

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi dengan sistem digital di Indonesia telah merambah ke berbagai bidang seperti: pendidikan, kesehatan, sosial, hingga ekonomi. Di bidang pendidikan sistem digital digunakan untuk pengembangan aplikasi dalam menunjang literasi dan akademik. Sujata Santosh, menjelaskan bahwa pengembangan web 2.0 yang diadopsi dengan sistem digital menghadirkan satu konsep baru di bidang pendidikan.¹ Dengan pengembangan tersebut membuat perpustakaan menjadi lebih terbuka dan dapat berinteraksi dua arah dengan para pembaca, dan dapat memudahkan pembaca untuk mencari buku serta mendapat informasi yang aktual didalam satu *platform digital*.

Sistem digitalisasi juga dimanfaatkan di bidang kesehatan terutama untuk pengembangan alat medis dan deteksi penyakit. Edi Kristanto, tren model kesehatan saat ini menuju ke arah *patient-centered model*, yang menuntut adanya integrasi informasi dan data kesehatan pribadi atau masyarakat secara umum.² Pengembangan sistem digital yang didukung oleh sistem teknologi memberikan fasilitas komunikasi yang lebih terbuka, cepat, dan termutakhir bagi ahli kesehatan. Serta memberikan

¹ Sujata Santosh, 2017, Adoption of Web 2.0 Applications in Academic Libraries in India, *Journal of Library & Information Technology*, Vol. 37, hlm. 192

² Edi Kristanto, 2013, Pengaruh Teknologi WEB 2.0 Terhadap Perkembangan E-Health. *Jurnal Teknik dan Ilmu Komputer* Vol.2 hlm 386

kemudahan dalam berinteraksi dengan masyarakat umum atau sesama ahli kesehatan tentang pengetahuan dan informasi dibidang kesehatan. Dengan sistem digital membantu para pasien untuk mencari informasi kesehatan, berkomunikasi dengan tenaga ahli kesehatan mengenai layanan kesehatan secara *online*. Perkembangan teknologi digital juga dapat di manfaatkan dalam bidang sosial dimana pola hidup dan aktivitas komunikasi masyarakat lebih mudah, efektif, dan efisien. Muhamad Ngafifi, Aktivitas manusia akan digerakkan melalui serangkaian teknologi digital.³ Relasi yang terbangun di antara individu adalah relasi pertukaran digital, setiap manusia hanya melakukan serangkaian transaksi atau interaksi melalui simbol-simbol digital.

Era digital dapat dimanfaatkan juga dalam bidang ekonomi, terutama bagaimana mengubah aktivitas para pelaku ekonomi. Diantaranya ialah mengubah cara dan aktivitas usaha ekonomi mikro, mulai dari aktivitas yang mengandalkan jual beli secara konvensional ke aktivitas ekonomi digital. Dalam pengembangan usaha mikro terutama di Indonesia ada beberapa permasalahan yang ada. Diantaranya ialah keterbatasan akan sumber dana untuk pengembangan usaha, kurangnya kemampuan SDM dalam melakukan inovasi, dan kurangnya kemampuan SDM dalam pemanfaatan sistem teknologi yang dibutuhkan.⁴ Selain itu usaha mikro yang selama ini menjadi tonggak akan perekonomian nasional memiliki permasalahan akan kurangnya pembinaan serta pelatihan yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha tersebut.

³ Muhamad Ngafifi, 2014, Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan : Fondasi dan Aplikasi*. Vol. 2 No. 1 hlm. 38

⁴ Hamid, E.S. and Susilo, Y., 2011. Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 12 No. 1. Hlm. 45-55

Dengan berbagai permasalahan yang ada membuat perusahaan – perusahaan di Indonesia berlomba dalam melakukan inovasi untuk memenangkan persaingan pasar ditengah semakin ketatnya kompetisi. Inovasi yang dilakukan diantaranya ialah strategi transformasi ekonomi digital, dengan melakukan perubahan-perubahan mulai dari proses, kompetensi hingga model bisnis dengan implementasi ekonomi digital.⁵

Hadirnya perusahaan – perusahaan yang memanfaatkan transformasi ekonomi digital salah satunya ialah PT. Sampoerna. Dimana sampoerna membuat satu model bisnis pengembangan retail teknologi pada warung kelontong di Indonesia. Seperti dilansir dari laman web src.id Sampoerna Retail Community (SRC) adalah toko kelontong masa kini yang tergabung dalam program kemitraan Sampoerna, yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing para pemilik toko kelontong melalui pendampingan usaha yang berkelanjutan.⁶ SRC dibuat sejak tahun 2008 yang bermula dari 57 toko di Kota Medan dengan semangat untuk tumbuh dan maju berkembang. Dan hingga tahun 2018 sudah ada lebih dari 100.000 toko yang bergabung di seluruh Indonesia.

Pengembangan SRC merupakan satu model bisnis yang memanfaatkan teknologi sebagai satu kunci utama dalam pengembangan bisnis warung. dibuktikan dengan

⁵ Setneg. *Ekonomi Digital: The New Face of Indonesia's Economy*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2020 pukul 13.00 WIB

(https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_digital_the_new_face_of_indonesias_economy)

⁶ Src.id, *Kami adalah komunitas toko kelontong terbesar di Indonesia*, Diakses pada tanggal 29 Januari 2020 pukul 09.30 WIB (<https://src.id/>)

program yang ditawarkan seperti halnya ada tiga yang akan didapatkan oleh Retail. *Pertama*, Pendampingan usaha dimana toko/retail/warung akan dibimbing terkait rekondisi toko, aktivasi konsumen, ekspansi bisnis dan berbagai peluang lainnya. *Kedua*, Komunitas paguyuban dimana jaringan peritel yang saling menopang dan bersama tumbuh lebih baik lagi. *Ketiga*, Mitra usaha akan mendapatkan akses akan persediaan yang terpercaya dan mendapat kesempatan kemitraan strategis. Dan didukung dengan ekosistem digital yang meningkatkan daya saing SRC.

Pemanfaatan sistem teknologi sebagai pendukung dalam pengembangan usaha mikro di era ekonomi digital. Diikuti juga oleh beberapa *platform* serta *e-commerce* lainnya seperti Mitra Bukalapak dan Mitra Tokopedia. Pada tahun yang sama yaitu tahun 2018 kedua *e-commerce* ini membuat satu gebrakan baru dalam transaksi jual beli. Gebrakan tersebut ialah dengan menerapkan model bisnis *online to offline*. Program mitra bukalapak dirancang untuk meningkatkan penetrasi digital masyarakat, hadirnya mitra bukalapak bukan hanya dalam pengembangan aplikasi sebagai satu bentuk implementasi ekonomi digital. Tujuannya agar para mitra bisa mendapatkan produk dengan harga lebih murah, cepat, dengan jumlah stok terjamin. Pengembangan bisnis seperti mitra SRC, mitra tokopedia dan mitra bukalapak memberikan inspirasi bagi kehadiran mitra Warung Pintar.

Warung Pintar merupakan *start up* yang mengambil konsep transformasi warung konvensional ke warung digital di Indonesia.⁷ Warung Pintar menyediakan solusi untuk usaha ritel warung secara menyeluruh, seperti pencarian lahan usaha hingga kebutuhan dana. Target nya adalah orang yang ingin memulai usaha warung, serta platform untuk berinvestasi kepada pemilik warung. Warung Pintar di desain sebagaimana warung pada umumnya akan tetapi ada yang berbeda dengan warung ini. Dimana Warung Pintar memanfaatkan teknologi sebagai salah satu program dalam pengembangan usaha warung. Program yang dihadirkan oleh Warung Pintar menjadikan pemilik usaha kecil dan menengah bisa tumbuh dan berkembang di era ekonomi digital. Seperti yang dikatakan oleh CEO dan Co-Founder Warung Pintar Agung Bezharie Hadinegoro dalam wawancara dengan CNBC Indonesia TV mengatakan bahwa Warung itu UMKM dengan industri yang sangat besar di Indonesia, FMCG⁸ juga industri yang sangat besar. Jadi sangat logis untuk mengembangkan bisnis ini, terutama warung di Indonesia ada 3 juta lebih. Dan majority 60% barang milik FMCG dijual lewat warung. Jadi industri yang sangat besar tapi undersever jadi sangat logis untuk mengcreate this product.⁹

⁷ WarungPintar, *Warung Pintar Mendampingiimu untuk Terus Tumbuh Tanpa Batas*, Diakses pada tanggal 12 Januari 2020 pukul 10.44 WIB (<https://warungpintar.co.id/>)

⁸ FMCG adalah Barang konsumen yang bergerak cepat (Bahasa Inggris: *Fast moving consumer goods (FMCG)*) merupakan produk-produk yang dapat terjual secara cepat dengan harga yang relatif murah, dan biasanya merupakan kebutuhan sehari-hari. Contoh barang konsumen yang bergerak cepat antara lain barang-barang seperti minuman ringan, kosmetik perawatan tubuh, dan barang kelontong. Dikutip dari laman wikipedia.id (https://id.wikipedia.org/wiki/Barang_konsumen_yang_bergerak_cepat)

⁹ *Ibid*

Keberadaan Warung Pintar bagi masyarakat terutama para pelaku usaha UMKM sangat membantu dalam pengembangan usaha warung. Pemilik warung tidak hanya akan mendapat kemudahan dalam bertransaksi akan tetapi juga didukung oleh sistem *Internet of Thing* (IoT). Dilansir dari Kumparan.com menjelaskan bahwa Warung Pintar memang mengusung *Internet of Things* (IoT) dalam pengelolaan warungnya, yakni *big data analytics* dan *blockchain*.¹⁰ Tujuannya, untuk akurasi pemasukan data ritel, memahami perilaku pelanggan, dan *blockchain* agar pengelolaan keuangan transparan.

