

**PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK EKONOMI KREATIF DI
ERA DIGITAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung Kelurahan Pinang
Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi
Syarat – Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam
Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**



Oleh

TRI MERDAWATI

NPM : 1851010415

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1443 H / 2022 M

**PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK EKONOMI KREATIF DI
ERA DIGITAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Pada UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung Kelurahan Pinang
Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi
Syarat – Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Dalam
Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh

TRI MERDAWATI

NPM : 1851010415

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

**Pembimbing I : Dr. Rubhan Masykur, M.Pd.
Pembimbing II : Anas Malik, S.E., M.E.Sy.**

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

ABSTRAK

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini berkaitan dengan permasalahan kemampuan Sumber Daya Manusia dalam sebuah usaha yang masih memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan perkembangan digital dalam menjalankan kegiatan usaha. Dimana SDM belum terlalu menguasai bagaimana perkembangan media sosial dalam metode pemasaran yang sedang *tranding* hampir diseluruh kalangan masyarakat dan memiliki peluang yang besar terhadap penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan produk UMKM Ekonomi Kreatif di era digital, pada UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung, kelurahan Pinang Jaya Kecamatan Kemiling, dimana dengan SDM yang memiliki kreatifitas tinggi akan menghasilkan produk yang sangat baik dan berkualitas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Populasi yang ada dalam penelitian ini yaitu 14 orang karyawan dan 1 pemilik dari UMKM, dan sampel yang digunakan yaitu 1 orang yang merupakan pemilik dari UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung yaitu ibu Sulastri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran manajemen sumber daya manusia di UMKM Assyafa Batik dalam pengembangan produk ekonomi kreatif dapat dikatakan telah berhasil, dibuktikan dengan berkembangnya produk yang diproduksi telah banyak digunakan oleh kalangan instansi pemerintahan dan masyarakat menengah atas, dengan ini SDM juga telah memiliki kekreatifitasan dalam pengembangan produk di era digital dengan cara memanfaatkan media social, sehingga hasil produk dapat dikenal secara luas oleh peminat batik. Menurut perspektif Ekonomi Islam UMKM Assyafa Batik telah menerapkan nilai-nilai dasar ekonomi islam yaitu amanah, jujur dan adil serta telah menerapkan sikap tanggung jawab dalam usahanya. Sehingga membuat para konsumen mempercayai Assyafa Batik sebagai salah satu rekomendasi dalam membeli kain batik, dan juga dalam menjalani usahanya Assyafa Batik tidak merugikan pihak manapun baik dari pengelola, pengrajin, dan konsumen mendapatkan hak nya dengan sesuai.

Kata Kunci: Manajemen, Sumber Daya Manusia (SDM), Produk, Ekonomi Kreatif, Era Digital, Ekonomi Islam

ABSTRACT

The problems raised in this study relate to the problem of the ability of Human Resources in a business that still has limitations in utilizing digital developments in carrying out business activities. Where HR has not yet mastered how the development of social media is trending in almost all circles and has great opportunities for sales, such as utilizing TikTok social media and selling by means of Tiktok Live. This study aims to find out how the role of human resource management in the development of Creative Economy MSME products in the digital era, at Assyafa Batik Tulis Lampung SMEs, Pinang Jaya village, Kemiling district, where with human resources who have high creativity will produce very good and quality products.

This study aims to find out how the influence of human resources in the development of creative economic products in the digital era, at Assyafa Batik Tulis Lampung SMEs, Pinang Jaya village Kemiling District, where human resources who have high creativity will produce quality products.

This study uses descriptive qualitative methods with data collection methods, namely observation, interviews, and documentation. The population in this study exist 14 employees and 1 owner from MSMEs, and the sample used was 1 person who was the owner of MSME Assyafa Batik Tulis Lampung, namely Mrs. Sulastri.

The results showed that the influence of human resource management in MSME Assyafa Batik in product development can be said to have been successful, as evidenced by the development of products produced, and has been widely used by government agencies and upper standart class society, with this HR also has creativity in developing products in the digital era by utilizing social media, so that the product can be widely known by batik enthusiasts. According to the perspective of Islamic Economics, MSME Assyafa Batik has implemented the basic values of Islamic economics and has also implemented an attitude of responsibility in its business. So that it makes consumers trust Assyafa Batik as one of the recommendations in buying batik cloth, and also in carrying out its business Assyafa Batik does not harm any party, whether from managers, craftsmen, and consumers get their rights accordingly.

Keywords: Management, Human Resources (HR), Product, Creative Economy, Digital Era, Islamic Economic

SURAT PERNYATAAN



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

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Sutrisno, Sekeloa, Kota Bandar Lampung 35111

SURAT PERNYATAAN

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Merdawati
NPM : 1851010415
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Produk UMKM Ekonomi Kreatif di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Assyala Batik Tulis Lampung Kelurahan Pinang Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun *saduran* dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar rujukan. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bandar Lampung, 13 Juli 2022

Penulis



Tri Merdawati
NPM.1851010415



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

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

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Peran Manajemen Sumber Daya Manusia
Dalam Pengembangan Produk Ekonomi
Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari
Perspektif Ekonomi Islam Pada UMKM
Assyafa Batik Tulis Lampung**

**Nama : Tri Merdawati
NPM : 1851010415
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan
Lampung

Pembimbing I,

**Dr. Rubhan Masykur, M.Pd
NIP.1966040221996031001**

Pembimbing II,

**Anas Malik, S.E., M.E.Sy.
NIP.19890506201931014**

**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. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Pada UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung”** disusun oleh **Tri Merdawati NPM : 1851010415**, Program Studi : **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : **Jum’at, 12 Agustus 2022.**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. H. Nasruddin, M.Ag. (.....)

Sekretaris : Arifa Kurniawan, M.S.A. (.....)

Penguji I : Zulaikah, M.E. (.....)

Penguji II : Anas Malik, S.E., M.E.Sy. (.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M, Akt. CA
NIP. 197009262008011008

MOTTO

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ

الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang apa yang telah kamu kerjakan".

(At-Taubah : 105)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memeberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, serta ketekunan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati karya sederhana ini penulis dedikasikan sebagai bentuk rasa terimakasih kepada :

1. Untuk kedua orangtua ku tersayang Bapak Tukirin dan Ibu Mutingah yang telah mendedikasikan hidupnya untuk merawat, membesarkan, mendidik, dan mendukung penulis dalam segi apapun dengan penuh keikhlasan dan kesabaran. Terimakasih telah memberikan kasih sayang yang tulus dan selalu memberikan doa terbaik nya, memberikan motivasi, semangat, waktu dan materinya demi keberhasilanku. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya kepada kedua orangtua ku.
2. Almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung kebanggaanku dalam menuntut ilmu.

Riwayat Hidup

A. Data Pribadi

Nama : Tri Merdawati
Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 11 Agustus 2000
Alamat : Jalan Raden Imba Kusuma, Kel.
Kemiling Raya, Kec. Kemiling
Bandar Lampung
Nama Ayah : Tukirin
Nama Ibu : Mutingah
Telpon : 0895386410398
E-mail : trimerdawati11@gmail.com

B. Data Pribadi

2006-2012 : SD Negeri 1 Kemiling Permai
2012-2015 : SMP Negeri 26 Bandar Lampung
2015-2018 : SMA Negeri 14 Bandar Lampung
2018-2022 : UIN Raden Intan Lampung

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena nikmat dan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif di Era Digital ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung)”** dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga para sahabat, serta para pengikutnya.

Penulisan skripsi ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) pada program studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam ilmu ekonomi dan bisnis islam. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. Tulus Suryanto, 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 Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. H. Rubhan Masykur, M.Pd. selaku Pembimbing I yang dengan sabar dan tulus meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis, dan telah bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
4. Bapak Anas Malik, S.E., M.E.Sy. Selaku pembimbing II yang dengan sabar dan tulus serta telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis, dan bersedia memberikan motivasi, tambahan ilmu, dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

6. Ibu Sulastri Oktavia selaku pemilik / pengelola UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian ini sehingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Kaka tersayang Marwiyah, Yuli, dan Agus yang selalu mendo'akan dengan ikhlas dan tulus serta selalu memberikan motivasi, semangat, dan arahan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini .
8. Sahabat ku Deivika Septa N.T yang telah membantu disetiap proses perjalanan ku dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Teman-temanku tersayang Lijul, ica, pebri, cut, rani, dan seluruh teman-teman prodi Ekonomi Syari'ah yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berhadap agar phasi penelitian yang ada di skripsi ini dapat bermanfaat dikemudia hari khususnya bagi teman-teman di prodi Ekonomi Syari'ah.

Bandar Lampung, Juni 2022
Penulis

Tri Merdawati
NPM. 1851010415

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN.....	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Fokus Dan Sub Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8
H. Metode Penelitian.....	14
I. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen	
1. Definisi Manajemen.....	19
2. Fungsi Manajemen.....	20
3. Penilaian Manajemen.....	21
4. Manajemen Dalam Islam	22
B. Sumber Daya Manusia	
1. Definisi Sumber Daya Manusia	23
2. Fungsi Sumber Daya Manusia	24
3. Sumber Daya Manusia Dalam Islam.....	25
C. Manajemen Sumber Daya Manusia	

1.	Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia	26
2.	Ruang Lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia.....	27
3.	Indikator Manajemen Sumber Daya Manusia	28
4.	Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia	29
5.	Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Islam	29
D.	Produk	
1.	Definisi Produk.....	32
2.	Kualitas Produk.....	33
E.	Pengembangan Produk	
1.	Definisi Pengembangan Produk	33
2.	Jenis-Jenis Pengembangan Produk.....	34
3.	Pengembangan Produk Dalam Perspektif Islam.....	35
F.	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	
1.	Definisi UMKM.....	36
2.	Kriteria UMKM	37
3.	Ciri-ciri UMKM.....	38
4.	UMKM dalam Perspektif islam	39
G.	Ekonomi Kreatif	
1.	Definisi Ekonomi Kreatif.....	39
2.	Sektor-Sektor Dalam Ekonomi Kreatif	40
3.	Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif.....	42
4.	Ekonomi Kreatif Di Era Digital	43
H.	Digital	
1.	Definisi Digital	44
2.	<i>Digital Marketing</i>	46
a.	Definisi <i>Digital Marketing</i>	46
b.	Indikator <i>Digital Marketing</i>	46
3.	Dampak Era Digital	48
4.	Tantangan Era Digital	49
I.	Ekonomi Islam	
1.	Definisi Ekonomi Islam	50
2.	Tujuan Ekonomi Islam.....	51

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
 1. Sejarah Berdiri UMKM Assyafa Batik

Tulis Lampung	54
2. Visi dan Misi UMKM Assyafa Batik	
Tulis Lampung	56
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	57

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

A. Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif di Era Digital	63
B. Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif di Era Digital Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam	70

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	75
B. Rekomendasi	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Sebaran Pelaku Ekonomi	4
Kreatif Provinsi Lampung.....	5
Tabel 2 Pendapatan UMKM Assyafa Batik Lampung.....	55
Tabel 3 Jumlah Karyawan.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Surat Riset

Lampiran 3 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis melanjutkan pembahasan, ada baiknya penulis menjelaskan terlebih dahulu dari setiap kata yang ada dalam judul skripsi ini. Supaya menghindari dari kesalahpahaman dan kekeliruan yang mungkin dapat terjadi, maka dari itu perlu dicantumkan penegasan judul guna memberikan gambaran mengenai judul skripsi yang akan penulis teliti. Adapun judul skripsi yang dimaksud ialah **“Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**. Adapun penjelasan dari beberapa istilah kata yang ada dalam judul skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. Peran adalah aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, ia menjalankan suatu peranan.¹
2. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²
3. Sumber Daya Manusia(SDM) adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.³
4. Pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya).⁴
5. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan.⁵

¹*Kamus Istilah Pengembangan Wilayah*, (1st ed.) (Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2016).

²S. P Robbins, “Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1”, Vol. 9 No. 2 (2019), p. 952–962,.

³Ibid.

⁴Winda Devi et al., “Pengembangan Media Pembelajaran Memahami Cerita Fantasi Berbasis Power Point Untuk Siswa Smp”, Vol. 3 No. 2 (2021), p. 73–78,

6. Ekonomi Kreatif adalah gagasan baru sistem ekonomi yang menempatkan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi yang paling utama.⁶
7. Era Digital (Industri 4.0) merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari 3D printing hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas.⁷
8. Ekonomi islam adalah ekonomi yang bersandar pada ajaran tuhan dalam semua aktivitasnya.⁸

Berdasarkan dari pengertian secara keseluruhan dari penjelasan judul penelitian ini **“Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”** maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari skripsi ini adalah menggambarkan bagaimana peran manajemen sumber daya manusia dalam mengembangkan produk kreatif di era digital dalam pandangan islam.

B. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian suatu negara dalam jangka panjang menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu dan dapat dikaitkan juga sebagai keadaan kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi.⁹ Indonesia merupakan negara nomor empat yang memiliki jumlah penduduk terbesar di dunia. Namun dalam hal taraf hidup rakyat, persoalan ekonomi masih menjadi

⁵Patricia Sujanta, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Mitra Mandiri Sejahtera Bersama”, No. Desember (2019)

⁶Novita Sari, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi”, Vol. 2 No. 1 (2018), p. 51–60.

⁷Venti Eka Satya, “Pancasila Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0”, Vol. X No. 09 (2018), p. 19..

⁸H Hasan Aedy, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, cv, 2011).

⁹ernita Dewi Et Al., “Jurnal Kajian Ekonomi, Januari 2013, Vol. I, No. 02 Analisis Pertumbuhan Ekonomi, Investasi, Dan Konsumsi Di Indonesia Oleh : Dewi Ernita , Syamsul Amar , Efrizal Syofyan ”, Vol. I No. 02 (2013), p. 176–193..

tantangan yang berat.¹⁰ Kemiskinan masih sangat sulit untuk diatasi di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Masalah lain muncul seperti kesenjangan sosial, ketimpangan pendapatan dan lainnya yang memunculkan sekat-sekat antar golongan yang tidak dapat dihindarkan. Banyak keluarga yang kurang mampu telah berjuang dengan keras untuk dapat menyetarakan kehidupan ekonominya, tetapi masih banyak yang belum berhasil. Penduduk muda Indonesia berpotensi menjadi wirausaha dan tenaga kerja yang memiliki talenta kreatif dan mampu menggerakkan dinamika ekonomi, sosial, dan budaya. Peluang tersebut ditunjang pula dengan masih banyaknya wilayah dan kawasan yang memiliki potensi sumber daya yang besar namun belum dikembangkan secara optimal.¹¹ Sebagai salah satu alternatif baru penggerak perekonomian nasional, sektor ekonomi kreatif mendukung penciptaan nilai tambah terhadap produk dalam negeri dan pengembangan jasa kreatif yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi positif terhadap perekonomian nasional, baik terhadap nilai tambah, lapangan kerja, lapangan usaha, maupun keterkaitan antar sektor.

Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional melalui pengembangan ekonomi kreatif. Pelaku-pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif, menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia. Indonesia juga akan mengalami bonus demografi hingga tahun 2035, dimana hingga tahun 2030 jumlah penduduk usia produktif diperkirakan di atas 60 persen dan 27 persen diantaranya adalah penduduk muda dengan rentan usia 16-30 tahun. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi positif terhadap perekonomian nasional, baik terhadap nilai tambah, lapangan kerja, lapangan usaha, maupun keterkaitan antarsektor.¹² Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia, memiliki peluang sebagai pusat ekonomi kreatif, karena secara geografis provinsi Lampung sendiri dekat dengan Jakarta. Seperti yang disampaikan oleh

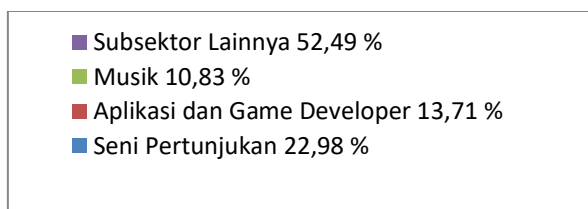
¹⁰T Gilarso, "Ekonomi 5.Pdf", 2004, 32.

¹¹Imma Rokhmatul Aysa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang", Vol. 2 No. 2 (2020), p. 121-138.

¹²Ibid.

Kemenparekraf Sandiagra Salahudin Uno melalui siaran pers “meminta dan mendorong agar pelaku ekonomi kreatif khususnya UMKM di Provinsi Lampung jangan berhenti melakukan inovasi untuk menghasilkan produk-produk yang memiliki nilai tambah. Lampung dari segi geografis dekat dengan Jakarta, Bandar Lampung bisa jadi pusat ekonomi kreatif”.¹³ Berikut ini data sebaran pelaku ekonomi kreatif di provinsi Lampung.

Tabel 1
Data Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung
3 besar subsektor Ekonomi Kreatif



Source: Data from the Government Office and Association of Tourism and creative economy in the context of Collecting Workers Affected by Covid-19, processed by Pusdatin - Kemenparekraf, 2020

3 Besar Kota/Kabupaten

Nama Kota / Kabupaten	Presentase
Kota Bandar Lampung	49,92 %
Kab. Lampung Selatan	8,29 %
Kab. Lampung Tengah	7,36 %

Source: Data from the Government Office and Association of Tourism and creative economy in the context of Collecting Workers Affected by Covid-19, processed by Pusdatin - Kemenparekraf, 2020¹⁴

Dari data diatas dan dukungan yang diberikan oleh menkraf maka dapat memotivasi para pelaku UMKM untuk dapat terus menciptakan produk-produk yang bernilai untuk di pasarkan di masyarakat. Apalagi semakin tahun perkembangan teknologi di

¹³ Kemenparekraf, “menkraf minta pelaku ekraf di lampung jangan berhenti berinovasi”, 2021 (On-line) tersedia di: <https://kemenparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers--Menparekraf-Minta-Pelaku-Ekraf-di-Lampung-Jangan-Berhenti-Berinovasi-.> (di akses 23 Oktober 2021)

¹⁴Kemenparekraf, *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*, 2020.

dunia semakin canggih. Perkembangan digital yang saat ini merambah sangat pesat di dalam negeri adalah media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsApp*, *line*, *tiktok*, dan lain sebagainya.

Indonesia memiliki sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam yang melimpah, namun dapat dikatakan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh Negara kita masih belum maksimal. Karena kualitas yang belum maksimal itu, maka produktivitas tenaga kerja di Indonesia juga dapat dikatakan belum maksimal atau masih rendah.¹⁵ Masalah yang banyak dihadapi para pelaku ekonomi kreatif, selain dari kurangnya modal finansial salah satunya adalah adanya beberapa pelaku usaha yang masih belum bisa memanfaatkan teknologi digital yang sangat besar perkembangannya pada saat ini untuk membantu mengembangkan penjualan produknya. Karena perlu disadari untuk dapat bersaing dan bertahan dalam kegiatan perekonomian pada saat ini, sebagai pelaku usaha dapat memanfaatkan perkembangan teknologi digital dengan baik.

Islam juga mengajarkan umatnya untuk memproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi seperti : pertanian, perkebunan, perikanan, perindustrian, dan perdagangan. Bekerja dalam pandangan Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tetapi juga merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu perhatian 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 dari usaha.

Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Q.S Al Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ

كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

¹⁵Sumber Daya Manusia, “Peningkatan Daya Saing Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0”, Vol. 0 (n.d.), p. 179–185,.

Artinya : *Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*¹⁶

Bagi para pelaku usaha ekonomi kreatif dalam mencari karunia Allah SWT untuk mencukupi kebutuhan hidupnya dapat melakukan kegiatan jual beli dengan cara mengikuti bagaimana perkembangan zaman pada saat ini. Islam adalah agama yang dapat mengikuti dan mengimbangi perkembangan zaman. Maka dari masyarakatpun seharusnya dapat mengikuti perkembangan dan penggunaan teknologi digital yang perkembangannya sangat cepat pada saat ini untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan taraf hidupnya (*islam shalihun li kulli zaman wa makan*).

Salah satu pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada di Bandar Lampung memanfaatkan SDM yang ada di sekitar tempat usahanya untuk membantu pencapaian kegiatan usaha yang selama ini sudah dibangun. UMKM As-Syafa merupakan salah satu UMKM yang menawarkan produk hasil dari kerajinan tangan berupa kain batik tulis khas Lampung. UMKM As-Syafa berdiri pada akhir tahun 2017. Nama As-Syafa sendiri diambil dari anak kedua (perempuan) pemilik usaha batik tulis Lampung ini, dimana para pengrajin batik tulis biasanya didominasi oleh para kaum perempuan. Jumlah pengrajin yang ada di gallery As-Syafa Batik sebanyak 15 orang sudah termasuk pemilik usahanya, 14 orang pengrajin tersebut merupakan warga asli yang tinggal di dekat gallery As-Syafa Batik. Tujuan dibangunnya usaha ini selain untuk meningkatkan pendapatan, salah satunya juga untuk membantu para perempuan-perempuan yang ada di sekitar gallery As-Syafa Batik dapat ikut berkembang dalam mengembangkan produk kreatif dengan tetap mempertahankan identitas daerahnya pada produk yang dihasilkan.

Dalam kemajuan teknologi yang semakin canggih pada saat ini, mengharuskan para pelaku usaha ekonomi kreatif salah satunya dapat memasarkan produknya ke segala pasar dengan

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemah*, (Bandung: Syaamil Quran, n.d.), 553.

memanfaatkan peran digital yang ada. Penting nya ketersediaan sumber daya manusia yang dapat mengikuti perkembangan digital demi tercapainya sebuah tujuan usaha yang maju pada saat ini, dalam UMKM As-Syafa Batik sendiri, sumber daya manusia yang bekerja di UMKM ini belum maksimal dalam memanfaatkan peran digital yang bergembang pada saat ini terutama dalam menggunakan sosial media. Maka disini penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**.

C. Fokus dan Sub-Fokus

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukannya pembatasan masalah dalam penelitian ini agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menimbulkan perluasan masalah. Adapun fokus dan sub fokus pada penelitian ini, yaitu peneliti lebih fokus mengkaji peran manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan produk ekonomi kreatif di era digital dalam perspektif ekonomi islam. Dan untuk sub fokus nya meneliti di salah satu UMKM yang ada di bandar lampung yaitu Assyafa Batik Tulis Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana peran manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan produk ekonomi kreatif pada UMKM As-syafa Batik Tulis Lampung di era digital ?
2. Bagaimana peran manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan produk ekonomi kreatif pada UMKM As-syafa Batik Tulis Lampung di era digital ditinjau dari perspektif ekonomi islam ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peran manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan produk

ekonomi kreatif pada UMKM As-syafa Batik Tulis Lampung di era digital ?

2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peran manajemen sumber daya manusia dalam pengembangan produk ekonomi kreatif pada UMKM As-syafa Batik Tulis Lampung di era digital ditinjau dari perspektif ekonomi islam ?

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan bagi akademisi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan penilaian terhadap Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk UMKM Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam, dan juga dapat menambah literatur di lingkungan fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung, khususnya Program studi Ekonomi Islam.
2. Secara praktis, bagi penulis merupakan sebagian sarana untuk mempraktekan teori – teori yang telah di dapat, juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di jurusan ekonomi islam fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Secara fungsional, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu sedikit banyak nya untuk mengenalkan produk dari UMKM As-Syafa Batik Tulis Lampung kepada pembaca.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut penulis lampirkan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Juli Sulaksono, Nizar Zakaria (2020) yang berjudul Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yaitu digital marketing dan UMKM dengan metode kualitatif deskriptif observasional. Hasil penelitian nya adalah pengguna

teknologi digital telah mempengaruhi segala aspek kehidupan dan kegiatan manusia termasuk pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk mendapatkan konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merk, memelihara konsumen, dan meningkatkan jumlah penjualan produk, sehingga dapat meningkatkan profit.¹⁷ Persamaan penelitian ini yaitu variabel dan metode yang digunakan sama. Perbedaan penelitian ini yaitu lebih fokus pada topik marketing .

