

**PEMANFAATAN *SHOPEEFOOD* UNTUK PENINGKATAN  
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)  
MAKANAN DI KALURAHAN MAGUWOHARJO, SLEMAN,  
YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Septina Rohmah**

**NIM 18102030008**

**Pembimbing:**

**Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si**

**NIP. 19830811 201101 2 010**

**JURUSAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-2084/Un.02/DD/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : PEMANFAATAN SHOPEEFOOD UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MAKANAN DI KALURAHAN MAGUWOHARJO, SLEMAN, YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SEPTINA ROHMAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 18102030008  
Telah diujikan pada : Senin, 09 Oktober 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 63729a334b681



Pengaji I

Dr. Hj. Sriharini, S.Ag., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 6379352e6a681



Pengaji II

Halimatus Sa'diyah, S.I.Kom, M.I.Kom  
SIGNED

Valid ID: 636d38e6d04a1



Yogyakarta, 09 Oktober 2023

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

SIGNED

Valid ID: 637936ca930c3



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

### **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi sertamengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Septina Rohmah

NIM : 18102030008

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Judul Skripsi : Pemanfaatan *ShopeeFood* pada Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo, Sleman

Telah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam. Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas Perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Yogyakarta, 03 Oktober 2023

Ketua Prodi

Siti Aminah, S.Sos.I, M.Si  
NIP. 19830811 201101 2 010

Pembimbing Skripsi

Siti Aminah, S.Sos.I, M.Si  
NIP. 19830811 201101 2 010

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Septina Rohmah

NIM : 18102030008

Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul Pengaruh E-Commerce Shopee (Shopeefood) terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tatacara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya.

Yogyakarta, 03 Oktober 2023

  
\_\_\_\_\_  
Septina Rohmah

18102030008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan:

Kedua orang tua saya tercinta kepada bapak Wahono dan Ibu Eti Priyani yang senantiasa dengan sabar membimbing dan mengajarkan tentang arti sebuah kehidupan, serta selalu mendoakanku disetiap waktu tanpa kata rasa lelah dan bosan, selalu mengingatkanku untuk tidak menyerah dalam segala hal, dan menggapai semua cita-cita dan harapanku, hingga saat ini dapat menghantarkanku menyelesaikan pendidikan di UIN SUNAN KALIJAGA, semoga Allah SWT selalu memuliakan mereka di dunia dan juga di Akherat.

Ketiga kakak saya Qumil Laila, Nurul Hidayah dan Yusuf Musyafa' yang telah banyak membantu saya dan memotivasi saya untuk terus melangkah maju.

Kepada seluruh teman-teman ku yang tak pernah lelah membantuku serta memberikan dorongan dan yang selalu ada dalam suka dukaku.

Kepada Almamaterku tercinta UIN Sunan Kalijaga dan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta semua Dosen PMI yang telah memberikan ilmunya dengan tulus ikhlas. Terima kasih banyak.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## MOTTO HIDUP

“Sabar itu gak ada batasnya, kalau ada batasnya berarti gak sabar”

(Gus Dur)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan

(Q.S. Al-Insyirah: 6)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kita haturkan kepada Allah SWT Tuhan Semesta alam, hanya kepadanya kita memuji dan meminta pertolongan. Sholawat beriringan salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasul kita, suri tauladan kita Baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang kita nantikan kelak sayafaatnya di yaumul qiyamah nanti, aamiin.

Peneliti sudah berusaha demi selesainya skripsi ini dengan usaha maksimal dan tidak lepas dari rahmat Allah subhanahu wa ta'ala. Peneliti menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan pertolongan berbagai pihak, maka dari itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Siti Aminah, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam dan sekaligus Dosen Pembimbing saya yang sudah membimbing, memberikan konsultasi dan meluangkan waktunya disela-sela kesibukannya, hingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Dr. Aziz Muslim, M. Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang meluangkan waktunya untuk memberikan konsultasi, arahan dan motivasi kepada peneliti.
6. Seluruh Dosen Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman selama perkuliahan, serta seluruh staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan administrasi.
7. Kedua orang tua tercinta Bapak Wahono dan Ibu Eti Priyani yang senantiasa sabar, penuh kasih sayang dalam mendidik, tiada henti mendoakan, memberikan semangat serta dukungan kepada peneliti.
8. Ketiga kakak saya Qumil Laila, Nurul Hidayah, Yusuf Musyafa', yang selalu menjadi alasan untuk tersenyum dan semangat, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
9. Para Pelaku UMKM Makanan di Padukuhan Tajem yang sudah bersedia memberikan informasi dan pengalaman pribadi nya untuk data penelitian.
10. Teman-teman Pondok Pesantren Diponegoro yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, yang sudah menemani saya baik suka dan duka, mendengarkan keluh kesah selama ini dan hingga saya berada dititik ini.

11. Teman-teman PMI angkatan 18, teman-teman PPM Patalan Njetis, teman-teman KKN, Serta pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung demi selesainya penyusunan skripsi ini. Tidak semua nama yang berjasa saya sebutkan disini. Oleh karena itu saya ucapan jazakumullah ahsan al-jaza kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua dengan kebaikan-kebaikan lainnya. Aamiin Alhamdulilah skripsi ini bisa selesai, namun belum sempurna, karena kelemahan dan kekurangan penulis. Untuk itu mohon saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 02 Oktober 2023  
Penulis

Septina Rohmah  
NIM 18102030008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## ABSTRAK

Pemberdayaan UMKM merupakan langkah awal untuk membangun kemandirian dalam menanggulangi kemiskinan serta mampu menciptakan lapangan perkerjaan. UMKM dapat tumbuh menjadi sektor yang tangguh dan berdaya saing. Dengan memperkuat UMKM, kita dapat menciptakan lapangan kerja, mengurangi disparitas ekonomi, dan mendorong kemakmuran bagi masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Munculnya pandemi mengakibatkan UMKM mengalami penurunan baik pendapatan atau pun pelanggan. Hal ini ditandai dengan dibatasinya pergerakan masyarakat di luar rumah sehingga merubah gaya hidup masyarakat dari offline ke online. *ShopeeFood* muncul sebagai *e-commerce* yang memudahkan baik konsumen ataupun pelaku UMKM untuk membantu meningkatkan penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pemanfaatan *ShopeeFood* pada Peningkatan Pendapatan UMKM Makanan di Kalurahan Maguwoharjo. Adapun penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penentuan informan menggunakan teknik kriteria. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM baik karyawan atau pemilik langsung. Validitas data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data menggunakan analisis interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya *ShopeeFood* dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatan, selain itu dapat meningkatkan popularitas serta memudahkan dalam pemasaran dan promosi penjualan. *ShopeeFood* membantu UMKM menjangkau konsumen lebih luas sehingga mampu meningkatkan popularitas UMKM yang berimbas pada meningkatnya pendapatan.