Program yang ditawarkan oleh Warung Pintar selain mengusung *Internet of Things* (IoT) dalam pengelolaan warungnya. Dewasa ini juga memberikan beberapa program yang dapat ditawarkan kepada para calon mitranya. Dimana program yang akan didapat oleh para calon mitra yakni, Mulai dari kemudahan pesan barang, monitor kemajuan usaha, pendampingan dengan berbagai teknologi pendukung usaha, kegiatan komunitas dan edukasi, hingga kesempatan untuk renovasi warung¹¹. Selain itu ada dua target utama dalam pengembangan bisnis Warung Pintar. Seperti yang dilansir oleh laman web ekonomi.bisnis.¹² Target yang *pertama*, menjadikan konsep warungnya sebagai platform teknologi yang dipergunakan secara masif bagi pemilik warung

¹⁰ Kumparan.com, *Menggiurkannya Bisnis Kios Pinggiran Ala Warung Pintar*, Diakses pada tanggal 12 Januari 2020 pukul 10.32 WIB

(<https://kumparan.com/kumparanbisnis/menggiurkannya-bisnis-kios-pinggiran-ala-warung-pintar>)

¹¹ WarungPintar, *Warung Pintar Mendampingimu untuk Terus Tumbuh Tanpa Batas*, Diakses pada tanggal 12 Januari 2020 pukul 10.44 WIB (<https://warungpintar.co.id/>)

¹² Ekonomi.Bisnis, *Warung Pintar Kantongi Dana US\$4 Juta*, Diakses pada tanggal 12 Januari 2020 pukul 11.07 WIB (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180212/105/737502/warung-pintar-kantongi-dana-us4-ju>)

tradisional di Indonesia. *Kedua*, berbagai perusahaan dapat menggunakan Warung Pintar sebagai kanal distribusi produk dan jasa.



Warung Pintar menjadi wadah bagi para pelaku usaha terkhusus kepada para unit usaha untuk dapat mengembangkan bisnis warungnya. Dengan sentuhan sistem teknologi yang digunakan dalam merancang program yang dihadirkan kepada para mitranya, menjadikan Warung Pintar sebagai salah satu *start up* yang mampu bersaing dengan para perusahaan lain dalam segi program yang ditawarkan. Dalam kemitraan perusahaan Warung Pintar memiliki dua kemitraan yang dapat bergabung didalamnya, *Pertama*, kemitraan Warung Pintar Gerobak merupakan individu yang belum memiliki usaha apapun dan ingin terjun ke dunia usaha. *Kedua*, kemitraan Warung Pintar Hitam merupakan individu atau unit usaha yang telah memiliki usaha sebelumnya seperti, membuka warung makan indomie, warung kelontong dan warung kopi. Dengan demikian perusahaan Warung Pintar dapat menjangkau para pelaku usaha yang lebih luas dan dapat mengembangkan program yang dibuat untuk mentransformasi usaha konvensional ke arah digital.

Dengan berbagai perusahaan yang bergerak dan bertransformasi ke arah ekonomi digital, dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha ekonomi mikro untuk beradaptasi dan mengembangkan usaha di era ekonomi digital. Permasalahan yang timbul sebelumnya pada usaha ekonomi mikro dapat dijawab oleh perusahaan-perusahaan yang bertransformasi ke arah ekonomi digital, dengan berbagai macam program pengembangan warung berbasis teknologi. Dewasa ini menggambarkan bahwa

pemanfaatan teknologi di era ekonomi digital pada usaha ekonomi mikro sangat dibutuhkan. Penelitian ini berfokus pada konsep pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital, salah satunya pada pengembangan program ekonomi digital perusahaan Warung Pintar. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini berjudul Pilihan Rasional Usaha Mikro di Era Ekonomi Digital, Studi Pada 10 Mitra Perusahaan Warung Pintar.

1.2. Permasalahan Penelitian

Pengembangan sistem teknologi di era ekonomi digital memberikan dampak terhadap masyarakat khususnya para pelaku usaha ekonomi baik secara mikro maupun makro. Masyarakat terutama para pelaku usaha dapat memanfaatkan perusahaan-perusahaan yang menyediakan layanan akan kebutuhan sumber daya dan akses yang dibutuhkan di era ekonomi digital. Salah satu perusahaan yang bergerak pada transformasi usaha ekonomi digital ialah Warung Pintar. Masyarakat atau para pelaku usaha dapat memanfaatkan Warung Pintar sebagai pintu masuk dalam mengakses kebutuhan akan pengembangan usaha warung berbasis ekonomi digital. Namun pada sektor ekonomi mikro pengembangan kearah ekonomi digital kiranya masih belum maksimal, terutama kepada para mitra Warung Pintar.

Dengan berbagai macam program yang dihadirkan perusahaan Warung Pintar kepada para mitra semestinya menjadi jawaban akan permasalahan di sektor ekonomi mikro. Akan tetapi, tidak semua mitra dapat menerima secara utuh program yang

ditawarkan. Terlebih melihat kepada para pelaku usaha di sektor ekonomi mikro masyarakat menengah kebawah masih banyak yang belum melek akan teknologi saat ini. Di lapangan peneliti menemukan tutupnya warung mitra atau mitra yang tidak lagi melanjutkan kemitraan kepada perusahaan Warung Pintar. Berdasarkan pemaparan permasalahan tersebut penelitian ini, akan mendeskripsikan dan menganalisis tentang bagaimana pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital pada mitra perusahaan Warung Pintar.

Dari permasalahan penelitian diatas maka dapat dirumuskan dua rumusan masalah utama yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana preferensi mitra Warung Pintar di era ekonomi digital?
2. Bagaimana rasionalitas mitra Warung Pintar dalam penerapan ekonomi digital?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan preferensi mitra Warung Pintar di era ekonomi digital
2. Untuk menganalisis rasionalitas mitra Warung Pintar dalam penerapan ekonomi digital

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun masing-masing manfaat tersebut pada penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian perubahan-perubahan sosial di masyarakat. Serta kajian sosiologi ekonomi yang dapat menjadikan penelitian ini sebagai sarana untuk mengedukasi masyarakat tentang digitalisasi ekonomi di era saat ini. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan informasi dan evaluasi bagi perusahaan Warung Pintar. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai sumber data bagi kajian sosiologi ekonomi untuk mengkaji fenomena pilihan rasional masyarakat di era ekonomi digital.
2. Studi ini juga berupaya untuk menjelaskan kepada pembaca mengenai pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital pada mitra Warung Pintar.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan: diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dan rekomendasi baru bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan monitoring terhadap program-program yang dibuat untuk mitra Warung Pintar.
2. Bagi Lembaga Pendidikan: penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi baru mengenai bagaimana pilihan rasional yang ada di masyarakat dilihat dari sudut pandang kaca mata sosiologi, serta menjadi salah satu referensi tentang materi perubahan sosial ekonomi yang terjadi di masyarakat.

3. Bagi Masyarakat: penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan baru serta informasi baru mengenai pentingnya memahami konsep-konsep pilihan rasional yang ada di masyarakat berkenaan dengan bidang ekonomi salah satunya ialah dengan pengembangan konsep warung digital.
4. Bagi Referensi Peneliti Selanjutnya: penelitian ini juga diharapkan bermanfaat sebagai rekomendasi bagi penelitian sejenis yang juga memiliki fokus kajian pada pilihan rasional masyarakat di era ekonomi digital.

1.5. Tinjauan Pustaka

Bagian tinjauan pustaka sejenis ini berguna sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Peneliti mengkaji beberapa jurnal nasional dan internasional yang sesuai dengan penelitian yang diambil. Tinjauan pustaka ini juga berguna untuk menghindari adanya kesamaan penelitian atau plagiat penelitian. Selain itu, bagian ini juga dapat digunakan untuk melihat kekurangan dari penelitian sebelumnya, sehingga diharapkan penelitian ini dapat menutupi kekurangan tersebut. tinjauan pustaka yang digunakan ialah:

Pertama, jurnal ilmiah oleh Mahmud Yunus yang berjudul *Gojek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal*.¹³ dengan menggunakan metode

¹³ Mahmud Yunus, 2017, *Gojek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal*, *Equilibria Pendidikan Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, Vol 02. No.02, hlm. 60-68

penelitian kualitatif deskriptif. Dalam jurnal ini membagi kedalam tiga bahasan yang dapat dianalisis. *Pertama*, perubahan sosial dan ekonomi pada *driver* go-jek. *Kedua*, perubahan sosial dan ekonomi pada konsumen go-jek. *Ketiga*, perubahan sosial dan ekonomi pada transportasi konvensional lain.

Hasil yang didapati ialah pada perubahan sosial yang muncul dari diri *driver* yakni mau belajar teknologi, solidaritas yang kuat pada komunitas sesama *driver* go-jek, lebih semangat dalam bekerja karena mengejar target orderan dan poin perhari, dan *driver* menjadi lebih ramah, memberikan senyum, salam dan sapa kepada konsumen. Sedangkan perubahan ekonomi yang didapati yakni terdapat peningkatan pendapatan setelah bergabung menjadi mitra go-jek. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya ojek online bagi pelaku usaha konvensional ialah, para pelaku mengeluhkan akan menurunnya pendapatan yang diterimanya. Selain itu, timbulnya konflik diantara ojek online dengan ojek pangkalan / konvensional.

