

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN
PADA USAHA *HOME INDUSTRY* HIDROPONIK
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
(Studi pada *Home Industry* Hidroponik Kelurahan Sukabumi)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

NABILA RIZKY PUTRI

NPM (1851010190)

Program Studi : Ekonomi Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN
PADA USAHA *HOME INDUSTRY* HIDROPONIK
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
(Studi pada *Home Industry* Hidroponik Kelurahan Sukabumi)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

**NABILA RIZKY PUTRI
NPM (1851010190)**

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I : Dr. H. Rubhan Masykur, M.Pd

Pembimbing II : Zulaikah, M.E.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M**

ABSTRAK

Ketersediaan lahan yang semakin sempit, membuat upaya pemenuhan pangan dari sektor pertanian tantangannya semakin meningkat. Salah satu upaya mengoptimalkan pemenuhan kebutuhan pangan dari lahan yang semakin sempit adalah memanfaatkan lahan sempit sebagai usaha untuk mengembangkan hasil pertanian, yaitu dengan cara bercocok tanam secara hidroponik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor Modal, Faktor Pemasaran, Faktor Jenis Tanaman mempengaruhi pada pendapatan *home industry* hidroponik dan bagaimana strategi dalam peningkatan pendapatan *home industry* hidroponik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor Modal, Faktor Pemasaran, Faktor Jenis Tanaman berpengaruh Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kualitatif. Sumber data peneliti berupa data primer yang didapatkan dari narasumber melalui observasi dan wawancara dan data sekunder diperoleh dari jurnal atau referensi yang berhubungan dengan faktor – faktor pendapatan *Home Industry*.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor modal, faktor pemasaran dan faktor jenis tanaman secara bersama - sama berpengaruh terhadap pendapatan *Home Industry* Hidroponik. Strategi yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan yaitu pengembangan pada jenis tanaman, kemasan, harga jual, modal usaha dan promosi penjualan. Dalam perspektif ekonomi islam secara umum Home Industry Hidroponik sudah menerapkan sifat-sifat yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu Siddiq, Amanah, Fathanah dan Tabliq. Dengan menerapkan sifat-sifat tersebut Home Industry Hidroponik mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap produknya.

Kata kunci: Pendapatan, Faktor Modal, Faktor Pemasaran, Faktor Jenis Tanaman, strategi dalam meningkatkan pendapatan

ABSTRACT

The availability of land is getting narrower, making efforts to fulfill food from the agricultural sector more challenging. One of the efforts to optimize the fulfillment of food needs from increasingly narrow land is to use narrow land as an effort to develop agricultural products, namely by growing crops hydroponically. This study aims to find out whether capital factors, marketing factors, plant type factors affect the income of the hydroponic home industry and how the strategy in increasing the income of the hydroponic home industry.

This study aims to determine whether capital factors, marketing factors, plant type factors are influential. This research is a field research with qualitative descriptive methods. The source of researcher data is in the form of primary data obtained from speakers through observation and interviews and secondary data obtained from journals or references related to Home Industry income factors.

Based on the results of the study, capital factors, marketing factors and plant type factors together affect the income of the Hydroponics Home Industry. The strategies carried out in increasing income are development of plant types, packaging, selling prices, business capital and sales promotion. In the perspective of Islamic economics in general, the Hydroponics Home Industry has applied the properties taught by Rasulullah SAW, namely Siddiq, Amanah, Fathanah and Tabliq. By applying these properties, the Hydroponics Home Industry is able to build consumer confidence in its products.

Keywords: Income, Capital Factor, Marketing Factor, Plant Type Factor, strategies in increasing Income

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabila Rizky Putri
NPM : 1851010190
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha Home Industry Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi pada *Home Industry* Hidroponik Jl. Pulau Bangka Perumahan Cendana Indah Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 05 Juli 2022
Penulis



Nabila Rizky Putri
NPM. 1851010190



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721)703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha *Home Industry* Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Home Industry Hidroponik Kelurahan Sukabumi)

Nama : Nabila Rizky Putri
Npm : 1851010190
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimonaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang monaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Dr. H. Rubhan Masykur, M.Pd
NIP.196604021995031001

Pembimbing II

Zulaikah, MJE
NIP. 199104192019032014

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy
NIP.198208082011012009



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung Telp 0721 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha *Home Industry* Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada *Home Industry* Hidroponik Kelurahan Sukabumi)”** disusun oleh **Nabila Rizky Putri**, NPM 1851010190 Program Studi **Ekonomi Syari’ah** telah diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Selasa, 09 Agustus 2022**

TIM PENGUJI

Ketua : Any Eliza, S.E.,M.Ak


(.....)

Sekretaris : Desi Nurhabibah, M.E


(.....)

Penguji I : Ahmad Hazas Syarif, M.E.I

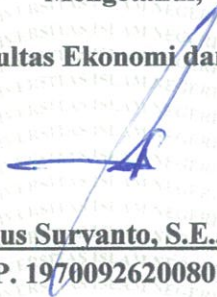

(.....)

Penguji II : Zulaikah, M.E


(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M, Akt. CA

NIP. 197009262008011008

MOTTO

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ دَلْوًا فَاْمَشُوا فِي مَتَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ السُّجُودُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepadanya kamu (kembali setelah) dibangkitkan”. (Q.S. Al-Mulk [67]: 15)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia dan hidayah- Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran untuk penulis dalam mengerjakan skripsi ini. Sebagai bukti hormat dan kasih sayang yang sangat mendalam, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Rizal Qosim dan Ibunda Rahmawati yang telah menjadi motivator terbesar dalam hidup. Terimakasih atas do'a, kasih sayang, pengorbanan serta dukungan baik materil maupun non materil yang telah diberikan kepadaku hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Saudara kandungku, Kakakku Luthfia Rizky Putri yang selalu memberikan semangat dan dukungan penulis untuk terus menuntut ilmu.
3. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah mendidikku menjadi lebih baik yang mampu berfikir untuk lebih maju.

RIWAYAT HIDUP

Penulis mempunyai nama lengkap Nabila Rizky Putri, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 17 Juli 2000. Merupakan putri kedua dari pasangan Bapak Rizal Qosim dan Ibu Rahmawati.

Adapun riwayat pendidikan penulis, adalah sebagai berikut:

1. TK Satria Sukarame Kota Bandar Lampung, lulus pada tahun 2006.
2. SDN 1 Way Dadi Kota Bandar Lampung, lulus pada tahun 2012.
3. SMP Nusantara Kota Bandar Lampung, lulus pada tahun 2015.
4. SMAN 5 Kota Bandar Lampung, lulus pada tahun 2018.
5. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi, yaitu pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil program Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim..

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasanya melimpahkan rahmat-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha *Home Industry* Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi pada *Home Industry* Hidroponik Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung)” dapat diselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu kita nantikan sampai akhir zaman.

Penulis skripsi ini masih jauh dari nilai kesempurnaan serta tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan, bimbingan serta saran dari berbagai pihak maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto., M.M, Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M. E.Sy selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Rubhan Masykur, M.Pd selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, nasihat serta motivasi terbaik.
4. Ibu Zulaikah, M.E selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan ilmu, dan arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi, ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

6. Kepada Bapak Herry Purbancoro dan Ibu Fahrunda Ida serta karyawan, yang telah memberikan dukungan penuh dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua orang tua ku, bapak Rizal Qosim dan ibu Rahmawati, Kakakku Luthfia Rizky Putri, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, dan doa selama penulis menempuh studi di bangku kuliah.
8. Sahabat – sahabat ku yang ku sayangi, Nadiyah Yurtika Sari, Salsabila Rafi'Syaiim, Florensia Irena , Zakia Salsabila, Desita Ismawati
9. Untuk teman – teman ku yang ku sayangi dan ku banggakan Monisa Lumban Gaol, dan Mega Shavira Putranty dan teman – teman Angkatan 2018 khususnya ES kelas C yang selalu memberikan semangat tiada henti untukku.
10. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita semua senantiasa terikat dalam ukhuwah islamiyah.

Akhir kata apabila dalam penelitian terdapat kesalahan mohon maaf kepada Allah penulis mohon ampun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berkah bagi semua pihak. Aamiin.

Bandar Lampung, 05 juli 2022
Penulis,

Nabila Rizky Putri
NPM. 1851010190

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	13
H. Metode Penelitian.....	16
I. Sistematika Pembahasan	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Pendapatan	23
1. Pengertian Pendapatan.....	23
2. Indikator Pendapatan	24
3. Faktor – Faktor Pendapatan <i>Home Industry</i>	24
4. Macam – Macam Pendapatan	41
5. Konsep Pendapatan dalam Ekonomi Islam.....	41
B. Home Industry	46
1. Pengertian <i>Home Industry</i>	46
2. Ciri – Ciri <i>Home Industry</i>	47
3. Jenis – Jenis <i>Home Industry</i>	48
C. Hidroponik	49
1. Pengertian Hidroponik.....	49

2.	Sistem media tanam hidroponik	50
3.	Keunggulan dan Kelemahan Hidroponik.....	51
D.	Strategi Perusahaan	52
1.	Pengertian Strategi.....	52
2.	Tipe-Tipe Strategi.....	53
3.	Strategi Pengembangan	53
E.	Kerangka Berfikir.....	54
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN		55
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1.	Letak Geografis <i>Home Industry</i> Hidroponik	55
2.	Sejarah Berdirinya <i>Home Industry</i> Hidroponik	55
B.	Penyajian Fakta dan Data Penelitian tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada <i>Home Industry</i> Hidroponik Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	57
BAB IV ANALISIS DATA		63
A.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha <i>Home Industry</i> Hidroponik	63
B.	Analisis Strategi <i>Home Industry</i> Hidroponik Dalam Meningkatkan Pendapatan	73
C.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha <i>Home Industry</i> Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam	75
BAB V PENUTUP		89
A.	Kesimpulan.....	89
B.	Rekomendasi	90

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

- Lampiran 1
- Lampiran 2
- Lampiran 3
- Lampiran 4
- Lampiran 5

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Home Industry Hidroponik Kota Bandar Lampung	5
Tabel 1.2 Jumlah Pendapatan bersih <i>Home Industry</i> Hidroponik.....	9
Tabel 3.1 Data Biaya Produksi Home Industry Per/Bulan.....	57
Tabel 3.2 Pendapatan netto Home Industry Hidroponik	58
Tabel 3.3 Daftar Harga penjualan sayuran hidroponik per/kg	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka berfikir	54
------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Home Industry Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi pada *Home Industry* Jl. Pulau Bangka Perumahan Cendana Indah Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung)”

1. Analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan) untuk mendapatkan fakta yang tepat atau menguraikan pokok persoalan atas bagian-bagian atau hubungan bagian-bagian itu untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan.¹
2. Pendapatan merupakan jumlah seluruh uang, barang atau jasa yang diterima oleh seseorang atas suatu usahanya dalam jangka waktu tertentu.²
3. Usaha adalah Kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu: bermacam-macam telah ditempuhnya untuk mencukupi kebutuhan hidup.³
4. Home berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedangkan Industry, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, Home Industry adalah rumah usaha produk

¹ Peter Salim dan Yeni Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Pers).

