.	dalam menciptakan sumber yang unggul.	mengacu pada proses pembuatan laporan keuangan pada UMKM.
2.	Penerapan Teknologi Pada Produksi Abon Lela Kelompok Usaha Bersama (KUB) Bina Bahari Kota Cirebon (Mahfuz, 2019)	Perkembangan UMKM di kota Cirebon didasari oleh peran dari pelaku usaha dalam menanggapi inti permasalahan terhadap perkembangan teknologi. Langkah dilakukan untuk meningkatkan pelaku usaha UMKM di kota Cirebon berupa pemasaran <i>online</i> , penyusunan laporan keuangan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan secara digital.	Dalam penelitian ini berupa cara agar UMKM menjaga eksistensinya dengan pemanfaatan teknologi digital.	Terdapat perbedaan berupa metode dalam pendekatan UMKM yang berbeda seperti pemasaran <i>online</i> , penyusunan laporan keuangan dan pendampingan pembuatan laporan keuangan secara digital.

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
3.	<p>Pemasaran Dan Jalur Distribusi UMKM Di Indonesia. (Studi Kasus: UMKM Kuliner Tanpa Restaurant ‘Kepiting Nyinyir’ (Krisnawati, 2018)</p>	<p>Mediator untuk menghubungkan dengan <i>Customer</i>. Kepiting Nyinyir dalam launching hanya bermodal tiga juta rupiah, namun ia paham akan strategi <i>marketingonline</i> dengan memberikan <i>review</i> makanan itu serta mengunggah dilaman instagramnya. Kombinasi perpaduan program <i>offline</i> dan <i>online</i> dengan proses <i>branding</i> yang bagus dalam sebuah produk jugadikemas dengan pemilihankonten yang sesuai dengantarget pasar sertamemperhatikan algoritmayang ada. Dalam pengembangan bisnisnya, Kepiting Nyinyir bekerja sama dengan jasa pengiriman ini sangatpembantu para UMKMdalam proses pengirimanjasa karena tidak perlumenyediakan <i>outlet</i> dalamproses penjualan.Menjangkau jarak dari<i>outlet</i> hingga 25 km rumah<i>customer</i> akan menjadipeluang besar untuk usahaagar terus berkembang dengan pesat.</p>	<p>kepiting <i>nyinyir</i> yang menggunakan teknologi digital.</p>	<p>Lembaga yang menaungi pelaku UMKM agar tetap eksistensi.</p>

4.	Penguatan Literasi Digital Dan Pembuatan Toko (Online Shop) Untuk Promosi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa	Pelaku usaha yang ada di Desa Tuk Kabupaten Cirebon putus asa sejak Covid-19. Mereka harus dituntut dengan keras agar bisa bertahan untuk mendorong akan sumber pendapatannya dengan melakukan pelatihan literasi digital dan	Penelitian ini menjelaskan secara runtut tentang tahapan UMKM dalam pengembangan bisnis <i>online</i> dengan menggunakan teknologi <i>digital</i>	Terdapat perbedaan ini metode pendekatan terhadap UMKM berupa pelatihan literasi digital dan pembuatan toko <i>online</i> .
----	--	---	---	---



No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Tuk Kabupaten Cirebon (Yunita & Kusnawati, 2022)	<p>pembuatan toko <i>online</i> untuk promosi pada produk UMKM sangat penting.</p> <p>Cara yang digunakan dengan mengelompokkan menjadi pelaku usaha yang menjajakan usaha lewat <i>offline</i>, lalu diberikan pemahaman akan literasi <i>digital</i> dengan maksud untuk memberikan gambaran dan motivasi kepada para pelaku usaha tentang memulai promosi produk melalui penggunaan akan <i>marketplace</i> dan media sosial. Setelah pelatihan selesai, panitia memberikan isian form sebagai bahan evaluasi kegiatan, respon yang mereka terima itu sudah tepat dan mendapatkan <i>rating</i> (4). Penggunaan akan digital, menjadi incaran bagi pelaku usaha serta mereka mulai mencoba meninggalkan model pemasaran.</p>	yang ada di desa Tuk Cirebon.	
5.	Strategi Pengembangan UMKM Drinkgo Dalam Menghadapi persaingan Bisnis Di Era Digital (Studi Kasus Rumah BUMN Kota Cirebon) (Oktaviani, 2023)	Rumah Kreatif BUMN Kota Cirebon menjadi solusi dalam pengembangan UMKM untuk menghadapi arus perkembangan teknologi. Selain itu, Rumah BUMN sebagai <i>penunjang</i> untuk UMKM dalam pendampingan dan mendorong untuk bisa meningkatkan kompetensi usahanya.	Penelitian peran dari naungan atau lembaga yang berperan dalam upaya meningkatkan sumber pendapatan pada UMKM.	Perbedaan penelitian berupa tidak menjelaskan secara rinci tentang Rumah BUMN Cirebon, sebagai lembaga yang menaungi para pelaku UMKM.