2. Penelitian yang dilakukan oleh Imma Rokhmatul Aysa yang berjudul Strategi Pengembangan ekonomi Kreatif di Era Digital. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yaitu pengembangan ekonomi kreatif dan era digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian adalah sebagai pelaku ekonomi kreatif menciptakan karya kreatif yang hasilnya bias bermanfaat untuk masyarakat. Produk yang ditawarkan berupa buku panduan yang ditawarkan di *market place* dan permainan edukasi berbentuk *flashcard*.¹⁸ Persamaan penelitian ini yaitu variable pengembangan ekonomi kreatif, era digital, dan metode yang digunakan kualitatif. Perbedaan penelitian yaitu produk yang diteliti.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Maulana Irfanudin, Cornelia Dumarya Manik, Faisal yang berjudul Pelatihan digital marketing untuk pengembangan sumber daya manusia. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yaitu digital marketing dan pengembangan sumber daya manusia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pelatihan dan praktik secara langsung. Hasil penelitian Banyak nya hal-hal yang dibutuhkan untuk merancang strategi digital marketing. namun ketika hal ini deilakukan dengan benar, rencana pemasaran ini bisa menjadi salah satu aset paling

¹⁷Juli Sulaksono, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri", Vol. 4 No. 1 (2020), p. 41–47,

¹⁸Imma Rokhmatul Aysa, *Loc.Cit.*

berharga bagi departemen pemasaran di perusahaan.¹⁹ Persamaan penelitian ini yaitu variable sumber daya manusia. Perbedaan penelitian yaitu metode yang digunakan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Nizam zakka arrizal, S Sofyantoro yang berjudul Pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM di masa pandemi melalui digitalisasi. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu pemberdayaan ekonomi kreatif, UMKM, digitalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode kualitatif yuridis normatif. Hasil penelitian Upaya digitalisasi bagi pelaku usaha ekonomi kreatif dan umkm dapat diperoleh dengan digitalisasi hukum dan digitalisasi ekonomi. Digitalisasi hukum dengan cara pendirian dan pendaftaran badan usaha, pendaftaran hak atas kekayaan intelektual secara online, dan pendaftaran izin usaha secara online, melakukan pemasaran secara online di media sosial dan *market place*, peralihan kiat-kiat sukses berusaha di *website* resmi pemerintah dan media digital.²⁰ Persamaan penelitian ini yaitu variable UMKM, dan Digitalisasi. Perbedaan metode yang digunakan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Tadjuddin, Nur Mayasari yang berjudul Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu pengembangan UMKM, dan ekonomi kreatif. metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Hasil penelitian, Permasalahan yang paling banyak dialami oleh pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif dikota palopo yaitu permasalahan pada permodalan. Strategi yang perlu dilakukan para pelaku UMKM adalah perlunya sinergi antara pelaku umkm, peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta

¹⁹Ahmad Maulana Irfanudin et al., “Pelatihan Digital Marketing Untuk Pengembangan Sumber Daya Manusia”, Vol. 2 No. 1 (2019), p. 19,

²⁰yanuar, Muhammad Rizki. Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Umkm Terhadap Digitalisasi Dalam Bidang Pemasaran (studi kasus: usaha mikro kecil dan menengah di kota Malang). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 2018, “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan UMKM Di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi”, Vol. 2 No. 1 (2020), p. 39–48,

adanya dukungan penuh dari pemerintah, swasta dalam meningkatkan permodalan. Dalam pandangan islam telah jelas di dalam alquran bahwa kegiatan perdagangan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah SWT.²¹ Persamaan penelitian yaitu variable, metode penelitian. Perbedaan penelitian ini lebih fokus kepada strategi yang dilakukan untuk meningkatkan produk umkm.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ismawati, Mochammad isa anshori yang berjudul Upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui strategi persaingan usaha ekonomi kreatif menuju new normal. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Sumber Daya Manusia dan era *new normal*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Hasil penelitian, Untuk meningkatkan atau mengembangkan kualitas sumber daya manusia melalui beberapa indikator yaitu rekrutmen, training, pengembangan potensi, penilaian kinerja. Penerapannya dengan cara meningkatkan strategi ekonomi kreatif melalui peningkatan produk. Produk tabungan emas mendapat respon yang sangat baik di masyarakat, sehingga produk ini menjadi acuan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas SDM, dan meningkatkan kreativitas untuk mengedepankan kuantitas dari produk tersebut.²² Persamaan penelitian ini variable SDM, metode penelitian. Perbedaan tujuan pada penelitian ini.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Tomtom Makmur, Suprayoga Hadi yang berjudul Strategi pemulihan perekonomian terdampak covid-19 melalui perencanaan pembangunan sumber daya manusia unggul berbasis industri 4.0. dalam penelitian ini terdapat tiga variable yaitu pemulihan perekonomian, sumber daya manusia, industry 4.0.

²¹Nur Mayasari, "Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo", Vol. 2 No. 1 (2019), p. 9–22,.

²²Ismawati and Mochhammad Anshori Isa, "Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Upaya Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Strategi", Vol. 1 No. 1 (2021), p. 56–62,.

metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Hasil penelitian, Dalam upaya percepatan pemulihan perekonomian, diperlukan regulasi dan kebijakan untuk memberikan insentif dan kemudahan bagi SDM pelaku bisnis digital dan kreatif untuk berkiprah dan berusaha, yang memerlukan dukungan pemerintah sebagai regulator untuk mendorong SDM pelaku bisnis digital dalam meningkatkan dan memperluas investasinya.²³ Persamaan penelitian ini yaitu pengembangan SDM secara kreatif, metode penelitian. Perbedaan penelitian ini yaitu variable yang digunakan.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Maulidiyah, Siti Saroh, Ratna Niken Hardati yang berjudul Pengaruh modal Sumber daya manusia, e-commerce, dan standarisasi produk terhadap daya saing. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu SDM, *E-Commerce*, standarisasi produk. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Hasil Penelitian, Hasil uji simultan ini menunjukkan penting nya memanfaatkan dan meningkatkan modal, sumber daya manusia, e-commerce, dan standarisasi produk untuk keberlangsungan usaha yang mana dengan adanya pemanfaatan semua variabel tersebut dapat meningkatkan daya saing dengan pelaku usaha lainnya.²⁴ Persamaan penelitian ini yaitu metode penelitian. Perbedaan penelitian ini pada variable nya.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Thariq Syauqi yang berjudul Startup sebagai digitalisasi dan dampaknya bagi ekonomi kreatif di indonesia. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yaitu digitalisasi dan ekonomi kreatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif. Hasil penelitian, realitas dan fenomena ekonomi kreatif sebenarnya bukanlah hal yang baru bagi indonesia yang telah terbukti

²³Mohamad Tomtom Makmur and Suprayoga Hadi, “Strategi Pemulihan Perekonomian Terdampak Covid-19 Melalui Perencanaan Pembangunan Sumber Daya Manusia Unggul Berbasis Industri 4.0”, Vol. 1 No. 1 (2020), p. 117–126.

²⁴Ratna Maulidiyah, “Pengaruh Modal, Sumber Daya Manusia, E- Commerce, Dan Standarisasi Produk Terhadap Daya Saing”, Vol. 9 No. 2 (2020), p. 358–368.

memiliki aset kreativitas sejak dulu. Indonesia sebenarnya tidak memiliki kekurangan modal kreativitas hanya saja masih kurang dalam kemampuan mengintegrasikannya. Artinya bagaimana menghubungkan produknya dengan dunia luar. Mungkin salah satu cara yang selaras dengan adanya ekonomi kreatif adalah dibangunnya startup yang berhubungan dengan hal tersebut. Hal ini dilakukan demi mendukung program ekonomi kreatif yang sedang ramai digalakkan.²⁵ Persamaan penelitian ini yaitu metode yang digunakan. Perbedaan penelitian ini yaitu pada variabelnya.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah, Muhfiatun yang berjudul Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal pandanus *handicraft* dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi islam. Dalam penelitian ini terdapat pengembangan ekonomi kreatif dan kearifan local. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Hasil penelitian, Manusia dengan segala wujud pola pikirnya menghasilkan karya budaya yang mencerminkan semangat kearifan lokal di dalamnya, begitu juga dengan apa yang ada pada ekonomi kreatif berbasis pandanus. Tergerusnya eksistensi pandanus *handicraft* dapat ditanggulangi melalui penanaman kembali nilai-nilai moral dan filosofi harmoni yang melekat pada setiap efek multiplayer anyaman pandanus, didukung dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis pandanus yang kontinu, seperti halnya pemasaran, strategi produktivitas dll.²⁶ Persamaan penelitian ini metode yang digunakan, menggunakan perspektif ekonomi islam. Perbedaan penelitian ini yaitu variabel, dan produk yang diteliti.

²⁵Ahmad Thariq Syauqi, "Startup Sebagai Digitalisasi Ekonomi Dan Dampaknya Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia", 2016, p. 1-4.,

²⁶Siti Nur Azizah, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)", Vol. 17 No. 2 (2017), p. 63-78.

Dari hasil kajian penelitian terdahulu yang relevan bahwa yang membedakan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu teori ekonomi secara umum atau konvensional, sedangkan teori yang digunakan oleh penulis, selain teori ekonomi secara umum atau konvensional namun ditambah menggunakan teori ekonomi islam. Objek yang diteliti dalam penelitian terdahulu lebih banyak kerajinan yang berasal dari anyaman bambu, dan makanan, sedangkan objek yang diteliti oleh penulis berupa kain batik.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.²⁷

1. Jenis dan sifat penelitian

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif atau penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian dimana data diperoleh dari lapangan secara langsung dari sumbernya, sehingga sumber data dalam penelitian lapangan adalah sumber data primer. Selain itu, peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) adalah penelitian dimana data tidak diperoleh dari lapangan, tetapi diperoleh dari buku, catatan, maupun hasil penelitian.

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, adalah penelitian yang bermaksud menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variable secara mandiri.

²⁷Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (B: Alfabeta, cv, 2013).

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder

- a. **Data primer**, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Yaitu menanyakan langsung kepada pemilik UMKM As-Syafa Batik Tulis Lampung.
- b. **Data Sekunder**, yaitu data-data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu mendapatkan dokumen resmi, buku-buku, dan hasil wujud laporan.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁸ Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud, seluruh pengrajin di UMKM As-Syafa Batik Tulis Lampung sebanyak 15 pengrajin.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.²⁹ Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 1 orang yaitu pemilik UMKM As-Syafa Batik Tulis Lampung.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data kualitatif merupakan sebuah metode pengumpulan data yang paling independen dan suatu langkah dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Maka dalam pengumpulan data digunakan beberapa metode yaitu:

- a. **Observasi** merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.³⁰ Observasi bisa diartikan sebagai suatu

²⁸ Ibid., 80.

²⁹ Prof. Dr. Sugiyono, *Loc. Cit.*

³⁰ Ibid., 81.

pengamatan terhadap suatu objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi.

Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat penelitian yaitu UMKM As-Syafa Batik Tulis Lampung.

- b. **Wawancara** adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu.³¹ Wawancara juga bisa dikatakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan ibu Sulastri selaku pemilik/pengelola UMKM Assyafa Batik Lampung.
- c. **Dokumentasi** merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dengan kata lain dokumentasi adalah suatu aktivitas atau proses penyediaan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan berbagai sumber informasi.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.³² Lalu setelah itu dilakukan pendekatan deskriptif mengemukakan data-data yang diperlukan apa adanya lalu dianalisis kembali sehingga dapat disusun sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode-metode ini yang digunakan sebagai analisis dari berbagai literature atau sumber data yang sudah dikumpulkan dengan “Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk UMKM Ekonomi Kreatif Di Era

³¹Prof. Dr. Sugiyono, *Loc. Cit.*

³² *Ibid.*, 244.

Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”. Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Teknik analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahapan kegiatan yang saling terkait satu sama lain yaitu Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.³³

a. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian atau narasi singkat, bagan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali kelapangan saat mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

I. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian, sistematika pembahasan.

³³ Ibid., 246.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan oleh penulis yaitu :

Manajemen sumber daya manusia menurut konvensional dan manajemen sumber daya manusia dalam perspektif ekonomi islam, pengembangan produk secara konvensional dan pengembangan produk dalam perspektif ekonomi islam, UMKM secara konvensional dan UMKM dalam perspektif ekonomi islam, Ekonomi kreatif secara konvensional dan ekonomi kreatif di era digital, Digital marketing, dan ekonomi islam.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian UMKM Assyafa Batik Lampung seperti bagaimana sejarah dan perkembangan usahanya. Serta berisi penyajian data dan fakta-fakta penelitian yang penulis uraikan dengan data hasil wawancara dan observasi yang di lakukan dilapangan.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis data penelitian dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen

1. Definisi Manajemen

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen adalah suatu kegiatan, pelaksanaannya adalah “managing” pengelolaan, sedang pelaksanaannya disebut manager atau pengelola.³⁴

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.³⁵

Menurut George Robert Terry, Manajemen sebagai suatu proses yang jelas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang dilaksanakan untuk menentukan serta melaksanakan sasaran/tujuan yang telah ditentukan dengan menggunakan sumber daya dan sumber-sumber lainnya.³⁶

Menurut Fayol (Robbins dan Coulter, 1999), manajemen adalah sebuah kegiatan umum dari semua usaha manusia dalam bisnis, pemerintahan, dan rumah tangga.³⁷

Menurut Haiman, manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama.³⁸

³⁴Engel, “Dasar-Dasar Manajemen”, 2014.

³⁵Ibid.

³⁶Abdul Goffar, “Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam”, Vol. 7 No. 1 (2020), p. 77–87..

³⁷Dr. Cuk Jaka Purwanggono, *Buku Ajar Pengantar Manajemen Disusun Oleh* :, N.D.

³⁸Hadir Hudiyanto Moh. Abdul Mukhyi, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*, Pertama, C (Jakarta: Gunadarma, 1996).

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses kegiatan yang di dalam nya melibatkan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara bersama-sama.