**Kata Kunci:** UMKM, Peningkatan pendapatan, *ShopeeFood*

## **PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### **I. Konsonan Tunggal**

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	.....	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	Be
ت	Tā'	t	Te
ث	Śā'	ś	es titik atas
ج	Jim	j	Je
ه	Hā'	Ha	ha titik di bawah
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	Ž	zet titik di atas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Şād	ş	es titik di bawah
ض	Dād	d	de titik di bawah
ط	Tā'	ť	te titik di bawah

ظ	Zā'	Z	zet titik di bawah
ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	g	Ge
ف	Fā'	f	Ef
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lām	l	El
م	Mīm	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Waw	w	We
ه	Hā'	h	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	Yā'	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

### 11. Konsonan rangkap karena tasydīd ditulis rangkap:

مَتَعَا قَدِينْ ditulis *muta 'aqqidīn*

عَدَّة ditulis *'iddah*

### 111. Tā' marbūtah di akhir kata

1. Bila dimatikan, ditulis *h*:

هَبَة ditulis *hibah*

جَزِيَّة ditulis *jizyah*

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, sholat, dan sebagainya, kecuali dekehendaki lafal aslinya).

2. bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis *t*:

نَعْمَةُ اللَّهِ ditulis *ni 'matullāh*

زكاة الفطر ditulis *zakātul-fitri*

## IV. Vokal Pendek

—○— (fatthah) ditulis a	contoh	ضَرَبَ
ditulis <i>daraba</i>		
—○— (kasrah) ditulis i	contoh	فَهِمَ
—○— (dammah) ditulis u	contoh	كَتَبَ

## V. Vokal Panjang

1. *fathah + alif, ā (garis di atas)*

جَاهْلِيَّةٌ ditulis *jāhiliyyah*

2. *fathah + alif, maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)*

يَسْعَى ditulis *yas'ā*

3. *kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)*

مَجِيدٌ ditulis *majīd*

4. *dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis diatas)*

فَرَوْضٌ ditulis *furūd*

## VI. Vokal Rangkap

1. *Fathah + yā mati, ditulis ai*

بَيْنَكُمْ ditulis *bainakum*

2. *Fathah + waw mati, ditulis au*

قَوْلٌ ditulis *qaulu*

## VII. Vokal-Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata, dipisahkan dengan Apostrof

1. أَنْتُمْ ditulis *a'antum*
2. أَعْدَتْ ditulis *u'iddat*
3. لَئِنْ شَكَرْتُمْ ditulis *la'in syakartum*

### VIII. Kata Sandang Alif – Lām

1. *Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur’ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. *Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggandengkan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya*

الشمس	ditulis	<i>asy-syams</i>
السماء	ditulis	<i>as-samā’</i>

### IX. Huruf Besar (Kapital)

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan yang Disempurnakan (EYD).

### X. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat dapat ditulis Menurut Penulisanya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawil al-furūd</i>
------------	---------	-----------------------

أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>
-----------	---------	----------------------

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I .....	1
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang .....	3
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Kajian Pustaka .....	12
G. Kerangka Teori .....	16
BAB II.....	33
A. Gambaran Umum Kelurahan Maguwoharjo.....	33
1. Letak dan kondisi geografis Padukuhan Tajem .....	34
2. Kondisi Demografi.....	35
3. Kondisi ekonomi .....	36
B. Gambaran Umum UMKM di Kalurahan Maguwoharjo.....	38
BAB III .....	49
BAB IV .....	65
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	69

PEDOMAN WAWANCARA.....	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kabupaten Sleman .....	8
Tabel 2. 1 Data penduduk berdasarkan jenis kelamin .....	36
Tabel 2.2 Data Mata Pencaharian Penduduk .....	37
Tabel 3. 1 Rating pada ShopeeFood .....	52
Tabel 3. 2.....	57
Perbandingan Pendapatan Sebelum dan Sesudah dengan ShopeeFood.....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah UMKM di Indonesia .....	5
Gambar 1.2 Grafik Tingkatan Peminat E-Commerce di Indonesia .....	7
Gambar 1.3 Tampilan ShopeeFood .....	23
Gambar 2. 1 Peta Kalurahan Maguwoharjo .....	34
Gambar 2. 2 .....	39
Tampilan Bakso dan Mie Ayam Restu .....	39
Gambar 2. 3 Tampilan Sate Cak Agus .....	40
Gambar 2. 4 Tampilan Siomay & Batagor .....	41
Gambar 2. 5 Tampilan Sego Pecel Ponorogo .....	42
Gambar 2. 6 Tampilan Sate Samirono .....	43
Gambar 2. 7 Tampilan Tahu Walik Dab .....	44
Gambar 2. 8 Tampilan Martabak 312 .....	45
Gambar 2. 9 Tampilan Pisang Goreng Pak Gembor .....	46
Gambar 2. 10 Tampilan Bakso Gangsar .....	47
Gambar 2. 11 Tampilan Kebab King Stars .....	48
Gambar 3. 1 Tampilan pada ShopeeFood .....	53
Gambar 3. 2 Wawancara dengan Mas Fatoni .....	55
Gambar 3. 3 Contoh Promosi pada ShopeeFood .....	60
Gambar 3. 4 Contoh Menu Habis pada ShopeeFood .....	63



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan Judul**

Agar dapat memahami dan menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran skripsi yang berjudul “Pemanfaatan *ShopeeFood* untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta.” Perlu kiranya penulis menjelaskan beberapa istilah yang digunakan, antara lain:

##### **1. UMKM**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional.

##### **2. Pemanfaatan *ShopeeFood***

*Shopeefood* merupakan layanan pesan-antar makanan secara online yang dimiliki oleh Shopee dengan tujuan untuk memudahkan konsumen

dalam menjajakan produk makanan dan minuman siap saji dan juga memudahkan para UMKM dalam pemasaran dan promosi. Pemanfaatan *ShopeeFood* meningkat dimasa pandemi covid-19. *ShopeeFood* menjadi solusi dari permasalahan yang terjadi di masa pandemi. Para UMKM menggunakan *ShopeeFood* untuk tetap bisa meningkatkan perekonomian dengan cara memanfaatkan teknologi yang kini terus berkembang.

### **3. Peningkatan Pendapatan**

Peningkatan adalah proses, cara atau perbuatan yang dilakukan untuk menaikkan suatu usaha atau kegiatan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Sedangkan pendapatan adalah besaran uang yang didapat seseorang atas hasil usahanya.<sup>1</sup> Peningkatan pendapatan adalah upah atau besaran uang yang didapat dari hasil usahanya bertambah atau naik menjadi lebih banyak dari sebelumnya.

### **4. Kalurahan Maguwoharjo**

Kalurahan Maguwoharjo adalah salah satu kalurahan yang terletak di Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta. Kalurahan ini cukup luas dan ramai penduduk. Banyak UMKM yang membuka usaha seperti laundry, fotokopi, bengkel, toko kelontong, kuliner dan masih banyak lagi. Salah satunya adalah di Padukuhan Tajem yang terdapat banyak kuliner,

---

<sup>1</sup> Baiq Fitri Arianti, "Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Akuntansi*, vol. 10: 1, (Februari 2020), hlm. 16

selain itu juga memiliki aksesibilitas yang baik dan mudah dijangkau karena terhubung dengan daerah-daerah lain di sekitarnya seperti jalur transportasi jalan raya, sekolah dan banyak kampus di sekitarnya.