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p>Mulai dari pemahaman <i>e-marketplace</i> serta membantu legalitas produk. Manfaat yang diterima oleh UMKM ini mulai dirasakan ketika mengikuti arahan yang diberikan oleh Rumah BUMN Kota Cirebon. Selain itu UMKM memiliki jangkauan segmentasi pasar luas, namun dari pihak pembeli yang tanpa pergi ke <i>outlet</i> barang sudah sampai di rumah. Secara tidak langsung, fungsi pasar sebagai tempat terjadinya transaksi tidak hilang begitu saja. Letak perbedaannya antara pasar pasar tradisional dengan pasar <i>elektronik</i> itu sebagai transaksi jual beli dengan perangkat teknologi informasi, seperti komputer, <i>smartphone</i> atau <i>tablet</i> yang terhubung ke jaringan internet.</p>		
6.	<p>Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal (Mavilinda et al., 2021)</p>	<p>UMKM merupakan pemain utama sebagai penggerak roda perekonomian. Sejak pandemi, sektor ini mulai terkena imbas dari omset yang turun 50%. Penyebab utamanya adalah adanya pembatasan interaksi atau aktivitas sosial masyarakat yang turun. hal tersebut membuat UMKM harus mampu bertahan dan bersaing</p>	<p>Dalam penelitian ini mendeskripsikan peran utama UMKM dalam penggunaan teknologi digital.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini implementasi dari metode pendekatan terhadap UMKM yang berbeda seperti pembuatan video promosi berupa gambar dan video, merek dan alat pembayaran.</p>

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p>dengan perkembangan teknologi di era <i>new normal</i>. UMKM juga harus bisa mengubah pemasarannya menjadi digital agar lebih luas jangkauannya. Adapun strategi. Dengan adanya pemanfaatan teknologi akan meningkatkan daya penjualan di UMKM, melihat dari target dalam menjangkau pasar digital.</p>		
8.	<p>Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Melalui Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Untuk UMKM Kelurahan Blitar Kecamatan Sukorejo Kota Blitar (Fatmawati et al., 2022)</p>	<p>UMKM menjadi wadah bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usaha serta menciptakan lapangan pekerjaan. Peran dari UMKM dalam perekonomian begitu penting ditunjukkan sebagai pelaku usaha terbesar dan kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, dengan meningkatkan daya saing yang lebih kompeten akan membuat UMKM memiliki inovasi dalam jangka waktu lebih panjang. Tidak banyak teknologi yang masuk ke kota Blitar sehingga pelaku usaha merasa asing dengan perkembangan teknologi. Di sisi lain, usaha dapat berkembang melalui pemasaran dan perluasan akses pasar. penggunaan kantong plastik menjadi ciri khas dari setiap olahan produknya. Oleh karena itu, peran</p>	<p>Dalam penelitian berupa penggunaan teknologi digital di UMKM.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini mengacu cara implementasi UMKM dalam penggunaan teknologi digital seperti menjangkau dan memperluas jangkauan pasar digital serta melakukan pembaharuan inovasi dalam usahanya.</p>

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		teknologi menjadi sangat bermanfaat untuk memenuhi kriteria usaha dengan penggunaan teknologi masa kini.		
9.	Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pamokolan Ciamis (Bambang & Abdur, 2019)	Pelaku UMKM dan UPK memanfaatkan teknologi sebagai upaya untuk mendapatkan, mengorganisasikan, menganalisis dan memanfaatkan informasi mengenai pelanggan dalam menentukan target pasar. Keuntungan dari adanya dengan menggunakan teknologi digital berupa adanya kemungkinan untuk dilakukan pendekatan secara individual dengan konsumen, personalia dan pengeluaran yang efisien, <i>customer, relationship management</i> . Tujuannya untuk memperoleh konsumen, membangun <i>preferensi</i> pelaku UMKM, promosi mereka, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan <i>profit</i> atau pendapatan pelaku UMKM. Pelanggan bisa mendapatkan informasi profil UMKM melalui implementasi pemasaran digital.	Dalam penelitian mendeskripsikan tentang kemudahan yang diperoleh dari UMKM dengan adanya Teknologi digital.	Perbedaan penelitian ini dengan metode pendekatan terhadap UMKM menggunakan digital marketing.
9.	Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam	UMKM pempek 4beradek memanfaatkan media sosial sebagai fasilitator pendukungnya mulai dari pembuatan	Dalam penelitian hanya menjelaskan tentang transpormasi dari	Perbedaan penelitian ini belum adanya fasilitator yang menghimpun