2. Fungsi Manajemen

Manajemen memiliki fungsi dalam menata setiap aktifitas yang ada agar memiliki daya dan ketepatan yang dihasilkan tertuju pada sasaran-sasaran yang telah ditargetkan. Tepat guna, tepat waktu, dan berujung pada tepat sasaran.³⁹

- a. Perencanaan atau *planning*, yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.
- b. Pengorganisasian atau *organizing*, yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.
- c. Pengimplementasian atau *direction*, yaitu proses implementasi rogram agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.
- d. Pengendalian atau pengawasan atau *controlling* yaitu, proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.⁴⁰

³⁹Dkk Ali Sadikin, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*, ed. M.Ag. Dr. Sardimi (Yogyakarta: K-Media, 2020), 10.

⁴⁰Engel, *Loc.Cit.*

3. Penilaian Manajemen

Menurut Performance Management Handbook Departemen Energi USA, manajemen kinerja adalah suatu pendekatan sistematis untuk memperbaiki kinerja melalui proses berkelanjutan dalam penetapan sasaran-sasaran kinerja strategis, mengukur kinerja, mengumpulkan, menganalisis, menelaah, dan melaporkan data kinerja, serta menggunakan data tersebut untuk memacu perbaikan kinerja. Didalam manajemen kinerja terdapat indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur pencapaian keberhasilan suatu organisasi.⁴¹

Menurut Lohman Indikator kinerja adalah suatu variabel yang digunakan untuk mengekspresikan secara kuantitatif efektivitas dan efisiensi proses atau operasi dengan berpedoman pada target-target dan tujuan organisasi.

Menurut Mitchel dalam Sedarmayanti indikator kinerja karyawan adalah⁴² :

a. Kualitas kerja (*quality of work*)

Adalah kualitas kerja yang dicapai berdasarkan syarat-syarat kesesuaian dan kesiapan nya yang tinggi pada gilirannya akan melahirkan penghargaan dan kemajuan serta perkembangan organisasi melalui peningkatan, pengetahuan, dan keterampilan secara sistematis sesuai tuntutan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang pesat.

b. Kehadiran dan ketepatan waktu (*promptnees*)

Yaitu berkaitan dengan sesuai atau tidaknya waktu penyelesaian pekerjaan dengan target waktu yang direncanakan.

c. Inisiatif (*initiative*)

Yaitu mempunyai kesadaran diri untuk melakukan sesuatu dalama melaksanakan tugas-tugas dan tanggung jawab.

⁴¹R Lufky Muhammad, "Analisis Kinerja Pamong Belajar Di Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Kota Cimahi Analysis Of Learning Tutors Performance At Cimahi City Community Learning Centers (SKB)", Vol. 1 No. 2 (2017), p. 65–87,.

⁴²Ibid.

- d. Kemampuan (*capability*)
Yaitu diantara beberapa factor yang mempengaruhi kinerja seseorang ternyata yang dapat di intervensi atau diterapi melalui pendidikan dan latihan adalah factor kemampuan yang dapat dikembangkan.
- e. Komunikasi (*communication*)
Merupakan interaksi yang dilakukan oleh atasan kepada bawahan untuk mengemukakan saran dan pendapatnya dalam memecahkan masalah yang dihadapi.⁴³

4. Manajemen Dalam Islam

Kata manajemen dalam bahasa Arab adalah Idara yang berarti “berkeliling” atau “lingkaran”. Dalam konteks bisnis bisa dimaknai bahwa “bisnis berjalan pada siklusnya”, sehingga manajemen bisa diartikan kemampuan manajer yang membuat bisnis berjalan sesuai dengan rencana.⁴⁴

Menurut A. Riawan Amin mendefenisikan manajemen dalam Islam sebagai “*Getting God will done by the people*” atau melaksanakan keridaan Allah SWT melalui orang.

Manusia merupakan makhluk sosial yang hidup dan berinteraksi dalam suatu komunitas sosial dengan cara yang teratur. Manusia menggunakan manajemen untuk mengatur diri sendiri dan kelompok agar terjadi interaksi yang harmonis.

Manusia mempunyai ciri khas yang disebutkan dalam al-Qur’an seperti; suka bekerja sama, suka beramal atau bekerja, memiliki program hidup (QS. Al-Baqarah [2]: 210).

هَلْ يَنْظُرُونَ إِلَّا أَنْ يَأْتِيَهُمُ اللَّهُ فِي ظُلَلٍ مِّنَ الْغَمَامِ وَالْمَلَائِكَةُ وَقُضِيَ الْأَمْرُ

وَأِلَى اللَّهِ تُرْجَعُ الْأُمُورُ

⁴³Ibid.

⁴⁴Nova Yanti Malcha, “Manajemen Bisnis Dalam Islam”, Vol. 1 No. 2 (2016), p.4354.

*Artinya : Tiada yang mereka nanti-nantikan (pada hari kiamat) melainkan datangnya (siksa) Allah dalam naungan awan dan malaikat, dan diputuskanlah perkaranya. Dan hanya kepada Allah dikembalikan segala urusan.*⁴⁵

Maksud dari firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah ayat 210, yakni pada hari kiamat nanti di saat diputuskan semua perkara seluruh umat manusia dari awal sampai akhirnya, lalu setiap orang yang beramal mendapat balasan yang setimpal dari amal perbuatannya. Jika amalnya baik, maka balasannya baik pula; jika amalnya buruk, maka balasannya buruk pula. Karena itulah dalam ayat berikutnya Allah Swt. berfirman: *dan diputuskanlah perkaranya. Dan hanya kepada Allah dikembalikan segala urusan.*

B. Sumber Daya Manusia

1. Definisi Sumber Daya Manusia

Aset terpenting yang dimiliki oleh suatu negara dan bangsa adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang mampu menggerakkan sumber daya lainnya, tanpa sumber daya manusia yang handal pengelolaan, penggunaan dan pemanfaatan sumber-sumber lainnya menjadi tidak maksimal dalam berdaya guna dan berhasil, oleh karena itu manajemen sumber daya manusia mutlak dilakukan.⁴⁶

Keberhasilan suatu organisasi baik besar maupun kecil bukan semata-mata ditentukan oleh sumber daya alam yang tersedia, akan tetapi banyak ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) yang berperan merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan organisasi yang bersangkutan. Manusia merupakan sumber utama dalam menjalankan organisasi/perusahaan/ bisnis, karena fungsi manusia sebagai pelaku, pengelola dan sebagai pelaksana dalam proses produksi dalam bisnis.⁴⁷

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Op.Cit.* 32.

⁴⁶ Abdul Goffar, *Loc.Cit.*

⁴⁷ Ali Sadikin Dkk, M.Ag. Dr. Sardimi, *Loc.Cit.*

Sumber Daya Manusia atau Personalia adalah tenaga kerja, buruh, atau pegawai yang mengandung arti keseluruhan orang-orang yang bekerja pada suatu organisasi tertentu.⁴⁸

Hasibuanbeliau berpendapat Sumber Daya Manusia memiliki arti keahlian terpadu yang berasal dari daya pikir serta daya fisik yang dimiliki oleh setiap orang.⁴⁹

Dari definisi di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa, Sumber Daya Manusia merupakan pekerja pada suatu organisasi tertentu untuk membantu tercapainya tujuan dari organisasi tersebut dengan keahlian yang dimiliki oleh setiap orang.

2. Fungsi Sumber Daya Manusia

Adapun beberapa fungsi dari sumber daya manusia sebagai berikut:

- a. Tenaga kerja, Fungsi keberadaan SDM sebagai tenaga kerja adalah untuk menghasilkan barang atau jasa dalam suatu perusahaan atau organisasi.
- b. Tenaga ahli, keberadaan SDM dibantu dengan kemajuan teknologi saat ini akan berperan penting dalam menjaga keunggulan dan menghasilkan produk yang bermutu tinggi.
- c. Pemimpin, fungsi dari SDM sebagai pemimpin berfungsi untuk mengatur jalannya perusahaan dari atas agar perusahaan bisa berjalan dengan semestinya.
- d. Pengusaha, Seorang pengusaha harus memiliki kemampuan dalam mengenali produk, menentukan cara produksi, menyusun manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.
- e. Produsen, Sumber daya manusia sebagai produsen merupakan individu yang menghasilkan barang dalam memenuhi kebutuhan manusia.

⁴⁸Hadir Hudiyanto Moh. Abdul Mukhyi, *Loc. Cit.*

⁴⁹Ibid

- f. Konsumen, SDM sebagai konsumen adalah individu yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat.

3. Sumber Daya Manusia Dalam Islam

Sumber daya manusia (SDM) dalam sebuah organisasi menempati posisi penting dalam mendukung kesuksesan dalam mewujudkan visi, misi, dan tujuan sebuah organisasi. Berdasarkan kajian semantik konsep manusia di dalam Islam, manusia memiliki kelebihan dibandingkan makhluk lain, baik kelebihan fisik jasmani maupun rohani. Manusia memiliki potensi kebaikan yang diberikan oleh Allah SWT. Sejak dalam kandungan. Keyakinan potensi ini melahirkan pandangan bahwa pada dasarnya manusia secara fitrah adalah makhluk yang taat terhadap perintah Allah SWT. Manusia memiliki sifat-sifat yang baik yang dapat dikembangkan dalam sebuah organisasi. Sumber daya manusia (SDM) merupakan kekuatan terbesar dalam pengolahan seluruh sumber daya yang ada di muka bumi. Manusia diciptakan oleh Allah swt. sebagai khalifah di bumi untuk mengelola bumi dan sumber daya yang ada di dalamnya demi kesejahteraan manusia sendiri, makhluk dan seluruh alam semesta, karena pada dasarnya seluruh ciptaan Allah yang ada di muka bumi ini sengaja diciptakan oleh Allah untuk kemaslahatan umat manusia.⁵⁰

Dalam Pandangan Islam salah satu unsur yang penting pada suatu organisasi adalah manusianya. Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT. yang paling sempurna dibandingkan dengan makhluk ciptaan Allah SWT. yang lainnya. Karakteristik dan juga potensi manusia banyak dituliskan dalam Alquran. Dengan seperangkat organ tubuh yang diberikan oleh Allah SWT. kepada manusia, manusia mempunyai daya atau potensi yang apabila dikembangkan akan menjadi sumber daya manusia yang berkualitas, dan akan menjadikan manusia yang sadar akan tanggung jawabnya baik tanggung jawabnya sebagai hamba Allah SWT. dan sebagai khalifah Allah SWT. Sehingga dapat dipahami bahwa sumber daya manusia menurut Alquran

⁵⁰Abdul Goffar, *Loc. Cit.*

adalah potensi manusia yang dapat dikembangkan untuk melaksanakan tugasnya baik sebagai hamba Allah swt ataupun sebagai khalifah Allah SWT. Dalam mengemban tugas tersebut, manusia diberikan potensi oleh Allah SWT. yang berupa naluri beragama sejak manusia itu dilahirkan.⁵¹ Potensi ini disebut dengan fitrah, sebagaimana Allah telah berfirman dalam Al Qur'an surah Ar-Ruum ayat 30:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ

اللَّهِ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

*Artinya: Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.*⁵²

C. Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan perusahaan individu, karyawan, dan masyarakat.⁵³

Menurut Malayu Hasibuan manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja, agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan.⁵⁴

Menurut Edwin B. Flippo, Manajemen Sumber Daya Manusia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan

⁵¹Ibid.

⁵²Departemen Agama RI, *Op.Cit.* 407.

⁵³Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Membangun Tim Kerja Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*, ed. Damayanti Restu Suryani Suryani, R, vol. تفتتح (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016), 7.

⁵⁴M Nazar Almasri, "Manajemen Sumber Daya Manusia, Implementasi Dalam Pendidikan Islam", Vol. 43 No. 10 (2013), p. 2783–2783.,

pengendalian dari pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemberhentian karyawan, dengan maksud terwujudnya tujuan perusahaan individu, karyawan, dan masyarakat.⁵⁵

Menurut Gauzali, Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi, agar pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*ability*), agar keterampilan (*skill*) mereka sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan.⁵⁶

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah pemanfaatan sejumlah individu atau pegawai agar bekerja secara efektif dan efisien demi tercapainya sebuah tujuan dari organisasi atau perusahaan tertentu.

2. Ruang Lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi-fungsi pokok Manajemen Sumber Daya Manusia sama dengan fungsi manajemen yang meliputi:

- a. Fungsi perencanaan merupakan fungsi yang berkaitan dengan melaksanakan tugas dalam perencanaan kebutuhan tenaga kerja, pengadaan tenaga kerja, pengembangan dan pelatihan serta pemeliharaan tenaga kerja.
- b. Fungsi pengorganisasian merupakan fungsi berkaitan dengan menyusun suatu organisasi serta mendisain struktur organisasi, menyajikan hubungan antara tugas yang akan dikerjakan oleh tenaga kerja dan menyiapkan peran organisasi.
- c. Fungsi Pengarahan merupakan fungsi yang memberikan dorongan kepada karyawan untuk dapat melakukan pekerjaan sejalan dengan visi, misi dan tujuan organisasi secara efektif dan efisien.
- d. Fungsi kepemimpinan merupakan peran bagaimana seorang pemimpin mampu mengarahkan, memotivasi

⁵⁵2019:1 Eri Susan, "Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1", No. 2 (2019), P. 952–962,.

