

SKRIPSI

**STUDI KOMPARATIF PENDAPATAN PEDAGANG KAIN
SASIRANGAN MELALUI DIGITAL MARKETING
DI KECAMATAN BANJARMASIN TENGAH**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

ODRI NUR QASHDI
2110311310044

**PROGRAM STUDI: EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2026**

LEMBAR LEGALITAS

**STUDI KOMPARATIF PENDAPATAN PEDAGANG KAIN SASIRANGAN
MELALUI DIGITAL MARKETING DI KECAMATAN
BANJARMASIN TENGAH**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

ODRI NUR QASHDI
NIM. 2110311310044

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 23 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



Khairi Pahlevi, S.Pi, M.Si
NIP. 197207222006041003

Penguji I



Dr. Noor Rahmini, SE, ME
NIP. 197704062008012020

Penguji II



Dr. Ahmad Yanani, SE, M.Si
NIP. 197302071999031003

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis
Universitas Lambung Mangkurat



Dr. Syahrutuah Siregar, SE, M.A
NIP. 197103031998021001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Odri Nur Qashdi
NIM : 2110311310044
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Studi Komparatif Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan Melalui Digital Marketing Di Kecamatan Banjarmasin Tengah

Mata Kuliah Pokok : Ekonomi Pembangunan
Hari, Tanggal Ujian : Selasa, 06 Januari 2026
Waktu Ujian : 11.00 – 13.00 WITA
Tempat : Ruang Rapat Bersama

Tim Penguji

Pembimbing : Khairi Pahlevi, S.Pi, M.Si
Penguji I : Dr. Noor Rahmini, SE, ME
Penguji II : Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si

(*Khairi*)
(*Noor*)
(*Ahmad*)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Odri Nur Qashdi
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Studi Komparatif Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan
Melalui Digital Marketing Di Kecamatan Banjarmasin Tengah
Mata Kuliah Pokok : Ekonomi Pembangunan
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 06 Januari 2026
Waktu Ujian : 11.00 - 13.00 WITA

Disetujui oleh dosen pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan.

Banjarmasin, 23 Juni 2026

Mahasiswa,



Odri Nur Qashdi
NIM. 2110311310044

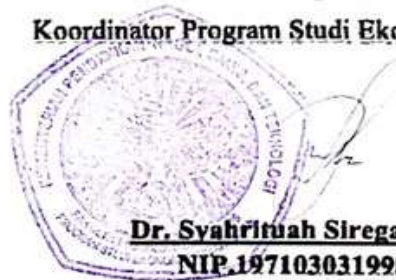
Dosen Pembimbing,



Khairi Pahlevi, S.Pl, M.Si
NIP. 197207222006041003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan



Dr. Syahrithuah Siregar, S.E, M.A
NIP.197103031998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3305116 Laman : <http://feb.ulm.ac.id>

BERITA - A C A R A

(UJIAN SKRIPSI UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI)

Pada hari ini **Selasa** tanggal **06 Januari 2026** Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Keputusan **No. 03.1/UN8.1.12/SP/2026** tanggal **05 Januari 2026**.

Telah mengambil Ujian Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi atas ;

1. Nama calon : **ODRI NUR QASDHI**
2. Nomor Induk Mahasiswa : **2110311310044**
3. Nomor Ijazah Nasional : **-**
4. Tempat Ujian : **R. Rapat Bersama**
5. Ujian dilaksanakan : dari Jam **11.00 Wita**
s/ d Jam **13.00 Wita**
6. Hasil Ujian dengan nilai : **A (Empat)**

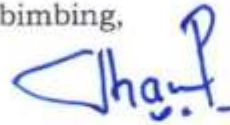
Demikian berita acara ini dibuat dengan sebenarnya.

Banjarmasin, **06 Januari 2026**

Tanda tangan calon,


ODRI NUR QASDHI

Pembimbing,

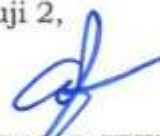

KHAIRI PAHLEVI, S.Pi, M.Si

PANITIA UJIAN

Penguji 1,


Dr. NOOR RAHMINI, SE, ME

Penguji 2,


Dr. AHMAD YUNANI, SE, M.Si

Banjarmasin, 23 Juni 2026

No : -

Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi Lampiran : 3 (tiga)
surat asli

Kepada Yth.

Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Di tempat

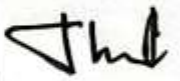
Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan skripsi yang diberikan oleh dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Odri Nur Qashdi

NIM : 2110311310044

Judul Skripsi : Studi Komparatif Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan Melalui
Digital Marketing Di Kecamatan Banjarmasin Tengah

Tanggal Ujian : Selasa, 06 Januari 2026

Nama Dosen	NIP	Jabatan	Tanggal Disetujui	Tanda Tangan
Khairi Pahlevi, S.Pi, M.Si	197207222006041003	Pembimbing	23 Juni 2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar dan sesuai saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melanjutkan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang membuat,
Mahasiswa



Odri Nur Qashdi
NIM. 2110311310044

SURAT PERNYATAAN ORISINAL

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 19 Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan



Odri Nur Qashdi
NIM. 2110311310044

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Studi Komparatif Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan Melalui Digital Marketing Di Kecamatan Banjarmasin Tengah ". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, atas segala fasilitas dan dukungan yang telah diberikan selama masa studi.
2. Bapak Khairi Pahlevi, S.Pi., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan dedikasi sejak awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Dr. Noor Rahmini, S.E, M.E, selaku Dosen Penguji I , dan Bapak Dr. H. Ahmad Yunani, S.E, M.Si., selaku Dosen Penguji II, atas kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun serta turut memperkaya substansi penelitian ini.
4. Bapak Hidayatullah Muttaqin, S.E., M.Si., PGD., selaku dosen penasihat akademik yang senantiasa memberikan arahan, nasihat, serta motivasi kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. Kepada Inah Jariah, S.Pd.SD., Terimakasih sebanyak-banyaknya telah membantu si penulis dari segi materi,ekonomi bahkan UKT si penulis sampai selesai perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas cinta yang tulus, pengorbanan tanpa pamrih, serta doa yang

tak pernah terputus. Semua pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa kasih sayang dan perjuangan mereka yang luar biasa. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan balasan kebaikan yang sempurna bagi keduanya.

7. Seluruh keluarga besar, sahabat, serta rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Pembangunan angkatan 2021 yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini.
8. Para responden dan pihak Kecamatan Banjarmasin Tengah utamanya di Kampung Sasirangan yang telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan informasi penting bagi kelancaran penelitian ini.
9. Kepada pemilik NIM 220102040036 Terimakasih telah menemani dan membantu penulis dari awal perkuliahan sampai selesai perkuliahan dari fase terburuk dan terbaik si penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan sosial ekonomi yang lebih efektif dan berkeadilan.

Banjarmasin, 29 Juni 2026



Odi Nur Qashdi
NIM. 2110311310044

ABSTRACT

This study aims to analyze the comparative income of Sasirangan cloth traders before and after implementing digital marketing in Central Banjarmasin District. This study focuses on the role of digital marketing in increasing income by expanding market reach and increasing promotional effectiveness amidst increasingly fierce business competition. This study applied a quantitative approach with a comparative research design. The researcher collected data through questionnaires and interviews involving 30 Sasirangan fabric traders selected by using a purposive sampling technique according to predetermined criteria. Furthermore, the data were examined through descriptive analysis and comparative testing to determine the differences in traders' income before and after the implementation of digital marketing. The results show a significant increase in income after traders implemented digital marketing. This is indicated by a shift in income from a lower to a higher category, as well as an increase in the number of customers reached through digital platforms. The use of social media such as WhatsApp, Instagram, and Facebook has proven to be an effective promotional tool in increasing product visibility and interaction with consumers. In addition, the intensity of promotions and the type of content used also contribute to increased sales. However, there are still obstacles such as limited technological knowledge, limited capital, and the ability to create attractive promotional content. These findings indicate that digital marketing plays a crucial role in increasing the income and sustainability of traditional traders' businesses, and therefore needs to be optimized through increased digital literacy and mentoring for MSMEs.