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19 (Dwijayanti, 2022)	konten yang lebih kreatif, pembuatan <i>website</i> dan pembuatan <i>Marketplace</i> (Shopee dan Tokopedia). Caranya dengan menggunakan teknologi digital seperti penggunaan media sosial dapat menunjang keberhasilan usaha ketika kita paham cara penggunaannya sebagai alat promosinya seperti instagram yang memiliki fitur yang menarik. Di Facebook kita dapat foto dan video serta bisa mendeskripsikan yang menarik dan diminati serta menampilkan tagar di <i>Facebook</i> digunakan sebagai sarana komunikasi yang dipercaya, sebagai alat untuk mengirimkan surat dan menunggu balasan, berguna untuk UMKM pempek4beradek yang dapat memasarkan produknya di <i>facebook</i> dengan menggunakan pembaharuan yang ada. Selain itu, <i>website</i> berguna untuk memberikan informasi mengenai profil maupun konten mengenai produk yang ada di UMKM. Pembuatan <i>marketplace</i> akan menambah jumlah orang yang bertransaksi atau membeli produk hanya dengan menggunakan media <i>online</i> .	UMKM pempek4beradek dalam penggunaan teknologi digital.	pelaku UMKM agar tetap bersaing.

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
10.	Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. (Utama, 2019)	<p>Perkembangan teknologi yang cepat membuat para pelaku usaha harus cepat dalam menyesuaikan perubahan tersebut. Media sosial menjadi salah satu bentuk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh orang. Strategi pemasaran diperlukan agar segmen pasar, penentuan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar dapat dengan tepat dipilih. Dalam hal penentuan pasar sasaran, terlebih dahulu harus memperhatikan 3 faktor :</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Ukuran dan tingkat pertumbuhan segmen pasar; B. Tingkat daya tarik pada segmen pasar; C. Sasaran dan sumberdaya. <p>Para pelaku UKM untuk dapat mengembangkan pasar dengan menarik sasaran pasar yang mereka tuju, hal lainnya yang membuat para pelaku UMKM memasarkan produk dan jasa mereka melalui <i>website</i> dan media sosial.</p>	Persamaan penelitiannya berupa peran teknologi digital didalam perkembangan UMKM.	Perbedaan penelitian berupa target wilayah tempat yang berbeda.
11.	Dampak Implementasi Teknologi Informasi terhadap efisiensi Biaya Pemasaran pada UMKM di Jawa Barat : Perspektif	UMKM harus menggunakan TI untuk mengubah aktivitas bisnis mereka, pemasaran digital berdampak terhadap penjualan, seperti terbebas dari biaya pemasaran. Dengan pemasaran digital	Persamaan penelitian berupa peran dari penggunaan akan teknologi digital sebagai akses dalam pemasaran digital UMKM.	Perbedaan penelitian dengan menggunakan riset yang berbeda seperti adanya unsur Akuntansi Manajemen

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Akuntansi Manajemen. (Eva Desembrianita et al., 2023)	menjadi cara baru dan lebih murah untuk beriklan karena dapat meningkatkan kesadaran di antara konsumen lebih cepat daripada pemasaran tradisional. Pemasaran digital berkontribusi pada promosi produk dan bisnis yang efektif melalui saluran digital, yang secara signifikan meningkatkan penargetan pelanggan potensial dan membantu membentuk basis pelanggan. Riset pemasaran itu sebagai seperangkat tindakan yang ditujukan untuk analisis sistematis dan penyajian data tentang perilaku, kebutuhan, sikap, dan kesan. Teknologi informasi memainkan peran penting dalam efisiensi biaya pemasaran. Penggunaan alat pemasaran digital yang canggih dapat membantu mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi sistem distribusi produk. Selain itu, penggunaan teknologi kecerdasan buatan dapat memberdayakan rantai pasokan <i>e-commerce</i> untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi, yang merupakan langkah penting untuk mencapai perkembangan perusahaan yang stabil.		dalam standarisasi perbandingaya.