² Ummi Sangadah, ‘ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PETANI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Petani Buah Naga Di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah) Skripsi’ (UIN Raden Intan Lampung, 2017).

³ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (On-line), tersedia di <https://kbbi.web.id/usaha>, Diakses pada 23 Desember 2021, Pukul 20:11 WIB

barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.⁴

5. Hidroponik merupakan salah satu seni menanam tumbuhan tanpa menggunakan media tanah. Hidroponik adalah sistem budidaya tanaman yang memanfaatkan air yang diperkaya dengan unsur hara atau nutrisi yang dibutuhkan oleh tanaman. Media tanam hidroponik berfungsi sebagai kapiler atau pengantar larutan nutrisi ke akar tanaman.⁵
6. Prespektif, adalah cara pandang yang muncul akibat kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang akan menambah wawasan atau pengetahuan seseorang agar dapat melihat segala sesuatu yang terjadi dengan pandangan yang luas.⁶
7. Ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas didalam kerangka syariah islam.⁷

Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang dimaksud dengan judul dalam skripsi ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan Pada *Home Industry* Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam, guna memahami dan menambah pengetahuan bahwa dibutuhkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan khususnya pada *Home Industry* Hidroponik.

⁴ Abdul Aziz, Achmad Dasuki Aly, and Nila Afifah, 'Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri Di Desa Bodelor Dalam Teori Ibn Khaldun', *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 2.2 (2017), 199–214.

⁵ Hendra Setiawan, *Kiat Sukses Budidaya Cabai Hidroponik* (Bio Genesis, 2017).

⁶ *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam, Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011).

⁷ *Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam, Ekonomi Islam*.

B. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya adalah petani. Hal ini menunjukkan bahwa potensi di bidang pertanian sangat menjanjikan. Dalam hal ini perkembangan sektor pertanian perlu mendapat perhatian serius dalam rangka pengembangan ekonomi nasional. Salah satu sektor pertanian yang sedang berkembang adalah bidang hortikultura.⁸

Budidaya dengan sistem hidroponik telah dikenal dan dikembangkan secara komersial pada awal tahun 1900-an di Amerika Serikat. Hidroponik atau *hydroponics* merupakan aktivitas pertanian yang dijalankan menggunakan air sebagai medium untuk menggantikan tanah.⁹ Di Indonesia, kultur hidroponik telah mulai mendapat perhatian masyarakat dan berkembang sejak tahun delapan puluhan, yang dimulai oleh beberapa pengusaha di daerah perkotaan.¹⁰

Ketersediaan lahan yang semakin sempit, membuat upaya pemenuhan pangan dari sektor pertanian tantangannya semakin meningkat. Salah satu upaya mengoptimalkan pemenuhan kebutuhan pangan dari lahan yang semakin sempit adalah memanfaatkan lahan sempit sebagai usaha untuk mengembangkan hasil pertanian, yaitu dengan cara bercocok tanam secara hidroponik. Masyarakat mulai tertarik dengan hidroponik karena bertanam dengan sistem hidroponik bisa dilakukan dimana saja, mulai di halaman rumah, di samping rumah ataupun lainnya.

Ditinjau dari aspek agroklimatologis, Indonesia juga sangat potensial untuk banyak yang membudidayakan sayur-sayuran. Budidaya sayuran dengan sistem hidroponik menjadi tren dan diminati masyarakat saat ini untuk konsumsi sehari-hari karena sistem hidroponik dapat menjadi salah satu solusi

⁸ Anisyah Diana Nur Rizki, 'Analisis Pendapatan Dan Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Sayuran Hidroponik Kelompok Tani Sakura Kota Tarakan', 2019.

⁹ Siti Istiqomah, *Menanam Hidroponik* (Ganeca Exact, 2006).

¹⁰ Rini Rosliani and Nani Sumarni, '*Budidaya Tanaman Sayuran Dengan Sistem Hidroponik*' (Balai Penelitian Tanaman Sayuran, 2005).

bagi pengembangan tanaman buah dan sayuran dengan dibandingkan sistem pertanian konvensional.¹¹

Kesadaran dan meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap kesehatan tubuh dan lingkungan berdampak pada perkembangan hidroponik. Bertanam hidroponik juga sangat menjanjikan karena tanaman bertumbuh lebih cepat sehingga lebih cepat panen, perawatannya mudah, tenaga kerja yang diperlukan lebih sedikit, dan harga jual produk hidroponik jauh lebih tinggi dari pada produk yang ditanam secara konvensional, sehingga saat ini mulai bermunculan pelaku yang menekuni usaha hidroponik.¹²

Bentuk bisnis atau usaha yang cocok dalam hal ini adalah industri rumahan atau *home industry*. *Home industry* disebut sebagai kegiatan keluarga, yaitu sebagai unit-unit konsumtif dan produktif, yang terdiri dari paling sedikit dua anggota rumah tangga yang sama, sama-sama menanggung pekerjaan makanan dan tempat berlindung.¹³ *Home industry* dapat pula diartikan sebagai rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil, karena kegiatan ekonominya di pusatkan di rumah, walaupun skalanya tidak terlalu besar tapi secara tidak langsung dapat membuka lapangan pekerjaan, serta usaha *home industry* mempunyai peranan yang penting diantaranya: dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, dapat meningkatkan pendapatan produsen, dapat meningkatkan keterampilan produsen, dapat meningkatkan nilai tambah dan kualitas hasil, dan sebagainya. Usaha di rumahan atau *home industry* ini terus berkembang sesuai dengan potensi daerah

¹¹ Juliana Carolina Kilmanun and Ratih Kusumasari Ndaru, 'Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Hidroponik Di Malang Jawa Timur', *Jurnal Pertanian Agros*, 22.2 (2020), 180–85.

¹² Moh Rifaldi Ismail, Elsje Pauline Manginsela, and Gene H M Kapantow, 'ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI HIDROPONIK MATUARI DI KELURAHAN PANIKI BAWAH KOTA MANADO', *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan)*, 1.2 (2019).

¹³ Rahel Widiawati Kimbal, *Modal Sosial Dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif* (Deepublish, 2015).

dan perkembangan dunia wisata yang saling berkaitan serta cocok dengan kehidupan masyarakat Indonesia.¹⁴

Keberadaan industri sangat membantu dalam mengatasi tingkat pengangguran karena dapat menambah ketersediaan lapangan pekerjaan serta meningkatkan pendapatannya di Kota Bandar Lampung. Hal ini diperkuat juga oleh perkembangan jumlah industri di Kota Bandar Lampung pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah perindustrian di Bandar Lampung

Uraian Description	Tahun / Year				
	2016	2017	2018	2019	2020
-1	-2	-3	-4	-5	-6
Industri Menengah	175	175	184	192	197
Industri Kimia, Agro & Hasil Hutan	139	139	146	151	154
Industri Logam, Mesin, Elektronik & Aneka	36	36	38	41	43
Industri Kecil	2 822	2 987	3 092	3 216	3 292
Industri Kimia, Agro & Hasil Hutan	1 593	1 680	1 733	1 820	1 887
Industri Logam, Mesin, Elektronik & Aneka	1 229	1 307	1 359	1 396	1 405

¹⁴ Wiwiek Andajani and others, 'ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN HOME INDUSTRI TEMPE KRIPIK KELOMPOK USAHA JAJANAN KHAS KABUPATEN TRENGGALEK', *Jurnal AGRIBIS*, 7.1 (2021), 16–32.

Industri Rumah Tangga	7 447	7 630	7 742	7 943	8 158
Industri Kimia, Agro & Hasil Hutan	4 090	4 176	4 242	4 348	4 516
Industri Logam, Mesin, Elektronik & Aneka	3 357	3 454	3 500	3 595	3 642
Jumlah / Total	10 444	10 792	11 018	11 351	11 647

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung/Industrial Service of Bandar Lampung

Dilihat dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2016-2020 Industri Rumah Tangga di Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan, dimana tahun 2016 berjumlah 7.447 terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2020 berjumlah 8158.

Home industry Hidroponik ini berlokasi di Jalan Pulau Bangka Gg. Perkutut No 44 Perumahan Cendana Kec. Sukabumi Kota Bandar Lampung 35122. *Home industry* ini berdiri pada bulan Agustus tahun 2020 dan ditangani oleh Ibu ida dan bapak herry. *Home industry* ini sendiri bergerak dalam usaha penanaman berbagai sayuran dengan teknik hidroponik yang terdiri dari 8 jenis sayuran yaitu selada, selada roman, selada junson, kale, pakchoy, kangkung, bayam, dan kailan. Dari segi promosi yang dilakukan *home industry* ini masih sangat sederhana yaitu melalui personal selling atau mulut ke mulut. Sedangkan strategi distribusi yang diterapkan oleh *home industry* ini hanya menggunakan dua cara, yakni distribusi secara langsung dan distribusi melalui distributor, distributor ini yang akan mendistribusikan tanaman yang dijual ke supermarket seperti Chandra dan juga di – distribusikan ke cafe-cafe.

