CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting, Vol. 1 No. 2, 2025
Avaliable Online at: https://journal.habepublisher.com/curve

ANALISIS PERAN DIGITALISASI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DAN PENYERAPAN TENAGA KERJA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH SEKTOR JASA

Dio Kharisma Sunhadi[1*]

[1*] Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia
Diosunhadi1967@gmail.com

ARTICLE INFO
Article History:
Recieved : 2025-11-17
Revised : 2025-11-27
Accepted : 2025-12-09

Keyword:
Digitalization;
MSMEs;
Income Growth.

ABSTRACT
This study aims to understand the role of digitalization in the marketing of service sector MSMEs, as well as to assess its impact on increasing income, and to explore the role of these MSMEs in employment absorption in the Sidokare subdistrict. The method used is qualitative with a case study approach, involving five types of businesses such as laundry, shoe cleaning, helmet cleaning, haircuts, and bag cleaning located in the Sidokare area, Sidoarjo Regency. Data was collected through interviews, field observations, and documentation.
The results of this study show that digitalization plays an important role in increasing the competitiveness and growth of SMEs in the service sector. The use of digital platforms such as WhatsApp Business, Instagram, and Facebook is very effective in promoting online services. The positive impact of digitalization is seen in the annual increase in SME revenues. Employment absorption by SMEs in Sidokare Village also contributes positively to the local economy by creating new jobs. The responsiveness of SMEs to market demand is reflected in adjustments to the number of employees.
This study provides suggestions or recommendations emphasizing the importance of training SME employees in the use of digital technology to enhance the effectiveness of online promotion and their digital skills, which will support overall business growth.

How to Cite:
Sunhadi, D.K. (2025). Analisis Peran Digitalisasi Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Penyerapan Tenaga Kerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Jasa. *CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting, 1*(2), 52-58

This is an open access article under the CC-BY license

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,

INTRODUCTION

Pada tahun 2023 Menurut Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Sidoarjo, jumlah pelaku bisnis UMKM telah meningkat dalam waktu singkat di tahun ini, yang berdampak pada perekonomian. Di kabupaten Sidoarjo juga otomatis mengalami peningkatan. Dapat dihitung total dari semua jumlah para pelaku bisnis UMKM yang telah terdaftar maupun yang masih belum terdaftar pada dinas koperasi kabupaten Sidoarjo ini telah menyentuh angka 248.000 lebih pelaku bisnis UMKM. Jumlah UMKM yang meningkat di kabupaten Sidoarjo ditandai dengan pertumbuhan jumlah pembisnis usaha mikro, kecil dan menengah yang bekerja di beberapa bidang. Ada beberapa Sektor jasa UMKM yang ada di kabupaten Sidoarjo yakni sektor pakaian (fashion), jasa, makanan (kuliner), serta masih banyak yang lainnya. Potensi serta perubahan yang telah dimiliki oleh para pembisnis UMKM tersebut, akan menimbulkan dampak positif dengan jangkauan yang sangat besar terhadap perkembangan usaha yang sedang mereka bangun serta secara tidak langsung potensi tersebut juga akan membawa perekonomi di kabupaten Sidoarjo menjadi meningkat.

Problematika utama yang dialami oleh para pelaku bisnis UMKM sektor jasa di kelurahan Sidokare untuk menuju digitalisasi yakni masih minim nya sumber daya manusia dan akses ke teknologi baru masih tidak merata, sehingga pelaku bisnis yang membutuhkan perubahan harus dididik dan dibantu untuk mengatasi masalah ini. Adanya gerakan pemberdayaan diperlukan untuk menunjukkan UMKM dalam era digital. Memberikan vitalitas ke individu lain dalam menegaskan dan mengerahkan vitalitas atau keunggulan untuk memanifestasikan perilaku pada masing - masing individu dan sumber daya sikap, jaringan sosial, keterampilan, posisi orang lain dan material dalam menindaklanjuti dan menentukan tujuannya adalah apa yang dimaksud dengan pemberdayaan. Untuk menyangkutkan antara para pelaku *start-up company* dan *e-commerce* dibutuhkan suatu golongan yang bisa memberikan dampak sosial yang mengikut-sertakan bisnis serta mobilitas sosial guna memberdayakan pelaku UMKM dalam memberikan keleluasaan serta dapat menjadi solusi dalam melewati tantangan sosial yang akan mereka hadapi.pada era digitalisasi. (Fuadi, *et al*., 2021).