⁵⁶Ibid.

bawahan, dan menggerakkan bawahan untuk dapat menyelesaikan pekerjaan, mendorong dan membuat para bawahannya untuk melakukan perubahan, dan pada suatu titik tertentu mengajak bawahan bekerja lebih keras dan mau untuk bekerja lebih dari yang seharusnya mereka kerjakan.

- e. Fungsi pengendalian merupakan fungsi dalam melakukan pengukuran-pengukuran antara kegiatan yang telah dilaksanakan yang kemudian dilakukan perbandingan dengan standard-standard yang ditetapkan khususnya di bidang tenaga kerja.⁵⁷

3. Indikator Manajemen Sumber Daya Manusia

Indikator dari manajemen sumber daya manusia menurut Afandi adalah sebagai berikut⁵⁸ :

- a. Tugas kerja, yaitu rincian kegiatan yang harus dijalankan oleh karyawan.
- b. Kualitas kerja, yaitu hasil kerja yang terstandar dan sesuai dengan yang diinginkan.
- c. Kuantitas, yaitu jumlah hasil dari produksi kerja karyawan.
- d. Ketepatan waktu, yaitu hasil produksi kerja karyawan.
- e. Efektifitas biaya, yaitu menggunakan biaya yang tepat dan efisien.

4. Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia

Globalisasi Dengan ekspansi pasar global yang cepat, para manajer berjuang menyeimbangkan permintaan yang saling bertentangan untuk berpikir secara global dan bertindak secara lokal. Hal ini mengharuskannya memindahkan orang, ide-ide, produk, dan informasi di seluruh dunia untuk memenuhi kebutuhan lokal.⁵⁹

⁵⁷Dr. Fitri Wulandari M.Si, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, pertama (Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara bekerja sama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2020).

⁵⁸Pandi Afandi, *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*, (Riau: Zanafa Publishing, 2018).

⁵⁹Dr. Fitri Wulandari M.Si, *Loc.Cit.*

- a. Profitabilitas Melalui Pertumbuhan Bisnis Perusahaan yang ingin memperoleh pelanggan baru dan mengembangkan produk baru harus kreatif dan inovatif, dan harus mendorong kebebasan aliran informasi serta memiliki keinginan belajar bersama di antara karyawan.
- b. Perkembangan Teknologi, Teknologi telah membuat dunia kita lebih kecil dan lebih cepat. Tantangan bagi para manajer adalah memahami dan menggunakan apa yang ditawarkan teknologi. Teknologi memiliki peran penting mendorong keunggulan kompetitif perusahaan.
- c. Modal intelektual, tantangan bagi organisasi adalah memastikan mereka memiliki kemampuan untuk menemukan, mencerna, mengembangkan, mengimbangi, dan mempertahankan orang-orang berbakatnya.
- d. Perubahan, Barangkali tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan adalah menyesuaikan diri dengan perubahan yang tiada henti. Mereka harus dapat belajar dengan cepat dan terus menerus, tak henti-hentinya berinovasi, dan mengambil tindakan strategis baru yang lebih cepat dan lebih nyaman.⁶⁰

5. Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Pandangan Islam

Dalam Pandangan Islam salah satu unsur yang penting pada suatu organisasi adalah manusianya. Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna dibandingkan dengan makhluk ciptaan Allah SWT. yang lainnya. Karakteristik dan juga potensi manusia banyak dituliskan dalam Alquran. Dengan seperangkat organ tubuh yang diberikan oleh Allah SWT. kepada manusia, manusia mempunyai daya atau potensi yang apabila dikembangkan akan menjadi sumber daya manusia yang berkualitas, dan akan menjadikan manusia yang sadar akan

⁶⁰Ibid.

tanggung jawabnya baik tanggung jawabnya sebagai hamba Allah SWT dan sebagai khalifah Allah SWT.⁶¹

Ada beberapa dimensi manusia dalam pandangan Islam menurut Desmita, yaitu⁶² :

- a. Manusia Sebagai Hamba Allah (Abd Allah) Sebagai hamba Allah, manusia wajib mengabdikan dan taat kepada Allah selaku Pencipta karena adalah hak Allah untuk disembah dan tidak disekutukan.
- b. Manusia Sebagai al- Nas Manusia, di dalam al- Qur'an juga disebut dengan al- nas. Konsep al- nas ini cenderung mengacu pada status manusia dalam kaitannya dengan lingkungan masyarakat di sekitarnya. Berdasarkan fitrahnya manusia memang makhluk sosial.
- c. Manusia Sebagai khalifah Allah Hakikat manusia sebagai khalifah Allah di bumi dijelaskan dalam surah alBaqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

*Artinya: “Ingatlah ketika Tuhan-mu berfirman kepada para malaikat: “Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.” Mereka berkata: “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang kamu tidak ketahui.”*⁶³

dan dalam surah Shad ayat 26:

⁶¹ Abdul Goffar, *Loc.Cit.*

⁶² Siti Khasinah, “Hakikat Manusia Menurut Pandangan Islam Dan Barat”, Vol. 13 No. 2 (2013), p. 296–317,

⁶³ Departemen Agama RI, *Op.Cit.* 6.

يَدَاوُدُ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَاحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ
 الْهَوَىٰ فَيُضِلَّكَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَضِلُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ

شَدِيدٌ بِمَا نَسُوا يَوْمَ الْحِسَابِ ﴿٦٤﴾

“Hai Daud“sesungguhnya Kami menjadikan kamu khalifah (peguasa) di muka bumi, maka berilah keputusan di antara manusia dengan adil dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu. Karena ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah.”

Dari kedua ayat di atas dapat dijelaskan bahwa sebutan khalifah itu merupakan anugerah dari Allah kepada manusia, dan selanjutnya manusia diberikan beban untuk menjalankan fungsi khalifah tersebut sebagai amanah yang harus dipertanggungjawabkan.⁶⁴

Adapun ruang lingkup manajemen sumber daya manusia dalam islam yaitu perencanaan manajemen sumber daya manusia. Di jelaska dalam agama islam, Perencanaan SDM yang baik dan benar akan menghasilkan SDM yang berkualitas sehingga mampu mengelola organisasinya dengan baik. Konsep perencanaan ini dalam Islam terdapat dalam Al-qur`an surat Al Hasr ayat 18 Allah SWT. Berfirman :

يٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ

خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٦٥﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada*

⁶⁴Siti Khasinah, *Loc. Cit.*

*Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*⁶⁵

Dalam surat ini Allah memerintahkan umatnya untuk memperhatikan dan menganalisis (Al-Tandur) setiap perbuatannya untuk hari esok yakni untuk menghadapi hari kiamat. Perencanaan Sumber Daya Manusia dibuat dengan niat yang baik karena segala amal perbuatan tergantung niatnya. Perencanaan SDM dalam perspektif Islam ini dirancang berdasarkan konsep pembelajaran dan hasil musyawarah orang-orang yang berkompeten, orang yang cermat dan luas pandangannya, mereka sangat visioner untuk menentukan langkah terbaik atas persoalan yang dihadapi.⁶⁶

D. Produk

1. Definisi Produk

Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁶⁷

Kusuma, et al, 2014, produk adalah semua yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Putro, et al. (2014), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.⁶⁸

Dari definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa, produk adalah sesuatu yang ditawarkan di pasar, memiliki nilai jual, dan dapat digunakan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

⁶⁵ Departemen Agama RI, *Op.Cit.* 548.

⁶⁶ Abdul Goffar, *Loc.Cit.*

⁶⁷ Ismail Razak, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap", Vol. 7 No. 2 (2019), p. 7-8,.

⁶⁸ Ibid.

2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong Kualitas produk (product quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Menurut (Mowen dan Minor, 2002) Kualitas produk (product quality) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.

Menurut Aaker (1994), kualitas produk adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas keseluruhan atau keunggulan produk atau layanan, sehubungan dengan tujuan yang telah ditetapkan, relatif terhadap alternatif.

Dari definisi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam pemenuhan dan kepuasan konsumen dalam penggunaannya, tetapi bersifat relatif.

E. Pengembangan Produk

1. Definisi Pengembangan Produk

Pengembangan produk merupakan sebuah proses dan strategi yang diperlukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan suatu produk. Hal yang perlu dilakukan dalam mengembangkan suatu produk yaitu memperbaiki produk lama atau menambah kegunaan produk tersebut kepada target pasar.

Menurut tjiptono, pengembangan produk merupakan sebuah strategi untuk produk baru, seperti produk yang disempurnakan, produk orisinil, produk modifikasi dan juga brand baru yang dikembangkan dengan cara riset dan juga pengembangan.⁶⁹

Menurut amstrong dan kotler, pengembangan produk adalah strategi untuk menumbuhkan perusahaan dengan cara menawarkan modifikasi produk atau produk baru ke target pasar yang sudah ditentukan.

⁶⁹ Muhammad Irvan, "Fase Pengembangan Konsep Produk Dalam Kegiatan Perancangan Dan Pengembangan Produk", Vol. 4 No. 3 (2011), p. 261–274.

Menurut alma, pengembangan produk merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh produsen dalam mengembangkan produk mereka, memperbaiki produk lama, menambahkan kegunaan produk lama, dan mengurangi biaya produksi serta kemasan.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa, pengembangan produk adalah proses menawarkan produk baru atau memperbaiki produk lama kepada pasar.

2. Jenis-jenis Pengembangan Produk

Menurut Keller dan Kotler, ada beberapa jenis strategi pengembangan produk, diantaranya:

- a. Memperbaiki produk yang sudah ada sebelumnya. Hal ini berarti perusahaan harus menggunakan fasilitas serta teknologi yang sudah ada untuk menciptakan inovasi baru dan memperbaiki produk lama. Dengan menggunakan cara ini, perusahaan tidak akan mendapatkan risiko yang besar. Sebab, mereka hanya perlu melakukan perubahan secara menyeluruh.
- b. Memperluas lini produk dengan cara menambah item pada lini produk yang sudah ada. Kamu juga bisa menambah di produk yang baru.
- c. Menambah produk yang sudah ada. Dalam hal ini perusahaan perlu menambah serta memberikan variasi pada produk yang sudah ada sebelumnya. Kemudian memperluas segmen pasar dengan cara melayani berbagai jenis konsumen yang mempunyai selera yang berbeda.
- d. Meniru atau memodifikasi strategi kompetitor. Cara ini bisa dilakukan dengan meniru strategi dari kompetitor yang dianggap akan menguntungkan. Misalnya tentang penetapan harga.
- e. Menambah lini produk. Biasanya, perusahaan akan membutuhkan dana yang cukup besar dalam proses pembuatan produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada. Sebab, produk yang belum pernah

dibuat dan fasilitas yang dibutuhkan dalam pembuatannya memerlukan dana yang cukup besar.⁷⁰

3. Pengembangan produk perspektif islam

Produk yang berdasarkan tinjauan Islam adalah semua produk halal yang memenuhi kedalam syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Dimana dalam pengembangan produk dalam Islam memiliki batasan-batasan tidak hanya melihat dari permintaan pasar saja namun juga harus mengedepankan moralitas. Jadi produsen dalam pengembangan produk tidak hanya mendapatkan keuntungan maksimum saja namun juga harus menghasilkan produk yang bermanfaat bagi konsumen untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat (Qardhawi, 2001).⁷¹

Produk dalam Islam tidak boleh sekedar merespon permintaan pasar saja tetapi juga mengedepankan moralitas. Sehingga produsen dalam Islam tidak hanya mencari keuntungan maksimum saja, namun juga menghasilkan barang dan jasa yang dapat bermanfaat bagi konsumen untuk mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat. Produk yang dilarang keras beredar ialah produk yang dapat memberikan dampak negatif dengan merusak akidah, etika dan moral manusia (Qardhawi, 2001).⁷²

Islam sangat mendorong umatnya untuk berperan aktif dalam kegiatan produksi, baik pertanian, perkebunan, perikanan, perindustrian maupun perniagaan. Al Qur'an telah meletakkan landasan yang kuat terhadap produksi. Allah SWT memerintahkan manusia agar bekerja keras untuk mencari karunia-Nya agar mereka dapat melangsungkan hidup di muka bumi.⁷³ Imam al Ghazali – dalam kitab *Ihya' Ulumiddin* – menguraikan secara rinci faktor-faktor dan fungsi produksi dalam kehidupan manusia. Beliau menilai bahwa bekerja untuk

⁷⁰Nurul Elisa Putri, “Strategi Pengembangan Produk Pada Fashion Busana Muslimah Perspektif Islam Di Yogyakarta”, 2019, p. 1–19,.

⁷¹Ibid.

⁷²Ibid.