Kesimpulan dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat perubahan sosial dan ekonomi pada *driver* Go-Jek, terdapat perubahan sosial yang positif yaitu *driver* GoJek solidaritasnya menjadi kuat antar sesama *driver*, mereka menjadi lebih bersemangat menyelesaikan pesanan pekerjaan karena tergiur dengan mendapatkan bonus dan takut terkena sanksi, sikapnya menjadi ramah, penampilanya diperhatikan dengan memakai baju rapi, bersepatu dan memakai minyak wangi. Sedangkan perubahan negatifnya sering kesal jika mendapatkan pesanan fiktif. Perubahan

ekonomi pada *driver* Go-Jek mereka memperoleh tambahan pendapatan setelah menjadi mitra Go-Jek.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya sama-sama mengkaji mengenai perubahan yang terjadi pasca era ekonomi digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti ini memfokuskan kepada pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Meri Susanti R yang berjudul *Transformasi Pustakawan dan Perpustakaan di Era Digital dalam jurnal Al-Maktabah*¹⁴. menggunakan metode penelitian studi literatur. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa tranformasi pustakawan adalah perubahan pustakawan mengenai posisi dan peranannya dalam meningkatkan nilai informasi dan sumber-sumbernya secara terus-menerus, proaktif, dan kreatif.

Era digital menuntut Pustakawan menjadi profesi yang bersentuhan langsung dengan dunia digital, banyak hal baru yang terjadi dan harus dikuasai. Pada era digital ini, peran pustakawan saat tidak hanya sebagai penjaga perpustakaan tetapi harus dapat berperan sebagai broker informasi yang mampu mengidentifikasi, mengatur dan mengemas informasi untuk dapat di akses secara elektronik yang dapat berhubungan langsung dengan sumber informasi digital. Pustakawan harus mampu mengelola dan

¹⁴ Meri Susanti R, 2018, Transformasi Pustakawan dan Perpustakaan di Era Digital, *Al-Maktabah Jurnal Kajian Ilmu dan Perpustakaan*, Vol 03. No. 01, hlm. 1-7

merancang halaman web, berperan sebagai manajer database, kolaborator, pembuat kebijakan yang dapat mengembangkan atau berpartisipasi dalam pengembangan kebijakan informasi untuk sebuah organisasi.



Kesimpulan dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat perubahan yang mendasar dalam diri seorang pustakawan. Dimana mereka harus bisa menyesuaikan kompetensi dengan era digital saat ini. Terlebih bagaimana mereka harus bisa mengembangkan kemampuan teknologi dan informasi yang berhubungan dengan dunia digital. transformasi pustakawan masa kini harus mampu menjadi fasilitator yang dapat mempermudah akses jaringan, berperan sebagai pendidik yang diharapkan dapat melatih pemustaka jika kesulitan dalam penggunaan internet: alat, mesin pencari, database online, katalog, jurnal elektronik; penggunaan instruksi berbasis web dan tutorial online. Pustakawan harus mampu mengelola dan merancang halaman web, berperan sebagai manajer database, kolaborator, pembuat kebijakan yang dapat mengembangkan atau berpartisipasi dalam pengembangan kebijakan informasi untuk sebuah organisasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah keduanya sama-sama mengkaji mengenai bentuk perubahan penggunaan aplikasi di era digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti ini memfokuskan kepada pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

Ketiga, dalam artikel ilmiah internasional yang dilakukan oleh Bernd W. Wirtz dkk yang berjudul *Strategic Development of Business Models Implications of the Web 2.0 for Creating Value on the Internet*.¹⁵ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan efek diferensial dari Web 2.0 pada berbagai jenis model bisnis internet, dan untuk memberikan panduan yang jelas kepada para manajer tentang bagaimana menyesuaikan serta menanggapi perubahan teknologi dan perilaku pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi dari model bisnis menggunakan web 2.0, memberikan banyak keuntungan kepada para manajer perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Pengaplikasian web 2.0 dimaksudkan kepada proses interaksi antara mitra bisnis, konsumen maupun produsen atau perusahaan dalam proses transaksi jual-beli. Interaksi yang dikembangkan dari web 2.0 memudahkan diantaranya untuk bernegosiasi, bertransaksi serta pembayaran secara online. Dari artikel ini dapat diambil beberapa konsep mengenai implikasi pengembangan web 2.0 terhadap bisnis yang dijalankan. Seperti diantaranya yaitu konsep tipologi model bisnis internet 4C, karakteristik web 2.0, jejaring sosial, dan nilai tambah pengguna.

Konsep tipologi model bisnis internet 4C menggambarkan kepada prinsip *content*, *commerce*, *context* dan *connection*. *Pertama*, ialah analisis *content* berfokus pada pengumpulan, pemilihan, kompilasi, distribusi, atau penyajian konten online. *Kedua*,

¹⁵ Bernd W. Wirtz, Oliver Schilke and Sebastian Ullrich, 2010, Strategic Development of Business Models Implications of the Web 2.0 for Creating Value on the Internet, *Long Range Planning*, Vol. 43, hlm. 272-290

ialah *commerce* model bisnis yang berorientasi pada perdagangan berfokus terutama pada aspek inisiasi, negosiasi, pembayaran dan pengiriman transaksi perdagangan menggunakan media online. *Ketiga*, model bisnis berorientasi konteks yang diwakili oleh perusahaan seperti Google terutama struktur informasi yang sudah ada di Internet, daripada menciptakan konten baru. *Keempat*, Model bisnis berorientasi koneksi bertujuan menyediakan infrastruktur jaringan yang memungkinkan partisipasi pengguna dalam jaringan online, baik pada tingkat 'interkoneksi' fisik (di mana perusahaan seperti Earthlink menyediakan komunikasi fisik antara pengguna akhir dan Internet) atau intrakoneksi virtual.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah keduanya mengkaji mengenai model bisnis yang berorientasi pada ekonomi digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu penelitian ini memfokuskan kepada pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Dedi Purwana dkk yang berjudul *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*¹⁶. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital marketing* adalah suatu produk yang menggabungkan antara pengembangan web 2.0 terhadap media sosial

¹⁶ Dedi Purwana ES dan Rahmi, Shandy Aditya, 2017, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* Vol. 1, No. 1, hlm. 1-17

yang ada. Pengembangan *digital marketing* tidak luput dari adanya peran situs media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp dan lain sebagainya dalam mendukung peningkatan promosi UMKM. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya.

Kesimpulan dari Penelitian ini ialah pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit. *Digital marketing* memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. *Digital marketing* juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan *awareness* dan *engagement* masyarakat terhadap produk dan merek tertentu.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah keduanya mengkaji mengenai model pemasaran berbasis ekonomi digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti ini

memfokuskan kepada pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

Kelima, artikel ilmiah yang ditulis oleh Oviliani Yenty Yuliana dalam bentuk Jurnal pada tahun 2000 dengan judul *Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*.

¹⁷Penelitian ini berfokus kepada Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. Penggunaan *internet* dalam bisnis mengalami perkembangan, dari pertukaran informasi secara elektronik ke aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. *Internet* mendukung komunikasi dan kerja sama global antara pegawai, konsumen, penjual, dan rekan bisnis yang lain. *Internet* memungkinkan orang dari organisasi atau lokasi yang berbeda bekerja sama sebagai satu tim *virtual* untuk mengembangkan, memproduksi, memasarkan, dan memelihara produk atau pelayanan.

Ada beberapa keuntungan diantaranya *global dissemination, interaction, customization, collaboration, electronic commerce, dan integration*. Dalam hal ini internet dapat menyediakan beberapa layanan yang dimana dapat mempermudah penyebaran informasi secara luas dengan biaya yang murah. Dengan adanya internet dapat memberikan keuntungan strategi bisnis dalam meningkatkan penghematan dan efisiensi komunikasi global, dan mampu untuk menjangkau, menjual, serta pengembangan pelayanan pasar konsumen internasional.

Kesimpulan dalam penelitian ini ialah *Internet* membuat *channel* baru untuk komunikasi interaktif antara kosumen, penjual, dan rekan bisnis lainnya. Hal ini

¹⁷ Oviliani Yenty Yuliana, 2000, Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 2, No. 1 hlm. 36-52

memungkinkan perusahaan berinteraksi dan bekerja sama secara terus menerus dalam pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, pelayanan, dan dukungan teknik.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah keduanya mengkaji mengenai internet sebagai model bisnis di era ekonomi digital. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti memfokuskan kepada pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

Keenam, artikel ilmiah yang ditulis oleh Pambudi Handoyo dan Rika Nur Janah dalam bentuk *Jurnal Paradigma* Vol 07 No 4 pada tahun 2019 dengan judul *Pilihan Rasional Eks TKI Ilegal Dalam Bekerja Di Luar Negeri*.¹⁸ Penelitian ini menggunakan konsep pilihan rasional sebagai pisau analisis untuk melihat fenomena yang ada. Hasil temuan penelitian yang didapatkan ialah adanya rasionalitas berdasarkan ekonomi, modal sosial, dan modal pendidikan dalam menganalisis pilihan rasional eks TKI ilegal dalam bekerja di luar negeri. Secara ekonomi pilihan menjadi TKI ilegal merupakan pilihan yang tidak menguntungkan. Secara modal sosial pilihan rasional aktor berhubungan dengan pola antar aktor dalam satu kelompok, kepercayaan, ruang perhatian serta jaringan sosial. Adanya faktor sosialisasi tentang mudahnya menjadi TKI ilegal membuat keinginan menjadi TKI ilegal semakin kuat. Secara modal pendidikan berhubungan dengan pengalaman masyarakat yang menjadi perilaku

¹⁸ Pambudi Handoyo dan Rika Nur Janah, 2019, Pilihan Rasional Eks TKI Ilegal Dalam Bekerja Di Luar Negeri, *Jurnal Paradigma* Vol 07 No 4, hlm. 1-5.

kolektif aktor, sebagai TKI yang memiliki pendidikan rendah menjadi keputusan untuk memilih bekerja menjadi TKI ilegal.