Menurut riset yang diteliti oleh (Kamil, *et al.,* 2022) mengutarakan bahwa beberapa cara yang dapat dibilang efektif guna membantu pengusaha bisnis UMKM yang ada di Indonesia menjadi pendapatannya bertambah yakni melakukan pemasaran produk dan barang mereka melalui digital marketing di platform media sosial dan *e-commerce*; ada banyak UMKM yang memiliki potensi untuk berkembang dan tumbuh. Akan tetapi, sebagian besar pembinis UMKM sering menghadapi berbagai masalah saat memasarkan barang dan jasa di jangkauan yang lebih luas, yaitu di platform digital *e-commerce* dan media sosial. Oleh karena itu, mendampingi UMKM untuk memanfaatkan platform digital dan bisnis *online* menjadi penting dan relevan. Pendampingan yang diberikan oleh peneliti salah satunya adalah instruksi dan pelatihan langsung kepada para pemilik UMKM. Ini termasuk memberikan pelatihan khusus tentang manajemen bisnis, digital marketing, dan bisnis., media sosial, dan *e-commerce*.

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,
E-ISSN: 3110-8814

METHODS

Jenis penelitian yang akan digunakan yakni metode kualitatif. metode kualitatif sebagaimana yang telah didefinisikan oleh Moeloeng (2019) merupakan pendekatan yang dilaksanakan agar peneliti dapat memahami akan suatu peristiwa serta bagaimana peran dari topik yang akan teliti. Pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara langsung kepada informan serta melakukan observasi di lapangan yang dipilih secara sengaja atau *non-probability*. Informan dalam penelitian ini ialah para pelaku para pelaku UMKM yang telah memanfaatkan platform digital dan mempunyai tenaga kerja yang memadai. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah data yang didapatkan dari beberapa referensi atau sumber tertentu yang sudah ada, Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, antara lain: observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun proses dari analisis data dalam penelitian ini antara lain : reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

RESULT AND DISCUSSION

Peran dan Dampak Digitalisasi Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pelaku UMKM Sektor Jasa Di Kelurahan Sidokare

Pemilik usaha UMKM sektor jasa Laundri, *Babershop*, Cuci sepatu, Cuci tas dan helm di kelurahan sidokare, menunjukan bahwa penggunaan digitalisasi melalui platform media sosial seperti WA, IG dan FB telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan dan visibilitas usaha mereka, sebelum memanfaatkan digitalisasi, pendapatan bulanan mereka berkisar antara 3 juta hingga 7,5 juta. Namun, setelah memanfaatkan media sosial untuk promosi, pendapatan mereka meningkat pesat menjadi 9 juta hingga 17 juta, pemanfaatan platform digital juga membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya di lokasi usaha mereka, tetapi juga dari lokasi yang lebih jauh. Respon positif dari konsumen, baik dalam peningkatan jumlah pelanggan maupun peningkatan omset, merupakan bukti nyata dari efektivitas digitalisasi dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kesuksesan bisnis UMKM mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Sukirno (1997:294), yang menekankan bahwa pasar monopolistik merupakan pasar yang mempunyai banyak produsen dan menghasilkan produk yang memiliki ciri khas dan beragam corak *(differentiated product)*, produk yang ditawarkan memiliki perbedaan harga *(price marker)* dengan produk lain yang berada pada pasar. Pada penelitian ini terdapat 5 narasumber UMKM sektor jasa yang bergerak pada bidangnya masing - masing, dan strategi pasar pada setiap UMKM sektor jasa ini cenderung ke persaingan monopolistik, terdapat tiga UMKM yang ada di sidokare yakni Dr.Shoes, Resix, dan Shoeszi. Sektor jasa ini bergerak pada bidang yang sama yaitu cuci sepatu. Akan tetapi, setiap UMKM memiliki ciri khas yang berbeda – beda. Misalnya pada pewangi yang digunakan, kemasan yang digunakan dalam packing

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,
E-ISSN: 3110-8814

sepatu Dr.shoes menggunakan plastik, Resix menggunakan klip agar wangi nya bertahan lama, Shoeszi menggunakan sistem press dan juga di berikan kemasan kapur di dalam sepatu agar tidak berjamur, serta harga promo yang ditawarkan setiap UMKM beragam, dengan begitu calon pembeli memiliki opsi untuk memilih jasa cuci sepatu yang mereka inginkan.

