

**MOTIF MILENIAL BUKITTINGGI DALAM MEMBANTU UMKM**

**(Studi Kasus: Ikomart.id)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
Strata Satu (S1)*



**Oleh:**

**Chelly Ananta**

**19058047**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Motif Milenial Bukittinggi dalam Membantu UMKM  
(Studi Kasus: Ikomart.id)

Nama : Chelly Ananta  
NIM/TM : 19058047/2019  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi  
Departemen : Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Januari 2024

Mengetahui,  
Dekan FIS UNP

Disetujui oleh,  
Pembimbing



Afriva Khairi, SH, M.Hum, MAPA Ph.D  
NIP. 196604111990031002

Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A  
NIP. 198305182009122004

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Pendidikan Sosiologi Departemen Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang  
Pada Hari Selasa, 7 November 2023

Motif Milenial Bukittinggi dalam Membantu UMKM  
(Studi Kasus: Ikomart.id)

Nama : Chelly Ananta  
NIM/TM : 19058047/2019  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi  
Departemen : Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial

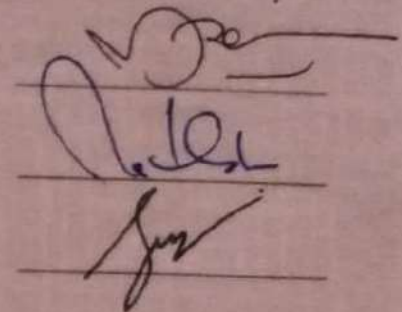
Padang, Januari 2024

TIM PENGUJI

NAMA

TANDA TANGAN

1. Ketua : Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A
2. Anggota : Dr. Mira Hasti Hasmira, S.H., M.Si
3. Anggota : AB Sarca Putera, S.Ikom, M.A



## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Chelly Ananta  
NIM/TM : 19058047/2019  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi  
Departemen : Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul "**Motif Milenial Bukittinggi dalam Membantu UMKM (Studi Kasus: Ikomart.id)**" adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiat dari karya orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun masyarakat dan Negara.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, Januari 2024

Mengetahui,  
Kepala Departemen,



**Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A**  
NIP. 19830518 200912 2 004

Saya yang menyatakan



**Chelly Ananta**  
NIM. 19058047

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya kepada penulis serta shalawat beriringan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi (S1) pada Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial di Universitas Negeri Padang dengan judul skripsi “Motif Milenial Bukittinggi Dalam Membantu UMKM (Studi Kasus: Ikomart.id)”.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi terdapat hambatan dan kesulitan yang dihadapi dalam menyelesaikan skripsi ini, namun dengan adanya do'a, dukungan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat terselamatkan. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas nikmat yang luar biasa yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dalam keadaan sehat tanpa kekurangan apapun.
2. Ibu Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan yang sangat berguna sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Dr. Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si dan bapak AB Sarca Putera, S.Ikom., M.A selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Delmira Syafrini, S.Sos., M.A. sebagai Kepala Departemen Sosiologi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Mohammad Isa Gautama, S.Pd.M.Si selaku pembimbing akademik.
6. Dosen Departemen Sosiologi UNP yang telah memberikan ilmu dan mengembangkan pengetahuan peneliti selama menjalankan pendidikan di Universitas Negeri Padang serta Staff Administrasi Departemen Sosiologi.
7. Teristimewa kepada papa Michel Mushardi yang rela berpanas-panasan demi mencari uang agar anak mu ini tetap melanjutkan kuliah dan ibu Almh.Sesmiati yang begitu semangat ketika adek masuk kuliah jalur SBMPTN, adek selalu ingat pesan mama “mama rela gak punya rumah asal adek sama abang kuliah”, ma kedua anak mu sudah S.Pd sekarang ma, terimakasih atas dukungan yang begitu berarti yang mama berikan. Tak kalah penting juga kepada Ibu sambung Tri Wahyuni yang selalu mendukung apa pun yang adek lakukan.
8. Habib Gushardi yang telah memberikan bantuan materiil dan menjadi tempat penulis berkeluh kesah selama menyusun skripsi. Terimakasih untuk tetap mengalah untuk tidak menikah dikala adek mu yang masih kuliah.
9. Keluarga besar Uwa Isa dan keluarga besar M.Nur yang terus mendukung penulis hingga saat ini.