## **B. Latar Belakang**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Keberadaan UMKM sangat bermanfaat dalam membantu masyarakat dalam pendistribusian pendapatan masyarakat. UMKM sendiri dapat memecahkan berbagai masalah seperti mengurangi kemiskinan, dapat memberikan lapangan pekerjaan, kesejahteraan penduduk, inovasi daerah, dan lain sebagainya. Elvina Setiawati dalam Elena menyatakan bahwa hal ini sesuai dengan pernyataan dari staf khusus Menteri Keuangan yakni Yustinus Prastowo, keberadaan UMKM merupakan sektor yang memiliki daya tahan yang kuat bahkan menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi ketika badi krisis ekonomi tahun 1998 silam.<sup>2</sup> Salah satu jenis UMKM yang tidak mengenal masa dan tidak pernah mati adalah usaha makanan dan minuman.<sup>3</sup> UMKM makanan selalu ada di setiap wilayah mulai dari yang berskala besar hingga kecil seperti

---

<sup>2</sup> Elvina Setiawati dkk, "UMKM Membangun Negeri Melalui Kesadaran Membayar Pajak", *Valid Jurnal Pengabdian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram*, vol 1: 2, Februari 2023, hlm. 32

<sup>3</sup> Agus Dwi Cahya, dkk., "Pengaruh Penjualan Online di masa Pademi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara (Studi Kasus UKM Salad Nyoo Timoho Yogyakarta)", *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol 4: 2 (Juni, 2021), hlm. 858

pedagang kaki lima. Hal ini disebabkan karena manusia membutuhkan asupan berupa makanan dan juga minuman yang harus dikonsumsi setiap harinya.

UMKM sama halnya dengan perdagangan atau jual beli yang mana sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW. Sebelum hijrah ke kota Madinah, Beliau dimasa kecilnya melakukan perdagangan di kota Makah saat masih 5 tahun. Beliau melakukan itu untuk membantu memenuhi kehidupan keluarganya dengan berjualan kurma. Seperti yang diketahui bahwa kurma merupakan buah yang menjadi makanan pokok bangsa Arab. Kegiatan berdagang baginda Rasulullah Muhammad SAW mirip dengan kegiatan UMKM yang dimana dagangan baginda masih dalam skala kecil karena hanya mencakup wilayah kota Mekah saja. Namun pada saat itu, peradaban masyarakat belum mengenal kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).<sup>4</sup> Dalam sebuah ayat, secara jelas bahwasanya Allah menghalalkan jual-beli atau perdagangan dan mengharamkan riba. Artinya memang bahwa perdagangan sangat ditekankan, namun tidak dengan cara yang bathil.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

وَ أَحْلَلَ اللَّهُ الْأَبْعَدَ وَ حَرَمَ الرِّبَا

---

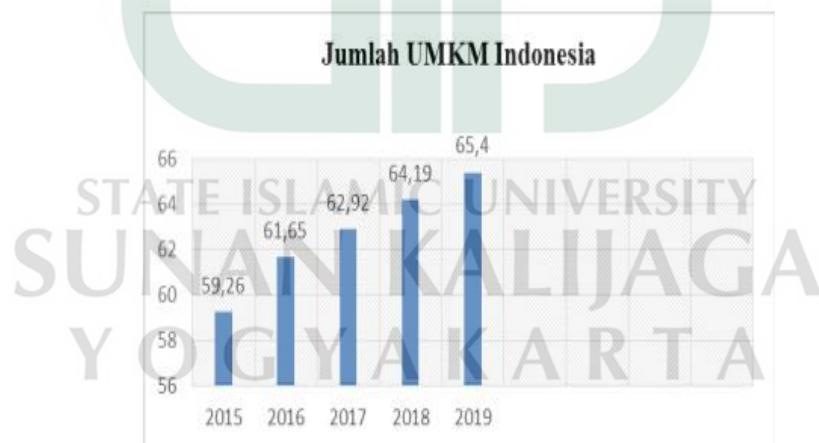
<sup>4</sup>Putri Mega Nanda, “Kompasiana: UMKM Dalam Perspektif Islam di Kota Palopo”,

<https://www.kompasiana.com/putrimegananda23/60c0ed708ede48376c499e92/opini-umkm-dalam-perspektif-islam-di-kota-palopo>, diakses tanggal 31 Maret 2023.

Artinya: ...dan sesungguhnya Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Q.S. Al-Baqoroh ayat 275).<sup>5</sup>

Tek heran jika UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dan terus bertambah setiap tahunnya. Departemen Koperasi dan UMKM mencatat, jumlah UMKM mencapai 64,19 juta pada tahun 2018 dan meningkat sebanyak 1,98% di tahun 2019 menjadi 65,47 juta unit.<sup>6</sup> Meningkatnya unit usaha berdampak juga pada tenaga kerja yang ikut bertambah. Hal ini menunjukkan bahwasanya adanya UMKM mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdirinya UMKM memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berwirausaha dan memberikan peluang kerja untuk yang lain guna meningkatkan pendapatan masyarakat yang berpenghasilan rendah dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Gambar 1.1 Grafik Jumlah UMKM di Indonesia



Sumber: Data Indonesia tahun 2015-2019

<sup>5</sup> <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=280>, diakses tanggal 24 Mei 2023

<sup>6</sup> <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>, diakses pada tanggal 23 Juli 2022

Namun tanpa disangka-sangka UMKM mengalami penurunan drastis baik dari segi pendapatan atau pelanggan. Adanya wabah virus corona yang menggemparkan dunia membuat Indonesia ikut terdampak. Awal mula pandemi covid-19 masuk di Indonesia yakni pada Maret 2020. Adanya wabah virus corona yang menggemparkan dunia membuat Indonesia ikut terdampak. Pandemi covid-19 telah memaksa sebagian besar masyarakat untuk membatasi aktifitasnya agar penyebaran virus corona dapat dicegah. Hal ini berakibat berbagai sektor terkena imbasnya.<sup>7</sup> Sektor ekonomi menjadi sektor yang terdampak cukup parah akibat dari pandemi. Akhirnya pemerintah mencoba melakukan berbagai upaya untuk mengurangi dampak virus corona. Semua pihak diminta untuk melakukan *social distancing*, *Work From Home* (WFH) atau *stay at home* yang biasa disebut dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Tertuang dalam Peraturan Pemerintah No.21 Tahun 2020 tentang PSBB dalam rangka memutus rantai persebaran dan mempercepat penanganan covid-19. Pembatasan yang dilakukan diantaranya adalah kegiatan yang berada di luar rumah seperti aktivitas di sekolah, tempat kerja, kegiatan keagamaan, kegiatan sosial dan budaya, kegiatan di fasilitas umum, serta operasional transportasi umum.<sup>8</sup> Akibatnya UMKM mengalami penurunan baik dari segi pelanggan atau pendapatan. Adanya pandemi kondisi kehidupan masyarakat terancam, pendapatan menurun akibat dari ditutupnya kegiatan-

---

<sup>7</sup> Rahmi Rosita, “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 9: 2, (November, 2020), hlm.112.