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
12.	Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM Di Nusa Tenggara Barat. (Armiani et al., 2021)	<p>UMKM memainkan peran yang sangat krusial dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Dari waktu ke waktu, data inovasi dan keunikan dari berbagai produk selalu menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, untuk mengadopsi strategi yang unik dari kompetitor lain agar mampu berkompatitif pada pasar global. Oleh sebab itu, pelaku UMKM harus berinovasi dan mendemonstrasikan keunikan produknya, serta mampu melakukan <i>update</i> teknologi terkait perkembangan bisnis. Adapun Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki ciri-ciri yang menerapkan prinsip <i>e-commerce</i> seperti :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Meningkatkan pemahaman dan pengetahuan; b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan. <p>Tujuannya untuk memberikan pelayanan pada konsumen yang menggunakan <i>e-commerce</i> secara maksimal dengan berpatokan pada penjualan, pemasaran pasar, meningkatkan</p>	Persamaan penelitiannya berupa peran teknologi digital dalam stabilisasi di UMKM.	Perbedaan penelitian berupa target wilayah tempat yang berbeda..

No.	Judul Penelitian (Tahun)	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		pendapatan dan keuntungan.		

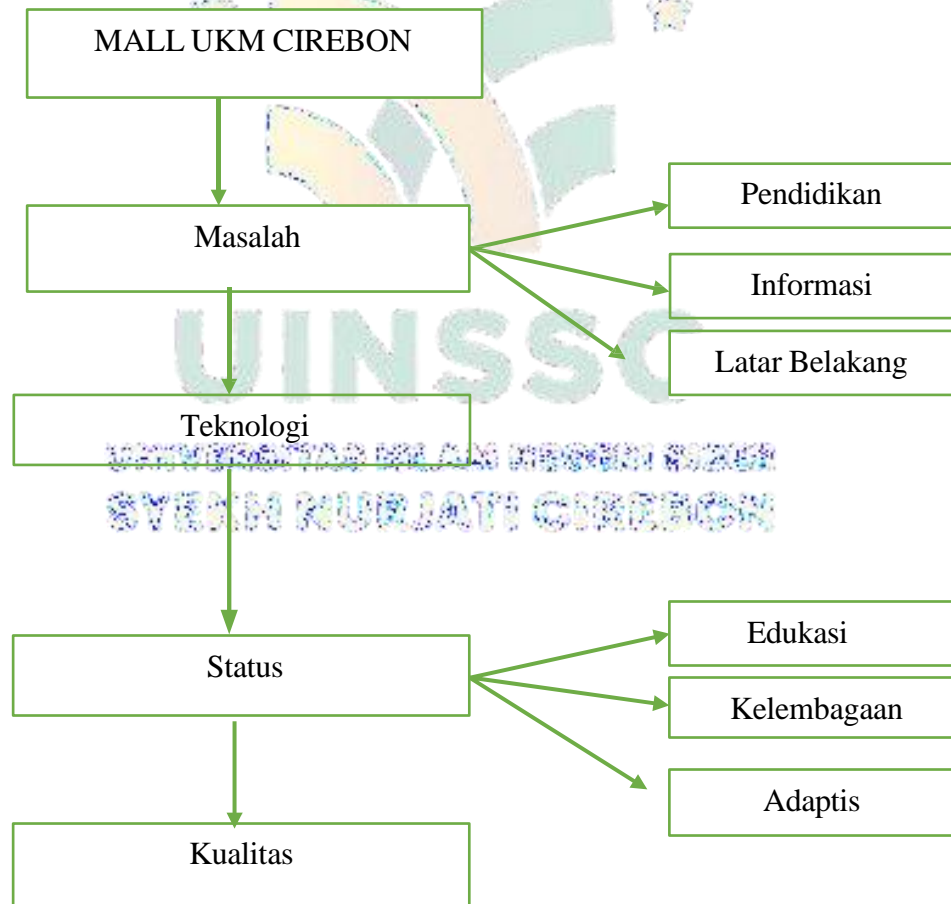
Tabel 1.