⁷³Miftahus Surur, “Teori Produksi Imam Al-Ghazali & Ibnu Khaldun Perspektif Maqashid Al-Syari’ah”, Vol. 5 No. 1 (2021), p. 12–23,

mencari kebutuhan ekonomi – termasuk aktivitas produksi – merupakan bagian dari bentuk ibadah individu.

Menurut Ibnu Khaldun, produksi adalah aktivitas manusia yang terlahir dari tabiat dasar manusiawi. Karena manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu mencari penghidupan dan menempuh berbagai macam jalan untuk memperoleh sarana-sarana kehidupan. Dengan kata lain, manusia harus melakukan kegiatan produksi guna mencapai kebutuhan hidupnya.⁷⁴

F. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Definisi UMKM

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat.⁷⁵

UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menyebutkan definisi UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.⁷⁶
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha

⁷⁴Ibid.

⁷⁵Akmal Fadilah et al., “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal”, Vol. 2 No. 4 (2021), p. 892–896

⁷⁶Zainal Abidin Achmad et al., “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik”, Vol. 10 No. 1 (2020), p. 17–31

Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.⁷⁷

- c. Usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.
- d. Dari definisi diatas maka penulis menyimpulkan bahwa, UMKM dalah usaha produktif milik pribadi atau perusahaan yang didirikan perseorangan yang tidak terikat oleh perusahaan manapun.

2. Kriteria UMKM

- a. Kriteria Usaha Mikro Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).⁷⁸
- b. Kriteria Usaha Kecil Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).⁷⁹
- c. Kriteria Usaha Menengah Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari dalam pembangunan Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus

⁷⁷Ibid.

⁷⁸Ibid.

⁷⁹Ibid.

juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁸⁰

3. Ciri-ciri UMKM

- a. jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu.
- b. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu.
- c. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan.
- d. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni.
- e. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah.
- f. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
- g. Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.⁸¹

4. UMKM dalam Perspektif Islam

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam Ekonomi Islam adalah salah satu kegiatan dari manusia untuk mempertahankan keberlangsungan hidupnya di muka bumi ini. Seperti firman Allah dalam Q.S At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ

الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu

⁸⁰Ibid.

*diberitakan-Nya kepada kamu apa yang apa yang telah kamu kerjakan.*⁸²

Dari ayat diatas dapat kitra lihat, adanya motivasi untuk orang-orang mukmin untuk beramal dan bekerja. Dari ayat ini juga menjelaskan bahwa Allah SWT menilai dari sebuah proses setiap hamba nya, bukan hanya hasil yang di dapatkan. Maka allah menyerukan untuk setiap manusia bekerja, berusaha, beramal, dan banyak berbuat hal-hal kebaikan.

G. Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk thinking new thing tentang cara baru, model baru, barang dan jasa baru, pemasaran baru, usaha baru, distribusi baru, strategi baru, teknik baru, komersialisasi baru. Industri kreatif di Indonesia menurut Departemen Perdagangan RI tahun 2007 didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta. Ekonomi kreatif merupakan kapitalisasi dari intelektualias manusia sebagai creative capital. Ide atau gagasan adalah modal/capital yang dapat diwujudkan menjadi hak cipta, paten merek atau desain.⁸³

Jhon Howkins menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outpunya adalah gagasan, karena esensi dari kreativitas adalah gagasan. Gagasan dimaksud adalah gagasan orisinil dan dapat diproteksi oleh Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).⁸⁴

Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk

⁸² Departemen Agama RI, *Op.Cit.* 203.

⁸³ A Buchari ·2018, “Peran Ekonomi Kreatif Pada Petani Jagung”, 2018.

⁸⁴Rahma Sandi Prahara and Akhmad Sobrun Jamil, “Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif”, Vol. 1 No. 1 (2018), p. 7–18,

menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.⁸⁵

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.⁸⁶

2. Sektor-sektor dalam industri kreatif

- a. Periklanan , kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan produksi iklan, antara lain: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak dan elektronik.
- b. Arsitektur , kegiatan kreatif yang berkaitan dengan cetak biru bangunan dan informasi produksi antara lain: arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, dokumentasi lelang, dll.⁸⁷
- c. Pasar seni dan barang antik, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan perdagangan, pekerjaan, produk antik dan hiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.
- d. Kerajinan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi.
- e. Desain, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan.⁸⁸

⁸⁵Annisa Ratna Sari, “Ekonomi Kreatif : Konsep, Peluang, Dan Cara Memulai”, Vol. 5 No. 9 (2012), P. 113,.

⁸⁶Ibid.

⁸⁷Dina Mellita and Deni Erlansyah, “Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang”, 2014, p. 1–13,.

⁸⁸Ibid.

- f. Desain fesyen, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen
- g. Video, film dan fotografi kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi Video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film. Termasuk didalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
- h. Permainan interaktif, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- i. Musik, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, dan ritel rekaman suara, hak cipta rekaman, promosi musik, penulis lirik, pencipta lagu atau musik, pertunjukan musik, penyanyi, dan komposisi music.
- j. Seni pertunjukan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- k. Penerbitan dan percetakan, kegiatan kreatif yang terkait dengan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.
- l. Layanan komputer dan piranti lunak, kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak & piranti keras, serta desain portal.
- m. Televesi dan Radio, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televise dan radio.
- n. Riset dan pengembangan, kegiatan kreatif yang terkati dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan

teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.⁸⁹

3. Indikator Keberlangsungan Ekonomi Kreatif

Dalam memulai suatu usaha, tentu terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi keberlangsungan usaha tersebut. Sama halnya dalam ekonomi kreatif yang memiliki beberapa indikator yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Menurut Hartomo dan Cahyadin beberapa indikator keberlangsungan ekonomi kreatif adalah sebagai berikut⁹⁰ :

- a. Produksi adalah kegiatan yang menggambarkan hubungan antara jumlah input dan output (yang berupa barang atau jasa) yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode.
- b. Pasar dan Pemasaran, Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Dan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.
- c. Manajemen dan Keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan sustainability (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.
- d. Kemitraan Usaha adalah kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling

⁸⁹Ibid.

⁹⁰Deny Dwi Hartomo, "Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Industri Kreatif", 2013, p. 225–236..

memperkuat, saling menguntungkan, dalam hal ini merupakan suatu landasan sebagai pengembangan usaha.

4. Ekonomi Kreatif di Era Digital

Persaingan usaha yang semakin ketat dalam hal ekonomi digital sudah nyata dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, oleh sebab itu para pengusaha terlebih para pengusaha ekonomi kreatif harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan ekonomi digital. Segmen pasar yang dulu masih dianggap mahal kini seakan mulai berkurang, teknologi informasi yang semakin maju harus benar-benar dimanfaatkan oleh pengusaha sebagai tombak kemajuan dalam ekonomi digital.⁹¹ Keseimbangan antara media informasi digital, pemanfaatan bersosial media, dan e-commerce serta metode pembayaran elektronik harus bisa berjalan dengan seimbang, tidak bisa hanya berjalan salah satu saja, hal ini merupakan masalah tersendiri yang memang harus dikuasi dan diatasi oleh setiap pengusaha pada era digital. Jika biasanya seseorang melakukan sebuah transaksi harus bertatap muka dan melakukan pembayaran dengan uang tunai, kini semua itu sudah mulai tergantikan dengan sistem digital, dikota maupun didesa perkembangan teknologi informasi sudah mulai benar-benar dimanfaatkan oleh para pengusaha.⁹²

H. Digital

1. Definisi Digital

Era digital adalah suatu kondisi zaman ataupun kehidupan yang mana seluruh kegiatan yang mendukung kehidupan sudah bias dipermudah dengan adanya teknologi yang serba canggih. Dunia saat ini sedang menghadapi perubahan industri ke-4 atau yang dikenal dengan Industri 4.0. Berdasarkan analisis Mckinsey Global Institute, Industri 4.0 memberikan dampak yang sangat besar dan luas, terutama pada sektor lapangan

⁹¹M. R. Sholihin et al., “Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia”, 2018, p. 149–160.

⁹²Ibid.

kerja, di mana robot dan mesin akan menghilangkan banyak lapangan kerja di dunia. Untuk itu era revolusi industri ini harus disikapi oleh pelaku industri dengan bijak dan hati-hati. Di satu sisi, era industri ini melalui konektivitas dan digitalisasinya mampu meningkatkan efisiensi rantai manufaktur dan kualitas produk. Namun demikian, di sisi lain, revolusi industri ini juga akan menghilangkan 800 juta lapangan kerja di seluruh dunia hingga tahun 2030 karena diambilalih oleh robot.⁹³ Era Revolusi Industri keempat ini diwarnai oleh kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), super komputer, rekayasa genetika, teknologi nano, mobil otomatis, dan inovasi. Perubahan tersebut terjadi dalam kecepatan eksponensial yang akan berdampak terhadap ekonomi, industri, pemerintahan, dan politik. Pada era ini semakin terlihat wujud dunia yang telah menjadi kampung global. Industri 4.0 adalah sebuah istilah yang diciptakan pertama kali di Jerman pada tahun 2011 yang ditandai dengan revolusi digital. Industri ini merupakan suatu proses industri yang terhubung secara digital yang mencakup berbagai jenis teknologi, mulai dari 3D printing hingga robotik yang diyakini mampu meningkatkan produktivitas.⁹⁴

Transformasi digital mengacu pada proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk secara drastis mengubah cara bisnis beroperasi dan melayani pelanggan. Beberapa tahun terakhir, pengusaha UMKM mulai secara serius menerapkan strategi bisnis yang memanfaatkan kekuatan media sosial dan Internet, untuk menciptakan pasar baru sekaligus memenangkan persaingan usaha yang semakin kompetitif di ranah off line. Internet dan media sosial menambah ruang pemasaran yang lebih luas bagi pelaku usaha mikro untuk mengembangkan bisnisnya di daerah-daerah. Penggunaan media sosial seperti Twitter, Facebook, Skype, Line, WhatsApp, dan media sosial lainnya untuk layanan bisnis juga dinilai mampu menguntungkan konsumen.

⁹³Venti Eka Satya, *Loc.Cit.*

⁹⁴Ibid.

Munculnya media sosial tentu menjadi kesempatan yang sangat baik bagi UMKM terutama karena tidak dibutuhkan modal yang besar untuk dapat menggunakan media sosial tersebut dan beragam manfaat yang dapat diperoleh apabila dapat menggunakannya secara optimal. Jangkauan bisnis UMKM biasanya hanya terbatas pada wilayah dimana UMKM tersebut berada, namun dengan media sosial tidak lagi ada kendala untuk mempromosikan produk maupun jasanya dalam lingkup wilayah yang lebih luas. UMKM dapat menggunakan forum, blog, grup, dan media sosial yang lain untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, pemasok dan pihak-pihak penting lainnya. Salah satu keuntungan terbesar dari penggunaan media sosial bagi bisnis adalah para pebisnis dapat menarik perhatian konsumen secara luas dengan biaya yang sangat minim bila dibandingkan dengan media konvensional. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commerce, biasanya menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, maupun inovasi, dan daya saing.⁹⁵

2. *Digital Marketing*

a. *Definisi Digital Marketing*

Menurut Chaffey & Mayer, *digital marketing* adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti web, e-mail dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan.⁹⁶

Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan, *digital marketing* ialah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti blog, *web site*, *e-mail*, *adwords*, ataupun jejaring sosial.

⁹⁵ Imma Rokhmatul, "Digital Marketing", 2002, p. 1-64.

⁹⁶ Ibid.

Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.

Menurut Coviello, Milley dan Marcolin, *digital marketing* ialah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.⁹⁷

b. Indikator *Digital Marketing*

Menurut Ryan Kristo Muljono adapun beberapa indikator dalam kegiatan promosi dalam *digital marketing* antara lain :

1. *Website* adalah penghubung dengan dunia digital secara keseluruhan dan mungkin bagian paling penting dalam keseluruhan strategi pemasaran digital, dimana kegiatan online akan terarah langsung ke calon konsumen.
2. Optimasi Mesin Pencari (SEO) Salah satu bagian penting dari website adalah SEO, atau proses pengaturan konten dari website agar mudah ditemukan oleh pengguna internet yang sedang mencari konten yang relevan dengan yang ada di website, dan juga menyajikan konten agar dapat dengan mudah ditemukan oleh mesin pencari.
3. Periklanan berbasis klik pencarian berbayar (PPC *Advertising*) Periklanan PPC (*pay per click*) memungkinkan pemasar membeli halaman hasil pencarian internet berdasarkan berbagai kata kunci dan kalimat yang dipilih.
4. Pemasaran afiliasi dan kemitraan strategis Kegiatan bermitra dengan organisasi/perusahaan lain dan berbagai *website* untuk mencapai keuntungan bersama dari sebuah kerjasama untuk mempromosikan produk atau layanan.