<sup>8</sup> Ririn Noviyanti Putri, “Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, vol. 20: 2, (Juli, 2020), hlm. 707.

kegiatan yang berada di luar rumah. Perubahan kebiasaan tersebut mengakibatkan adanya peningkatan aktivitas belanja online. Hal ini didorong dengan tersedianya berbagai *e-commerce* yang ada di Indonesia. Salah satunya yang cukup terkenal yakni Shopee.

Gambar 1.2 Grafik Tingkatan Peminat *E-Commerce* di Indonesia



Sumber data: Journal Of Information Technology (2022)

Shopee dapat dikatakan sebagai pendatang baru yang lahir pada tahun 2015 bila dibandingkan dengan Tokopedia, Lazada dan Bukalapak yang sudah ada sejak tahun 2009. Namun, dari awal peluncurannya, Shopee sudah menarik perhatian masyarakat Indonesia. Terbukti seperti dalam grafik diatas bahwa Shopee konsisten dalam memimpin dari tahun 2017 hingga 2019. Shopee meluncurkan fitur terbarunya yakni *ShopeeFood*. *ShopeeFood* adalah layanan pesan-antar makanan dan minuman. *ShopeeFood* diminati masyarakat karena terkenal dengan banyaknya promo, *discount*, *cashback* dan fitur gratis ongkir.

Sleman merupakan salah satu kabupaten yang mengalami perkembangan UMKM sangat pesat. Potensi pengembangan UMKM yang ada di Kabupaten Sleman sebagai wilayah berada di lokasi strategis perbatasan antara Provinsi DI. Yogyakarta dan Provinsi Jawa Tengah, dengan kondisi mobilitas tinggi adalah perdagangan, kuliner, industri, dan wisata. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mencatat jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Indonesia mencapai hampir 60 juta pelaku usaha pada tahun 2017 yang tersebar di seluruh Indonesia. UMKM di wilayah Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta sampai tahun 2018 memiliki 36.000 UMKM yang tersebar di 86 Desa dan dapat menghasilkan omset pertahun ratarata 300 juta rupiah. Selain itu, data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sleman menunjukkan bahwa UMKM pada sektor usaha Kuliner merupakan sektor usaha UMKM terbanyak kedua dengan jumlah 7.435 UMKM.<sup>9</sup>

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kabupaten Sleman

Per Kapanewon Tahun 2021

NO.	Kapanewon	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
1.	Gamping	5405	44	2
2.	Godean	7044	14	0
3.	Moyudan	3854	56	3
4.	Minggir	4058	5	0
5.	Seyegan	5249	41	1
6.	Mlati	6302	37	0
7.	Depok	9044	121	0
8.	Berbah	4216	16	0
9.	Prambanan	2765	17	1
10.	Kalasan	7130	54	0

<sup>9</sup>Anton Priyo Nugroho dan Abd Rahman, Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, vol: 8(02), 2022, hlm. 1

11.	Ngemplak	5230	28	0
12.	Ngaglik	4767	48	4
13.	Sleman	8163	37	4
14.	Tempel	6536	40	4
15.	Turi	3726	18	0
16.	Pakem	3476	38	4
17.	Cangkringan	2204	36	1

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman

Berdasarkan tabel diatas Usaha Mikro dan Kecil terbanyak pada Kapanewon Depok dengan jumlah Usaha Mikro 9044 dan Usaha Kecil sebanyak 121. Kanewon Depok juga memiliki keunikan tersendiri yakni Kapanewon yang memiliki Kalurahan paling sedikit namun dengan penduduk paling banyak dan wilayah yang paling luas. Ada tiga Padukuhan yang masuk dalam Kapanewon Depok yakni Caturtunggal, Condongcatur dan Maguwoharjo. Maguwoharjo adalah Padukuhan yang terletak tidak jauh dari kota Yogyakarta, sehingga dikategorikan Desa yang bernuansa Kota, hal ini karena ditinjau dari infrastruktur akses jalan yang mulus beserta bangunan yang ada di Maguwoharjo seperti banyaknya Kampus, Hotel, Stadion dan ditambah terdapat Bandar Udara Internasional satu-satunya di Yogyakarta yaitu Bandara Adi Sutjipto sebelum sekarang pindah ke YIA.

Di Maguwoharjo terdapat kuliner berjajar mengelilingi Stadion Maguwoharjo dan terlebih di sepanjang jalan raya Tajem. Produk-produk olahan pangan mulai dari makanan berat seperti nasi goreng, bakmi jawa, nasi pecel, nasi ayam, mie ayam, bakso, kebab dan masih banyak lagi, ada juga makanan ringan seperti tahu walik, roti bakar, martabak dan lain-lain. Hampir keseluruhan sudah menggunakan

*e-commerce* sebagai media pemasarannya salah satunya adalah melalui *ShopeeFood*. Lantas apakah adanya *ShopeeFood* benar-benar dapat meningkatkan pendapatan UMKM makanan di Kalurahan Maguwoharjo khususnya di Padukuhan Tajem? Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Pemanfaatan *ShopeeFood* untuk Peningkatan Pendapatan UMKM di Kalurahan Maguwoharjo.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pemanfaatan *ShopeeFood* untuk Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta?
2. Bagaimana Kelebihan *ShopeeFood* dalam Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta?

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana Pemanfaatan *ShopeeFood* pada Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta.

2. Untuk mendeskripsikan kelebihan *ShopeeFood* pada Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kalurahan Maguwoharjo, Sleman, Yogyakarta.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Manfaat teoritis bagi pihak lain yakni memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan menambah informasi, referensi dan juga rujukan bagi semua pihak yang membutuhkan dalam penelitian selanjutnya, serta menambah khazanah keilmuan teori sosial masyarakat khususnya ilmu pengembangan masyarakat Islam.

### **2. Manfaat Secara Praktis**

#### **a. Bagi UMKM**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pentingnya teknologi bagi pengusaha UMKM sehingga mampu untuk terus berkembang dalam dunia kuliner dan dapat memanfaatkan serta memaksimalkan peluang yang ada dengan sebaik-baiknya.

#### **b. Bagi peneliti**

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan evaluasi serta menambah semangat bagi peneliti untuk terus melakukan penelitian.