Penelitian Terdahulu

Berdasarkan paparan penelitian terdahulu, belum adanya tinjauan khusus yang mengkaji tentang implementasi teknologi digital terhadap perkembangan Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) di Mall UKM Cirebon. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi para pelaku usaha dalam menggunakan teknologi digital sebagai alat untuk mengukur sejauh mana pertumbuhan usahanya.

1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. **Kerangka Pemikiran**

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya Mall UKM Cirebon ini telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Cirebon. Seiring dengan itu, terdapat beberapa masalah yang terjadi dari pelaku usaha UMKM dalam menggunakan teknologi digital seperti pendidikan, informasi juga dari segi latar belakang.

Untuk itu pentingnya akan memahami penggunaan akan teknologi digital dengan sebaik-baiknya, agar permasalahan yang timbul dari kurangnya melek akan teknologi digital bisa teratasi dengan cara edukasi lebih lanjut. Adanya kelembagaan yang mengkoordinir pelaku usaha UMKM serta menjadi pelaku usaha UMKM harus adaptif terhadap berbagai situasi yang ada. Sehingga, bisa mewujudkan UMKM yang memiliki daya saing dalam menghadapi arus pasar global di dunia.

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan memiliki bertujuan untuk untuk mengamati permasalahan secara sistematis, mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan-uraian dan tingkah laku yang dapat diamati oleh individu, kelompok, masyarakat ataupun organisasi tertentu yang dikaji berdasarkan sudut pandang yang utuh, komprehensif dan *holistic* (Arifah, n.d.). Menurut sudut pandang atau keadaan tertentu, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan fakta. Teknik analitis adalah nama lain untuk pendekatan ini. Oleh karena itu, studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh, sistematis, dan terperinci tentang implementasi teknologi digital terhadap perkembangan unit mikro kecil dan menengah di mall UKM Cirebon. Maka penulis mengemukakan beberapa metode yang ada kaitannya dengan penelitian ini yaitu:

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif. Dimana peneliti akan melakukan penelitiannya dengan terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan sumber data lisan orang-orang yang diamati maupun sumber data tertulis dari kata-

kata tertulis. Dalam penelitian lapangan ini peneliti akan mengetahui tentang fenomena yang terjadi semisal peristiwa, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya yang dialami oleh subjek penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena atau kejadian berupa apa yang dialami oleh subjek penelitian. Sehingga penelitian ini bisa menghasilkan berupa data dalam bentuk deskriptif yaitu berupa kata- kata dalam bentuk lisan maupun tertulis dari orang-orang yang diamati. Alasan peneliti menggunakan pendekatan ini karena permasalahan belum jelas, holistik, komplek, dinamis, dan penuh makna sehingga tidak mungkin data pada situasi sosial tersebut dijangkau dengan metode penelitian kuantitatif..

C. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi penelitian di Mall UKM jalan Dr. Cipto Mangun Kusumo No. 20, Kecamatan Kesambi, Kota Cirebon Jawa Barat 45135.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

mengenai tingkat penggunaan teknologi digital di kalangan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

D. Sumber Data

Data merupakan sekumpulan bukti atau fakta yang disajikan untuk tujuan tertentu. Dalam pelaksanaan penelitian sebuah data sangatlah penting. Pemecahan masalah penelitian sangat tergantung dari keakuratan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data primer.

a). Sumber Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Arifah, n.d.). Adapun jumlah dari responden yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah 4 orang yang terdiri dari sumber Bagian DKUKMPP UMKM dan Pelaku usaha UMKM.

Informan	Jumlah (Orang)	Keterangan
Pelaku Usaha Mall UKM Cirebon	3	Mengetahui tentang alur dalam proses penggunaan teknologi digital bagi pelaku usaha di Mall UKM Cirebon.
Tenaga Pendamping UMKM	1	Mengetahui tentang sistem yang digunakan dalam tahapan pemrosesan teknologi digital di Mall UKM Cirebon.

Tabel 2.
Data Informan

b). Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang dikumpulkan dari buku, jurnal, dan sumber data lainnya yang dijadikan sebagai bahan referensi atau bahan acuan dalam pembahasan judul rencana (Arifah, n.d.).