10. Teman-teman semasa perkuliahan, Adelia Putri *partner* kos yang selalu ingat apa yang penulis suka dan tidak suka, juga tau bagaimana cara membangkitkan semangat penulis melalui perkataan nyelekitnya, Nynys sebagai *mood booster*, Ekach sebagai penyemangat melalui masakannya, Unge, Cika, *info healing ngab*, dan *gang tapi aia* yaitu Bayu, Elank, Angga dan Adeng yang membuat masa perkuliahan penulis begitu berarti. Juga kepada teman-teman HMD Sosiologi FIS UNP yang telah memberikan banyak pengalaman berharga. Kemudian tak lupa kepada kak Bunga yang memberikan banyak bantuan kepada penulis.
11. Kepada Sesyori Salsabila Amanda yang selalu menjadi sahabat terbaik penulis sejak bangku SMP dan yang selalu memperlakukan penulis dengan sangat tulus.
12. Kepada Chelly Ananta yang telah berhasil melawan ke anti sosial-an diri, ke *overthinking*-an diri, telah menguatkan diri ketika dihampiri kerinduan dengan almarhumah mama dan terimakasih masih bertahan untuk tetap hidup.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini belum sampai pada kata sempurna, semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada seluruh pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, penulis berharap akan saran dan kritikan yang membangun dari pembaca.

Padang, November 2023

Penulis

## ABSTRAK

**Chelly Ananta. 2019/19058047. “Motif Milenial Bukittinggi Dalam Membantu UMKM (Studi Kasus: Ikomart.id)”. Skripsi. Program Studi Pendidikan Sosiologi, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.2023.**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan motif milenial Bukittinggi yang tergabung dalam Ikomart.id dalam membantu UMKM. Hal ini menarik diteliti karena pelaku UMKM bisa saja mendigitalisasikan usahanya sendiri dengan mengikuti video tutorial yang disebar oleh berbagai pengguna youtube ataupun pengguna tiktok. Para pelaku UMKM bisa mengandalkan *smartphone* sebagai media dalam mendigitalisasikan UMKM-nya.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz yang membahas bagaimana orang menandai makna terhadap lingkungannya. Menurut Schutz motif dibagi atas dua tipe yaitu *because of motive* dan *in order to motive*. *Because of motive* adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang dapat dipengaruhi oleh alasan seseorang tersebut atau faktor apa saja yang dipengaruhi oleh seseorang tersebut, sedangkan *in order to motive* adalah motif ini muncul karena adanya tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang atau aktor tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan tipe penelitian studi kasus. Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 8 orang informan. Pengambilan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua motif milenial Bukittinggi yang tergabung dalam Ikomart.id dalam membantu UMKM yaitu motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Motif sebab yang terdiri dari 1) Kesulitan pelaku UMKM dalam mengaplikasikan IT, 2) Kesadaran terhadap peran milenial sebagai *agent of change*. Motif tujuan yang terdiri dari 1) Meningkatkan Eksistensi UMKM Sumatera Barat, 2) Membuka lapangan pekerjaan yang baru.

**Kata Kunci: Motif, Milenial, UMKM, Ikomart.id**



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
A. Kajian Teoritis .....	10
B. Penjelasan Konseptual.....	13
1. Motif .....	13
2. Generasi Milenial .....	14
3. UMKM.....	16
C. Studi Relevan .....	17
D. Kerangka Berpikir .....	20
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
A. Lokasi Penelitian.....	22
B. Pendekatan dan Tipe Penelitian .....	23
C. Pemilihan Informan Penelitian .....	23
D. Teknik Pengumpulan Data .....	24
1. Observasi.....	24
2. Wawancara .....	25
3. Studi Dokumentasi.....	28
E. Triangulasi Data .....	29
F. Analisis Data.....	30
1. Reduksi Data ( <i>Data Reduction</i> ).....	31
2. Penyajian Data ( <i>Data Display</i> ).....	31
3. Verifikasi Data ( <i>Conclusions Drawing/Verification</i> ).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	33
A. Hasil Penelitian .....	33
1. Letak Geografis .....	33
2. Peta Lokasi .....	35
3. Sejarah Pendirian Ikomart.id .....	36
4. Visi dan Misi Ikomart.id .....	37
5. Platform.....	37
6. Tata cara pemesanan .....	40
B. Temuan Penelitian.....	41
1. Motif Sebab ( <i>Because Of Motive</i> ) .....	41