## **F. Kajian Pustaka**

Dalam penulisan ini peneliti menggali dari beberapa referensi penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan sebagai bahan perbandingan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Agustian Fandriansyah dalam jurnalnya yang berjudul “Pemanfaatan Market Place Grabfood & Gofood Dalam Peningkatan Penjualan Pada Umkm Food And Beverages Mao-Mao Cirebon”. Hasil dari penelitian ini adalah UMKM Food and beverages Mao-mao Cirebon dalam mengoperasionalkan bisnisnya dengan cara offline dan online. Penjualan online yang memakai jasa grabfood dan gofood, penjualan yang dilakukan dengan cara online memberikan hasil yang baik karena memberikan dampak kenaikan omzet mencapai 40%.<sup>10</sup> Perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah lokasi penelitian. Peneliti melakukan penelitian di Kalurahan Maguwoharjo dan lebih fokus pada *ShopeeFood*, sedangkan penelitian Muhammad Agustian fokus pada *GrabFood* & *GooFood* pada UMKM food dan beverage Mao-Mao Cirebon. Persamaannya adalah sama-sama membahas UMKM makanan dan pemanfaatan marketplace.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Diva AzzamawadahUtami dkk, dalam jurnalnya yang berjudul “Pemanfaatan Shopeefood Sebagai Strategi

---

<sup>10</sup> Muhammad Agustian Fandriansyah, ”Pemanfaatan Market Place Grabfood & Gofood Dalam Peningkatan Penjualan Pada Umkm Food And Beverages Mao-Mao Cirebon”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, vol. 24: 3, 2022, hlm. 11

Marketing Digital Pada UMKM di Depok Selama Covid-19”. Dengan menggunakan strategi marketing pada ShopeeFood memberikan dampak positif dalam meningkatkan pendapatan secara online. Dengan itu UMKM Depok memiliki kesempatan untuk memperluas pasar melalui ShopeeFood dalam menjual produk makanan siap saji.<sup>11</sup>

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Fhadilah dkk dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh E-Commerce Terhadap Volume Penjualan *ShopeeFood* Pada Produk UMKM Di Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai efektifitas penggunaan e-commerce Shopee Food dalam meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling sehingga menghasilkan sampel dalam penelitian ini yakni 100 responden yang merupakan seseorang atau kelompok penjual UMKM yang telah menggunakan e-commerce Shopee food untuk berjualan produknya di wilayah Bandung.<sup>12</sup> Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif yang dilakukan di Kalurahan Maguwoharjo dan fokus penelitian adalah terletak pada

---

<sup>11</sup>Diva AzzamawadahUtami dkk, ”Pemanfaatan Shopeefood Sebagai Strategi Marketing Digital Pada UMKM di Depok Selama Covid-19”, *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)*, Desember-2022, vol. 13:2, hlm.78-84

<sup>12</sup> Ilham Fhadilah dkk, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Volume Penjualan Shopee Food Pada Produk UMKM Di Kota Bandung”, *Jurnal e-Proceeding of Management*, vol.10:1, Februari 2023, hlm.105

bagaimana pemanfaatan *ShopeeFood* pada peningkatan pendapatan UMKM Makanan. Persamaannya adalah yakni sama-sama membahas *ShopeeFood* pada UMKM.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ayunda Firdaus Chusnul Habiba dan Ferry Prasetyia dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM di masa Pandemi. Penelitian tersebut memfokuskan pada UMKM pada sektor kuliner di Kota Malang. Hasil dari penelitiannya menunjukkan variable lama usaha, SDM, dan daya saing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan variabel penerapan *e-commerce*, dan modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.<sup>13</sup> Perbedaannya dengan penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan di Kalurahan Maguwoharjo khususnya di Padukuhan Tajem dan hasil penelitian ini adalah tentang bagaimana pemanfaatan *ShopeeFood* pada peningkatan pendapatan UMKM Makanan. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama membahas tentang UMKM dan *e-commerce*.

---

<sup>13</sup> Ayunda Firdaus Chusnul Habiba, “Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi”, *Journal Of Development Economic And Social Studies*, vol. 1:3, Juli 2022,hlm. 408

5. Penelitian yang ditulis oleh Riska Julianti Ade Lismula dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Pengaruh *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat”.<sup>14</sup> Tujuan penelitiannya yakni untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Perbedaan dengan penelitian yang ditulis peneliti yakni peneliti lebih fokus pada pemanfaatan ShopeeFood, sedangkan penelitian Riska Juliana adalah seberapa besar pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM di Nusa Tenggara Barat. Persamaannya adalah sama-sama membahas UMKM.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Al Fadilla Darma Nasri dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Penerapan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bengkulu)”.<sup>15</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Bengkulu. Perbedaan dengan penelitian peneliti yakni penelitian ini berfokus pada pemanfaatan Shopeefood pada UMKM makanan, sedangkan skripsi Al Fadilla yakni pengaruh penerapan *e-*

---

<sup>14</sup>Riska Julianti Ade Lismula, “Analisis Pengaruh *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat”, *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, vol.1: 2 (Juni, 2022), hlm. 107

<sup>15</sup> Al Fadilla Darma Nasri, Pengaruh Penerapan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bengkulu), Skripsi (Bengkulu: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2020), hlm. 70

commerce terhadap perkembangan UMKM Di kota Bengkulu.

Persamaannya adalah sama-sama membahas e-commerce pada UMKM.

Dari keenam penelitian diatas belum ada yang melakukan penelitian di Kalurahan Maguwoharjo menggunakan rumusan masalah yang sama dan fokus penelitian yang sama dengan penelitian ini.

## **G. Kerangka Teori**

### **1. Konsep dan Definisi UMKM**

#### **a. Pengertian UMKM**

Definisi UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Pasal 1 No.20 Tahun 2008 yakni sebagai berikut<sup>16</sup>:

1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2) Usaha Kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dari usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha kecil sebagaimana dalam Undang-Undang. Contoh dari Usaha Kecil yakni

---

<sup>16</sup> Lathifah Hanim dan MS. Noorman, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), hlm. 6-8.

Usaha tani sebagai pemilik tanah yang memiliki tenaga kerja, industry makanan dan minuman, peternakan, dan sebagainya.

- 3) Usaha Menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dalam Undang-Undang.
- 4) Usaha Besar adalah usaha produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah seperti usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan serta usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan berdomisili di Indonesia.

b. Klasifikasi dan Kriteria UMKM

Ukuran kriteria yang dipakai UMKM sesuai dengan Undang-Undang

Pasal 6 No.20 Tahun 2008 yakni<sup>17</sup>:

---

<sup>17</sup> Lathifah Hanim dan MS. Noorman, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), hlm.13.

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tahunan tidak lebih dari 300 juta rupiah.
- 2) Kriteria Usaha Kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari 50 juta hingga 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta hasil penjualan tahunan lebih dari 300 juta hingga 2 milyar 500 juta rupiah.
- 3) Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari 500 juta sampai 10 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan usaha serta hasil penjualan tiap tahunnya lebih dari 2 milyar 500 juta hingga 50 milyar rupiah.

Berdasarkan perkembangannya, ada empat klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diantaranya adalah<sup>18</sup>:

1. *Livelihood Activities*, yakni Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disebut dengan sektor informal. Contohnya Pedagang Kaki Lima (PKL).
2. *Micro Enterprise* atau Usaha Mikro, yakni usaha yang bercirikan pengrajin tetapi belum bercirikan usaha.

---

<sup>18</sup> Lathifah Hanim dan MS. Noorman, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), hlm.8.