Kesimpulan dalam penelitian ini ialah Pilihan rasional eks TKI ilegal bekerja di luar negeri dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan. Pertimbangan tersebut meliputi beberapa faktor. *Pertama*, yaitu faktor ekonomi. Ekonomi yang rendah merupakan faktor utama pendorong eks TKI ilegal bekerja di luar negeri. *Kedua*, Modal sosial juga mempengaruhi eks TKI ilegal bekerja di luar negeri. Sosialisasi yang dilakukan masyarakat mengenai mudahnya menjadi TKI ilegal mempengaruhi keputusan bekerja di luar negeri. *Ketiga*, ialah faktor pendidikan. Pendidikan yang rendah serta tingginya kualifikasi pekerjaan membuat eks TKI ilegal memilih bekerja di luar negeri.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah keduanya mengkaji mengenai konsep pilihan rasional untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti memfokuskan kepada pilihan rasional usaha mikro yaitu para pelaku unit usaha mitra Warung Pintar di era ekonomi digital.

Ketujuh, artikel ilmiah yang ditulis oleh Risdawati Ahmad *dkk* dalam bentuk jurnal dengan judul *Pilihan Rasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Sandal Topeng Malangan Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*.

¹⁹Penelitian ini menggunakan konsep Pilihan Rasional yang membahas dan

¹⁹ Risdawati Ahmad, *dkk*, 2019, Pilihan Rasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Sandal Topeng Malangan Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 08 No 1, hlm. 94-112

menganalisa suatu fenomena dari bagaimana tindakan aktor dalam menentukan keputusannya. Hasil temuan penelitian tentang pilihan rasional difokuskan kepada tindakan aktor dalam menghadapi MEA, diantaranya melihat dari berbagai proposisi sukses, nilai, kenyamanan kerja, rasionalitas dan waktu. Proposisi sukses mengkombinasikan produk satu dengan yang lain dan memanfaatkan sumber daya yaitu kebudayaan yang diangkat oleh aktor. Proposisi nilai berkaitan dengan menjaga kualitas barang yang dijual oleh aktor dan menerima segala konsekuensi yang ada. Proposisi kenyamanan kerja berhubungan dengan bagaimana aktor memberikan pilihan terhadap aktor lain dalam memilih untuk bekerja atau tidak bekerja. Proposisi rasionalitas berkaitan dengan aktor memilih sumber daya yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Proposisi waktu berkaitan dengan aktor memiliki preferensi atas pekerjaan yang dilakukannya.

Kesimpulan penelitian strategi untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), adalah pada bagaimana pilihan rasional aktor dengan berbagai proposisi yang dapat dimanfaatkan dan dimiliki dapat dioptimalkan dengan baik. Pelaku bisnis UMKM juga harus dapat menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk lebih memilih produknya, strategi yang tepat untuk dipilih adalah menjalin hubungan baik dengan konsumen, menciptakan keharmonisan dan kenyamanan suasana kerja, serta memfokuskan pekerjaan pada produksi bukan pada pemasaran.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah

keduanya mengkaji mengenai konsep pilihan rasional untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti memfokuskan kepada pilihan rasional usaha mikro yaitu para pelaku unit usaha mitra Warung Pintar di era ekonomi digital.

Kedelapan, Jurnal yang ditulis oleh Ardiana Wulantami dengan judul *Pilihan Rasional Keputusan Perempuan Sarjana Menjadi Ibu Rumah Tangga*.²⁰ Penelitian ini berfokus kepada konsep Pilihan Rasional sebagai pisau analisis dalam melihat suatu fenomena yang terjadi. Hasil temuan penelitian ini melihat adanya perbedaan pemaknaan atas tindakan yang dilakukan oleh aktor dalam melihat pilihan rasional aktor menentukan keputusannya. Pilihan atau preferensi aktor menjadi ibu rumah tangga karena terdapat motivasi dan preferensi dari para aktor lain dalam menentukan pilihannya.

Dalam proses pengambilan keputusan menjadi ibu rumah tangga, seorang perempuan berpendidikan tinggi sekalipun selalu dihadapkan dengan faktor eksternal seperti nilai masyarakat, dorongan suami dan orangtua hingga distrust dengan jasa baby sitter. Keputusan perempuan sarjana menjadi ibu rumah tangga memang lekat dengan kondisi-kondisi sosial akan tetapi dengan analisa comparison level dan comparison alternative dapat dinyatakan bahwa keputusan tersebut merupakan pilihan rasional. Berdasarkan keempat kasus, ibu rumah tangga bergelar sarjana memiliki nilai lebih dalam memberikan orientasi pendidikan dan pengasuhan bagi anak dibandingkan

²⁰ Ardiana Wulantami, 2018 , Pilihan Rasional Keputusan Perempuan Sarjana Menjadi Ibu Rumah Tangga, *Jurnal Dimensia* , Vol 07, No 01, hlm. 1-22

ibu rumah tangga yang tidak berpendidikan tinggi dan berdasarkan analisa comparison alternative, dengan kalkulasi *cost* dan *reward* ibu rumah tangga berpendidikan tinggi merasa lebih beruntung dibandingkan ibu rumah tangga yang menjalankan peran ganda.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah keduanya mengkaji mengenai konsep pilihan rasional untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu peneliti memfokuskan kepada pilihan rasional usaha mikro yaitu para pelaku unit usaha mitra Warung Pintar di era ekonomi digital.

Tabel 1.1
Penelitian Sejenis

No	Sumber	Metodologi Penelitian	Teori / Konsep	Persamaan	Perbedaan
1	Mahmud Yunus, 2017, Gojek Sebagai Simbol Perubahan Sosial dan Ekonomi di Kota Tegal, <i>Equilibria Pendidikan Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi</i> , Vol 02. No.02. (http://journal.uogris.ac.id)	Kualitatif	Perubahan Sosial	Mengkaji mengenai perubahan yang terjadi pasca era ekonomi digital	Pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.
2	Meri Susanti R, 2018, Transformasi Pustakawan dan Perpustakaan di Era Digital, <i>Al-Maktabah Jurnal Kajian Ilmu dan Perpustakaan</i> , Vol	Studi Literatur	Transformasi Digital era	Mengkaji mengenai bentuk perubahan penggunaan	Pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

	03. No. 01 (https://ejournal.iainbengkulu.ac.id)			aplikasi di era digital	
3	Bernd W. Wirtz, Oliver Schilke and Sebastian Ullrich, 2010, Strategic Development of Business Models Implications of the Web 2.0 for Creating Value on the Internet, <i>Long Range Planning</i> , Vol. 43 (https://www.journals.elsevier.com)	-	Tipologi model bisnis internet 4C, Karakteristik web 2.0, Jejaring sosial, dan Nilai tambah pengguna.	Mengkaji mengenai model bisnis yang berorientasi pada ekonomi digital	Pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.
4	Dedi Purwana ES, Rahmi, Shandy Aditya, 2017, Pemanfaatan <i>Digital Marketing</i> Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, <i>Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani</i> Vol. 1, No. 1 (http://journal.unj.ac.id)	Kualitatif	Digital Marketing	Mengenai model pemasaran berbasis ekonomi digital	Pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.
5	Oviliani Yenty Yuliana, 2000, Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis, <i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> Vol. 2, No. 1	-	Internet, Bisnis	Mengkaji mengenai internet sebagai model bisnis di	Pilihan rasional mitra atau pengguna pasca era ekonomi digital.

	http://jurnalakuntansi.petra.ac.id			era ekonomi digital	
6	Pambudi Handoyo dan Rika Nur Janah, 2019, Pilihan Rasional Eks TKI Ilegal Dalam Bekerja Di Luar Negeri. <i>Jurnal Paradigma</i> Vol 07 No 4 https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id	Kualitatif	Pilihan Rasional	Mengkaji mengenai konsep pilihan rasional untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi	Memfokuskan kepada pilihan rasional usaha mikro yaitu para pelaku unit usaha mitra Warung Pintar di era ekonomi digital
7	Risdawati Ahmad, dkk, 2019, Pilihan Rasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kerajinan Sandal Topeng Malangan Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN, <i>Jurnal Analisa Sosiologi</i> , Vol. 08 No 1 https://jurnal.uns.ac.id	Kualitatif	Pilihan Rasional	Mengkaji mengenai konsep pilihan rasional untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi	Memfokuskan kepada pilihan rasional usaha mikro yaitu para pelaku unit usaha mitra Warung Pintar di era ekonomi digital
8	Ardina Wulantami, 2018, Pilihan Rasional Keputusan Perempuan Sarjana Menjadi Ibu Rumah Tangga, <i>Jurnal Dimensia</i> , Vol 07, No 01 https://journal.uny.ac.id	Kualitatif	Pilihan Rasional	Mengkaji mengenai konsep pilihan rasional untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi	Memfokuskan kepada pilihan rasional usaha mikro yaitu para pelaku unit usaha mitra Warung Pintar di era ekonomi digital

(Sumber : Tinjauan Pustaka Sejenis, 2020)

1.6. Kerangka Konsep

1.6.1. Ekonomi Digital

Terminologi ekonomi digital (*digital economic*) dikemukakan pertama kali oleh Don Tapscott dalam bukunya berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* yang mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara manusia dalam melakukan bisnis. Menurut Tapscott, internet (*net*) dan *world wide web* (*web*) memunculkan suatu bentuk ekonomi baru berdasarkan pada jaringan kecerdasan manusia (*networking of human intelligence*).²¹ Tapscott mengungkapkan bahwa pada rezim ekonomi lama, informasi berbentuk fisik, sedangkan pada era ekonomi digital, informasi berbentuk digital.²² Dalam aktivitas ekonomi digital setidaknya ada beberapa hal yang terkait dimana letak geografis tidak lagi relevan, adanya *platform* tertentu yang menjadi kunci utama dan berkembangnya jejaring kerja serta penggunaan big data.