a.	Kesulitan Pelaku UMKM dalam Mengaplikasikan IT .....	42
b.	Kesadaran Terhadap Peran Milenial Sebagai Agent Of Change .....	48
2.	Motif Tujuan ( <i>In Order Motive</i> ).....	55
a.	Meningkatkan Eksistensi UMKM Sumatera Barat.....	55
b.	Membuka Lapangan Kerja Baru .....	61
C.	Pembahasan .....	66
BAB V PENUTUP .....		72
A.	Kesimpulan .....	72
B.	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		74
LAMPIRAN .....		78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir .....	20
Gambar 2. Skema analisis data Miles dan Huberman .....	31
Gambar 3. Kantor Operational dan Gallery .....	33
Gambar 4. Iko Gallery .....	34
Gambar 5. Peta Kantor Operational dan Gallery Ikomart.id.....	35
Gambar 6. Peta Kantor Pusat Ikomart.id .....	36
Gambar 7. Instagram Ikomart.id.....	38
Gambar 8. Tiktok Ikomart.id.....	38
Gambar 9. Facebook Ikomart.id .....	39
Gambar 10. Youtube Ikomart.id.....	39
Gambar 11. Shopee Ikomart.id.....	40
Gambar 12. Website Ikomart.id .....	40
Gambar 13. Muhammad Nazif menjadi pembicara pada acara pelatihan UMKM yang dilaksanakan oleh Rumah BUMN Bukittinggi .....	47
Gambar 14. Nico Viersander menjadi pembicara pada acara pelatihan UMKM yang dilaksanakan oleh BRI .....	51
Gambar 15. Promosi mitra Ikomart.id .....	60
Gambar 16. Ikomart.id memberikan lowongan pekerjaan.....	63

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pedoman Observasi.....	79
Lampiran 2. Pedoman Wawancara .....	81
Lampiran 3. Daftar Informan Penelitian .....	83
Lampiran 4. Surat Penelitian.....	85
Lampiran 5. Chat dengan Pelanggan .....	86

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Generasi milenial (generasi Y) merupakan generasi yang lahir pada kisaran tahun 1980 hingga 1990-an. Generasi juga dikenal sebagai generasi yang senang bekerja, berfikir inovatif dan kreatif dan juga generasi ini memiliki rasa kompetitif yang tinggi, terbuka, dan fleksibel. Generasi ini merupakan generasi yang berpartisipasi sangat aktif pada akhir abad 20 dan pada awal abad 21 dalam penemuan dan pengembangan teknologi dan ilmu terapan lainnya (Wantalangi et al., 2021). Dikutip melalui website [djkn.kemenkeu.go.id](http://djkn.kemenkeu.go.id) menyatakan bahwa generasi milenial diharapkan dapat menjadi pemeran utama yang memegang kendali terhadap segala aspek kemajuan, baik pada skala lokal ataupun di skala nasional (Soraya, 2021).

Untuk menghadapi berbagai kemajuan tersebut banyak generasi milenial yang berinovasi demi menciptakan kebaruan bagi lingkungannya sendiri. Sebagaimana peran generasi milenial adalah sebagai pengisi kemerdekaan NKRI dengan menjadi *agent of change*, *innovator*, dan *promoter* bangsa (Aji, 2019). Generasi milenial yang berinovasi akan memberikan persepsi baru terhadap generasi milenial yaitu generasi milenial sebagai *agent of change* yang dimana generasi milenial dapat mendorong terjadinya transformasi dunia menuju yang lebih baik melalui efektifitas, perbaikan dan pengembangan (Dewi, 2018). Salah satu bentuk pelaksanaan peran generasi milenial tersebut adalah dengan mengembangkan teknologi sebagai wadah untuk berjualan bagi masyarakat lokal (Pujiastuti & Wahyuningsih, 2023). Salah satu bentuk

Pendigitalisasian UMKM merupakan suatu bentuk pengimplementasian teknologi dalam usahanya.