3. *Small Dynamic Enterprise* atau Usaha Kecil Dinamis, yakni Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang giat melakukan pekerjaan ekspor dan dapat menerima pekerjaan subkontrak.
  4. *Fast Moving Enterprise*, yakni perusahaan yang memiliki jiwa wirausaha dan akan menjadi Perusahaan Besar (UB).
- c. Asas – Asas UMKM
- Demikian pula UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah BAB II tentang ASAS DAN TUJUAN, Pasal 2 menyatakan: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berdasarkan<sup>19</sup>:
- a. Kekeluargaan;
  - b. Demokrasi Ekonomi;
  - c. Kebersamaan;
  - d. Efisiensi berkeadilan;
  - e. Berkelanjutan;
  - f. Berwawasan lingkungan;
  - g. Kemandirian;
  - h. keseimbangan kemajuan; dan
  - i. Kesatuan ekonomi nasional.
- d. Prinsip-Prinsip UMKM

---

<sup>19</sup> Winarno, “Sistem E-Commerce Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah”, *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, vol. 2: 1 (2015), hlm. 43

- Menurut BAB II Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Prinsip Pemberdayaan UMKM adalah sebagai berikut<sup>20</sup>:
- 1) Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri
  - 2) Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
  - 3) Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
  - 4) Peningkatan daya saing UMKM.
  - 5) Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

e. Faktor pendukung UMKM

Pengembangan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) banyak mengalami dukungan dari berbagai aspek. Seperti adanya program pendampingan dari unit kerja pemerintah maupun lembaga yang dibentuk oleh pemerintah daerah sebagai mitra yang memberikan pengetahuan dan pengalaman terhadap pelaku industry pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan mengadakan berbagai pelatihan, pembekalan,

---

<sup>20</sup> Lathifah Hanim dan MS. Noorman, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), hlm. 26

pembinaan, serta monitoring kepada para pelaku pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).<sup>21</sup>

#### f. Kendala-Kendala UMKM

Kendala sama halnya dengan faktor penghambat. Banyak ahli mengemukakan pengertian dari kendala. Ada yang melihat masalah sebagai ketidaksesuaian antara harapan dengan kenyataan, ada pula yang melihat sebagai tidak terpenuhinya kebutuhan seseorang. Menurut KBBI kendala merupakan halangan, rintangan, faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran. Menurut Alwi, kendala adalah suatu hal yang tidak mengenakkan. Menurut Prayitno, kendala adalah sesuatu yang tidak disukai adanya, menimbulkan kesulitan untuk diri sendiri dan orang lain, ingin dihindari atau dihilangkan.<sup>22</sup> Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwasanya kendala atau bisa disebut faktor penghambat, artinya dapat mengakibatkan suatu keberhasilan lebih lambat tercapai atau bahkan mungkin tidak tercapai sama sekali.

Salah satu teori yang bisa digunakan untuk mengetahui kendala adalah Teori Kendala. Teori Kendala adalah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi, mengeksplorasi dan menemukan cara

---

<sup>21</sup>Abdul Halim, “Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, vol. 1: 2, (2020), hlm. 165-166.

<sup>22</sup> Muhammad Ali, “Kendala dan Persepsi Peserta Didik SMA Negeri 1 Kelumpang Barat terhadap Pembelajaran Fisika”, *CENDEKIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, vol. 9: 1, (Maret 2021), hlm. 101.

untuk mengatasi kendala yang terjadi dalam proses produksi. Teori Kendala mengakui bahwa kendala terjadi pada setiap perusahaan dan dapat menghambat peningkatan kinerja perusahaan.<sup>23</sup>

Menurut Blocher dalam Intan dkk, teori kendala adalah cara strategis yang digunakan untuk membantu perusahaan dalam memperbaiki CSF (*critical success factors*) yang dinilai sangat penting. Teori kendala adalah metode, pendekatan dan alat yang digunakan untuk memaksimalkan pendapatan dengan cara mengidentifikasi kendala yang terjadi selama proses produksi kemudian menganalisis cara untuk mengatasi kendala tersebut.<sup>24</sup> Jenis-jenis Kendala Menurut Setyaningrum dan Hamidy dalam intan dkk jenis kendala dapat dibedakan sebagai berikut yakni kendala internal, kendala eksternal, kendala kendur dan kendala mengikat.

Kendala eksternal pada UMKM diantaranya adalah aspek kebijakan atau regulasi pemerintah, aspek lembaga keuangan serta aspek sosial dan ekonomi, sedangkan kendala internal yang dimaksud mencakup berbagai aspek seperti modal usaha, strategi pemasaran, inovasi, laporan keuangan serta sumber daya manusia.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Intan Purwatianingsih Sihadi dkk, “Identifikasi Kendala Dalam Proses Produksi Dan Dampaknya Terhadap Biaya Produksi Pada Ud. Risky”, *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, vol. 13: 4, (2018), hlm. 602

<sup>24</sup> Ibid., hlm. 604

<sup>25</sup> Lukas Dwi Febrian dan Ika Kristianti, “Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada Umkm di Kabupaten Magelang)”, *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, vol. 3: 1, (Februari 2020), hlm. 24

## 2. *ShopeeFood*

*ShopeeFood* adalah sebuah layanan pesan antar makanan dan minuman secara online yang merupakan fitur resmi hasil pengembangan dari Shopee.<sup>26</sup> *ShopeeFood* muncul sebagai pesaing dari Gojek dan Grab yang juga memiliki fitur pengantaran makanan. Awal munculnya *ShopeeFood* pada April 2020 hanya melayani pembelian minuman, aneka kue dan makanan olahan saja. Namun pada awal 2021 *ShopeeFood* berkembang mulai melayani pemesanan makanan dan minuman yang bekerja sama dengan berbagai *industry food* dan *beverage* yang menarik banyak mitra driver untuk bergabung dan siap mengantarkan pada konsumen.<sup>27</sup>

Gambar 1.3 Tampilan *ShopeeFood*



Sumber: Aplikasi ShopeeFood

<sup>26</sup> Putri Ayu Kusuma Wardani dkk, “Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan dengan Menggunakan Jasa Shopeefood, vol. 2: 1, (December 2021 - May 2022).

<sup>27</sup> Putri Ayu Kusuma Wardani dkk, “Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan dengan Menggunakan Jasa Shopeefood, vol. 2: 1, (December 2021 - May 2022).