⁹⁷Ibid.

5. Hubungan Masyarakat Online (*Online PR*) Menggunakan saluran komunikasi online seperti press release, sindikasi artikel (RSS), dan blog untuk menciptakan persepsi positif atas merk dan untuk menempatkan perusahaan sebagai pihak yang berwenang di bagian tertentu.
6. Media Sosial (*social network*) Mengacu pada situs atau website yang digunakan sebagai tempat berkumpulnya banyak orang tanpa pembatasan dan memiliki jalur ikatan seperti keluarga, teman, rekan bisnis dan lain sebagainya.
7. E-mail pemasaran (*e-mail marketing*) Surat elektronik (e-mail) masih menjadi alat yang penting untuk kegiatan pemasaran digital, yang dikirimkan dengan tujuan untuk menjaga hubungan antara konsumen yang sudah ada maupun calon konsumen yang bersedia menerima informasi lewat e-mail.
8. Hubungan konsumen (*Customer Relationship*) Menjaga konsumen yang sudah ada dan membangun kerjasama yang saling menguntungkan dengan mereka adalah salah satu elemen penting dari kegiatan pemasaran digital.⁹⁸

3. Dampak Era Digital

Dalam perkembangan teknologi digital ini tentu banyak dampak yang dirasakan dalam era digital ini, baik dampak positif maupun dampak negatifnya.

Dampak positif era digital antara lain:

- a. Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya.
- b. Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorientasi pada teknologi digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan kita.

⁹⁸Ryan Kristo Muljono, *Digital Marketing Concept*, n.d.

- c. Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
- d. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.
- e. Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan online, media pembelajaran online, diskusi online yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan.
- f. Munculnya e-bisnis seperti toko online yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.⁹⁹

Dampak negatif era digital antara lain:

Adapun dampak negatif era digital yang harus diantisipasi dan dicari solusinya untuk menghindari kerugian atau bahaya, antara lain:

- a. Ancaman pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) karena akses data yang mudah dan menyebabkan orang plagiatis akan melakukan kecurangan.
- b. Ancaman terjadinya pikiran pintas dimana anak-anak seperti terlatih untuk berpikir pendek dan kurang konsentrasi.
- c. Ancaman penyalahgunaan pengetahuan untuk melakukan tindak pidana seperti menerobos sistem perbankan, dan lain-lain (menurunnya moralitas).
- d. Tidak mengaktifkan teknologi informasi sebagai media atau sarana belajar, misalnya seperti selain men-download e-book, tetapi juga mencetaknya, tidak hanya mengunjungi perpustakaan digital, tetapi juga masih mengunjungi gedung perpustakaan, dan lain-lain.¹⁰⁰

⁹⁹W. Setiawan, "Era Digital Dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan", 2017, p. 1-9,.

¹⁰⁰Ibid.

4. Tantangan di Era Digital

Dunia digital tidak hanya menawarkan peluang dan manfaat besar bagi publik dan kepentingan bisnis. Namun juga memberikan tantangan terhadap segala bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam kehidupan. Penggunaan bermacam teknologi memang sangat memudahkan kehidupan, namun gaya hidup digital pun akan makin bergantung pada penggunaan ponsel dan komputer. Dalam bidang teknologi informasi sendiri, tantangan nyata pada era digital semakin kompleks karena berbagai bidang kehidupan membawa pengaruh-pengaruh yang bisa membuat perubahan di setiap sisi. Teknologi informasi merupakan bidang pengelolaan teknologi dan mencakup berbagai bidang (tetapi tidak terbatas) seperti proses, perangkat lunak komputer, sistem informasi, perangkat keras komputer, bahasa program, dan data konstruksi. Setiap data, informasi atau pengetahuan yang dirasakan dalam format visual apapun, melalui setiap mekanisme distribusi multimedia, dianggap bagian dari teknologi informasi. Teknologi informasi memfasilitasi bisnis dalam empat set layanan inti untuk membantu menjalankan strategi bisnis: proses bisnis otomatisasi, memberikan informasi, menghubungkan dengan pelanggan, dan alat-alat produktivitas. Tantangan dalam bidang teknologi informasi sangat banyak seperti memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.¹⁰¹

Teknologi Digital yang saat ini berkembang sangat pesat juga sangat berperan dalam kegiatan promosi atau pemasaran barang/jasa. Maka disini penulis akan membahas sedikit tentang peran dari digital dalam bidang promosi atau pemasaran (*Digital Marketing*).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* adalah pemasaran yang memiliki lingkup yang lebih luas karena di dukung oleh kecanggihan teknoli yang ada pada saat

¹⁰¹Ibid.

ini, sehingga memudahkan komunikasi antara konsumen dan produsen.

I. Ekonomi Islam

1. Definisi Ekonomi Islam

Kegiatan perekonomian manusia juga diatur dalam Islam dengan prinsip ilahiyah, harta yang ada pada manusia hakekatnya bukan miliknya, melainkan hanya titipan dari Allah SWT agar dimanfaatkan sebaik-baiknya demi kepentingan umat manusia yang pada akhirnya semua akan kembali kepada Allah SWT untuk dipertanggungjawabkan.¹⁰²

Menurut S.M. Hasanuzzaman Ilmu ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi ajaran-ajaran dan aturan-aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam pencarian dan pengeluaran sumber-sumber daya, guna memberikan kepuasan bagi manusia dan memungkinkan mereka melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka terhadap Allah dan masyarakat.

Menurut M.A. Mannan Ilmu ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari permasalahan ekonomi dari orang-orang memiliki nilai-nilai Islam.¹⁰³

Dari definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa ilmu ekonomi islam adalah ilmu yang mempelajari permasalahan ekonomi rumah tangga berdasarkan nilai-nilai islam.

2. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan teori ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan ekonomi Islam itu sendiri, yaitu segala aturan yang diturunkan Allah SWT. Dalam sistem Islam mengarah pada tercapainya kebaikan, kesejahteraan, keutamaan, serta menghapuskan kejahatan, kesengsaraan, dan kerugian pada seluruh ciptaan-Nya. Demikian pula dalam hal ekonomi, tujuannya adalah membantu manusia mencapai kemenangan di dunia dan di akhirat. Seorang fuqaha asal Mesir bernama Muhammad Abu Zahrah mengatakan ada tiga sasaran hukum Islam yang

¹⁰²M.Ag Dr. Itang, *Teori Ekonomi Islam*, ed. Nur M. Arifin (Jakarta: Laksita Indonesia, 2015), hlm 5.

¹⁰³Ibid., hlm 6.

menunjukkan bahwa Islam diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia, yaitu:

- a. Penyucian jiwa agar setiap muslim bisa menjadi sumber kebaikan bagi masyarakat dan lingkungannya;
- b. Tegaknya keadilan dalam masyarakat. Keadilan yang dimaksud mencakup aspek kehidupan di bidang hukum dan muamalah;
- c. Tercapainya masalahah (merupakan puncaknya). Para ulama menyepakati bahwa masalahah yang menjadi puncak sasaran di atas mencakup lima jaminan dasar:
 1. keselamatan keyakinan agama (*al din*);
 2. keselamatan jiwa (*al nafs*);
 3. keselamatan akal (*al aql*);
 4. keselamatan keluarga dan keturunan (*al nasl*);
 5. keselamatan harta benda (*al mal*).¹⁰⁴

Dari definisi dan tujuan dari ekonomi islam yang di paparkan diatas, Ilmu ekonomi islam juga mengatur tentang segala bentuk perdagangan, pada zaman Rasulullah SAW rahasia keberhasilan perdagangan beliau adalah dengan menerapkan sikap jujur dan adil kepada para pelanggannya.

Dalam bahasa Arab, jujur merupakan terjemahan dari kata *shiddiq* yang artinya benar, dapat dipercaya. Dengan kata lain, jujur adalah perkataan dan perbuatan sesuai dengan kebenaran. Jujur adalah lawan kata dari *kidzb* (bohong atau dusta). Dengan demikian, jujur berarti keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada.¹⁰⁵

Al-Qur'an memerintahkan kepada manusia untuk jujur, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis syariah. Jika penipuan dan tipu daya dikutuk dan dilarang, maka kejujuran tidak hanya diperintahkan, tetapi dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak. Sikap jujur akan terlihat dalam kemampuan dalam menjalankan amanah-amanah yang diberikan. Orang yang

¹⁰⁴Ibid., hlm 8.

¹⁰⁵Versi Alqur An, "Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan" Muhammad Nizar :: 309", Vol. 2 No. November (2017), p. 309–320..

jujur sudah pasti amanah dalam setiap kepercayaan yang diberikan kepadanya. Al-Quran dengan tegas melarang ketidakjujuran itu.

Hal tersebut bisa dilihat dalam Firman Allah Swt. ,QS Al-Anfal (8): 27 yang berbunyi:

﴿يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَخُوْنُوْا اٰمَنَتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.*¹⁰⁶

Dari ayat diatas sudah sangat jelas, bahwa Allah SWT sangat melarang manusia-manusia yang ada dimuka bumi ini untuk berkhianat kepada Allah swt dan Rasul nya. Untuk diterapkan pada kehidupan sehari-hari terutama dalam kegiatan bisnis atau perdagangan, maka di tekankan juga untuk para pelaku usaha tidak mengkhianati konsumen, serta berlaku tidak jujur.

Selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli. Sehingga sikap adil antara pedagang dan pembeli juga ikut serta dalam kegiatan jual beli, pembeli mendapatkan barang yang sesuai dengan keinginannya, dan penjual mendapatkan hasil berupa uang dari barang dagang nya.

3. Praktek Ketidakjujuran dalam Transaksi Perdagangan

Beberapa kecurangan dalam transaksi perdagangan terjadi dalam pasar. Kecurangan-kecurangan dalam transaksi perdagangan itu dapat dilihat dari fenomena berikut ini

¹⁰⁶ Departemen Agama RI, *Op.Cit.* 180.

- a. Kecurangan di bidang berat timbangan seperti penjualan gula dengan berat 1 kg, padahal berat sebenarnya hanya 800 atau 900 gram.
- b. Kecurangan di bidang ukuran seperti penjualan kain sepanjang 1 meter ternyata hanya 90 cm.
- c. Ada di antara pedagang yang memiliki dua timbangan atau lebih. Satu timbangan yang benar dipakai saat ia kulakan, sedang yang satu timbangan yang tidak benar dipakai saat menjual.¹⁰⁷

Allah Swt. telah menyatakan dalam Al-qur'an bahwa orang-orang yang melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang akan mendapatkan kebinasaan karena dianggap sebagai orang yang melupakan hari pembalasan, karena pada saat itu semua manusia menghadap Allah untuk mempertanggungjawabkan setiap perbuatannya.¹⁰⁸

¹⁰⁷Versi Alqur An, *Loc.Cit.*

¹⁰⁸Ibid.

DAFTAR RUJUKAN

- A Buchari .2018. “Peran Ekonomi Kreatif Pada Petani Jagung”., 2018.
- Abidin Achmad, Zainal et al. “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 10 no. 1 (2020), p. 17–31.
- Afandi, Pandi. *Manajemen Suber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing, 2018.
- Ali Sadikin, Dkk. *Pengantar Manajemen Dan Bisnis* Edited by M.Ag. Dr. Sardimi. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Almasri, M Nazar. “Manajemen Sumber Daya Manusia, Implementasi Dalam Pendidikan Islam”. *European Journal of Immunology*. Vol. 43 no. 10 (2013), p. 2783–2783.
- An, Versi Alqur. “Muhammad Nizar :: 309”. Vol. 2 no. November (2017), p. 309–320.
- Aysa, Imma Rokhmatul. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era Digital; Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang”. *Jurnal At Tamwil*. Vol. 2 no. 2 (2020), p. 121–138.
- Azizah, Siti Nur. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)”. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*. Vol. 17 no. 2 (2017), p. 63–78.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran Dan Terjemah*. Bandung: Syaamil Quran, n.d.
- Devi, Winda et al. “Pengembangan Media Pembelajaran Memahami Cerita Fantasi Berbasis Power Point Untuk Siswa Smp”. *Karangan: Jurnal Bidang Kependidikan, Pembelajaran, Dan Pengembangan*. Vol. 3 no. 2 (2021), p. 73–78.
- Dewi, Ernita et al. “Jurnal Kajian Ekonomi, Januari 2013, Vol. I, No. 02 Analisis Pertumbuhan Ekonomi, Investasi, Dan Konsumsi Di Indonesia Oleh : Dewi Ernita, Syamsul Amar ,Efrizal Syofyan”. *Jurnal Kajian Ekonomi*. Vol. I no. 02 (2013), p. 176–193.
- Dr. Cuk Jaka Purwanggono. *Buku Ajar Pengantar Manajemen Disusun Oleh :*, n.d.
- Dr. Fitri Wulandari M.Si. *Manajemen Sumber Daya Manusia Pertama*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara bekerja sama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2020.
- Dr. Itang, M.Ag. *Teori Ekonomi Islam* Edited by Nur M. Arifin.