UMKM merupakan suatu usaha produktif milik perorangan yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008). Saat ini tercatat sudah ada 4.300 UMKM yang ada di Bukittinggi. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui data yang peneliti dapatkan dibawah ini (DISKOPUKMDAG, 2022):

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah UMKM</b>
2020	917 Usaha
2021	962 Usaha
2022	4.300 Usaha

Tabel 1. Jumlah UMKM di Bukittinggi menurut DISKOPUKMDAG Bukittinggi  
Sumber: Postingan Instagram @diskopukmdag.bukittinggi

Berdasarkan data di atas bahwa terdapat peningkatan pelaku UMKM di Bukittinggi. Meningkatnya angka tersebut bukan berarti bahwa UMKM tidak menghadapi berbagai permasalahan. Menurut Wali Kota Bukittinggi Erman Safar bahwa gagap teknologi masih mendominasi sebagian UMKM di Sumatera Barat sehingga menyebabkan banyak UMKM yang tidak dapat memenuhi selera pasar yang selalu berubah (Alfatah, 2022). Hal tersebut dapat dibuktikan melalui data Laporan Keterangan dan Pertanggungjawaban (LKPJ) Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2022 menyatakan bahwa pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam mengaplikasikan IT untuk memasarkan produk (DISKOPUKMDAG, 2022). Akibat dari keterbatasan tersebut membuat pihak pemerintah berusaha melakukan bimbingan

teknis terhadap para pelaku UMKM. Tidak hanya pemerintah, Milenial Bukittinggi yang tergabung dan yang mengelola Ikomart.id juga membantu permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM di Sumatera Barat.

Ikomart.id sendiri sudah berdiri sejak tahun 2020 dimana Ikomart.id menjadi toko online ritel pertama di Kota Bukittinggi yang memberikan pelayanan berbelanja online yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Ikomart.id sendiri didirikan oleh Nico Viersander Comanyo yang menjabat sebagai CEO Ikomart dan selaku *founder* Ikomart.id, kemudian dibantu oleh Muhammad Nazif yang menjabat sebagai CMO Ikomart dan selaku *co-founder* Ikomart dan Avisenna Al-Rija yang menjabat sebagai COO Ikomart dan selaku *co-founder* Ikomart. Nico Viersander Komanyo sebagai pendiri Ikomart.id memiliki latar belakang pendidikan pada bidang logistik. Nico menyelesaikan pendidikan Diploma 3 di Politeknik Pos Indonesia dengan Jurusan Logistik Bisnis, kemudian Nico melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Trisakti dengan Jurusan Manajemen Transportasi Laut, dan terakhir menempuh pendidikan S2 di Universitas Trisakti dengan Program Studi Magister Logistik.

Tata cara pemesanannya cukup dengan Cara kerja layanan Ikomart.id adalah dengan menghubungi kontak Whatsapp pihak ikomart.id, dimana nantinya pelanggan akan membuat susunan daftar belanja yang akan dibeli, kemudian oleh pihak Ikomart.id akan membeli daftar belanjaan yang sudah diterima. Pelanggan juga dapat memesan melalui website Ikomart.id. Biaya yang dikenakan untuk menggunakan layanan ini adalah Rp 20.000,- khusus wilayah Bukittinggi sekitarnya, yang dibayar baik pada saat produk telah sampai di rumah pelanggan atau melalui transfer bank.

Pengiriman barang terdapat tiga sesi, yaitu sesi pertama di pagi hari pesanan akan diantar pada jangka waktu 10.00 hingga jam 12.00 Pagi, sedangkan pada sesi kedua di siang hari pesanan akan diantar pada jangka waktu 13.00 hingga 15.00 siang, terakhir pada sesi ke tiga di sore hari pesanan akan diantar pada jangka waktu 16.00 hingga 18.00 sore.