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi partisipan, wawancara mendalam, studi dokumentasi, dan hubungan ketiganya atau triangulasi. Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari tiga metode, yaitu :

1). Metode Observasi

Observasi dilakukan selama 4 kali, pada 1 Agustus 2024 melakukan pengiriman surat izin untuk melakukan proses observasi kepada pihak DKUKMPP. Kemudian ditanggal 15 Agustus 2024 melakukan observasi dilakukan secara langsung pada objek penelitian yang bertempat di DKUKMPP Mall UKM Cirebon yang ditemani oleh Luthendra, dilakukannya observasi ini peneliti mendapati kondisi dari setiap sudut dari Mall UKM Cirebon sekaligus mewawancarai sebagai narasumber. Di tanggal 23 Agustus 2024 melakukan observasi serta meminta kesiapan untuk menjadi narasumber ke pabrik daging yang bertempat di perumahan Kaliwulu milik dari Jila untuk melihat secara langsung operasional dari usahanya. Ditanggal 25 Agustus 2024 melakukan observasi serta meminta kesiapan untuk menjadi narasumber di kediaman Ibu Puspa dan Ibu Ana bertempat di Pekiringan untuk melihat langsung usahanya.

2). Metode Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara yaitu wawancara semiter Terstruktur Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in dept interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur.

Wawancara pertama dilakukan di tanggal 15 Agustus 2024 bersama tenaga pendamping UMKM dengan Luthendra. Tenaga pendamping UMKM adalah bagian yang berperan dalam membina dan mengupayakan kapasitas dari UMKM agar mampu mengembangkan usahanya. Dalam wawancara tersebut peneliti dengan tenaga pendamping UMKM, menerangkan bahwa perlu adanya pembinaan yang lebih lanjut terhadap para pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan dunia digital untuk mengembangkan usahanya. Sebagai pelaku UMKM, mereka tidak dapat berjalan sendiri dalam mengembangkan usahanya. Dukungan dari pemerintah menjadi salah satu elemen penting untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Wawancara kedua dengan Ibu Ana (Cireng Asraf) dilakukan ditanggal 27 Agustus 2024 Pelaku UMKM Cireng Asraf menghadapi beberapa tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, terutama keterbatasan kapasitas handphone yang menghambat pemahaman terhadap teknologi. Meskipun telah memanfaatkan layanan seperti Grab dan ShopeeFood untuk pemasaran serta QRIS untuk pembayaran non-tunai, pemanfaatan teknologi digital masih terbatas. Dalam aspek pencatatan keuangan, pelaku usaha masih menggunakan metode manual karena keterbatasan perangkat dan pengetahuan tentang Excel. Meskipun ada informasi tentang pelatihan pencatatan digital di Rumah Kreatif Cirebon, pelaku usaha belum sempat mengikuti karena kesibukan dalam menjalankan usahanya sehari-hari. Dukungan dari Mall UKM Cirebon dalam bentuk pelatihan pencatatan digital juga belum tersedia

Wawancara ketiga dengan Ibu Puspa dilakukan ditanggal 26 Agustus 2024 menghadapi tantangan dalam mengikuti perkembangan teknologi, terutama karena kurangnya akses terhadap perangkat yang memadai dan pengetahuan digital. Meskipun teknologi dianggap mempermudah banyak aspek kehidupan, beberapa pelaku UMKM, seperti dalam pengelolaan hidroponik di KWT, masih menggunakan cara manual karena keterbatasan stok dan kekhawatiran produk cepat rusak. Pencatatan keuangan dianggap lebih efektif karena data dapat tersimpan dengan baik, pelaku UMKM cenderung menggunakan metode manual akibat keterbatasan perangkat seperti laptop dan ruang

penyimpanan. Kendala yang dihadapi dalam pencatatan manual adalah risiko kehilangan berkas jika tidak disimpan dengan baik

Wawancara Keempat dengan Jila (Owner Jazuela) ditanggal 24 Agustus 2024 dalam tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, seperti kebutuhan untuk terus mengikuti tren dan persaingan harga yang ketat. Teknologi digital, seperti Grab, ShopeeFood, FB Ads, dan *Instagram Ads*, telah membantu menjangkau pasar lebih luas, meskipun kontribusi penjualan offline masih lebih signifikan untuk target pasar tertentu. Dalam pengelolaan keuangan, teknologi digital dinilai penting untuk kemudahan dan keakuratan pencatatan, meskipun implementasinya masih terbatas karena kurangnya fasilitas atau pengalaman. Excel dipandang sebagai inovasi yang mempermudah proses keuangan dan pengembangan usaha.