Keyword: Digital Marketing, Income, Traders, MSMEs, Traditional Products, Sasirangan.

ABSTRAKSI

Penelitian ini dimaksudkan guna menganalisis perbandingan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah penerapan *digital marketing* pada pedagang kain Sasirangan di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Penelitian ini berfokus pada peran *digital marketing* dalam meningkatkan pendapatan melalui perluasan jangkauan pasar dan peningkatan efektivitas promosi di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Metode yang dipergunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian komparatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi terhadap 30 pedagang kain Sasirangan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berlandaskan kriteria tertentu. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan uji perbandingan untuk mengidentifikasi perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah penggunaan *digital marketing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pendapatan yang signifikan setelah pedagang menerapkan *digital marketing*. Hal ini ditunjukkan oleh pergeseran pendapatan dari kategori rendah ke kategori yang lebih tinggi, serta meningkatnya jumlah pelanggan yang dijangkau melalui platform digital. Penggunaan media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook* terbukti menjadi sarana promosi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan interaksi dengan konsumen. Selain itu, intensitas promosi dan jenis konten yang digunakan juga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan pengetahuan teknologi, keterbatasan modal, dan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik. Temuan ini memperlihatkan bahwasanya *digital marketing* berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha pedagang tradisional, sehingga perlu dioptimalkan melalui peningkatan literasi digital dan pendampingan bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Pendapatan, Pedagang, UMKM, Sasirangan.

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINAL	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	ix
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Teori Difusi Inovasi	7
2.1.2 Pendapatan	8
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.1.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	12

2.1.5	Pemasaran Digital	13
2.1.6	Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran.....	15
2.1.7	Perilaku Konsumen di Platform Digital.....	16
2.2	Penelitian Terdahulu	18
BAB III.....		20
KERANGKA KONSEPTUAL.....		20
BAB IV		22
METODE PENELITIAN		22
4.1	Ruang Lingkup Penelitian	22
4.2	Jenis Penelitian	22
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian	22
4.4	Unit Analisis	23
4.5	Populasi dan Sampel.....	23
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	23
4.7	Teknik Pengumpulan Data	24
4.8	Teknik Analisis Data	24
4.9	Jadwal Penelitian	24
BAB V.....		25
HASIL DAN PEMBAHASAN		25
5.1	Gambaran Umum	25
5.2	Hasil Penelitian.....	29
5.2.1	Karakteristik Responden	29
5.2.2	Perbedaan Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan antara Pengguna dan Non-Pengguna <i>Digital Marketing</i>	33
5.2.3	Faktor Pendukung dan Penghambat Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan.....	36
5.2.4	Upaya untuk Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan.....	47
5.3	Pembahasan	52

5.3.1 Perbedaan Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan yang Menggunakan <i>Digital marketing</i> dan Tidak Menggunakan <i>Digital marketing</i>	52
5.3.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan Faktor Pendukung	57
5.3.3 Upaya Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kain Sasirangan	61
5.4 Implikasi Penelitian	65
5.4.1 Implikasi Teoritis.....	65
5.4.2 Implikasi Praktis	66
5.5 Keterbatasan Penelitian	68
BAB VI	69
PENUTUP	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran	70
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.2 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	29
Tabel 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	31
Tabel 5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha	32
Tabel 5.5 Klasifikasi Pendapatan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Digital Marketing	34
Tabel 5.6 Distribusi Penggunaan Platform Digital Marketing	37
Tabel 5.7 Distribusi Intensitas Promosi	39
Tabel 5.8 Distribusi Jenis Konten Promosi yang Digunakan	41
Tabel 5.9 Distribusi Pengaruh Digital Marketing terhadap Penjualan	44
Tabel 5.10 Distribusi Kendala Penggunaan Digital Marketing	45
Tabel 5.11 Distribusi Peningkatan Pendapatan.....	47
Tabel 5.12 Distribusi Jumlah Pelanggan Setelah Digital Marketing	49
Tabel 5.13 Distribusi Frekuensi Penilaian Pentingnya Digital Marketing terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	21
--------------------------------------	----