Ikomart.id juga turut sebagai platform bagi UMKM untuk mempromosikan produknya dimana hal ini juga merupakan bentuk perwujudan pendigitalisasian UMKM. Ikomart.id memiliki beberapa platform seperti melalui link website <https://ikomart.id/>, selain itu dapat juga di akses melalui instagram dengan *username* @ikomart.id dan terakhir dapat langsung berinteraksi melalui kontak whatsapp yang di cantumkan pihak Ikomart.id pada *bio* instagram. Ikomart juga memiliki platform di media sosial lainnya seperti di tiktok, facebook, youtube dan shopee. Namun yang menjadi fokus Ikomart.id dalam berpromosi online adalah platform instagram, facebook, dan shopee.

Kategori produk UMKM yang bergabung dengan Ikomart.id diantaranya adalah kategori kerajinan tangan seperti UMKM Humaira yang menjual berbagai jenis rajutan seperti tas rajut, selanjutnya kategori makanan dan minuman seperti UMKM kacang goreng pak datuk yang menjual kacang goreng, UMKM Dapur Peyek Arindi yang menjual kerupuk peyek, UMKM Khadijah Food yang menjual pisang sale, rendang telur dan lain sebagainya, kemudian terdapat kategori sulaman dan bordir seperti UMKM Aroma yang menjual baju bordiran, salendang panjang bajambua hitam (data : dari hasil wawancara tanggal 14 Maret 2023).



Tata cara kemitraan UMKM dengan Ikomart.id dapat dilakukan dengan pendaftaran langsung kepada pihak Ikomart.id. UMKM tersebut akan diseleksi berdasarkan banyaknya peminat akan produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM (data : dari hasil wawancara tanggal 14 Maret 2023). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan Dila sebagai analis produk Ikomart.id yaitu, hingga saat ini terdapat lebih dari 200 lebih UMKM yang bermitra dengan Ikomart.id namun yang dipromosikan lebih banyak hanya sekitar lebih dari 18 UMKM. (data : dari hasil wawancara tanggal 14 Maret 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan Dila sebagai analis produk ikomart.id mengatakan bahwa, semenjak bermitra bersama Ikomart.id para UMKM mengungkapkan terdapat peningkatan penjualan. (data : dari hasil wawancara tanggal 14 Maret 2023). Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan dari salah satu UMKM yang bermitra dengan Ikomart.id sejak tahun 2020, Khodijah Food yaitu, semenjak bermitra dengan Ikomart.id pihaknya telah merasakan peningkatan penjualan hingga 10 %. (data : dari hasil wawancara tanggal 14 Maret 2023). UMKM Dapur Peyek Arindi yang bermitra dengan Ikomart.id sejak satu tahun yang lalu juga mengalami kenaikan penjualan semenjak mendaftarkan diri sebagai mitra Ikomart.id. (data : dari hasil wawancara tanggal 14 Maret 2023).

Pada dasarnya jika para pelaku UMKM ingin mendigitalisasikan usahanya, mereka dapat melakukannya dengan mudah. Bisa dilihat pada platform youtube atau pada platform tiktok, banyak dari pengguna youtube ataupun tiktok yang berbagi melalui kontennya mengenai bagaimana cara membuka toko pada marketplace seperti

di shopee, tokopedia, lazada, dan masih banyak lagi, bahkan pelaku UMKM dapat membuka toko secara online dengan mudah melalui *smartphone* mereka. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti teliti bahwa dengan fakta di atas memberikan asumsi bahwa para pelaku UMKM bisa saja mendigitalisasikan usahanya sendiri dengan melihat pengguna youtube ataupun tiktok yang berbagi melalui konten tutorial membuka toko di platform online. Pernyataan di atas akan memberi asumsi bahwa milenial Bukittinggi yang tergabung dalam Ikomart.id memiliki motif dalam membantu UMKM. Hal ini dikarenakan di dalam teori fenomenologi oleh Alfred Schutz bahwa manusia dalam melakukan tindakan terdapat alasan atau motif dibalikinya. Dalam hal ini Schutz membagi 2 tipe motif yaitu, motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Motif sebab (*because of motive*) merupakan pandangan retrospektif kepada faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu. Sedangkan motif tujuan (*in order to motive*) berkaitan dengan alasan seseorang atas suatu tindakan yang aktor lakukan sebagai usahanya dalam menciptakan suasana yang diharapkan di masa depan. (Haryanto, 2012).