### **3. Manfaat dan Kelebihan ShopeeFood pada Peningkatan Pendapatan UMKM**

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya sistem *e-commerce* dianggap sebagai salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu peningkatan dan perkembangan UMKM. Faktor penting dalam penggunaan *e-commerce* adalah untuk meningkatkan kemampuan mendapatkan *feedback* dari pelanggan secara cepat, disamping itu juga bisa menghemat biaya untuk pemasaran. Tanpa pemanfaatan *e-commerce* diyakini bahwa UMKM akan melemah dalam pemasarannya. Muh Ihsan dalam Maryam mengemukakan manfaat terbesar dari pemanfaatan *e-commerce* adalah meningkatkan omzet penjualan sebesar 31%.<sup>28</sup>

Kelebihan atau *e-commerce* menurut Crisnanda yakni<sup>29</sup>,

1. Usaha ini bisa diakses kapanpun dan dimanapun
2. Memberikan keringanan dalam proses pembayaran, promosi, serta

dalam hal komunikasi agar dapat lebih efektif. Dengan penerapan *e-commerce* memberikan kemudahan dalam hal pengurangan biaya yang dikeluarkan oleh penjual. Melalui *e-commerce*, juga dapat memberikan informasi yang lebih banyak terhadap produk yang ada

---

<sup>28</sup> Muhammad Ikhsan dan Muhammad Hasan, "Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar", *Journal Of Economic Education and Entrepreneurship Study (JE3S)*, vol 1:1, (Juni, 2020), hal 41-42

<sup>29</sup> Chrisnanda Kurnia Putranto dan Utpala Rani, Dampak Pemanfaatan E-Commerce Pada Kinerja UMKM, *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, vol.2: 5 (2022), hlm.338

serta dapat memberitahukan pada konsumen terkait ada tidaknya bonus, diskon yang diberikan pada pembeli melalui media online

3. Dapat memuaskan para pembeli yang ada, serta
4. Dapat meningkatkan omset dari pemasaran produk

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Padukuhan Tajem Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini berfokus pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dibidang makanan di Padukuhan Tajem Maguwoharjo yang bergabung di *ShopeeFood*. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena UMKM di Padukuhan Tajem, Maguwoharjo yang bergerak pada bidang kuliner dan bergabung di *ShopeeFood* sehingga peneliti tertarik dan ingin mengetahui apakah adanya *ShopeeFood* benar-benar dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatan di Padukuhan Tajem, Maguwoharjo.

### **2. Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kualitatif Deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan data berupa data deskriptif seperti ucapan, tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.<sup>30</sup>

Menurut Sugiyono Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan

---

<sup>30</sup> Farida Nugraha, Metode Penelitian Kualitatif, hlm.4

untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk menarik simpulan secara luas. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang menjelaskan suatu gambaran dari data-data penelitian secara spesifik berdasarkan peristiwa alam dan sosial yang terjadi di masyarakat.<sup>31</sup> Alasan peneliti memilih penelitian kualitatif adalah untuk mendeskripsikan secara rinci dan mendalam tentang apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk menemukan fakta, mengungkap serta menyelidiki fenomena sosial dan juga permasalahan yang sulit dipahami.

### **3. Subjek/objek penelitian**

Subjek penelitian ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM makanan di Maguwoharjo khususnya Tajem yang bergabung di *ShopeeFood*. Sedangkan objek penelitiannya adalah manfaat dan kelebihan *ShopeeFood* pada peningkatan pendapatan UMKM makanan.

### **4. Teknik Penentuan Informan**

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Dimana teknik purposive sampling dengan kriteria dalam pengambilan informan sebagai sumber informasi yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu. Hal ini dilakukan agar peneliti memilih

---

<sup>31</sup> Diva Azzamawadah Utami dkk, "Pemanfaatan Shopeefood Sebagai Strategi Marketing Digital Pada UMKM di Depok Selama Covid-19", *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)*, vol. 12:2, (Desember,2022), hlm. 81

informan yang benar-benar mengetahui secara mendalam kegiatan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini informan adalah orang yang terlibat langsung dalam kegiatan UMKM baik karyawan atau pemilik langsung. Adapun kriteria dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. UMKM berupa makanan (usaha kuliner)
- b. UMKM memiliki toko offline sebelum bergabung di *Shopeefood* sekurang-kurangnya satu tahun.
- c. UMKM sudah bergabung di *Shopeefood* minimal satu tahun
- d. UMKM memiliki rating diatas 4

## 5. Sumber data

Sumber data sangat dibutuhkan dalam menjawab permasalahan peneliti. Sumber data yang dimanfaatkan peneliti untuk memperoleh sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah:

- a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan.

- b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Biasanya data ini diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu

## 6. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti guna memperoleh data-data adalah:

### a. Wawancara

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara mendalam.

Wawancara mendalam adalah proses mendapat keterangan dengan cara tanya jawab secara bertatap muka antara peneliti dengan informan.<sup>32</sup>

Wawancara ini dilakukan secara spontanitas, sehingga suasana yang dibangun biasa dan pembicaraan berlangsung seperti percakapan sehari-hari yang tidak formal.

Peneliti memilih wawancara mendalam ini karena menurut peneliti sangat memungkinkan untuk dapat memperoleh data sebanyak-banyaknya yang lengkap dan mendalam. Peneliti tidak bisa sepenuhnya mendapat data hanya dari observasi atau dokumentasi, dengan teknik wawancara informan dapat berbagi cerita secara langsung dan memberikan pengalamannya.

### b. Observasi

Teknik observasi yang dilakukan yakni observasi langsung. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan pengamatan langsung di lapangan terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian. Observasi dilakukan dalam situasi nyata atau berada pada lingkungan yang telah dirancang khusus untuk penelitian. Observasi memberikan kesempatan kepada peneliti untuk

---

<sup>32</sup> Pupu Saeful Rahmat, "Penelitian Kualitatif", *Jurnal Equilibrium*, vol. 5: 9 (2009), hlm.7

mengamati interaksi baik sosial, perilaku, maupun konteks yang relevan dengan fenomena yang diteliti.<sup>33</sup>

c. Dokumentasi

Selain melalui wawancara, informasi juga bisa diperoleh dari fakta yang biasanya tersimpan rapi dalam bentuk surat, jurnal kegiatan, foto, cendramata dan lain sebagainya.<sup>34</sup> Data dalam dokumentasi ini dilakukan untuk melengkapi suatu penelitian.

## 7. Teknik validitas data

Untuk memperoleh data yang valid, peneliti perlu melakukan keabsahan data atau validitas data. Validitas data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik keabsahan data dengan menggabungkan yang lain dari luar data itu sendiri untuk dilakukan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>35</sup> Triangulasi yang dilakukan adalah triangulasi sumber yakni memperoleh data melalui sumber yang berbeda dengan teknik yang sama.