Mengingat perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, setiap industry selalu meningkatkan kemampuannya dalam mencapai tujuannya. Setiap industry bertujuan untuk memperoleh keuntungan, dimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan industry, hal ini ditentukan oleh faktor-faktor produksi.¹⁵

Penerapan faktor-faktor produksi secara efisien dapat menentukan keberhasilan. Peranan manajemen produksi adalah melakukan perencanaan dan pengawasan sehingga dapat mengatasi masalah yang timbul akibat kelalaian kesalahan yang dibuat dalam proses produksi. Usaha yang bergerak dibidang industri berusaha memaksimalkan laba yang diperoleh dengan menggunakan biaya yang seminimal mungkin guna kelangsungan usaha. Setiap usaha pada umumnya bertujuan memperoleh keuntungan, dimana keuntungan tersebut digunakan untuk mengembangkan usaha tersebut.¹⁶

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang penting dan turut menentukan kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan, sebab kegagalan dalam memasarkan barang akan berakibat fatal, keuntungan yang di harapkan tidak akan tercapai. Hal ini mengakibatkan perusahaan akan terancam bahaya kebangkrutan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang

¹⁵ Arininoer Maliha, 'Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Home Industri Mitra Cake Legundi Sukarame Bandar Lampung)' (UIN Raden Intan Lampung, 2018).

¹⁶ Sangadah.

memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing – masing tingkatan dan acuan serta alokasinya. Dalam islam bukan merupakan suatu larangan bila umatnya mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya, namun harus sesuai dengan syarat dan tidak bertentangan ajaran dalam syariat Islam, sebagaimana firman Allah dalam surat Q.S. An-Najm ayat 24-25.

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى [٢٤] فَلِمَ الْآخِرَةُ وَالْأُولَى [٢٥]

Artinya: “Atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang dicita- citakannya?”“(Tidak!)maka milik Allah-lah kehidupan akherat dan kehidupan dunia.” (Q.S. An-Najm 24-25).

Bekerja dalam pandang Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu diperhatikan cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil, karena ekonomi Islam menolak mengambil keuntungan atau pendapatan yang diperoleh bukan berdasarkan pada pendapatan yang halal dan dari usaha.¹⁷

Keberhasilan suatu perusahaan antara lain dapat diukur dari tingkat pendapatan yang diperoleh. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan perusahaan dengan biaya yang dikeluarkan. Besarnya pendapatan yang diterima merupakan balas jasa untuk tenaga kerja dan modal yang dipakai dan pengelolaan dalam kegiatan produksi.¹⁸

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima suatu industri dari aktivitas penjualan produk kepada pelanggan. Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat sehingga besar kecilnya pendapatan ekonomi mencerminkan kemajuan

¹⁷ Sangadah.

¹⁸ Itmam Jauharul Huda, Dini Rochdiani, and Agus Yuniawan Isyanto, ‘Analisis Pendapatan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Farida Bakery Di Desa Cikunir Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8.2 (2021), 393–400.

ekonomi. Suatu ekonomi dikatakan baik apabila perekonomian tersebut terjadi pertumbuhan ekonomi. Perekonomian yang baik akan memberikan kesejahteraan masyarakat di daerah yang bersangkutan.¹⁹

Dan jika tingkat produktivitas yang semakin meningkat, tentunya akan meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan. Tetapi, Kita lihat sekarang ini berdasarkan studi pendahuluan, menurunnya produktivitas diakibatkan banyak gejala-gejala, diantaranya seperti naiknya biaya produksi yang mengakibatkan harga yang cukup mahal sehingga benih yang berkualitas sulit di dapatkan, susahny mendapatkan benih yang bagus dan Biaya pupuk yang semakin mahal harganya. Hal ini juga menjadi yang akan menjadi kendala pada pendapatan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan dalam produksi. Di Tabel 1.2 bisa dilihat data pendapatan per bulan pada tahun 2020. Adapun data pendapatan dari *Home Industry* Hidroponik sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pendapatan netto *Home Industry* Hidroponik Sukabumi

Bulan	Tahun		
	2020	2021	2022
Januari	-	1.255.000	1.758.000
Februari	-	1.260.000	1.798.000
Maret	-	1.288.000	1.830.000
April	-	1.299.000	1.861.000
Mei	-	1.350.000	1.900.000
Juni	-	1.400.000	-
Juli	-	1.420.000	-
Agustus	800.000	1.530.000	-
September	1.110.000	1.600.000	-
Oktober	1.140.000	1.685.000	-

¹⁹ Sangadah.

November	1.188.000	1.707.000	-
Desember	1.230.000	1.710.000	-

*Sumber Data wawancara pemilik Home Industry Hidroponik*²⁰

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari bulan ke bulan pendapatan home industry hidroponik mengalami kenaikan tahun 2020-2022 walaupun kenaikan nya tidak terlalu tinggi.

Dalam perspektif ekonomi Islam terdapat parameter Al-falah dalam mengukur tingkat pendapatan ekonomi masyarakat. Falah adalah kesejahteraan yang hakiki, kesejahteraan yang sebenar-benarnya, dimana komponen-komponen ruhaniah masuk kedalam pengertian falah.²¹ Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا فَإِذَا قُضِيَتْ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa: “Jika kalian sudah menyelesaikan salat Jum’at maka menyebarlah kalian di muka bumi untuk mencari rezeki yang halal dan untuk menuntaskan keperluan-keperluan kalian. Carilah karunia Allah dengan kerja yang halal dan keuntungan yang halal. Dan ingatlah kepada Allah saat kalian mencari rezeki yang halal itu dengan zikir yang banyak dan jangan sampai mencari rezeki itu menjadikan kalian lupa terhadap zikir kepada Allah, agar kalian mendapatkan kemenangan dengan apa yang kalian inginkan dan selamat dari apa yang kalian hindari.”²²

Selain itu terdapat hadis yang menjelaskan tentang mencari rezeki: “Sesudah shalat Subuh maka janganlah kamu

²⁰ Ibu Ida, ‘Data Pendapatan Home Industry Hidroponik’, *Wawancara*, 2022, Selasa, 10 April pukul 13.13.

²¹ Nurul Ifhadiyahanti, ‘Analisis Pendapatan Nasional Dalam Ekonomi Islam’, 2022.

²² Surat Al-Jumu’ah Ayat 10 | Tafsirq.com

tidur sehingga kamu tidak lalau dalam mencari rezeki.”(HR. Ath-Thabrani)

Hadis diatas menjelaskan bahwa: “setelah shalat subuh hendaklah kamu jangan tidur melainkan segerakan untuk mencari rezeki supaya tidak ada yang menghalangi kamu dalam mencari rezeki.”

Berdasarkan pada uraian yang penulis jabarkan, dengan ini sehingga penulis tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha *Home Industry* Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada *Home Industry* Hidroponik Kelurahan Sukabumi)”

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan agar penelitian dilaksanakan secara fokus maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan difokuskan pada faktor modal, faktor pemasaran dan faktor jenis tanaman.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik dan tenaga kerja pada *Home Industry* Hidroponik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman mempengaruhi pendapatan pada *home industry* hidroponik?
2. Bagaimana Strategi dalam peningkatan pendapatan *home industry* hidroponik?
3. Bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman terhadap pendapatan pada *home industry* hidroponik?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman mempengaruhi pendapatan pada *home industry* hidroponik
2. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi dalam peningkatan pendapatan *home industry* hidroponik
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman terhadap pendapatan pada *home industry* hidroponik

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk memperkaya keilmuan di lingkungan UIN Raden Intan Lampung
 - b. Sebagai bahan pengkajian dalam bidang ekonomi syariah, khususnya model usaha Home Industry Hidroponik di Kelurahan Sukabumi Bandar Lampung
 - c. Sebagai kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
 - b. Sebagai bahan rujukan atau referensi mengenai Ekonomi syariah, khususnya model usaha Home Industry Hidroponik di Sukabumi Bandar Lampung
 - c. Menjadi salah satu bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam substansi penelitian dengan melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka dilakukan, idealnya agar peneliti mengetahui hal-hal apa yang telah diteliti terdahulu dan yang belum diteliti. Sekalipun penelitian telah terjadi dilokasi tersebut, namun harus ada perbedaan dari penelitian yang sudah dilakukan sehingga tidak terjadi duplikasi penelitian. Terdapat beberapa hasil penelitian yang peneliti temukan terkait dengan penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian pertama yang dilakukan oleh I Made Hary Kusmawan, I Nyoman Widhya Astawa, I Wayan Suarbawa (2021) dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Home Industri Tahu di Kabupaten Tabanan”

Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh I Made Hary Kusmawan dkk, ini dengan peneliti yaitu : dari segi persamaannya ini sama-sama membahas pendapatan home industri dan pengaruh faktor modal, dan faktor pendapatan. Perbedaannya pada penelitian meneliti Home Industri Tahu, sedangkan peneliti membahas Home Industri Hidroponik.²³

2. Penelitian kedua yang dilakukan oleh Juliana Carolina Kilmanun, Ratih Kusumasari Ndaru (2020) dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Hidroponik di Malang Jawa Timur” Penelitian tersebut menghasilkan bahwa Berusahatani sayuran hidroponik di kota Malang dapat menambah pendapatan sebesar Rp.1.495.330 dengan total biaya Rp. 2.689.670, memberikan keuntungan sebesar Rp1.110.330 dengan R/C ratio 1.58. Serta dalam menanam sayuran hidroponik perlu mempertimbangkan jenis sayuran dan disesuaikan dengan selera konsumen.

²³ I Made Hary Kusmawan, I Nyoman Widhya Astawa, and I Wayan Suarbawa, ‘Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Home Industri Tahu di Kabupaten Tabanan’, *Majalah Ilmiah Universitas Tabanan*, 18.1 (2021), 86–91.

Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh Juliana Carolina Kilmanun dan Ratih Kusumasari Ndaru ini dengan peneliti yaitu : dari segi persamaannya ini sama-sama membahas pendapatan usaha hidroponik. Perbedaannya untuk objek penelitian ini mengambil di Usahatani Sayuran Hidroponik di Malang Jawa Timur sedangkan peneliti mengambil di Home Industry Hidroponik Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung.²⁴

3. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Wiwiek Andajani, Nina Lisanty, Agustia Dwi Pamujiati, Eko Yuliarsha Sidhi (2021) dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Home Industri Tempe Kripik Kelompok Usaha Jajanan Khas Kabupaten Trenggalek” Penelitian tersebut menghasilkan bahwa dari hasil analisis dapat diketahui rata-rata pendapatan produsen home industri tempe kripik, dalam satu kali produksi adalah Rp 695.650 ketiga faktor tersebut, yaitu umur, tingkat pendidikan dan lama usaha atau pengalaman, ternyata tidak ada faktor yang paling berpengaruh terhadap pendapatan produsen home industri tempe kripik di Kelurahan Tamanan, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek.

Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh wiwiek Andajani dkk, ini dengan peneliti yaitu : dari segi persamaannya ini sama-sama membahas pendapatan home industri dan pengaruh faktor lama usaha, perbedaannya pada penelitian meneliti Home Industri Tempe Kripik, sedangkan peneliti membahas Home Industri Hidroponik itu sendiri.²⁵

4. Penelitian keempat yang dilakukan oleh Shintami Rouwelta, Malik Made Antara, Sulaeman (2017) dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Faktor-Faktor Yang

²⁴ Kilmanun and Ndaru. ‘Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Hidroponik Di Malang Jawa Timur’, *Jurnal Pertanian Agros*, 22.2 (2020), 180–85.

²⁵ Andajani and others.

Memengaruhi Pendapatan Industri Bawang Goreng di Kota Palu” Penelitian tersebut menghasilkan bahwa dari hasil analisis Variabel harga bawang goreng, biaya produksi bawang goreng, biaya promosi, jumlah bahan baku yang digunakan dan jumlah tenaga kerja secara simultan berpengaruh sangat nyata terhadap peningkatan pendapatan industri Bawang Goreng di Kota Palu, sedangkan Secara parsial variabel harga, biaya produksi, biaya promosi dan jumlah bahan baku berpengaruh sangat nyata terhadap peningkatan pendapatan industri bawang goreng di Kota Palu.

Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh Shintami Rouwelvia, Malik Made Antara, Sulaeman ini dengan peneliti yaitu : dari segi persamaannya ini sama-sama membahas tentang pendapatan industri, perbedaannya pada penelitian ini meneliti Industri Bawang Goreng, sedangkan peneliti membahas Home Industri Hidroponik itu sendiri.²⁶

5. Penelitian kelima yang dilakukan oleh Diyan Budiarto, Slamet Kyswantoro (2021) dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Pangkalan Elpiji 3kg di Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro” Penelitian tersebut menghasilkan bahwa faktor - faktor yang mempengaruhi pendapatan Usaha Pangkalan Elpiji 3 Kg di Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro yaitu ada pada lamanya Usaha Pangkalan Elpiji 3 Kg itu berdiri, Modal, dan juga penentuan lokasi yang strategis. Sedangkan jika ditinjau dari kelayakan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat

²⁶ Shintami Rouwelvia Malik, Made Antara, and Sulaeman Sulaeman, ‘Faktor - Faktor Yang Memengaruhi Pendapatan Industri Bawang Goreng di Kota Palu’, *Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 24.1, 36–48.

dari usaha pangkalan elpiji 3 kg ini relatif baik sebab modal dapat kembali antara 6 hingga 20 bulan.²⁷

Perbandingan dalam penelitian yang dilakukan oleh Diyan Budiarto, Slamet Kyswantoro ini dengan peneliti yaitu: dari segi persamaannya ini sama-sama membahas tentang faktor- faktor yang mempengaruhi dari usaha, perbedaannya pada penelitian ini meneliti usaha elpiji 3kg, sedangkan peneliti membahas Home Industri Hidroponik.²⁸

Dari beberapa uraian hasil penelitian terdahulu diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat dalam setiap home industry terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam tingkat pendapatannya.

H. Metode Penelitian

Secara keseluruhan, jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak mengadakan perhitungan sistematis, statistik dan lain sebagainya, melainkan menggunakan penekanan ilmiah atau penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kualifikasi.

Pendekatan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif dimana pendekatan itu sendiri adalah persoalan yang berhubungan dengan cara orang meninjau dan bagaimana seseorang menghampiri persoalan tersebut sesuai disiplin ilmunya. Dibawah ini adalah uraian yang lebih rinci:

²⁷ Tika Kensela Anggreini SP and Ir Tutut Dwi Sutiknjo, 'Faktor-Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Produksi Home Industri Tepung Tapioka', *JINTAN: Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional*, 1.1 (2021), 48-60.

²⁸ Diyan Budiarto and Slamet Kyswantoro, 'Analisis Faktor-Faktor Yg Mempengaruhi Pendapatan Usaha Pangkalan Elpiji 3 Kg Di Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro', *JEMeS-Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 4.1 (2021), 27-35.

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan bulan April sampai dengan Juni 2022. Yang akan dijadikan tempat penelitian ini berlokasi di *Home Industry* Hidroponik Jl. Pulau Bangka Perumahan Cendana Indah Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung.

2. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam skripsi ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) atau dapat juga dianggap sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sebuah fenomena dalam suatu keadaan ilmiah.²⁹

Berdasarkan sifatnya penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif yaitu bertujuan menjelaskan masalah atau objek tertentu secara rinci, mengoperasikan antara teori dengan survey di lapangan.³⁰ Peneliti menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, mendalam yang menggambarkan situasi yang sebenarnya guna mendukung penyajian data.

3. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Untuk mengumpulkan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut :

- a. Data primer adalah data dalam bentuk variabel atau kata - kata yang diucapkan secara lisan, gerak – gerak atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, subjek penelitian atau (informan) yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.³¹ Dalam

²⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. Revisi, Cet. Ke-38 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), h.26

³⁰ Muh Fitrah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018).

³¹ Suharsimi Arikunto, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik', 2013.

penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari lokasi penelitian. Diperoleh melalui wawancara yang dilakukan oleh pemilik home industry yaitu ibu ida dengan menggunakan daftar pertanyaan, data ini merupakan data yang utama penulis gunakan untuk mencari informasi mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan padausaha home industry hidroponik Jl. Pulau Bangka Perumahan Cendana Indah Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung.

- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber eksternal maupun internal.³² Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data pendapatan *home industry* dari pemilik *home industry* yaitu ibu ida

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan didalam penelitian ini adalah :

a. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.³³ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis peneliti non- partisipan, yang maksudnya jika seseorang melakukan observasi (observer) tidak turut bagian dalam kehidupan objek atau bisa dikatakan tidak turut kedalam peserta dari kelompok yang diteliti.³⁴ Yang menjadi observasi dalam penelitian ini adalah pemilik Home Industry

³² Arikunto, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik'.

³³ Suharsimi Arikunto, 'Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatan Praktek', Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

³⁴ Cholid Narbuko and Abu Achmadi, 'Metode Penelitian', Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2005.

Hidroponik secara langsung untuk mendapatkan gambaran tentang apakah faktor modal, faktor pemasaran, faktor jenis tanaman mempengaruhi pada pendapatan dan strategi dalam meningkatkan pendapatan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responsennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini didasarkan dari pada laporan diri sendiri atau self report, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau pada keyakinan pribadi.³⁵ Sedangkan jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana penelitian tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.³⁶

Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang menyangkut karakteristik atau sifat permasalahan objek penelitian. Adapun yang menjadi sasaran wawancara ini adalah pemilik home industry hidroponik Kelurahan Sukabumi Kota Bandar Lampung.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan oleh seorang peneliti dengan menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku- buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen atau rapat,

³⁵ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', CV. Alfabeta, Bandung, 2008.

³⁶ Sugiyono.

catatan harian, surat kabar dan sebagainya.³⁷ Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.³⁸ Jadi, dokumentasi sendiri merupakan salah satu penelitian yang ada di penelitian kualitatif yang menyelidiki benda – benda atau suatu sudut pandang yang ditulis atau dengan media yang lainnya. Dengan metode ini, peneliti menggunakan dokumen yang sudah ada, sehingga peneliti dapat memperoleh catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data – data yang belum didapat melalui metode observasi dan wawancara.

5. Analisis dan Interpretasi Data

a. Data Reduction

Data Reduction (Reduksi Data) artinya mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.³⁹

b. Penyajian Data

Tahap penyajian data ini di gunakan sebagai bahan untuk menafsirkan dan mengambil kesimpulan atau biasanya dalam penelitian kualitatif dikenal istilah dengan istilah inferensi yang

³⁷ Sugiyono.

³⁸ Haris Herdiansyah, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial' (Salemba Humanika, 2010).

³⁹ Sugiyono.

merupakan makna terhadap data yang terkumpul dalam rangka menjawab dari suatu permasalahan⁴⁰.

c. Verifikasi Data/Pemeriksaan Simpulan

Verifikasi data/pemeriksaan simpulan merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi.⁴¹ Kesimpulan tersebut merupakan pemaknaan terhadap data yang telah di kumpulkan oleh peneliti. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan responden dengan makna yang terkandung dalam masalah secara konseptual.⁴² Dalam tahap ini akan memprioritaskan data – data yang didapat berdasarkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Namun, dalam proses penelitian ini peneliti menggunakan analisis data dengan beberapa tahapan yaitu, membaca hasil dari pada kegiatan pengumpulan data itu sendiri dan melengkapi data yang kiranya masih perlu di tambahkan atau masih kurang.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam karya ilmiah berjudul “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Usaha *Home Industry* Hidroponik dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada *Home Industry* Hidroponik Kelurahan Sukabumi)” ini berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian

⁴⁰ Nasrudin Ali, ‘Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu (Pengrajin Anyaman Bambu)’ (UIN Raden Intan Lampung, 2019).

⁴¹ Sugiyono.

⁴² Ali.

isi, dan bagian akhir penelitian, untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berhubungan dengan variabel penelitian dan diambil dari beberapa kutipan (jurnal, karya ilmiah, dan lainnya, beserta Al-Qur'an dan Hadist), berupa teori – teori Modal, Pemasaran, Jenis Tanaman, Pendapatan, Home Industry, baik konvensional maupun dalam perspektif ekonomi islam.

BAB III. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisikan deskripsi objek penelitian, diantaranya gambaran umum objek penelitian, penyajian fakta dan data penelitian.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran mengenai deskripsi data dan pembahasan analisis hasil penelitian. Meliputi Apakah Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman mempengaruhi pendapatan, Bagaimana Strategi dalam peningkatan pendapatan, dan pandangan ekonomi islam terhadap Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman terhadap pendapatan.