Beberapa penelitian sebelumnya juga pernah mengkaji tentang pendigitalisasian UMKM yang dilakukan oleh Hasnawiyah Hasan, Haliah, Muhammad Alief Fahdal (2022) dengan hasil penelitiannya yaitu proyek ini mendirikan website bisnis dan memperluas pemasaran secara nasional sehingga dapat menambah pendapatan UMKM secara bertahap yang kemudian mengubah UMKM masyarakat khususnya mitra menuju masyarakat digital UMKM (Hasan et al., 2022). Esih Jayanti dan Nandang Bakti Karnowati (2023) dengan hasil penelitiannya Digitalisasi UMKM

dan Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM. Banyak pelaku UMKM yang telah menggunakan digital marketing untuk membantu pemasaran dan promosi produk-nya, para pelaku merasa digital marketing mempermudah mereka dalam bertransaksi sehingga keberlanjutan usaha semakin terjamin (Jayanti & Karnowati, 2023). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Faisal Pamungkas, Reva Meiliana, Nolita Yeni Siregar (2022) dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa UMKM Pokdarwis menghasilkan souvenir dengan lebih efektif dan memahami terkait e-commerce melalui branding produk agar produknya diminati baik secara lokal sampai ke mancanegara pasca Covid-19 (Pamungkas et al., 2022)

Amelia Dwi Handayani (2023) juga melakukan penelitian dengan hasil penelitiannya yaitu tingkat literasi digital merupakan hal yang penting agar UMKM dapat beradaptasi dengan teknologi baru sehingga akan memperluas pasar, monitoring operasional usaha, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi biaya untuk aktivitas yang lebih efisien (Handayani, 2023). Penelitian oleh Anton Priyo Nugroho, Abd Rahman (2022) dengan hasil penelitiannya adalah digitalisasi UMKM memiliki peran dalam meningkatkan pendapatan usaha UMKM dan dapat menjaga keberlangsungan UMKM di masa pandemi Covid-19 (Nugroho & Rahman, 2022). Terakhir penelitian oleh Yuli Setiawan (2023) dengan hasil penelitiannya adalah digitalisasi UMKM membuat pengaruh yang besar pada peningkatan pendapatan nasional (Setiawan, 2023).

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sama sama membahas tentang pendigitalisasian UMKM. Hanya saja belum ada yang melakukan penelitian ini dari

aspek sosiologis yang melihat apa yang melatarbelakangi seseorang, sekelompok orang ataupun lembaga melakukan kerjasama dengan membangun kemitraan dengan UMKM. Hal ini lah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait motif milenial Bukittinggi dalam membantu UMKM.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada motif milenial Bukittinggi yang tergabung dalam Ikomart.id dalam membantu UMKM. Hal ini menarik untuk diteliti karena Ikomart.id merupakan toko online ritel pertama di Kota Bukittinggi yang memberi wadah bagi UMKM lokal Sumatera Barat untuk mempromosikan produknya. Melihat dari fakta dilapangan bahwa bisa saja pelaku UMKM mendigitalisasikan usahanya sendiri dengan melihat *video* tutorial dari banyak pengguna youtube ataupun pengguna *tiktok*. Media yang mereka butuhkan hanya melalui *smartphone*, namun mengapa para milenial Bukittinggi yang tergabung di dalam Ikomart.id tetap membantu UMKM dalam berpromosi secara online.

Maka dari itu berdasarkan permasalahan tersebut sehingga yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah apa motif yang melatarbelakangi milenial Bukittinggi dalam membantu mempromosikan produk UMKM melalui platform online ritel Ikomart.id?

## **C. Tujuan Penelitian**

Merujuk dari rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah menjelaskan apa motif yang melatarbelakangi milenial Bukittinggi yang tergabung di dalam Ikomart.id dalam membantu mempromosikan produk UMKM.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, adapun manfaat penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat teoritis

Mampu menemukan apa yang melatarbelakangi motif milenial lokal Bukittinggi yang tergabung di dalam Ikomart.id dalam membantu pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya melalui platform digital.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat memberikan kontribusi positif, dapat menambah wawasan dan menambah informasi.

###### b. Bagi pembaca

Bagi milenial lokal, gagasan ini dapat diimplementasikan untuk mengetahui motif apa yang melatar belakangi milenial dalam membantu mempromosikan produk UMKM.