## 8. Teknik analisis data

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang

---

<sup>33</sup> Ardiansyah dkk, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif", *Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1: 2 (Juli, 2023), hlm. 4

<sup>34</sup> Rahardjo Mudjia, *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*, (Malang: UIN Maliki Malang, 2011), hlm.3

<sup>35</sup> Bachtiar S Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, vol.10:1 (April, 2010), hlm.54

kemudian dikategorikan, dijabarkan, melakukan sintesa, pola disusun, dipilah lagi mana yang penting dan mana yang harus dipelajari dan membuat kesimpulan yang menarik dan mudah dipahami oleh peneliti maupun pembaca. Analisis data dilakukan secara berkesinambungan dari awal sampai akhir seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman<sup>36</sup>:

a. Reduksi data

Reduksi data yakni proses pemilihan data, penggolongan, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar dari hasil catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan dengan menajamkan analisis, melakukan penggolongan, membuang yang tidak perlu serta melakukan pengorganisasian data yang sedemikian rupa sehingga kesimpulan diakhir dapat diambil. Proses reduksi data ini berlangsung terus-menerus selama penelitian, bahkan sebelum semua data benar-benar terkumpul semua.

b. Penyajian data

Penyajian data yakni kegiatan yang dilakukan ketika data informasi sudah terkumpul dan tersusun rapi, memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data berupa teks naratif yaitu catatan di lapangan atau bisa juga berupa grafik, bagan yang kemudian disusun dengan rapi sehingga memudahkan

---

<sup>36</sup> Ivanovich Agusta, Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif, hlm.10

untuk melihat apa yang sebenarnya terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau perlu menganalisis kembali.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus ketika penelitian di lapangan berlangsung. Mulai dari pengumpulan data, mencatat keteraturan pola, memberikan penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proporsi. Kesimpulan bersifat longgar dan terbuka, yang bermula dari belum jelas hingga menjadi kesimpulan yang terperinci, mengakar dan jelas.

## I. Sistematika Pembahasan

Proposal ini dibagi menjadi empat bab, dengan uraian sebagai berikut:

**BAB I**, pada bab ini berisi pendahuluan yang membahas tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan

**BAB II**, pada bab ini berisi tentang gambaran umum dari lokasi penelitian. Bab ini menjelaskan gambaran umum Kalurahan Maguwoharjo dan UMKM di Padukuhan Tajem Maguwoharjo Yogyakarta

**BAB III**, pada bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian yang didapatkan dari lapangan, yakni tentang Pengaruh *E-Commerce* Shopee (Shopeefood) terhadap UMKM Makanan di Kalurahan Maguwoharjo. Dalam hal ini, penulis menyajikan data beserta analisisnya tentang bagaimana pengaruh shopeefood dan kendala yang dialami UMKM Makanan di Padukuhan Tajem.

**BAB IV**, pada bab ini berisi penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Pada akhir kepenulisan penelitian ini akan dilampirkan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai Pemanfaatan *ShopeeFood* pada Peningkatan Pendapatan UMKM Makanan di Maguwoharjo khususnya Padukuhan Tajem, maka dapat disimpulkan oleh peneliti sebagai berikut:

Kehadiran *ShopeeFood* memberikan manfaat terhadap UMKM makanan di Padukuhan Tajem yakni:

- a. Meningkatkan popularitas, UMKM makanan di Padukuhan Tajem mengalami kenaikan rating atau penilaian produk sehingga usahanya akan direkomendasikan oleh *ShopeeFood* dan akan muncul pada beranda *ShopeeFood* tanpa harus pembeli mencari secara manual serta sekaligus merekomendasikan kepada pembeli yang ingin memesan makanan namun tidak tahu apa yang ingin dimakan.
- b. Meningkatkan Penjualan, *ShopeeFood* membantu meningkatkan penjualan pada UMKM makanan di Padukuhan Tajem yang berimbas pada pendapatan yang juga ikut meningkat. Terdapat perbedaan omset antara sebelum dan sesudah bergabung dengan *ShopeeFood*, walaupun kenaikan dirasa belum maksimal namun adanya *ShopeeFood* sudah membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan.

c. Mempermudah pemasaran dan promosi, adanya strategi promo yang ditawarkan *ShopeeFood* membantu pelaku UMKM dalam pemasaran dan promosi untuk menarik para pembeli dan mengenalkan pada masyarakat luas. Di samping itu UMKM tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk promosi dalam artian dapat menghemat biaya.

## **B. Saran**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa prodi Pengembangan Masyarakat Islam kedepannya, terlebih bagi UMKM makanan yang belum menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasaran untuk segera bergabung supaya tidak ketinggalan dan bagi UMKM yang sudah bergabung dengan *Shopeefood* salah satunya agar terus selalu melakukan inovasi dan pembaruan menu supaya produk makanan yang dijual menjadi lebih di kenal masyarakat. Untuk pihak shopee supaya lebih diperbaiki dan ditingkatkan lagi terkait jaringan yang sering *trouble*.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Arbain, Pratiwi, Zakariahwahab Dan Marlinahwidiyanti, "Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia", *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol. 7: 1, 2020
- Ardiansyah dkk, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif", *Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1: 2, 2023
- Dwi Cahya, Agus dkk., "Pengaruh Penjualan Online di masa Pademi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara (Studi Kasus UKM Salad Nyoo Timoho Yogyakarta)", *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol 4: 2, 2021
- Firmansyah, Denny dan Radiati Husna, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Usaha Keripik Di Kabupaten Bireuen)", Majalah Ilmiah Universitas Almuslim, vol. 13: 3, 2021.
- Hanim, Lathifah dan MS. Noorman, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA, Semarang: UNISSULA PRESS, 2018
- Hasanah, Nuramalia dkk., Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020
- <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>.
- <https://maguwoharjosid.slemankab.go.id/first/artikel/1>.
- <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=280>.
- Ikhsan, Muhammad dan Muhammad Hasan, "Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar", *Journal Of Economic Education and Entrepeneurship Study (JE3S)*, vol 1:1, 2020
- Lismula, Riska Julianti Ade, "Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat", *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, vol.1: 2, 2022

Mega Nanda, Putri “Kompasiana: UMKM Dalam Perspektif Islam di Kota Palopo”, <https://www.kompasiana.com/putrimegananda23/60c0ed708ede48376c499e92/opini-umkm-dalam-perspektif-islam-di-kota-palopo>

Mudjia, Rahardjo, *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*, Malang: UIN Maliki Malang, 2011

Muhammad Ali, “Kendala dan Persepsi Peserta Didik SMA Negeri 1 Kelumpang Barat terhadap Pembelajaran Fisika”, *CENDEKIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, vol. 9: 1, 2021

Noviyanti Putri, Ririn “Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, vol. 20: 2, 2020

Pratama, Dinas dkk, “Analisis Bisnis Kuliner Menggunakan Marketplace Dalam Peningkatan Penjualan dan Kemajuan Usaha (Studi Kasus Martabak Den Bagoes Jl. AR. Hakim Medan Kec. Medan Area)”, *Jurnal Maajemen Akutansi (JUMSI)*, vol. 3: 2, 2023

Purwatiningsih Sihadi, Intan dkk, “Identifikasi Kendala Dalam Proses Produksi Dan Dampaknya Terhadap Biaya Produksi Pada Ud. Risky”, *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, vol. 13: 4, 2018

Ramadhoni, Mochamad dan Johannes Hamongan Siregar, “Pemanfaatan Sistem Mitra Penjualan Online Untuk meningkatkan Ekonomi Digital di IndonesiaA”, *Jurnal Panca Sakti*, vol 2: 1, 2020

Rosita, Rahmi “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia”, *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 9: 2, 2020

Ummah, Kunnashihatul “Budaya Belajar Masyarakat Transisi Di Dusun Tajem, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta”, *Jurnal Kebijakan Pendidikan Edisi 1*, vol. 5, 2016