Wawancara Kelima bersama Pandu ditanggal 25 Agustus 2024, dalam menghadapi tantangan utama dalam adopsi teknologi digital, seperti persaingan harga yang semakin ketat dan keterbatasan keterampilan untuk bersaing di era globalisasi. Teknologi digital memungkinkan UMKM menjangkau pasar lebih luas, terutama melalui *online shop* dan *platform e-commerce*, yang memberikan kontribusi signifikan dibandingkan metode offline yang terbatas pada masyarakat lokal.

3. Metode Dokumentasi

Dalam melakukan wawancara bersama narasumber, peneliti menggunakan metode dokumentasi berupa foto, melakukan rekaman serta melakukan pencatatan kecil di kertas yang dapat digunakan untuk menambah observasi partisipan atau data wawancara.

Peneliti mendapati dokumentasi berupa foto, rekaman serta catatan kecil, saat melakukan wawancara bersama Luthendra, Pandu Jila, sedangkan Puspa dan Ana mendapatkan foto berupa pencatatan keuangannya secara manual.

1.6 Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Penelitian kepustakaan adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebagai pedoman pokok untuk mencari data di lapangan yaitu dengan metode judul skripsi.

A. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan pengumpulan data. Aktivitas dari analisis data dapat dilakukan melalui metode-metode, yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, di cari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Proses reduksi data ini, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah pada temuan di lapangan. Dalam proses reduksi data, hanya temuan data atau temuan yang berkaitan dengan masalah penelitian saja yang direduksi. Data yang tidak berhubungan dengan permasalahan penelitian dibuang. Artinya reduksi data dipakai untuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak penting, dan mengorganisasikan data, sehingga memberikan kemudahan dalam menyusun kesimpulan.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori. Dengan *mendisplaykan* data, maka akan memudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami tersebut. Tujuan sajian data ialah menggabungkan informasi sehingga bisa mendeskripsikan fakta yang ada. Dalam hal ini, agar peneliti tidak kesulitan untuk menguasai informasi baik secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari hasil penelitian. Dalam hal ini yang peneliti lakukan adalah menyajikan data-data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan yang sudah direduksi sebelumnya menjadi data dengan jenis deskriptif dalam pembahasan bab IV.

3. *Conclusion Drawing/Verivication*

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah suatu tahaplanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data, ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah dilakukan. Setelah tahap ini dilakukan, maka peneliti telah memiliki temuan penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap suatu hasil wawancara mendalam atau sebuah dokumen.

UNIVERSITAS BELAJAN INSPIRASI SUKSES
SYEH KHURRATI GIBRAN

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan gambaran umum kepada pembaca tentang penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti:

BAB I PENDAHULUAN Bab ini menjelaskan secara umum terkait permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, bab ini membahas dan menguraikan mengenai Sistem Informasi Akuntansi (SIA), Penggunaan teknologi digital dalam pemenuhan kebutuhan UMKM, Pengelolaan akan sistem manajemen dalam Mall UKM Cirebon.

BAB III KONDISI OBJEKTIF, Bab ini membahas dan menguraikan tentang sejarah *instansi*, letak geografis, visi dan misi, struktur organisasi Mall UKM Cirebon.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini berisi tentang penjabaran analisis dan pembahasan mengenai implementasi dari penggunaan teknologi *digital*, dampak yang dirasakan UMKM yang belum beralih ke digital, Peran dari Mall UKM dalam meraup eksistensi di beragam negara, serta dengan adanya mall UKM Cirebon bisa mendorong pendapatan setiap pelakunya.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM SUNGAI PAKSI
SYEH KHURRATI CIREBON

1.8 Rencana dan Waktu Penelitian

Berikut ini merupakan jawaban dari pelaksanaan kegiatan penelitian yang dilakukan selama 4 (empat) bulan:

No.	Nama Kegiatan	Bulan Ke-			
		1	2	3	4
		Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	PRA /PENELITIAN				
	Penyusunan Proposal				
2.	PELAKSANAAN PENELITIAN				
	Pencarian data melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perdagangan dan Perindustrian (DKUKMPP)				
	Pengolahan data				
3.	PASCA PENELITIAN				
	Penyusunan penelitian skripsi				
4.	HASIL PENELITIAN				
	Skripsi dan jurnal penelitian				

Tabel 3.

Rencana Penelitian

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM SUNGAI PAKSI
SUNGAI PAKSI CIREBON