

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Penggunaan teknologi informasi yang begitu pesat dipengaruhi oleh berkembangnya infrastruktur telekomunikasi. Saat ini untuk layanan data lebih kita kenal dengan sebutan 4G. Pembangunan infrastruktur yang terus meningkat menciptakan kemudahan bagi masyarakat untuk menggunakan berbagai konten digital seperti aplikasi *chatting instan*, aplikasi transportasi *online*, dan aplikasi belanja *online*.¹ Teknologi informasi yang berkembang dengan begitu pesat membawa dampak perubahan besar bagi semua bidang termasuk bidang ekonomi bisnis. Proses bisnis yang dilakukan melalui media teknologi informasi dan internet tersebut dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Hal tersebut menimbulkan terciptanya suatu pasar elektronik yang dikenal dengan sebutan *marketplace*. *Marketplace* merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan.

Menurut data.boks.katadata.co.id, pengguna internet di Indonesia sebanyak 88,1% memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan tertinggi di duni dalam hasil survei *We Are Social* pada April 2021. Posisi kedua ditempati Inggris dengan 86,9% pengguna internet yang memakai *e-commerce*. Kemudian, pengguna internet yang memakai *e-commerce* di Filipina sebesar 86,2%. Sekitar 85% pengguna internet di Thailand dan Malaysia juga memanfaatkan layanan tersebut. Lalu, pengguna internet di Jerman, Irlandia, dan Korea Selatan yang memanfaatkan *e-commerce* berkisar 84%. Sementara, pengguna internet yang memakai *e-commerce* di Italia dan Polandia masing-masing sebesar 82,9%. Adapun rata-rata

¹ Rini Yustiani and Rio Yunanto, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Ilmiah Komputer," *Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika (KOMPUTA)* 6, no. 2 Tahun 2017, h. 43.

adopsi *e-commerce* secara global adalah 78,6%. Sejumlah negara masih punya persentase di bawah rerata tersebut, salah satunya mesir. Respoden yang menggunakan *e-commerce* di negara tersebut hanya 54,3%, menjadi yang terendah di dunia.²

Dalam kaitannya dengan industri perdagangan *online* (*e-commerce*), Indonesia dapat menjadi pasar *e-commerce* yang sangat menjanjikan. Jumlah populasi dan pengguna internet yang cukup besar menjadi potensi dalam mendorong pertumbuhan *e-commerce* Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut trend transaksi *e-commerce* juga semakin meningkat. *Marketplace* menjadi *platform* paling sering kedua yang digunakan untuk transaksi *e-commerce* setelah media sosial. Dalam satu dekade terakhir banyak lahir perusahaan rintisan *marketplace* yang turut meramaikan iklim bisnis *e-commerce* di Indonesia. *Marketplace* sebagai sarana bisnis virtual memiliki peluang yang besar bagi pelaku usaha atau bisnis. Dengan berbagai kemudahan yang disediakan oleh *marketplace* dan penggunaan *marketplace* secara efektif tentu sangat membantu para pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk sampai jangkauan yang luas.

Kecamatan Kaliwedi dalam sejarah adalah desa yang tidak terlepas dari penyebaran agama Islam. Dari salah satu seorang ulama yang mengajak penduduk setempat masuk Islam, sehingga seluruh masyarakat yang tinggal di pemukiman tersebut memeluk agama Islam.

Islam adalah agama yang memiliki aturan dalam segala aspek kehidupan manusia termasuk masalah ekonomi. Islam mengajarkan umatnya untuk mengejar kesejahteraan di dunia dan akhirat. Ajaran Islam yang sebenarnya, menghadapi masa krisis global saat ini, sebenarnya Islam mempunyai sistem ekonomi sendiri yakni ekonomi Islam yang ditandai dengan pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan syariah dan

² Andrea Lidwina, "Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Dunia," *KataData*, no. April (2021): 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.