Upaya Penyerapan Tenaga Kerja Para Pelaku UMKM Sektor Jasa di Kelurahan Sidokare

UMKM sektor jasa di kelurahan Sidokare, memiliki peran yang signifikan dalam menyerap tenaga kerja lokal, dari kelima usaha yang telah disurvei serta diwawancarai, total 14 tenaga kerja telah diserap. Hal ni mencerminkan bahwa pentingnya UMKM sebagai penyedia lapangan kerja di tingkat lokal, yang dapat mendukung pengurangan tingkat pengangguran dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Distribusi tenaga kerja antara beberapa UMKM berbeda - berbeda. Misalnya, Easyklin memiliki jumlah tenaga kerja terbanyak dengan total 4 orang, sementara Haircut memiliki dua orang tenaga kerja. Kehadiran UMKM yang beragam pada sektor jasa menunjukan diversifikasi ekonomi yang positif di kabupaten Sidoarjo. Usaha - usaha seperti Easyklin (Laundri), Haircut (Layanan potong rambut), Dr.shoes (Perbaikan Sepatu), Resix (Cuci sepatu), dan Shoeszi (Cuci Helm, tas, sepatu), menunjukan adanya peluang bagi masyarakat sekitar untuk mencari pekerjaan jika suatu saat nanti UMKM ini melakukan penyerapan tenaga kerja kembali dengan berbagai latar belakang dan keahlian yang beragam.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori ketenagakerjaan yang dinyatakan oleh Adam Smith di dalam teorinya yang berjudul *"Labor Theory of Value"* dalam teori tersebut, nilai dari suatu barang ataupun jasa sesuai dengan keunggulan mutlak pada apa yang diproduksi. Menurut adam smith keunggulan mutlak ini yaitu kemampuan dari sebuah industri bagaimana menghasilkan suatu barang atau jasa dengan memanfaatkan teknologi dan efisiensi tenaga kerja, pada penelitian ini para pelaku usaha UMKM sektor jasa baik itu dari Easyklin, Haircut, Dr.shoes, Resix, dan Shoeszi. Para pelaku usaha memanfaatkan teknologi seperti digitalisasi untuk melakukan promosi atau pemasaran terkait layanan jasa mereka agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, serta tenaga kerja yang bekerja pada setiap UMKM juga diberikan bimbingan secara langsung oleh pemilik usaha ataupun dengan karyawan yang sudah lama bekerja, agar dapat memenuhi kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama pada setiap UMKM yang akan menerima calon tenaga kerja baru.

CONCLUSION

1. Peran Digitalisasi Dalam Pemasaran UMKM Sektor Jasa di Kelurahan Sidokare

   Digitalisasi memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM di sektor jasa. Platform media sosial seperti *WhatsApp Business, Instagram,* dan *Facebook* telah menjadi sarana efektif bagi para pelaku

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,

usaha untuk mempromosikan jasa - jasa mereka secara *online*. Pemanfaatan platform digital dalam pemasaran telah membuka peluang akses pasar yang lebih luas bagi UMKM, tidak hanya di sekitar Sidokare akan tetapi juga menjangkau wilyah lain di kabupaten Sidoarjo bahkan lebih jauh lagi, melalui konten yang menarik baik itu berupa foto atau video dan konsisten dalam berinteraksi dengan pelanggan, UMKM mampu menarik perhatian dan membangun kehadiran *online* yang kuat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa digitalisasi telah membuka peluang baru bagi UMKM di sektor jasa untuk berkembang dan bersaing secara lebih efektif dalam pasar yang semakin kompetitif, serta meningkatkan konektifitas antara pelaku usaha dan konsumen

2. Dampak Digitalisasi Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Sektor Jasa di Kelurahan Sidokare

   Pemilik usaha UMKM sektor jasa di kelurahan Sidokare menunjukan bahwa digitalisasi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pendapatan dan pertumbuhan bisnis mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pemanfaatan digitalisasi telah memberikan dampak positif secara signifikan terhadap pendapatan.