Keberadaan ekonomi digital akan ditandai dengan semakin maraknya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan ataupun individu. Seperti halnya perusahaan Warung Pintar yang memanfaatkan internet sebagai medium dalam pengembangan aplikasi program yang dibuatnya. Hal tersebut menurut Thomas Mesenbourg, ada tiga komponen utama dalam konsep ekonomi digital yang dapat

²¹ Don Tapscott, 1994. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, New York : Mc Craw-Hill hal. 29

²² Business-law. *Internet dan Ekonomi Digital*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2020 Pukul 13.41 WIB (<https://business-law.binus.ac.id/2019/08/26/internet-dan-ekonomi-digital/>)

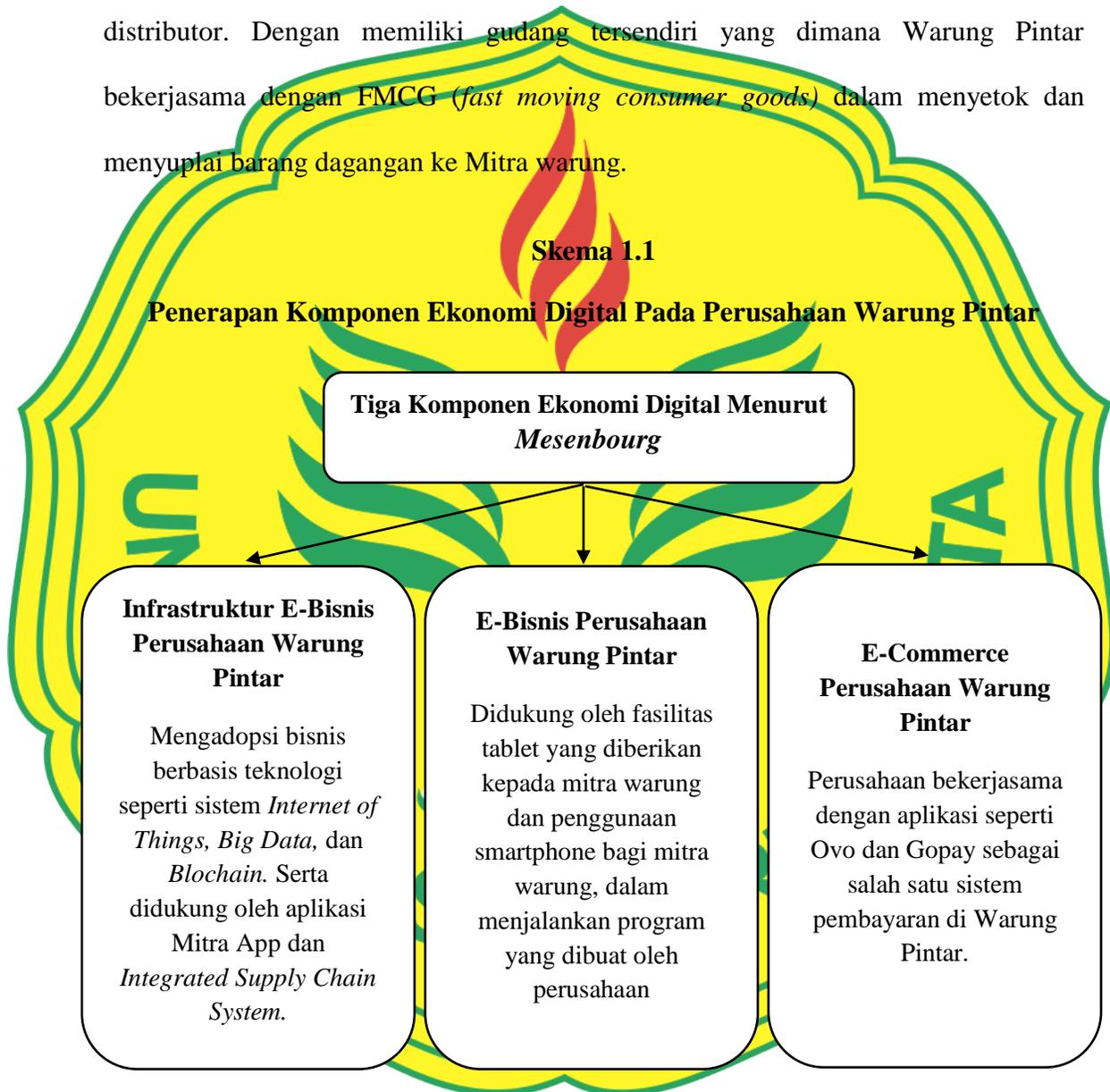
diidentifikasi.²³ *Pertama*, infrastruktur e-bisnis yang didalamnya terbagi menjadi (perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, jaringan, dan modal manusia). *Kedua*, e-bisnis dimana setiap bisnis yang dilakukan oleh setiap perusahaan atau individu melalui jaringan yang dimediasi oleh perangkat lunak maupun perangkat keras. *Ketiga*, e-commerce yaitu proses transfer uang atau barang misalnya dalam hal Warung Pintar melalui aplikasi Juragaan App dalam membeli barang dagangan.

Aktualisasi ekonomi digital pada Warung Pintar dibuktikan dengan sistem dan program-program yang dibuat. Konsep ekonomi digital pada Warung Pintar ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Tapscott, bahwa didalam aktivitas ekonomi digital saat ini bentuk interaksi yang terjalin ialah melalui aktivitas digital. Dimana pengembangan warung didukung sistem *Internet of Thing*, yakni dengan penggunaan *big data analytics* dan *blockchain*. Tujuannya, untuk akurasi pemasukan data ritel, memahami perilaku pelanggan, dan *blockchain* agar pengelolaan keuangan transparan. Penggunaan aplikasi Mitra Apps juga mendukung pernyataan Tapscott, yang mengatakan bahwa pada rezim ekonomi baru saat ini, segala informasi yang ada berbentuk digital.

Dengan adanya sistem ekonomi digital yang diadopsi oleh Warung Pintar memberikan akses kemudahan bagi Mitra warung untuk membeli keperluan barang dagangan. Ini sejalan dengan konsep aktivitas ekonomi digital yang dimana letak

²³ T.L Mesenbourg, 2001. *Measuring the Digital Economy*. US Bureau of the Census hal. 3-4

geografis tidak lagi relevan. Warung Pintar sebagai suatu platform digital memiliki konsep untuk memangkas pembelian barang dagangan oleh mitra warung ke distributor. Dengan memiliki gudang tersendiri yang dimana Warung Pintar bekerjasama dengan FMCG (*fast moving consumer goods*) dalam menyetok dan menyuplai barang dagangan ke Mitra warung.



(Sumber : Analisis Peneliti, 2020)

Ekonomi digital erat kaitannya dengan penggunaan *Internet of Things* dimana definisi dari *internet of things* dapat dilihat dari gabungan dua kata yakni, “internet”

dan “Things”. Dimana “Internet” didefinisikan sebagai sebuah jaringan komputer yang menggunakan protokol-protokol internet (TCP/IP). Yang dimana digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dalam lingkup tertentu. Sementara “Things” diartikan sebagai objek-objek dari dunia fisik yang diambil melalui sensor-sensor yang kemudian dikirim melalui internet. *Internet of Things*, atau dikenal juga dengan singkatan IoT, merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk memperluas manfaat dari konektivitas internet yang tersambung secara terus-menerus. *Internet of things* (IoT) memungkinkan objek fisik untuk melihat, mendengar, berpikir dan melakukan pekerjaan dengan berkomunikasi bersama, dan berbagi informasi secara digital.²⁴

Untuk mengimplementasikan IoT ada beberapa teknologi yang terlibat antara lain: *Radio Frequency Identification* (RFID) sebagai alat pengenalan dan pengidentifikasian benda dan lokasi, kemudian ada teknologi *web*, *Wireless Sensor Network* (WSN), dan *cloud*.²⁵ Teknologi-teknologi dalam IoT ini terhubung dengan berbagai terminal pengumpul data melalui jaringan internet maupun jaringan komunikasi lainnya. Informasi mengenai lingkungan di sekitar objek diambil secara *real time*. Kemudian diubah ke dalam format data yang sesuai untuk ditransmisikan melalui jaringan dan dikirim ke pusat data. Data tersebut kemudian diolah oleh pengelola cerdas dengan menggunakan *cloud computing* dan teknologi komputasi

²⁴ Wilianto dan Ade Kurniawan, 2018, Sejarah, Cara Kerja dan Manfaat *Internet of Things*, *Jurnal Matrix* Vol. 8 No. 2 hlm. 36

²⁵ Kai Hwang, *dkk*, 2012. *Distributed and Cloud Computing from Parallel Processing to the Internet of Things*. USA: Morgan Kaufmann hal. 11-27

cerdas lainnya. Yang kemudian akan dapat mengelola data dalam jumlah besar untuk mencapai tujuan IoT.