lainnya.³ Pengembangan ekonomi umat merupakan persoalan besar yang dihadapi umat dewasa ini, dan sesungguhnya pemecahannya hanya dapat dilakukan oleh umat Islam itu sendiri dengan cara kembali kepada aturan-aturan Allah, di antaranya dengan menanamkan sifat wirausaha bagi setiap individu umat, membangun kemitraan yang kuat dengan berbagai pihak terutama dengan sesama muslim, membuat kebijakan-kebijakan yang lebih memihak kepada pertumbuhan ekonomi umat dengan cara mensupport secara moril maupun materil.⁴ Ekonomi adalah sumber dari segala pekerjaan dan pusat dari susunan alam, dan dengan ekonomi pula manusia akan mencapai tingkat yang paling tinggi dari sebuah kemajuan dan kebahagiaan yang bersifat materi. Ekonomi menjadi hal yang sangat penting dalam pembangunan umat, maju mundurnya sebuah bangsa di samping karena maju dan tingginya moral dan peradaban, juga sangat tergantung pada segi ekonomi.⁵ Salah satunya adalah melalui bisni *online*.

Kecamatan Kaliwedi dalam sejarah adalah desa yang tidak terlepas dari penyebaran Agama Islam dari salah seorang pengelana misterius mengajak penduduk setempat masuk Islam, sehingga seluruh masyarakat yang tinggi di pemukiman bersedia masuk agama Islam.

Banyak metode yang diterapkan dalam marketing sebuah perusahaan dengan cara yang bermacam-macam dan metode itu harus terus berkembang menjadi sesuatu yang baru serta inovatif sehingga produsen dan konsumen mampu bertemu serta bertransaksi melalui media tertentu termasuk dengan internet marketing yang memudahkan konsumen menentukan dan bertransaksi jual beli melalui media tersebut secara bebas tidak memerlukan tempat maupun waktu karena semua orang dapat bertransaksi secara bebas dalam internet.

³ Zakaria Batu Bara, MA, "Islam Dan Pemberdayaan Ekonomi Umat" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol, 2, No.2, (2013), h. 525.

⁴ Jamaluddin Jamaluddin, "Islam Dan Pembangunan Ekonomi Umat," *Jurnal Ilmiah Islam Futura* 6, no. 2 (2018): h. 1.

⁵ Ibid, H. 8

UKM (Usaha Kecil Menengah) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dan mempunyai omzet. UKM selain sebagai salah satu *alternative* lapangan kerja baru, UKM juga berperan dalam mendorong laku perumbuhan ekonomi pasca krisis moneter disaat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Saat ini, UKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia.⁶ Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan.⁷ Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik mengkaji melaksanakan penelitian yang berjudul “PERAN *MARKETPLACE* DALAM MENINGKATKAN EKONOMI PADA MASYARAKAT MUSLIM UKM DI KECAMATAN KALIWEDI KABUPATEN CIREBON” di harapkan dengan penelitian ini, peneliti dapat memberikan gambaran untuk meningkatkan ekonomi pada masyarakat muslim di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon.

B. Fokus Penelitian

Agar pembahasan yang ada dalam penulisan ini sesuai dengan target peneliti dan untuk memudahkan dalam memilih data yang terkumpul di lapangan, maka peneliti menetapkan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan *marketplace* terhadap UKM di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon?
2. Bagaimana peran *marketplace* dalam meningkatkan ekonomi pada masyarakat muslim UKM di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon?

⁶ Kristianti Mariana, “Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional,” *Informatika* 3, no. I Januari (2012): h. 15.

⁷ Rauf A Hatu, “Pemberdayaan Dan Pendampingan Sosial Dalam Masyarakat (Suatu Kajian Teoris),” *inovasi* 7, No. 4 (2010): h. 3

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian di atas, maka penulisan ini bertujuan untuk memperoleh wawasan pengembangan ilmu dan pengetahuan, khususnya dalam dunia perdagangan, maka tujuan penulisan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perkembangan *marketplace* terhadap ekonomi pada masyarakat muslim UKM di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon.
2. Untuk mengetahui peran *marketplace* dalam meningkatkan ekonomi pada masyarakat muslim UKM di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun penulisan ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoris
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan informasi baru dan juga kontribusi terhadap ilmu pengetahuan *marketplace* dalam meningkatkan ekonomi di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide baru dan saran. Serta memberikan informasi yang dapat membangkitkan semangat masyarakat dalam memulai *bermarketplace* untuk meningkatkan ekonomi.