BAB V. PENUTUP

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini mengenai Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman mempengaruhi pada, Strategi dalam peningkatan pendapatan dan Pandangan ekonomi islam terhadap Faktor Modal, Faktor Pemasaran, dan Faktor Jenis Tanaman terhadap pendapatan, beserta saran – saran atau rekomendasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Munandar⁴³ menjelaskan pendapatan sebagai suatu penambahan asset perusahaan yang berdampak pada peningkatan kekayaan pemilik perusahaan, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta kesejahteraan karyawan. Peningkatan pendapatan berpengaruh besar bagi kelangsungan perusahaan, sebab pendapatan digunakan dalam kegiatan perusahaan. Secara garis besar pendapatan seseorang dapat digolongkan menjadi tiga golongan yaitu:

- a. Gaji dan upah : imbalan yang diperoleh setelah melakukan pekerjaan untuk orang lain perusahaan swasta atau pemerintah
- b. Pendapatan dari kekayaan : pendapatan dari usaha sendiri, merupakan nilai total dari hasil produksi dikurangi dengan biaya yang dibayar baik dalam bentuk uang atau bentuk lain, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa capital untuk sendiri tidak diperhitungkan
- c. Pendapatan dari sumber lain : pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja seperti antara lain: penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial, atau asuransi, pengangguran, menyewa asset, bunga bank serta sumbangan dalam bentuk lain.

⁴³ Muhammad Munandar, 'Pokok-Pokok Intermediate Accounting', 2017.

2. Indikator Pendapatan

Adapun indikator dari pendapatan sebagai berikut :

- a. Rata – rata penerimaan dari penjualan perhari (Rp).
- b. Dengan keuntungan maksimal, kesejahteraan akan ikut meningkat juga.
- c. Pendapatan dapat memenuhi kebutuhan keluarga.⁴⁴

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan home industri:

Terjadinya suatu produksi adalah akibat tersedia dan bekerjanya faktor - faktor produksi. Faktor produksi adalah sumber dayayang digunakan dalam sebuah proses produksi. Fungsi produksi dapat menunjukkan sifat hubungan antara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang dihasilkan. Faktor produksi dalam ilmu ekonomi dimaknai sebagai sumberdaya yang diperlukan dalam sebuah proses produksi baik barang dan jasa. Faktor produksi terdiri dari tenaga kerja (labor), modal (capital), pemasaran, sumber daya alam (physical resources) dan kewirausahaan (entrepreneurship).⁴⁵

Adapun faktor-faktor dari pendapatan sebagai berikut :

a. Modal

Menurut Kasmir untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainventasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sementara itu, modal

⁴⁴ Forlin Natalia Patty and Maria Rio Rita, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Empiris Pkl Di Sepanjang Jln. Jenderal Sudirman Salatiga)', *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*, 2015.

⁴⁵ SURIYANTI SURIYANTI, 'ANALISIS FAKTOR PRODUKSI DAN PEMASARAN KEPITING BAKAU (Scylla Olivacea.) DI KECAMATAN CENRANA KABUPATEN BONE' (Universitas Hasanuddin, 2020).

keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.⁴⁶

Adapun indikator modal dapat diukur antara lain:⁴⁷

1. Modal sebagai syarat usaha.

Modal merupakan salah satu faktor produksi dalam suatu kegiatan usaha. Tanpa modal usaha tidak akan dapat berjalan

2. Besar modal yang digunakan.

Besaran modal mempengaruhi pada output produksi. Kondisi ini menunjukkan semakin tinggi modal akan dapat meningkatkan hasil produksi.

3. Sumber modal yang digunakan.

Modal ini di golongkan menjadi modal sendiri dan sumber modal Pinjaman. Modal sendiri adalah dana yang berasal dari pemilik usaha perusahaan. Sedangkan sumber dana pinjaman adalah sumber dana yang berasal dari luar seperti hutang.

Pengertian modal menurut pandangan ekonom adalah bagian dari harta kekayaan yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa. Dalam operasionalnya, modal mempunyai kontribusi yang cukup berarti bagi terciptanya barang dan jasa. Keuntungan atau kerugian yang didapat merupakan sebagai imbal balik dari modal yang telah digunakan sebagai modal usaha tersebut.⁴⁸

Menurut Apsari modal terbagi dua yaitu modal aktif dan modal pasif. Modal kerja merupakan investasi perusahaan dalam waktu jangka pendek

⁴⁶ Kasmir, 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

⁴⁷ Dkk Kasmir, 'Kewirausahaan', *Raja Grafindo Persada, Jakarta, Indonesia*, 2006.

⁴⁸ Adesy Fordebi, *Ekonomi Dan Bisnis Islam: Seri Konsep Dan Aplikasi Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

meliputi kas, piutang, dan persediaan barang. Dengan perkembangan teknologi serta semakin ketatnya persaingan di sektor industri, maka faktor produksi modal memiliki arti penting bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya.⁴⁹

Modal biasanya digunakan untuk dua hal yaitu untuk modal investasi dan modal kerja.

1. Modal investasi adalah modal yang digunakan untuk membeli atau membiayai aktiva tetap dan bersifat jangka panjang yang digunakan secara berulang-ulang, seperti pembelian tanah, bangunan, mesin, kendaraan, dan aktive tetap lainnya.⁵⁰
2. Modal kerja merupakan modal yang dibutuhkan untuk jalannya operasional usaha, baik yang digunakan biaya pengeluaran tetap setiap bulannya maupun biaya pengeluaran yang tidak tetap setiap bulannya. Modal kerja selalu dibutuhkan oleh setiap industri untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari, misalnya untuk pembelian bahan baku, gaji karyawan, dan lain sebagainya, dimana modal yang dikeluarkan itu diharapkan dapat masuk kembali kedalam industri dalam jangka waktu pendek melalui hasil penjualan produknya. Uang yang masuk dari hasil penjualan produk tersebut akan dikeluarkan lagi untuk biaya operasional selanjutnya. Dengan demikian modal tersebut

⁴⁹ I Komang Suartawan and Ida Bagus Purbadharmaja, 'Pengaruh Modal Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu Di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar', *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6.9 (2017), 1628–57.

⁵⁰ K Kasmir, 'Pengantar Manajemen Keuangan: Edisi Kedua', *Jakarta: Prenada Media Group*, 2016.

akan terus berputar selama industri tersebut berjalan.⁵¹

Modal dapat digolongkan berdasarkan sumbernya, bentuknya, berdasarkan pemilikan, serta berdasarkan sifatnya. Berdasarkan sumbernya, modal dapat dibagi menjadi dua: modal sendiri dan modal asing.⁵²

1. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari dalam perusahaan sendiri. Misalnya setoran dari pemilik perusahaan.
2. Modal asing adalah modal yang bersumber dari luar perusahaan. Misalnya modal yang berupa pinjaman bank.

Berdasarkan bentuknya, modal dibagi menjadi modal konkret dan modal abstrak.

1. Modal konkret adalah modal yang dapat dilihat secara nyata dalam proses produksi. Misalnya mesin, gedung, mobil, dan peralatan. dengan
2. Modal abstrak adalah modal yang tidak memiliki bentuk nyata, tetapi mempunyai nilai bagi perusahaan. Misalnya hak paten, nama baik, dan hak merek.

Berdasarkan pemilikannya, modal dibagi menjadi modal individu dan modal masyarakat.

1. Modal individu adalah modal yang sumbernya dari perorangan dan hasilnya menjadi sumber pendapatan bagi pemiliknya. Contohnya adalah rumah pribadi yang disewakan atau bunga tabungan di bank.
2. Modal masyarakat adalah modal yang dimiliki oleh pemerintah dan digunakan untuk

⁵¹ Wulan Ayodya, 'Mengenai Usaha Kue-Kue Basah', *Esensi: Erlangga Group*, 2009.

⁵² Jacob Makapedua and Meiske W Manopo, 'PENGANTAR BISNIS' (POLIMDO PRESS, 2020).

kepentingan umum dalam proses produksi. Contohnya adalah rumah sakit umum milik pemerintah, jalan, jembatan, atau pelabuhan.

Berdasarkan sifatnya modal dibagi menjadi: modal tetap dan modal lancar.

1. Modal tetap adalah jenis modal yang dapat digunakan secara berulang-ulang. Misalnya mesin-mesin dan bangunan pabrik.
2. Modal lancar adalah modal yang habis digunakan dalam satu kali proses produksi. Misalnya, bahan-bahan baku

Modal dalam literatur Fiqh disebut “Ra’sul Mal” merujuk pada pengertian uang dan barang. Ahmad Ibrahim dalam bukunya “Al-Iqtisad as-Siasi” mendefinisikan modal sebagai kekayaan yang menghasilkan suatu hasil yang akan digunakan untuk menghasilkan sesuatu kekayaan lain⁵³. Pengertian modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar’i, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan.⁵⁴

Modal dalam pandangan Islam harus sesuai dengan ketentuan Syariah. Dimana modal diperoleh dengan cara yang halal untuk menghasilkan pendapatan yang berkah. M.A. Mannan berpendapat, bahwa modal adalah sarana produksi yang menghasilkan, bukan sebagai faktor produksi pokok, melainkan sebagai sarana untuk mengadakan tanah dan tenaga kerja.

Semua benda yang menghasilkan pendapatan selain tanah harus dianggap sebagai modal termasuk

⁵³ Rustam Effendi, Asmuni Mth, and M Roem Syibly, *Produksi Dalam Islam* (Magistra Insania Press, 2003).

⁵⁴ Hendi Suhendi, ‘Fiqh Muamalah, Edisi. 1, Cet 5’ (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).

barang-barang milik umum. Islam mengatur pengelolaan modal sedemikian rupa dengan seadil-adilnya, melindungi kepentingan orang miskin, dan orang yang kekurangan. Bentuk keadilan yang diajarkan Islam dalam persoalan modal ini dengan cara mensyariatkan zakat, dan akad mudharabah serta musyarakah

Islam sangat melarang suatu pinjaman untuk menambah modal yang mengandung bunga atau kelipatan. Dalam Islam yang ada hanya system mudharabah atau transaksi yang tidak terdapat unsur riba. Allah berfirman dalam Surat An-Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْبَ تَجٰرَةً عَنْ تَرٰضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"

b. Pemasaran

Salah satu Kunci keberhasilan perusahaan adalah *marketing*, prinsip marketing bukan hanya sekedar menjual saja, Namun kita dituntut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Hal ini kita dapat menyimpulkan betapa pentingnya fungsi

dari marketing sehingga Setiap perusahaan perlu memberikan perhatian khusus dalam marketing.⁵⁵

Marketing berasal dari kata market yang berarti pasar. Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. *Marketing* sendiri dapat diartikan memasarkan, yaitu upaya seseorang dalam mendapatkan apa yang diinginkan oleh orang lain. Dalam konteks bisnis, *marketing* secara harfiah dapat diartikan sebagai upaya perusahaan mendapatkan keuntungan, kepuasan konsumen, maupun loyalitas konsumen dengan cara memberikan yang diinginkan konsumen.⁵⁶

Menurut Kothler dan Amstrong Pemasaran merupakan proses manajerial yang didalamnya individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk – produk dan nilai satu sama lain.”