Warung Pintar sebagai salah satu *startup* yang mentransformasi warung kelontong berbasis teknologi, mengolah data dan membuat sistem digital menggunakan bantuan teknologi IoT. Sejalan dengan konsep IoT pengelolaan data didukung oleh sistem penyimpanan *clouds*. Dimana sistem ini dapat memudahkan perusahaan untuk mengumpulkan data-data warung seperti, jumlah mitra Warung Pintar, dan lainnya. Selain itu, IoT digunakan oleh Warung Pintar sebagai alat atau wadah dalam pengembangan *big data analytics* dan *blockchain*.

Sistem *Internet of Things* (IoT) yang diadopsi oleh Warung Pintar digunakan sebagai sistem analisis data warung untuk memahami perilaku pelanggan, pencatatan keuangan dan sebagai pencatatan akurasi pemasukan data warung. Kemudian teknologi IoT digunakan Warung Pintar sebagai pengembangan sistem interaksi digital. Dimana dapat menghubungkan antara Mitra dengan podusen dalam transaksi jual-beli barang dagangan. Manfaat yang didapat dengan adanya sistem IoT dalam Warung Pintar ialah memudahkan perusahaan dalam pengembangan program-program yang akan dibuat. Dampak bagi mitra warung ialah memberi kemudahan dalam pencatatan keuangan serta memudahkan dalam berjejaring antara mitra satu dengan yang lainnya.

1.6.2. Pilihan Rasional Dalam Perspektif James, S Coleman

Teori pilihan rasional meskipun di bidang ilmu ekonomi merupakan teori yang paling banyak digunakan juga dibahas secara mendalam oleh sosiologi. Pada awalnya, teori pilihan rasional merupakan alat pada ekonomi neo klasik. Teori ini meyakini bahwa individu akan memilih kepuasan dengan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang dapat diaksesnya. Individu akan mengoptimalkan pilihan-pilihannya (termasuk tindakan) dalam kondisi tertentu yang melingkupinya. Pada tataran analisis mikro dinyatakan bahwa individu selalu bertindak rasional secara ekonomi. Namun, ketajaman analisis ekonomi, sebagai anak kandung dari ilmu sosial, semakin kurang komprehensif. Hal ini terjadi karena unsur-unsur sosial sebagai bentuk cara pandang dalam memahami fenomena proses ekonomi cenderung ditinggalkan.

James, S Coleman yang selanjutnya disebut Coleman menganalisa tentang teori pilihan rasional pada gagasan dasarnya, dimana tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan tujuan tersebut adalah tindakan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi (pilihan). Teori pilihan rasional merupakan teori yang juga berpengaruh terhadap teori pertukaran. Dalam teori yang diciptakan James S. Coleman ini, diawali melalui tulisan jurnal yang berjudul *Rationality and Society*. Kemudian, Coleman juga menerbitkan sebuah buku yang didasarkan pada perspektif teori pilihan rasional, yang berjudul *Foudation of Social Theory*. Teori pilihan rasional (*Rational Choice Theory*) sering pula disebut sebagai teori tindakan rasional (*Rational Action Theory*), memiliki kaitan awal dengan sosiologi Max Weber dan teori ekonomi. Dengan teori pilihan

rasional, Coleman berusaha menjelaskan fenomena pada tingkatan di level makro melalui tingkatan di level mikro. Menurut Coleman, sistem diciptakan oleh para aktor melalui tindakan-tindakannya.

Coleman menyatakan bahwa memerlukan konsep tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi yang melihat aktor memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan ataupun keinginan serta kebutuhan mereka. Ada dua unsur utama dalam teori Coleman, yaitu aktor dan juga sumber daya.²⁶ Aktor dipandang sebagai manusia yang mempunyai tujuan atau yang mempunyai maksud, artinya aktor mempunyai tujuan dan tindakan tertentu pada upaya untuk mencapai tujuannya itu. Aktor juga dipandang mempunyai pilihan (atau nilai, keperluan).²⁷ Teori pilihan rasional tak menghiraukan apa yang menjadi pilihan atau apa yang menjadi sumber pilihan aktor. Yang penting adalah kenyataan bahwa tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan tingkatan pilihan aktor.

Sumber daya adalah dimana aktor memiliki kontrol serta memiliki kepentingan tertentu, sumber daya juga sebagai sesuatu yang dapat dikendalikan oleh aktor.²⁸ Sumber daya yang dimaksud adalah suatu barang atau benda yang akan digunakan oleh aktor tersebut untuk mendukung tindakannya dalam mencapai sebuah tujuan.

²⁶ James S, Coleman. 2008. *Dasar-Dasar Teori Sosial Foundations of Social Theory* Bandung: Nusa Media hal.7

²⁷ George Ritzer – Douglas J. Goodman. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana Predana Media Group. hal 357

²⁸ George Ritzer dan Douglas J. Goodman. 2012. *Teori Sosiologi Modern Edisi Revisi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana. hal 85

Biasanya, sumber daya ini kadang-kadang belum dimanfaatkan secara penuh oleh pemiliknya. Namun, tindakan rasional seseorang kadang dipandang tidak rasional menurut orang lain. Tindakan rasional seseorang tidak bisa diukur dari sudut pandang orang lain tapi dari sudut pandang orang yang melakukan tindakan tersebut.

Coleman juga menjelaskan mengenai interaksi antara aktor dengan sumber daya ke tingkat sistem sosial. Basis minimal untuk sistem sosial adalah tindakan dua orang aktor, dimana setiap aktor mengendalikan sumber daya yang menarik perhatian bagi pihak lain. Aktor selalu mempunyai tujuan, dan masing-masing bertujuan untuk memaksimalkan wujud dari kepentingannya yang memberikan ciri saling tergantung pada tindakan aktor tersebut. Pada realitanya, Coleman mengakui bahwa individu tidak selalu bertindak atau berperilaku rasional.²⁹ Tetapi dalam hal ini akan sama saja apakah seorang aktor dapat bertindak dengan tepat menurut rasionalitas seperti yang biasa dibayangkan ataupun menyimpang dari cara-cara yang diamati. Tindakan rasional individu dilanjutkan dengan memusatkan perhatian pada hubungan mikro-makro, ataupun bagaimana cara hubungan tindakan individual menimbulkan perilaku sistem sosial. Teori pilihan rasional berangkat dari tujuan atau maksud aktor untuk mendapatkan dan mengakses sumber daya.

²⁹ George Ritzer, Douglas J. Goodman. 2012. *Teori Sosiologi* Bantul: Kreasi Wacana. hal 480