- b. Bagi peneliti lain atau pembaca

Hasil penelitian ini dapat di gunakan untuk menambah wawasan terkait peran *marketplace* dalam meningkatkan ekonomi pada masyarakat muslim di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon sehingga dapat menghasilkan penggunaan strategi

yang efektif. Untuk mencapai tujuan yang di harapkan secara maksimal.

E. Definisi Operasional

1. Marketplace

Marketplace merupakan alat bantu bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi. *Marketplace* ini dibuat untuk mengurangi resiko proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisien dan efektifitas.

Marketplace adalah media promosi penjualan dengan menggunakan teknologi Internet yang sering digunakan lebih kenal dengan sebutan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk melakukan aktivitas kegiatan jual-beli secara online.⁸ *Marketplace* merupakan model bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya untuk meminimalisir proses bisnis yang kompleks sehingga efisien dan efektifitas. Dengan adanya *marketplace* tersebut setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena ada batas ruang, jarak dan waktu. Secara konvensional pasar memiliki beberapa peran diantaranya memfasilitasi transaksi dan menyediakan infrastruktur.⁹

2. Peningkatan Ekonomi Umat

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu menunaikan kewajiban ruhiyah (spiritual) dan maliyah (material) tanpa terpenuhi kebutuhan skunder. Pemberdayaan menekankan adanya otonomi komunitas pengambilan keputusan, kemandirian dan keswadayaan lokal, demokrasi dan belajar pengalaman sejarah. Esensinya ada pada partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan perubahan masyarakatnya.¹⁰

⁸ Eka Septiana Sulistiyawati and Anna Widayani, "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM Di Kota Blitar," *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4, no. 1 (2020): h.135

⁹ Yustiani and Yunanto, "Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Ilmiah Komputer." *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* Vol.6, No. 2, H. 45

¹⁰ Abdul Hamid, "Teori Konsumsi Islam Dalam Peningkatan Ekonomi Umat," *Jurnal Visioner & Strategis* 7, no. September (2018): h. 211.

Selain tingkat pendapatan, peningkatan ekonomi umat juga akan dibahas operasional ekonomi umat itu sendiri. Dalam hal ini meliputi (1) hubungan saling menguntungkan antar umat Islam, (2) munculnya kegiatan ekonomi baru guna menjadi kekuatan ekonomi kerakyatan, di mana umat Islam tidak hanya menjadi konsumen namun juga menjadi pengelola dan pemilik kegiatan ekonomi.¹¹

3. UKM (Usaha Kecil Menengah)

Usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk di perniagakan secara komersial dan mempunyai omzet penjualan.¹²

Menurut Primianam Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro.¹³

F. Penelitian Terdahulu

Penulis menyadari bahwa secara substansi penelitian ini bukan hal yang baru, dalam dunia akademik telah banyak karya-karya seperti ini, penulis pun menyadari bahwa apa yang akan diteliti ini ada kemiripan dengan yang telah ditulis sebelumnya, kajian pustaka terhadap karya terdahulu dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan guna membantu pembahasan penelitian di lapangan. Diantara kajian pustaka yang mencakup tentang Peran *Marketplace* Dalam Meningkatkan Ekonomi

¹¹ A. Qodri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat: Meneropong Prospek Berkembangnya Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004).