- Jakarta: Laksita Indonesia, 2015.
- Engel. “Dasar-Dasar Manajemen”. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents.*, 2014.
- Eri Susan, 2019:1. “Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1”. *Jurnal Manajemen Pendidikan.*, no. 2 (2019), p. 952–962.
- Fadilah, Akmal et al. “Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitas Pihak Eksternal Dan Potensi Internal”. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.* Vol. 2 no. 4 (2021), p. 892–896
- Gilarso, T. “Ekonomi 5.Pdf”. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro.*, 2004.
- Goffar, Abdul. “Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam”. Vol. 7 no. 1 (2020), p. 77–87.
- H Hasan Aedy. *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam.* Bandung: Alfabeta, cv, 2011.
- Hartomo, Deny Dwi. “Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Industri Kreatif”., 2013, 225–236.
- Imma Rokhmatul. “Digital Marketing”., 2002, 1–64.
- Irfanudin, Ahmad Maulana et al. “Pelatihan Digital Marketing Untuk Pengembangan Sumber Daya Manusia”. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana.* Vol. 2 no. 1 (2019), p. 19.
- Irvan, Muhammad. “Fase Pengembangan Konsep Produk Dalam Kegiatan Perancangan Dan Pengembangan Produk”. *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta.* Vol. 4 no. 3 (2011), p. 261–274.
- Ismawati, and Mochhammad Anshori Isa. “Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Upaya Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Strategi”. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen.* Vol. 1 no. 1 (2021), p. 56–62.
- Kamus Istilah Pengembangan Wilayah* (1st ed.). Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2016.
- Kemenparekraf. *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*, 2020.
- Khasinah, Siti. “Hakikat Manusia Menurut Pandangan Islam Dan Barat”. *Jurnal Ilmiah Didaktika.* Vol. 13 no. 2 (2013), p. 296–317.
- Makmur, Mohamad Tomtom, and Suprayoga Hadi. “Strategi Pemulihan Perekonomian Terdampak Covid-19 Melalui Perencanaan Pembangunan Sumber Daya Manusia Unggul Berbasis Industri 4.0”. *Majalah Media Perencana.* Vol. 1 no. 1 (2020), p. 117–126.
- Maleha, Nova Yanti. “Manajemen Bisnis Dalam Islam”. *Economica Sharia.* Vol. 1 no. 2 (2016), p. 43–54.
- Manusia, Sumber Daya. “Peningkatan Daya Saing Sumber Daya

- Manusia Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0". Vol. 0 (n.d.), p. 179–185.
- Maulidiyah, Ratna. "Pengaruh Modal, Sumber Daya Manusia, E-Commerce, Dan Standarisasi Produk Terhadap Daya Saing". Vol. 9 no. 2 (2020), p. 358–368.
- Mayasari, Nur. "Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo". *Journal of Islamic Management and Bussines*. Vol. 2 no. 1 (2019), p. 9–22.
- Mellita, Dina, and Deni Erlansyah. "Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban Di Kota Palembang". *Prosiding Economic Globalization Trend & Risk Developing Country.*, 2014, 1–13.
- Miftahus Surur. "Teori Produksi Imam Al-Ghazali & Ibnu Khaldun Perspektif Maqashid Al-Syari'ah". *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*. Vol. 5 no. 1 (2021), p. 12–23.
- Moh. Abdul Mukhyi, Hadir Hudiyanto. *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Pertama*, C. Jakarta: Gunadarma, 1996.
- Muhammad, R Lufky. "Analisis Kinerja Pamong Belajar Di Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Kota Cimahi Analysis Of Learning Tutors Performance At Cimahi City Community Learning Centers (SKB)". Vol. 1 no. 2 (2017), p. 65–87.
- Muljono, Ryan Kristo. *Digital Marketing Concept*, n.d.
- Prahara, Rahma Sandi, and Akhmad Sobrun Jamil. "Konsep Pembelajaran Ekonomi Berbasis Ekonomi Kreatif". *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*. Vol. 1 no. 1 (2018), p. 7–18.
- Putri, Nurul Elisa. "Strategi Pengembangan Produk Pada Fashion Busana Muslimah Perspektif Islam Di Yogyakarta"., 2019, 1–19.
- Razak, Ismail. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap". *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol. 7 no. 2 (2019), p. 7–8.
- Robbins, S. P. "Manajemen Sumber Daya Manusia Eri Susan 1". *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 9 no. 2 (2019), p. 952–962.
- Sari, Annisa Ratna. "Ekonomi Kreatif : Konsep, Peluang, Dan Cara Memulai". *Intruksi Presiden No 6 Tahun 2009*. Vol. 5 no. 9 (2012), p. 113.
- Sari, Novita. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi". *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Vol. 2 no. 1 (2018), p. 51–60.
- Satya, Venti Eka. "Pancasila Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0". *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*. Vol. X no. 09 (2018), p. 19.

- Setiawan, W. "Era Digital Dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan". *Seminar Nasional Pendidikan.*, 2017, 1–9.
- Sholihin, M. R. et al. "Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia". *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.*, 2018, 149–160.
- Sinambela, Prof. Dr. Lijan Poltak. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Membangun Tim Kerja Yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja* Edited by Damayanti Restu Suryani نُبَيْشِبْ Suryani, R. Vol. قَفْتَقْ ث. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016.
- Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* B: Alfabeta, cv, 2013.
- Sujanta, Patricia. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Mitra Mandiri Sejahtera Bersama"., no. December (2019)
- Sulaksono, Juli. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri". *Generation Journal.* Vol. 4 no. 1 (2020), p. 41–47.
- Syauqi, Ahmad Thariq. "Startup Sebagai Digitalisasi Ekonomi Dan Dampaknya Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia". *Department of Electrical Engineering and Information Technology.*, 2016, 1–4.
- Yanuar, Muhammad Rizki. Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku Umkm Terhadap Digitalisasi Dalam Bidang Pemasaran (studi kasus: usaha mikro kecil dan menengah di kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2018, 6.2. "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan UMKM Di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi". *Birokrasi Pancasila : Jurnal Pemerintahan, Pembangunan, Dan Inovasi Daerah.* Vol. 2 no. 1 (2020), p. 39–48.
- Yuli Rahmini Suci. "Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah". *UU No. 20 Tahun 2008.*, no. 1 (2008), p. 1–31.

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Yang Diajukan Untuk Melengkapi Sumber Data
 Dari Penelitian Yang Berjudul **“Pengaruh Manajemen Sumber
 Daya Manusia Terhadap Pengembangan Produk UMKM
 Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi
 Islam”**.

(Studi Kasus : UMKM As-Syafa Batik Tulis Lampung)

No	Rumusan Masalah	Pertanyaan	Dasar Teori	
		1. Bagaimana sejarah berdirinya UMKM Assyafa Batik Lampung ?		
1	Bagaimana pengaruh manajemen sumber daya manusia terhadap pengembangan produk UMKM ekonomi kreatif di era digital ?	2. Apakah karyawan yang bekerja di UMKM Assyafa Batik sudah sesuai dengan keahliannya ?	Indikator manajemen sumber daya manusia menurut Afandi	Tugas kerja yaitu rincian kegiatan yang harus dijalankan oleh karyawan
		3. Apakah karyawan yang bekerja di		Kualitas kerja yaitu hasil kerja yang terstandar dan sesuai

		UMKM Assyafa Batik sudah menghasilkan produk yang sesuai dengan ketentuan yang ada di UMKM Assyafa ?		dengan yang diinginkan
		4. Apakah produk batik yang dihasilkan sesuai dengan target yang telah ditentukan di UMKM As-Syafa ?		Kuantitas, yaitu jumlah hasil dari produksi kerja karyawan. Ketepatan waktu, yaitu hasil produksi kerja karyawan.
		5. Apakah biaya yang digunakan untuk		Efektifitas biaya, yaitu menggunakan biaya yang tepat dan efisien.

		<p>proses produksi batik sesuai dengan dana yang telah dianggarkan?</p>		
		<p>6. Siapa dan dimana target pasar UMKM As-Syafa untuk memasarkan produk batiknya ?</p>	<p>Indikator keberlangsungan ekonomi kreatif menurut Hartomo dan Cahyadin</p>	<p>Pasar dan Pemasaran, Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Dan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan</p>

				dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.
		7. Apakah pengelola UMKM As-Syafa juga mencari bantuan dana dari pihak lain untuk keberlangsungan usaha ? (selain dana pribadi).		Manajemen dan Keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan

				sustainability (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.
		8. Apakah UMKM As-Syafa batik memiliki kemitraan kerja dengan usaha lain ?		Kemitraan Usaha adalah kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, saling menguntungkan, dalam hal ini merupakan suatu landasan sebagai pengembangan usaha.
		9. Apasaja situs online	Indikator <i>digital marketing</i>	Website, Optimasi Mesin Pencari,

		yang digunakan oleh UMKM As-Syafa dalam penjualan hasil produksinya ?	menurut Ryan Kristo Muljono	Periklanan berbasis klik pencarian berbayar, Pemasaran afiliasi dan kemitraan, Hubungan Masyarakat Online , Media Sosial , E-mail pemasaran, Hubungan konsumen.
2	Bagaimana pengaruh manajemen sumber daya manusia terhadap pengembangan produk UMKM Ekonomi kreatif di era digital ditinjau dari perspektif ekonomi islam ?	10. Apakah dalam kegiatan penjualan (khususnya <i>online</i>) produk batik UMKM As-Syafa menerapkan prinsip amanah, jujur, dan adil ?	Q.S Al- Anfal (8) : ayat 27.	
		11. Apakah karyawan yang bekerja di UMKM	Manusia dalam pandangan islam menurut teori	Manusia sebagai khalifah Allah merupakan anugrah dari Allah kemudian

		As-Syafa sudah memiliki sikap tanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan ?	Desmita	manusia diberikan beban untuk menjalankan fungsi khalifah tersebut sebagai amanah yang harus dipertanggung jawabkan.
--	--	--	---------	--



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

Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

Nomor : 165 /Un.16/DE/PP.00.9/05/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Eks
Perihal : Permohonan Izin Riset

Bandar Lampung, 18 Mei 2022

Kepada Yth,
Owner UKM As-Syafa Batik Tulis Lampung
Di -
Bandar Lampung

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM : Tri Merdawati / 1851010415
Jurusan / Semester : Ekonomi Syariah / VIII (delapan)
Judul Skripsi : Pengaruh Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Produk UMKM Ekonomi Kreatif Di Era Digital Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam
Lokasi Penelitian : UKM As-Syafa Batik Tulis Lampung
Penanggungjawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Bapak/Ibu bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dr. Tulus Suryanto, SE, M.M, Akt, CA
NIP.19700926 200801 1 008









KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Dendro Suratman, Sukarame 1, Bandar Lampung 35131
Telp.(0721) 780687-74321 Fax. 780422 Website: www.iainradenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-1395 / Un.16 / P1 /KT/VII / 2022

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Artikel Ilmiah Dengan Judul:

PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM
PENGEMBANGAN PRODUK UMKM EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Pada UMKM Assyafa Batik Tulis Lampung Kelurahan Pinang
Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung)

KARYA :

NAMA	NPM	FAK/ PRODI
TRI MERDAWATI	1851010415	FEBI/ ES

Bebas plagiasi sesuai dengan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan sebesar 11 %. Dan dinyatakan **lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 15 Juli 2022
Kepala Pusat Perpustakaan



Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I
NIP.197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyerahan di Pusat Perpustakaan

PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN PRODUK UMKM EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

by Tri Merdawati

Submission date: 15-jul-2022 01:50PM (UTC+0700)

Submission ID: 1870778128

File name: BAB_1_4_5_1.docx (110.95K)

Word count: 7054

Character count: 45348

PERAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN PRODUK UMKM EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	6%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	2%
3	ejournal.iai-tribakti.ac.id Internet Source	<1%
4	docplayer.info Internet Source	<1%
5	journal.uniku.ac.id Internet Source	<1%
6	www.slideshare.net Internet Source	<1%
7	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
8	kememparekraf.go.id Internet Source	<1%
9	www.coursehero.com Internet Source	<1%
10	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%
11	docobook.com Internet Source	<1%
12	es.febi.radenintan.ac.id Internet Source	<1%

		<1 %
13	ikadbudi.uny.ac.id Internet Source	<1 %
14	ojs.pps-ibrahimy.ac.id Internet Source	<1 %
15	123dok.com Internet Source	<1 %
16	archive.org Internet Source	<1 %
17	nanopdf.com Internet Source	<1 %
18	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
19	etd.repository.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
20	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
21	pastimenang168.com Internet Source	<1 %
22	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
23	ejournal.kampusmelayu.ac.id Internet Source	<1 %
24	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 5 words