Menurut stanton, etzel dan Walker pemasaran merupakan sebuah aktivitas bisnis yang dalam prosesnya terkandung perencanaan, penetapan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan produk/jasa yang berorientasi kepuasan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi.⁵⁷

Sedangkan menurut M. Anang Firmansyah menyatakan bahwa pemasaran merupakan sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang merencanakan dan menentukan harga sampai dengan

⁵⁵ Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Celebes Media Perkasa, 2019), 1.

⁵⁶ Chakti, 1.

⁵⁷ R A Firdausa and F Arianti, ‘Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Kios Di Pasar Bintoro Demak’, *Jurnal*, 2.1 (2013).

mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.⁵⁸

Bauran pemasaran adalah alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Setiap perusahaan memerlukan bauran pemasaran dalam membantu menjalankan usahanya. Perusahaan yang beroperasi harus mengambil keputusan mengenai bauran pemasaran yang akan dilakukannya dengan menyesuaikan lingkungan sekitarnya agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan pemasaran.

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variable-variabel bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri atas:

1. Produk (product): Produk merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Menurut Philip Kotler produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.⁵⁹

2. Harga (price) yang ditawarkan

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Harga merupakan unsur dari bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan bagi perusahaan sedangkan yang lainnya menimbulkan biaya. Perusahaan harus dapat menetapkan harga

⁵⁸ M Anang Firmansyah and Budi W Mahardhika, *Pengantar Manajemen* (Deepublish, 2018).

⁵⁹ Hadion Wijoyo, *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi* (Insan Cendekia Mandiri, 2021).

yang paling tepat dalam arti dapat memberikan keuntungan yang paling baik dan juga dapat menunjukkan posisi perusahaan dalam persaingan. Harga disini bukan berarti harga yang murah saja ataupun tinggi, akan tetapi yang dimaksud ialah harga yang tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat tergantung kepada berbagai faktor, misalnya kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, dan konsumen yang dituju.⁶⁰

3. Saluran distribusi (placement) yang digunakan (grosir, distributor, pengecer) agar produk tersebut tersedia bagi para pelanggan: Distribusi (Place) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dengan mudah tersedia bagi konsumen sasaran sebagian besar produsen menggunakan prantara pemasaran untuk memasarkan produk. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.⁶¹
4. Promosi (promotion): Promosi penjualan merupakan proses memberikan informasi, memberi pengaruh, dan mengingatkan target pasar akan jasa atau produk agar bisa diterima dan dibeli oleh pasar. Manfaat dari promosi adalah untuk membangun citra suatu produk. Kegiatan memasarkan dan memperkenalkan suatu produk yang dilakukan dalam konteks promosi tersebut lebih dikenal di masyarakat. Promosi sendiri merupakan media komunikasi antara penyedia jasa atau pelaku usaha dengan calon konsumen, namun sifatnya hanya satu arah yaitu pihak yang melakukan promosilah

⁶⁰ Soeprapto Jhon Murti Sumarni, '2013', *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, Yogyakarta: Liberty, Cetakan Kedua.

⁶¹ Sumarni.

yang lebih banyak menunjukkan citra produknya agar diketahui oleh masyarakat luas.⁶²

Dalam ajaran islam paradigma baru muncul dalam pemasaran, dilandasi oleh kebutuhan yang paling pokok, yang paling dasar, yaitu kejujuran, moral, dan etika dalam bisnis. Hal ini menjadikan spiritual marketing merupakan tingkat tertinggi dalam konsep pemasaran dalam syariah.

Menurut pendapat M. Syakir sula, pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholder-nya dan dalam keluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran , dan proses perubahan nilai dalam pemasaran.⁶³

Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan, yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang melakukan bisnis tidak sekedar keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan inmaterial (spriritual).

Untuk membangun sebuah strategi pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variable-variabel bauran pemasaran (marketing mix) yaitu: produk, harga, saluran distribusi, dan promosi.

⁶² Wijoyo.

⁶³ Amrin Abdullah, 'Strategi Pemasaran Asuransi Syariah', Jakarta: PT. Grasindo, 2007.

Implementasi syariah dalam variable- variabel bauran pemasaran dapat dilihat yaitu:⁶⁴

1. Produk barang dan jasa yang ditawarkan adalah yang berkualitas atau sesuai dengan yang dijanjikan. Contohnya: tampilan kualitas, kemasan, merek, pelayanan, garansi, dan keanekaragaman.
2. Harga Islam mengajarkan penetapan harga yang sesuai dan tidak memberatkan konsumen untuk membelinya, serta harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang dijual. Dalam penentuan harga haruslah adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Dalam konsep ekonomi Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan.
3. Promosi adalah suatu pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli untuk melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program. Strategi promosi Rasulullah saw tersebut: Memiliki pribadi spiritual (taqwa), Berprilaku baik dan simpatik (siddiq), Memiliki kecerdasan dan intelektualitas (fatanah), Komunikatif dan transparan (tabligh), Bersikap rendah hati dan melayani (khidmah), Jujur dan terpercaya, Bertanggung jawab (amanah), Tidak suka berburuk sangka dan tidak menjelek-jelekan.
4. Adapun prinsip utama dalam konsep distribusi menurut pandangan islam ialah peningkatan dan pembagian bagi hasil kekayaan agar

⁶⁴Muhammad Ismail Yusanto, *Mengagag Bisnis Islami* (Gema Insani, 2002).

sirkulasi kekayaan dapat ditingkatkan, dengan demikian kekayaan yang ada dapat melimpah secara merata dan tidak hanya beredar diantara golongan tertentu saja. Distribusi diatas mempunyai arti yang luas dan dalam arti penyebaran dan penukaran hasil produksi lain Islam telah memberikan tuntunan yang wajib diikuti oleh pelaku ekonomi muslim.

Yusuf Qardhawi mendefinisikan keuntungan berbeda dengan pendapat lain. Menurut Yusuf al-Qardhawi, Keuntungan (Ar-ribh) adalah tambahan harga barang yang diperoleh pedagang antara harga beli dan penjualan barang yang diperdagangkan.⁶⁵ Yusuf al-Qardhawi membolehkan memperoleh keuntungan hingga 100% selama tidak dalam bentuk penipuan, penimbunan, mengecoh dan penganiayaan. Menurutnya, tujuan perdagangan adalah untuk mendapat keuntungan yang sekiranya keuntungan itu dapat digunakan untuk membayar zakat, maka cukup untuk menghidupi dirinya dan keluarganya.⁶⁶

Batasan untuk keuntungan tidak ditemukan dalam nash, namun hal ini ada perbedaan pendapat yang mewajibkan atau menganjurkan batas keuntungan tertentu seperti sepertiga, seperempat, atau sebagainya. Hal ini karena dalam berbagai keadaan, waktu dan kondisi, ketika memperdagangkan semua jenis barang, tidak mungkin mencapai keadilan dengan batas tertentu untuk membatasi keuntungan. Meskipun diketahui oleh sebagian fuqaha, batas maksimal Al-ghabn adalah sepertiga (dari harga beli atau pokok). Sementara itu, jika melebihi sepertiga, dianggap

⁶⁵ Yusuf Qardhawi, 'Fatwa-Fatwa Kontemporer Jilid II', Jakarta: Gema Insani Pres, 1995.

⁶⁶ Janah Miftahul, 'MENGAMBIL KEUNTUNGAN MELEBIHI HARGA POKOK PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI DAN YUSUF AL-QARDAWI' (IAIN Purwokerto, 2019).

tidak boleh dilakukan. Berdasarkan hadits muttafaq'alah tentang masalah wasiat: “Sepertiga, dan sepertiga itu pun sudah banyak. Sebenarnya untung dan penawaran adalah dua hal yang berbeda. Terkadang pedagang mendapat untung 50% atau 100%, tapi dia tidak dianggap menipu pembeli, karena harga pasar memang sedang naik ke angka ini, atau bahkan lebih tinggi.”⁶⁷

Yusuf al-Qardhawi menjelaskan bahwa barang pada dasarnya akan berputar dengan cepat beberapa kali dalam jangka waktu tertentu satu tahun seperti makanan dan sejenisnya maka hendaknya mendapatkan keuntungan yang lebih kecil. Sedangkan harta atau produk yang mengalami sedikit penjualan hanya setahun sekali, atau bahkan selama satu tahun atau lebih, maka dapat diperoleh keuntungan yang lebih besar. Barang dagangan berupa sembako dan kebutuhan pokok lainnya akan mengalami perputaran yang cepat karena sangat dibutuhkan, sehingga jika pedagang mendapat untung yang kecil itu sudah lebih dari cukup. Berlawanan dengan halnya barang yang hanya mengalami perputaran singkat karena tidak sering muncul, pedagang dapat memperoleh keuntungan besar.

Yusuf Qardhawi menyebutkan bahwa orang yang menjual dengan uang tunai akan mendapatkan keuntungan akan lebih sedikit, sedangkan orang yang menjual secara bertempo akan mendapatkan keuntungan yang diperoleh lebih tinggi, dalam hal ini sebagian besar ulama juga membolehkan. Dengan kata lain, dalam jual beli perdagangan yang dilakukan secara tunai atau kontan keuntungan yang diambil pedagang jumlahnya adalah sedikit.

⁶⁷ Qardhawi.