¹² Mariana, "Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional." *Informatika* 3, no.1 Januari (2012): h.64

¹³ Halim Oky Zulkarnaen and Sutopo Sutopo, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah Di Solo)," *Diponegoro Journal of Management* 2, no. 3 (2013): h. 15

Pada Masyarakat Muslim UKM Di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon antara lain sebagai berikut:

Pertama, Hasil penelitian ini mengkaji strategi perusahaan untuk mempertahankan produk dengan menggunakan media promosi untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan *marketplace*. Promosi dilakukan dengan memanfaatkan media internet salah satunya dengan menggunakan *e-commerce*. Peran *e-commerce* memberikan dampak positif, salah satunya adalah meningkatkan proses promosi. Metode ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan objek penelitian adalah UMKM Jaka. *Marketplace* sebagai salah satu wujud *e-commerce* digunakan sebagai inovasi atau perubahan metode penjualan. Perilaku digital mendorong ekspansi konsumen untuk meningkatkan penjualan.¹⁴

Kedua, Perdagangan digital *e-commerce* seperti ini sangat luar biasa, bahkan bias memiliki pertumbuhan 33,2%. Negara Indonesia yang berpulau-pulau ini sangat berpotensi akan keperluan *platform-platform e-commerce* yang memudahkan transaksi perdagangan domestik dari satu wilayah ke wilayah yang lain dengan kurir yang sangat baik di negeri ini pada jalur udara, laut, maupun penerbangan. Selain barang yang perlu dikirim, juga potensi besar terhadap jalur transaksi perdagangan asset digital sudah sering digunakan seperti saldo paypal, kode pembelian software digital, dan sebagainya bahkan di masa mendatang.¹⁵

Ketiga, Menjelaskan bahwa ada 50 UKM lebih yang memasarkan produknya pada Hacord Gallery. Tersedia berbagai macam jenis produk seperti *fashion*, kerajinan, *souvenir* makanan, minuman dll, namun pemasaran dan penjualan masih secara *offline*. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, para relawam dan pemerintah melakukan upaya dalam mengembangkan pemasaram Hacord Gallery dengan cara: (1)

¹⁴ Agus Dwi Cahya et al., "Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19," *Scientific Journal Of Rreflection*, 4, no. 3 (2021): h. 10

¹⁵ Arman Maulana, Novita Rizki Arjun, Faisal Akbar, "Peran *E-commerce* di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini", *Journal of Education and Tecnology*, Tahun 2021, Vol. 1, No. 1, h. 57

Menedukasi dan membangun *website marketplace e-commerce*, (2) *Monitoring* terhadap pelaku usaha dalam penggunaan *marketplace*. (3) Evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa hasil penggunaan *marketplace* sebagai sarana pemasaran yaitu dapat menaikkan keuntungan usaha 30%.¹⁶

Keempat, Bahwa pengaruh perkembangan teknologi menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut *marketplace*. Teknologi informasi memberikan peranan yang besar dalam aspek pengelolaan bisnis. Salah satu teknologi yang sampai saat ini digunakan oleh masyarakat adalah *internet*, merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan omset tetapi *e-commerce* bukan cara yang terbaik.¹⁷

Maka berdasarkan hasil dan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terciptanya peran *marketplace* karena mendapatkan informasi dan pengalaman mengenai wirausaha. Pengetahuan UKM adalah informasi awal yang diterima sebagai luas mengenai wirausaha dan memiliki pengalaman akan mampu meningkatkan ekonomi pada masyarakat muslim di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon.

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Persamaan dan Perbedaan

No	Nama, Judul dan Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Agus Dwi Cahya et al., "Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di	Peran <i>e-commerce</i> memberikan dampak positif, salah satunya adalah meningkatkan proses promosi. <i>Marketplace</i>	Persamaan ini menggunakan penjualan online yang memberikan beberapa metode baru dalam	Perbedaan dengan penelitian ini yaitu <i>e-commerce</i> merupakan sebuah toko virtual yang

¹⁶ Sunarti Sunarti, Susan Rachmawati, and Frisma Handayanna, "Peningkatan Pendapatan Ukm Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web Marketplace E-Commerce," *Jurnal Terapan Abdimas* 4, no. 2 (2019): h. 170

¹⁷ Ginanjar Sri Lakutomo, "Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (*E-commerce*) dalam Jaringan Sosial Internet", (Naskah Publikasi Ilmiah, Program Studi Manajemen, Surakarta) Tahun 2014