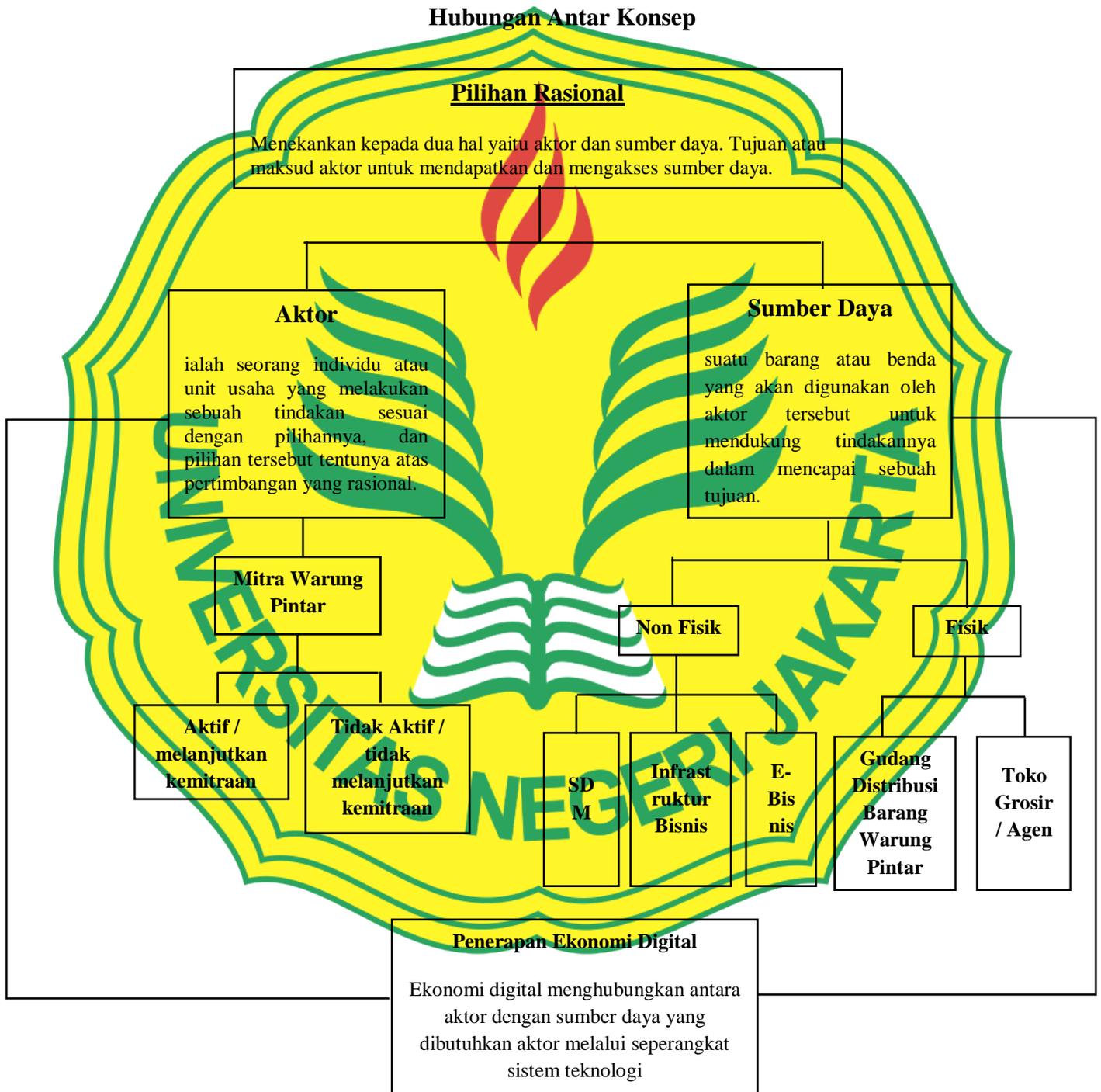
Secara umum teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa tindakan manusia mempunyai maksud dan tujuan yang dibimbing oleh hirarki yang tertata rapi oleh preferensi. Dalam hal ini pilihan rasional berarti, *Pertama*, Aktor melakukan perhitungan dari pemanfaatan atau preferensi dalam pemilihan suatu bentuk tindakan. *Kedua*, Aktor juga menghitung biaya bagi setiap jalur perilaku. *Ketiga*, Aktor berusaha memaksimalkan pemanfaatan untuk mencapai pilihan tertentu.³⁰ Konsep Pilihan Rasional dari James S, Coleman memiliki relevansi atau keterkaitan yang dapat menjadi pisau analisis bagi peneliti untuk menganalisis permasalahan yang ditemui dilapangan tentang Pilihan Rasional Usaha Mikro di Era Ekonomi Digital (Studi Pada 10 Mitra Perusahaan Warung Pintar). Pilihan aktor dalam hal ini ialah mitra Warung Pintar dipengaruhi oleh bagaimana mitra dapat memanfaatkan dan mengakses sumber daya yang dimiliki. Sumber daya disini ialah berupa teknologi yang dimiliki oleh perusahaan Warung Pintar dan akses sumber daya barang yang diperlukan oleh mitra untuk memasok kebutuhan akan barang yang di jual di warung mitra.

³⁰ Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi* Jakarta: Kencana Prenada Media Group hal 153

1.6.3. Hubungan Antar Konsep

Skema 1.2

Hubungan Antar Konsep



(Sumber : Analisis Peneliti, 2020)

Skema 1.2 menjelaskan tentang hubungan antar konsep yang digunakan untuk menganalisis fenomena yang diangkat oleh peneliti. Konsep yang digunakan ialah ekonomi digital dan teori pilihan rasional. Teori pilihan rasional merupakan suatu konsep yang dikemukakan oleh James S. Coleman yang dimana asumsi dasar dari teori tersebut terletak pada dua fokus yakni aktor dan sumber daya. Sedangkan dalam kaitannya dengan konsep ekonomi digital ada tiga komponen utama yang dikemukakan oleh Mesenbourg diantaranya ialah pemanfaatan infrastruktur *e-bisnis*, pemanfaatan *e-bisnis* dan pemanfaatan *e-commerce*. Dari ketiga komponen itu menurut Don Tapscott mengatakan bahwa dalam aktivitas ekonomi digital setidaknya ada beberapa hal yang terkait dimana letak geografis tidak lagi relevan, adanya platform tertentu yang menjadi kunci utama dan berkembangnya jenjang kerja serta penggunaan big data. Selain itu penerapan ekonomi digital berkaitan dengan pemanfaatan jaringan internet dan world wide web (www) yang dihubungkan melalui *Internet of Things*.

Teori pilihan rasional Coleman memberikan penjelasan kepada penulis tentang fokus dari penelitian ini dimana ada dua fokus yang dikembangkan oleh peneliti diantaranya ialah aktor dan sumber daya. Aktor disini ialah individu atau unit usaha yang memiliki tujuan dan pilihan atas apa yang dijalankan sesuai dengan rasionalitasnya. Dalam penelitian ini aktor tersebut diantaranya ialah mitra Warung Pintar dan perusahaan Warung Pintar itu sendiri. Dimana aktor terutama mitra Warung Pintar disini dapat memilih untuk tetap bergabung sebagai mitra perusahaan Warung Pintar atau tidak melanjutkan kemitraannya. Bagi mitra yang memilih untuk

melanjutkan kemitraan maupun yang tidak melanjutkan kemitraan berhubungan dengan pilihan rasional atas tujuan untuk mendapatkan sumber daya.

Sumber daya disini diklasifikasikan oleh peneliti menjadi dua yaitu fisik dan non fisik. Dimana didalam aspek fisik berkenaan dengan sumber daya yang riil atau nyata terlihat seperti gudang atau toko grosir atau agen sebagai sumber distribusi barang dagangan yang dibutuhkan oleh mitra. Sedangkan dalam aspek non fisik sumber daya yang diklasifikasikan oleh peneliti terbagi menjadi tiga yakni sumber daya manusia, infrastruktur e-bisnis dan e-bisnis. Dalam aspek sumber daya manusia diartikan sebagai kemampuan aktor untuk dapat menerapkan atau menjalankan sistem teknologi yang digunakan untuk penerapan ekonomi digital. Kemudian aspek infrastruktur e-bisnis yang didalamnya terbagi menjadi (perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, dan jaringan), merupakan salah satu diantara sumber daya yang dapat dimanfaatkan dalam mendukung penerapan ekonomi digital dan pendukung bagi aktor untuk mengakses sumber daya. dan terakhir ialah aspek e-bisnis atau elektronik bisnis dimana setiap bisnis yang dilakukan oleh perusahaan atau individu melalui jaringan yang dimediasi oleh perangkat lunak maupun perangkat keras. Dalam hal ini aspek e-bisnis berhubungan dengan sumber daya jaringan diantara aktor yang dapat digunakan dan dimanfaatkan sebagai salah satu pemanfaatan ekonomi digital akan ke sumber daya yang dibutuhkan.

Penerapan ekonomi digital pada perusahaan Warung Pintar dimana dapat memanfaatkan sistem teknologi yang digunakan dalam merancang segala program yang dibutuhkan oleh mitra. Perusahaan mengembangkan sistem dari mulai perangkat lunak hingga perangkat keras sebagai upaya untuk menjalankan usaha di era ekonomi digital, dan perusahaan melalui program yang dibuatnya memiliki satu tujuan dimana untuk mendekatkan sumber daya yang dibutuhkan oleh aktor diantaranya ialah mitra warung. Akses akan sumber daya yang dibutuhkan oleh mitra melalui aplikasi yang dibuat oleh perusahaan merupakan salah satu pilihan mitra untuk dapat bergabung atau tidaknya dengan perusahaan Warung Pintar. Karena sumber daya tidak hanya disediakan oleh perusahaan namun juga ada pilihan lain dimana mitra mendapatkan sumber daya dari pihak lain seperti toko grosir atau agen.



1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Pendekatan Penelitian

Metode yang peneliti gunakan yaitu metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan³¹.

Metode penelitian kualitatif dipilih oleh peneliti karena ingin mendapatkan data yang lebih dalam tentang bagaimana pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital pada 10 mitra perusahaan Warung Pintar. Metode ini menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti dapat memiliki fokus kepada hanya satu fenomena penelitian yakni tentang mitra perusahaan Warung Pintar. Dalam hal ini peneliti dapat menelusuri secara mendalam seperti sebuah program, aktivitas dan juga proses dari perusahaan Warung Pintar itu sendiri. Peneliti mendapatkan informasi secara mendalam tentang fokus yang dilakukan oleh peneliti kepada subyek informan yang dimana informan disini ialah kepada 10 mitra perusahaan Warung Pintar. Dengan mengunjungi langsung kelapangan dan mencari warung mitra perusahaan Warung Pintar. Dan peneliti juga mendapatkan data baik berupa data sekunder maupun primer dari perusahaan Warung Pintar. Data tersebut didapatkan oleh peneliti dengan keikutsertaan peneliti sebagai

³¹ John W Creswell, 2016, *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 4

volunteer atau relawan perusahaan Warung Pintar dalam meneliti indeks kebahagiaan mitra Warung Pintar, pada bulan Januari 2020.

1.7.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan keseluruhan objek yang terdiri dari beberapa narasumber atau informan, yang nantinya akan memberikan informasi tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Informan adalah orang yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti, yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakannya³².