Sedangkan untuk penjualan secara kredit, waktu pembayarannya yang dilakukan dalam waktu yang lama dan keuntungan yang diperolehpun besar tetapi baik pembeli dan penjual harus sama-sama sepakat.⁶⁸

Ada empat karakteristik yang terdapat pada pemasaran syariah, yaitu:⁶⁹

1. Ketuhanan (Rabbaniyah)

Menurut Muhammad Djakfar Ketuhanan dalam pemasaran maksudnya adalah dalam setiap langkah, aktivitas, dan kegiatan pemasaran harus sesuai dengan syariat Islam yaitu dengan mengedepankan kejujuran dan kebenaran. Salah satu ciri khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'at Islam. Seorang syariah marketer meskipun dia tidak bisa melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia mampu untuk menghindari dari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang tidak tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Sebab seorang syariah marketer akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan dihisab.

2. Etis (Akhlaqiyah)

Menurut Ketajaya dan Sula keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatan. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan

⁶⁸ Solikatun Mubarakah, 'Analisis Pemikiran Ekonomi Yusuf Qardhawi Tentang Mengambil Keuntungan Berlebihan Dalam Jual-Beli', *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 2.1 (2020), 1-15.

⁶⁹ Muhammad Djakfar, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam' (UIN-Maliki Press, 2007).

nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama apapun, karena hal ini bersifat universal.

3. Realities (Al-waqi'iyah)

Pemasaran bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. Syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala Arab. Namun syariah marketer haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan.

4. Humanistis (Insaniyyah)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Menurut Ketajaya dan Sula pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaan terjadi dan terpelihara, serta sifat-sifat keahliannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah Islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga pemasaran syariah bersifat universal.

c. Jenis Tanaman (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat dijual maupun ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁷⁰ Produk dapat juga diartikan sebagai barang yang berwujud maupun tidak berwujud termasuk warna, harga, nama pabrik, nama penjual, yang diterima oleh konsumen guna untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

⁷⁰ Malayu S P Hasibuan, 'Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah', 2007.

Menurut Philip Khotler, pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen termasuk didalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan.

Menurut Fandhy Tjiptono, pengertian produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, ditanyakan, dicari, dibeli, digunakan/dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuhan kebutuhan/keinginan pasar yang relevan.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produk merupakan sesuatu yang menghasilkan dari proses produksi maupun itu barang atau jasa yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi atau dipakai sehingga memenuhi kebutuhan dan keinginan serta kepuasan konsumen.⁷¹

Selama ini banyak penjual yang salah dalam penjualannya, kesalahan terjadi karena penjual hanya memberikan perhatian pada produk fisik saja dari pada memberikan manfaat yang dihasilkan dari produksinya. Seharusnya perusahaan memberikan perhatian kepada kebutuhan pelanggan bukan hanya pada keinginan yang sudah ada. Hal ini dikarenakan produk sebagai alat untuk memecahkan masalah konsumen. Produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Keputusan- keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merk yang akan

⁷¹Basu Swastha and T Hani Handoko, 'Manajemen Pemasaran', *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002.*

ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (brand), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan (after sales service). Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar.⁷²

Perspektif Islam menyertakan unsur-unsur moral dan transendental di dalam pengambilan keputusan proses produksi prinsip-prinsip tersebut memiliki beberapa ketentuan sebagaimana diantaranya adalah:

1. Produk harus sah menurut hukum dan tidak mengganggu dan merugikan kepentingan umum dalam bentuk apapun.
2. Produk harus harta benda aktual dari pemilik;
3. Produk itu harus bisa diserahkan, karena penjualan suatu produk tidak sah jika tidak dapat diserahkan terimakan. sebagai contoh penjualan ikan di sungai. Tidak sah menjual barang yang tidak dapat diserahkan, meskipun dimiliki penjualnya, misalnya: binatang yang lepas, burung yang terbang di udara, ikan yang terlepas di laut setelah berhasil ditangkap
4. Akad penjualan harus menetapkan secara jelas kuantitas dan kualitasnya
5. Proses produksi harus halal dan baik bahwa prinsip - prinsip Islam mensyaratkan bahwa operasi produksi harus halal dan baik dari awal sampai akhir.

⁷² Buchari Alma, 'Kewirausahaan', 2005.

4. Macam – Macam Pendapatan

Pendapatan dapat digolongkan dengan beberapa jenis, adapun menurut Lipsey pendapatan dibagi menjadi 2 macam sebagai berikut:

- a. Pendapatan perorangan adalah pendapatan yang dihasilkan dan dibayarkan oleh perorangan sebelum dikurangi dengan pajak penghasilan perorangan. Sebagian pendapatan akan dikurangi untuk pajak dan sebagian lagi untuk kebutuhan rumah tangga.
- b. Pendapatan disposable merupakan jumlah pendapatan saat ini yang akan dibelanjakan oleh perorangan atau bisa juga untuk jangka panjang yaitu untuk di tabung.dengan dikurangi pajak penghasilan.⁷³

5. Konsep Pendapatan Dalam Ekonomi Islam

Dalam islam, pendapatan masyarakat adalah perolehan barang, uang yang diterima atau dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syariat islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur berhasilnya pembangunan. Bekerja dapat membuat seseorang memperoleh pendapatan atau upah atas pekerjaan yang dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup terhadap pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai kebutuhan sandang pangan, papan dan beragam kebutuhan lainnya.

Dalam islam, kebutuhan memang menjadi alasan untuk mendapatkan pendapatan atau penghasilan minimum, sedangkan kecukupan dalam standar hidup

⁷³ Tri Wahyoe Widodo, “Sanggit Catur Lakon Kalabendu Susunan Sumanto Sajian Manteb Soedharsono”, (Institut Seni Indonesia Surakarta, 2014).

yang baik adalah hal yang paling mendasar distribusi, retribusi lalu bisa dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi.⁷⁴ Nilai – Nilai islam merupakan faktor endogen dalam rumah tangga seorang muslim, maka haruslah dipahami seluruh aktivitas ekonomi di dalamnya, harus ada dan dilandasi dengan halal – haram. Islam tidak mentolerir sumber pendapatan yang diterima tidak tahu kejelasannya.⁷⁵ Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat An-Nahl ayat 114 yang berbunyi :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ

اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya : “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah Allah berikan kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah. Jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.”

Makna dari ayat diatas bahwasannya Allah sudah menetapkan suatu rezeki yang Allah berikan dengan baiknya. Dan memiliki kriteria yang mengikuti syariatnya yaitu pertama adalah halal atau bisa dikatakan dengan mencari jalan rezeki yang baik, yang diridhoi oleh Allah. Kedua yaitu thayyib yang berarti baik dan bergizi. Islam tidak bisa menolerir rezeki yang di dapatkan atau pendapatan yang di dapatkan dari jalan yang tidak benar, karena sudah ditegaskan kembali bahwasannya Islam memiliki peraturan yang mengikuti oleh nilai-nilai yang ada dalam pedomannya yaitu al-Quran dan al-Hadits.

⁷⁴ Edwin Nasution Mustafa, ‘Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam’, Jakarta: Kencana, 2007.

⁷⁵ Ratna Sukmayani, *Ilmu Pengetahuan Sosial* (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008).

Dalam islam merupakan suatu kewajiban kemanusiaan. Banyak ayat al-Quran yang mengupas tentang kewajiban manusia untuk bekerja dan berusaha mencari nafkah, selain ayat diatas juga dijelaskan dalam al-Quran surat Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا

وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah disegala penjurunya dan makanlah sebagian rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelahnya) di bangkitkan.”

Kesimpulan yang dapat diambil dari ayat diatas adalah Allah lah yang menciptakan bumi beserta segala isinya dengan maksud utama dengan memberikan kemudahan bagi manusia sebagai penghuni bumi dengan mengelola dan memanfaatkan bumi dengan baik. Hal itu bisa dicapai mengingat berbagai saran dan prasana yang telah Allah berikan dan sediakan di dunia, agar manusia bisa menata kehidupannya dengan ideal dan dinamis, manusia juga bisa melakukan aktivitas untuk mencari kehidupan (ma’isyah) di bumi baik dengan melakukan aktivitas pertanian, perkebunan, perindustrian, perdagangan dan lainnya.

Pada dasarnya, manusia diperbolehkan melakukan segala aktivitas nya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan anjuran agama islam. Apalgi dengan adanya perdagangan atau perniagaan harus mengikuti syariah dalam islam yaitu harus berpegang teguh pada nilai – nilai ilahiyah melalui jalan yang benar dan menjauhi

larangan dan hal yang di larang oleh agama islam.⁷⁶ Islam juga mendorong jika ingin berusaha bekerja dalam berwirasaha jual beli harus mendepankan suatu akidah yang sudah ditentukan.

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dalam memproduksi, bahkan menjadikan sebagai sebuah kewajiban tentang orang – orang yang mampu, lebih dari itu allah akan memberikan balasan yang setimpal dari usaha/ amal yang dikerjakan. Salah satunya dengan adanya pembayaran upah, pembayaran upah sendiri harus disesuaikan dengan apa yang telah dikerjanya atau diusahakan nya agar bersikap adil dalam membayar upah.⁷⁷

Praktik muamalah sebagai bagian dari ibadah memiliki derajat yang tinggi. Orientasi utama disisi profit di dunia juga mencari kebahagiaan di akhirat kelak. Untuk mencapai kesuksesan bisnis (muamalah) baik di dunia maupun diakhirat kelak maka kuncinya dalam muamalah ialah memahami dan mengaplikasikan empat sifat yang melekat pada Rasulullah Muhammad Saw.⁷⁸ Diantaranya sebagai berikut:

- a. Siddiq (Benar dan Jujur) Siddiq bermaksud benar. Benar dalam arti kata memberitahukan sesuatu secara benar dan tidak ada unsur penipuan ataupun menyembunyikan sesuatu maksudnya menyembunyikan adanya cacat pada barang yang dijual. Jujur dapat diaplikasikan untuk

⁷⁶ Helen Malinda, ‘Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Lingar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)’ (UIN Raden Intan Lampung, 2017).

⁷⁷ Mustafa Edwin Nasution, ‘Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam’, 2017.

⁷⁸ Muhammad Asnawi Fanani Nur Asnawi, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, Dan Isuisu Konterforer* (Depok: Rajawali Press, 2017).