	Tengah Pandemi Covid-19,” 2021	sebagai salah satu wujud <i>e-commerce</i> digunakan sebagai inovasi atau perubahan metode penjualan. Perilaku digital mendorong ekspansi konsumen untuk meningkatkan penjualan.	berjualan untuk meningkatkan ekonomi yang berdampak positif.	melakukan kegiatan jual-beli menggunakan media internet, sedangkan <i>marketplace</i> merupakan pasar virtual dimana para penjual dan pembeli melakukan transaksi menggunakan media internet.
2	Arman Maulana, Novita Rizki Arjun, Faisal Akbar, “Peran <i>E-commerce</i> di Tengah Pandemi Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini” 2021	<i>platform-platform e-commerce</i> yang memudahkan transaksi perdagangan domestik dari satu wilayah ke wilayah yang lain dengan kurir yang sangat baik di negeri ini pada jalur udara, laut, maupun penerbangan.	Platform untuk memudahkan jual-beli online dengan menggunakan jasa ekspedisi dari wilayah ke wilayah.	Pembahasan penelitian ini berbeda karena fokus pembahasan pada masyarakat muslim yang dimana akan menjadi objek penelitian.
3	Sunarti Sunarti, Susan Rachmawati, and Frisma Handayanna, “Peningkatan Pendapatan Ukm Pada Hacord Gallery Dengan Aplikasi Web Marketplace E-Commerce,” 2019	Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, para relawan dan pemerintah melakukan upaya dalam mengembangkan pemasaram Hacord Gallery dengan cara: (1) Mengedukasi dan membangun <i>website marketplace e-commerce</i> , (2) <i>Monitoring</i> terhadap pelaku usaha dalam	Membahas <i>marketplace</i> penjualan media online untuk memudahkan dan pengetahuan lebih luas.	Menggunakan aplikasi yang berbeda dan tertentu.

		<p>penggunaan <i>marketplace</i>. (3) Evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa hasil penggunaan <i>marketplace</i> sebagai sarana pemasaran yaitu dapat menaikkan keuntungan usaha</p>		
4	<p>Ginanjari Sri Lakutomo, "Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (<i>E-commerce</i>) dalam Jaringan Sosial Internet" 2014</p>	<p>pengaruh perkembangan teknologi menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut <i>marketplace</i>. Teknologi informasi memberikan peranan yang besar dalam aspek pengelolaan bisnis. Salah satu teknologi yang sampai saat ini digunakan oleh masyarakat adalah <i>internet</i></p>	<p>Penelitian ini mencari pengaruh dan penyebab <i>marketplace</i> untuk memudahkan dan konsep penjualan online terbaru.</p>	<p>Membahas dampak meningkatkan ekonomi UKM pada masyarakat muslim.</p>

Penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang *marketplace*. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian, objek yang diteliti dan fokus pembahasannya. Dalam penelitian ini *marketplace* yang di bahas adalah peran *marketplace* dalam meningkatkan ekonomi UKM dan menggunakan objek penelitian pada masyarakat muslim.

Dari beberapa penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa peran *marketplace* merupakan UKM untuk memudahkan masyarakat

dalam meningkatkan ekonomi dan memanfaatkan sosial media dengan hal yang positif.

G. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi skripsi ini, maka sistematika penulisan akan disusun sebagai berikut :

Bab I: Berisi pendahuluan yang memuat tentang berbagai ketentuan formal sebuah penelitian ilmiah yang terdiri dari konteks penelitian (latar belakang masalah), fokus masalah (rumusan masalah), tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, serta sistematika penulisan.

Bab II: Merupakan kajian pustaka yang memuat tentang Peran *Marketplace* Dalam Meningkatkan Ekonomi Pada Masyarakat Muslim UKM Di Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon.

Bab III: Metode Penelitian berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Menjelaskan tentang paparan data, temuan penelitian, dan pembahasan

Bab V: Menjelaskan bagian penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.