   Sebelum memanfaatkan digitalisasi, pendapatan bulanan UMKM sektor jasa berkisar antara 3 juta hingga 7,5 juta. Namun, setelah memanfaatkan media sosial untuk promosi, pendapatan mereka meningkat pesat menjadi 9 juta hingga 17 juta. Dengan demikian, digitalisasi melalui platform media sosial telah membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Hasil penelitian ini juga menunjukan bahwa persaingan pada pasar UMKM sektor jasa di kelurahan Sidokare cenderung bersifat monopolistik. Meskipun bergerak di sektor yang sama, UMKM memiliki ciri khas dan strategi pemasaran yang berbeda-beda, menciptakan variasi dan pilihan bagi konsumen.

   Secara keseluruhan, digitalisasi telah membawa dampak positif yang signifikan bagi UMKM sektor jasa di kelurahan Sidokare, meningkatakn visibilitas, pendapatan dan kemampuan untuk bersaing di pasar lokal maupun nasional.

3. Upaya Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Sektor Jasa di Kelurahan Sidokare

   Terdapat beberapa manfaat dan strategi dalam penyerapa tenaga kerja yang berbeda – beda pada setiap UMKM. Penyerapan tenaga kerja tidak hanya memberikan dampak dan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis, tetapi juga terhadap ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Setiap UMKM memiliki pendekatan yang unik dalam menyerap tenaga kerja tambahan, seperti melakukan seleksi ketat, memberi kesempatan kepada teman atau orang terdekat, dan menggunakan referensi dari karyawan sebelumnya, hal ini mencerminkan adaptasi terhadap kebutuhan usaha dan kesadaran akan pentingnya kualitas tenaga kerja.

   Penyerapan tenaga kerja oleh UMKM di kelurahan Sidokare memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,
E-ISSN: 3110-8814

baru, yang dapat mengurangi tingkat pengangguran, UMKM menunjukan responsif terhadap permintaan pasar dengan menyesuaikan jumlah tenaga kerja sesuai kebutuhan. Ini mencerminkan adaptasi dan fleksibilitas dalam mengelola sumber daya manusia, dengan membagi pekerjaan sesuai bidang keahlian, UMKM meningkatkan efisiensi produksi dan pelayanan, hal ini sesusai dengan prinsip pembagian kerja yang diuangkapkan oleh Adam Smith. Dengan demikian, kesimpulan ini menekankan pentingnya strategi penyerapan tenaga kerja yang beragam, kontribusi terhadap ekonomi lokal, pendekatan kolaboratif dan bimbingan, responsif terhadap perubahan pasar, dan pembagian kerja yang efisien dalam memperkuat hubungan antara pemilik usaha dan tenaga kerja serta memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal.

REFERENCES

Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.

Baruah, T. D. (2012). Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. *International Journal of Scientific and Research Publications,* 2(5), 1-10.

Chung, D. S. (2008). Interactive Features of Online Newspaper: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. *Journal of Computer Mediated Communication,* 13(3), 658-679.

Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 445-464.

Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). *Systematic Review*: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-13.

Kamil, I., Ady Bakri, A., Salingkat, S., & Pabisangan Tahirs, J. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada *Platform E-Commerce. Amalee : Indonesian Journal of Community Research Engagement*, 3(2), 517-526.

Manueke, A. (2020). Penyerapan Tenaga Kerja Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Agribisnis Dan Non-Agribisnis (Studi Kasus: Di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara). *COCOS: Jurnal Sosial Ekonomi*, 6(3), 1-12.

Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., & Siregar, L. D. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28.

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,

Pusatstudijatim.id. (2023). Kontribusi UMKM Jatim naik dari tahun ke tahun. Pusat Studi Jatim.

Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 25-32.

Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: PT Kanisisus.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryati, I. (2021). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 18-30.

Copyright © 2025, CURVE: Journal of Economic, Business and Accounting,
E-ISSN: 3110-8814