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, Amrin, 'Strategi Pemasaran Asuransi Syariah', *Jakarta: PT. Grasindo*, 2007
- Adesy Fordebi, *Ekonomi Dan Bisnis Islam: Seri Konsep Dan Aplikasi Ekonomi Dan Bisnis Islam*
- Ali, Nasrudin, 'Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Tulung Agung Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu (Pengrajin Anyaman Bambu)' (UIN Raden Intan Lampung, 2019)
- Alma, Buchari, 'Kewirausahaan', 2005
- Andajani, Wiwiek, Nina Lisanty, Agustia Dwi Pamujiati, and Eko Yuliarsha Sidhi, 'ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN HOME INDUSTRI TEMPE KRIPIK KELOMPOK USAHA JAJANAN KHAS KABUPATEN TRENGGALEK', *Jurnal AGRIBIS*, 7.1 (2021), 16–32
- Arikunto, Suharsimi, 'Prosedur Penelitian Sebuah Pendekatan Praktek', *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010
- , 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik', 2013
- Ayodya, Wulan, 'Mengenal Usaha Kue-Kue Basah', *Esensi: Erlangga Group*, 2009
- Aziz, Abdul, Achmad Dasuki Aly, and Nila Afifah, 'Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri Di Desa Bodelor Dalam Teori Ibn Khaldun', *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 2.2 (2017), 199–214
- Budiarto, Diyan, and Slamet Kyswantoro, 'Analisis Faktor-Faktor Yg Mempengaruhi Pendapatan Usaha Pangkalan Elpiji 3 Kg Di Kecamatan Dander Kabupaten Bojonegoro', *JEMeS-Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 4.1 (2021), 27–35
- Chakti, Gunawan, *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Celebes Media Perkasa, 2019), 1
- David, Fred R, 'Manajemen Strategis: Konsep', 2002

- Djakfar, Muhammad, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam' (UIN-Maliki Press, 2007)
- Effendi, Rustam, Asmuni Mth, and M Roem Syibly, *Produksi Dalam Islam* (Magistra Insania Press, 2003)
- Firdausa, R A, and F Arianti, 'Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Kios Di Pasar Bintoro Demak', *Jurnal*, 2.1 (2013)
- Firmansyah, M Anang, and Budi W Mahardhika, *Pengantar Manajemen* (Deepublish, 2018)
- Fitrah, Muh, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018)
- Hasibuan, Malayu S P, 'Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah', 2007
- Herdiansyah, Haris, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial' (Salemba Humanika, 2010)
- Home Industry Hidroponik, 'Dokumentasi Keuangan', *Minggu 10 April*, 2022, p. Pukul 15.00
- , 'Dokumentasi Tanaman', *Minggu 10 April*, 2022, p. Pukul 15.00
- Huda, Itmam Jauharul, Dini Rochdiani, and Agus Yuniawan Isyanto, 'Analisis Pendapatan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Farida Bakery Di Desa Cikunir Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8.2 (2021), 393–400
- Ida, Ibu, 'Data Pendapatan Home Industry Hidroponik', *Wawancara*, 2022, p. Selasa, 10 April pukul 13.13
- , 'Dokumentasi Wawancara', *Minggu 10 April*, 2022, p. Pukul 15.00
- , 'Faktor Jenis Tanaman Home Industry', *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , 'Faktor Modal', *Wawancara*, 2022, p. 10 April

- , ‘Harga Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , ‘Jenis Tanaman Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , ‘Modal Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , ‘Produk Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , ‘Promosi Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , ‘Sejarah Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April
- , ‘Tempat Home Industry’, *Wawancara*, 2022, p. 10 April

Ifhadiyahanti, Nurul, ‘Analisis Pendapatan Nasional Dalam Ekonomi Islam’, 2022

Ismail, Moh Rifaldi, Elsje Pauline Manginsela, and Gene H M Kapantow, ‘ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI HIDROPONIK MATUARI DI KELURAHAN PANIKI BAWAH KOTA MANADO’, *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Pedesaan)*, 1.2 (2019)

Istiqomah, Siti, *Menanam Hidroponik* (Ganeca Exact, 2006)

Kasmir, *Kewirausahaan*, 1st edn (Jakarta: Rajawali Press, 2009)

Kasmir, Dkk, ‘Kewirausahaan’, *Raja Grafindo Persada. Jakarta, Indonesia*, 2006

Kasmir, K, ‘Pengantar Manajemen Keuangan: Edisi Kedua’, *Jakarta: Prenada Media Group*, 2016

Kilmanun, Juliana Carolina, and Ratih Kusumasari Ndaru, ‘Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Hidroponik Di Malang Jawa Timur’, *Jurnal Pertanian Agros*, 22.2 (2020), 180–85

Kimbal, Rahel Widiawati, *Modal Sosial Dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif* (Deepublish, 2015)

KUSMAWAN, I MADE HARY, I NYOMAN WIDHYA ASTAWA, and I WAYAN SUARBAWA, ‘FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN HOME INDUSTRI

TAHU DI KABUPATEN TABANAN', *Majalah Ilmiah Universitas Tabanan*, 18.1 (2021), 86–91

Lingga, Pinus, *Hidroponik: Bercocok Tanam Tanpa Tanah* (Niaga Swadaya, 1984)

Makapedua, Jacob, and Meiske W Manopo, 'PENGANTAR BISNIS' (POLIMDO PRESS, 2020)

Maliha, Arininoer, 'Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Home Industri Mitra Cake Legundi Sukarame Bandar Lampung)' (UIN Raden Intan Lampung, 2018)

Malik, Shintami Rouwelvia, Made Antara, and Sulaeman Sulaeman, 'FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENDAPATAN INDUSTRI BAWANG GORENG DI KOTA PALU', *Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 24.1, 36–48

Malinda, Helen, 'Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)' (UIN Raden Intan Lampung, 2017)

Miftahul, Janah, 'MENGAMBIL KEUNTUNGAN MELEBIHI HARGA POKOK PERSPEKTIF WAHBAH Az-ZUHAILI DAN YUSUF Al-QARDAWI' (IAIN Purwokerto, 2019)

Mubarokah, Solikatun, 'Analisis Pemikiran Ekonomi Yusuf Qardhawi Tentang Mengambil Keuntungan Berlebihan Dalam Jual-Beli', *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 2.1 (2020), 1–15

Munandar, Muhammad, 'Pokok-Pokok Intermediate Accounting', 2017

Mustafa, Edwin Nasution, 'Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam', *Jakarta: Kencana*, 2007

Narbuko, Cholid, and Abu Achmadi, 'Metode Penelitian', *Penerbit Bumi Aksara, Jakarta*, 2005

- Nasir Asman, *Studi Kelayakan Bisnis Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi* (Jawa Barat: Cv. Adanu Abimata, 2020)
- Nasution, Mustafa Edwin, 'Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam', 2017
- Nur Asnawi, Muhammad Asnawi Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, Dan Isu_isu Konterforer* (Depok: Rajawali Press, 2017)
- Patty, Forlin Natalia, and Maria Rio Rita, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Empiris Pkl Di Sepanjang Jln. Jenderal Sudirman Salatiga)', *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*, 2015
- Peter Salim dan Yeni Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Pers)
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran, Jilid 1', 2007
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam, Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011)
- Qardhawi, Yusuf, 'Fatwa-Fatwa Kontemporer Jilid II', *Jakarta: Gema Insani Pres*, 1995
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Gramedia Pustaka Utama, 1998)
- Rizki, Anisyah Diana Nur, 'Analisis Pendapatan Dan Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Sayuran Hidroponik Kelompok Tani Sakura Kota Tarakan', 2019
- Rosliani, Rini, and Nani Sumarni, 'Budidaya Tanaman Sayuran Dengan Sistem Hidroponik' (Balai Penelitian Tanaman Sayuran, 2005)
- Sangadah, Ummi, 'ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PETANI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Petani Buah Naga Di Desa Sri Pendowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah) Skripsi' (UIN Raden Intan Lampung, 2017)

- Setiawan, Hendra, *Kiat Sukses Budidaya Cabai Hidroponik (Bio Genesis, 2017)*
- SP, Tika Kensela Anggreini, and Ir Tutut Dwi Sutiknjo, 'Faktor–Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Produksi Home Industri Tepung Tapioka', *JINTAN: Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional*, 1.1 (2021), 48–60
- Suartawan, I Komang, and Ida Bagus Purbadharmaja, 'Pengaruh Modal Dan Bahan Baku Terhadap Pendapatan Melalui Produksi Pengrajin Patung Kayu Di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar', *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6.9 (2017), 1628–57
- Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', *CV. Alfabeta, Bandung*, 2008
- Suhendi, Hendi, 'Fiqh Muamalah, Edisi. 1, Cet 5' (Jakarta: Rajawali Pers, 2010)
- Sukmayani, Ratna, *Ilmu Pengetahuan Sosial* (Jakarta: PT Galaxy Pustaka Mega, 2008)
- Sumarni, Soeprapto Jhon Murti, '2013', *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*, Yogyakarta: Liberty, Cetakan Kedua
- Sunarjono, H Hendro, *Bertanam 36 Jenis Sayur* (Penebar Swadaya Grup, 2013)
- SURIYANTI, SURIYANTI, 'ANALISIS FAKTOR PRODUKSI DAN PEMASARAN KEPITING BAKAU (*Scylla Olivacea*.) DI KECAMATAN CENRANA KABUPATEN BONE' (Universitas Hasanuddin, 2020)
- Swastha, Basu, and T Hani Handoko, 'Manajemen Pemasaran', *Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty, 2002*
- Syahdan, Syahdan, 'Peran Industri Rumah Tangga (Home Industry) Pada Usaha Kerupuk Terigu Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Sakra Kabupaten Lombok Timur', *MANAZHIM*, 1.1 (2019), 45–63
- tenaga kerja, 'Kualitas Tanaman', *Wawancara*, 2022, p. 10 April

Tjiptono, Fandy, 'Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian, Yogyakarta: CV', *Andi Offset*, 2014

Umar, Husein, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsm.* (Gramedia Pustaka Utama, 2005)

Wibowo, Hendro, 'Panduan Terlengkap Hidroponik Bertanam Tanpa Media Tanah' (Flash Books, 2015)

Widodo, Tri Wahyoe, 'SANGGIT CATUR LAKON KALABENDU SUSUNAN SUMANTO SAJIAN MANTEB SOEDHARSONO' (INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA, 2014)

Wijoyo, Hadion, *Strategi Pemasaran UMKM Di Masa Pandemi* (Insan Cendekia Mandiri, 2021)

Yusanto, Muhammad Ismail, *Menggagas Bisnis Islami* (Gema Insani, 2002)