Peneliti menetapkan untuk mewawancarai 10 unit usaha mitra Warung Pintar, yang diantaranya 5 unit usaha mitra aktif Warung Pintar Gerobak, 3 unit usaha mitra aktif Warung Pintar Hitam, dan 2 unit usaha mitra tidak aktif Warung Pintar. Peneliti mewawancarai 3 pegawai perusahaan Warung Pintar yaitu social impact manager, team channel management officer, dan team supply chain and distribution. Sebagai triangulasi data bagi peneliti untuk mendapatkan data dan informasi pendukung mengenai perusahaan Warung Pintar. Untuk menggambarkan informan yang menjadi fokus bagi peneliti dapat dilihat dari tabel informan berikut.

³² M.Idrus, 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta: Gelora Aksara Pratama, hlm. 91

Tabel 1. 2
Tabel Informan Mitra Warung Pintar

No	Nama Mitra	Usia	Tipe Warung	Kode Nama Warung	Bulan & Tahun Bergabung	Catatan
1	Bapak Sanusi	45	Gerobak	Al_Bariyah_1	Agustus, 2018	Aktif
2	Ibu Siti Nur	42	Gerobak	Dukuh_V_1	Juli, 2018	Aktif
3	Ibu Okti	37	Gerobak	Raya_Condet_4	Agustus, 2018	Aktif
4	Bapak Komarudin	35	Gerobak	Raya_Inpres_1	Mei, 2018	Aktif
5	Bapak Joko Hadi	38	Gerobak	Nurul_Hidayah_1	September, 2018	Aktif
6	Bapak Ahmad	28	Hitam	Kelapa_Dua_Raya_4	Desember, 2018	Aktif
7	Bapak Hanan	50	Hitam	Pengadegan_Timur_III	November, 2018	Aktif
8	Ibu Erna	32	Hitam	Kayu_Manis_1	Desember, 2018	Aktif
9	Ibu Iis	39	Hitam	Asmin_1	Desember, 2018	Tidak Aktif
10	Ibu Meliana	48	Hitam	H.Icang_2	November, 2018	Tidak Aktif
11	Jiwo Damar Anarkie			Social Impact Manager		
12	Janu Satrio			Channel Management Officer		
13	Shafira			Supply Chain And Distribution		

(Sumber : Analisis Peneliti, 2020)

1.7.3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini diambil 5 titik kecamatan diantaranya di Wilayah Kecamatan Cimanggis Depok Jawa Barat, Kecamatan Matraman Jakarta Timur, Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur, Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan dan Ciracas Jakarta Timur. Lokasi ini dipilih sebagai sample peneliti dari data yang diberikan oleh perusahaan Warung Pintar. Pembagian mitra perwilayah diantaranya 5 mitra Warung Gerobak di Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur, 2 Mitra Warung Pintar Hitam di

Kecamatan Matraman Jakarta Timur, 1 mitra di Kecamatan Ciracas Jakarta Timur, 1 mitra di Kecamatan Cimanggis Depok, dan 1 mitra di Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan. Waktu penelitian ini dilakukan mulai pada bulan Januari – Maret 2020.

1.7.4. Peran Peneliti

Peran peneliti sebagai pelaku dari penelitian ini. Peneliti berusaha mencari informasi mengenai pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital pada mitra perusahaan Warung Pintar. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data secara menyeluruh. Untuk menyempurnakan pengumpulan data, peneliti melakukan pengamatan aktivitas mitra warung dalam berjualan dan melakukan wawancara secara mendalam kepada mitra warung. Sehingga dalam kegiatan tersebut, peneliti dapat melakukan pengamatan lebih mendalam mengenai pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital.

1.7.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

1.7.5.1. Observasi / Pengamatan

Penelitian ini mengharuskan untuk terjun langsung ke lokasi penelitian, maka peneliti menggunakan metode pengamatan atau pengamatan secara langsung di lokasi penelitian. Observasi bertujuan untuk mendapatkan data melalui pengamatan oleh panca indra agar dapat melihat secara langsung pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital.

Observasi yang dilakukan adalah pertama melakukan pengamatan terhadap Mitra warung. Yang kemudian mengamati bagaimana mitra warung menjalankan program-program yang ada. Pengamatan selanjutnya adalah pengamatan terhadap pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital.

1.7.5.2. Wawancara

Teknik wawancara mendalam yaitu dengan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian kepada informan. Peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada informan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dari narasumber secara lebih mendetil. Wawancara dilakukan mengacu pada pedoman wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti. Wawancara mendalam dilakukan oleh peneliti kepada 10 mitra perusahaan Warung Pintar diantaranya 8 mitra aktif dan 2 mitra tidak aktif dan wawancara tidak terstruktur kepada 2 informan yakni pegawai perusahaan Warung Pintar.

1.7.5.3. Kepustakaan dan Dokumentasi

Dokumentasi meruakan kumpulan dokumen yang berisi catatan, foto-foto, dan arsip-arsip yang berhubungan dengan suatu peristiwa. Hasil dari dokumentasi dapat dikategorikan sebagai data sekunder. Dokumentasi digunakan untuk menggambarkan secara jelas peristiwa yang berusaha dibahas oleh peneliti dalam penelitian. Dokumentasi yang didapatkan oleh peneliti diantaranya ialah dari data pribadi, data perusahaan Warung pintar maupun data yang diambil dari berbagai sumber media lainnya.

1.7.6. Keterbatasan Peneliti

Selama melakukan penelitian, peneliti menemui beberapa kendala yang menjadi keterbatasan penelitian. Pertama ialah masih kurangnya kemampuan untuk memanajemen waktu, sehingga adanya kesulitan untuk menentukan waktu penelitian. Kesulitan lain yang dirasakan peneliti yaitu mencari titik lokasi mitra warung yang berjauhan antara lokasi mitra satu dengan mitra yang lain. Dan membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan penelitian agar maksimal. Hal kedua adalah cukup sulit untuk menemui informan pegawai perusahaan Warung Pintar karena waktu yang mesti menyesuaikan dengan jam kerja sehingga peneliti merasa kurang banyaknya waktu untuk mencari data. Serta dengan situasi adanya pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia, peneliti mengalami kendala turun lapangan lanjutan untuk mencari dan mendapatkan data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian tersebut.

1.7.7. Triangulasi Data

Peneliti membandingkan informasi yang didapatkan dari informan dengan temuan di lapangan. Peneliti juga membandingkan informasi yang didapatkan dari informan inti dengan data yang didapatkan dari informan lainnya agar dapat dipastikan bahwa data yang didapatkan adalah valid. Sehingga dapat memastikan kebenaran dan keakuratan data. Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa mitra Warung Pintar dan pegawai perusahaan Warung Pintar.

Pada penelitian ini, sumber triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah dengan mewawancarai 3 pegawai perusahaan Warung Pintar diantaranya Social Impact

Manager, Team Channel Management Officer, dan Team Supply Chain and Distribution. Informan pegawai perusahaan Warung Pintar ini menjadi kunci utama bagi peneliti untuk menjadi data pembanding dari konsep pilihan rasional usaha mikro di era ekonomi digital.

1.8. Sistematika Penelitian

Skripsi ini terdiri dari lima bab; satu bab pendahuluan, dua bab uraian empiris, satu bab analisis, dan satu bab kesimpulan. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : Pada bab ini berisi uraian latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Pada bab ini peneliti akan menguraikan gambaran umum mengenai proses terbentuknya Warung Pintar, deskripsi lokasi perusahaan Warung Pintar, dan karakteristik mitra Warung Pintar.

BAB III : Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai hasil temuan penelitian yaitu preferensi mitra Warung Pintar di era ekonomi digital. Dalam bab ini akan diuraikan tentang latar belakang preferensi mitra Warung Pintar. Preferensi mitra didasari atas beberapa hal diantaranya ialah sebagai sumber profit baru bagi mitra, ekonomi digital sebagai peningkatan kualitas usaha ekonomi mitra, monitoring dan evaluasi program, dan aksesibilitas sumberdaya yang dibutuhkan mitra. Selain itu,

dibahas mengenai preferensi yang tidak dapat dioptimalkan oleh mitra perusahaan Warung Pintar.

BAB IV : Pada bab ini akan mengaitkan hasil temuan di lapangan dengan teori dan konsep yang berkaitan. Peneliti akan menggunakan konsep pilihan rasional dalam perspektif sosiologi ekonomi dan mengaitkannya dengan konsep ekonomi digital pada mitra Warung Pintar. Penulis akan menganalisis tentang dampak ekonomi digital terhadap pilihan rasional mitra Warung Pintar. Dimana didalamnya akan menjelaskan tentang pilihan mitra dalam bergabung dengan perusahaan Warung Pintar, dan pilihan mitra tidak melanjutkan kemitraan dengan Warung Pintar. Selain itu penulis akan menjelaskan tentang refleksi pendidikan kewirausahaan pada mitra Warung Pintar.

BAB V : Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang berupa jawaban-jawaban dari pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

1.9. Penutup

Pada bab I ini telah dijelaskan mengenai latar belakang penelitian ini dilakukan. Kemudian rumusan masalah, kerangka konseptual yang dapat digunakan sebagai pisau analisis pada bab berikutnya. Dalam bab ini dijelaskan informan dalam penelitian ini, lokasi penelitian dan juga waktu pelaksanaan penelitian. Pada penjelasan di bab ini diharapkan dapat memberikan kemudahan pembaca dalam memahami penjelasan pada bab selanjutnya.