

**PENGARUH IMPLEMENTASI EKONOMI DIGITAL DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENDAPATAN
PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame
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 :

**AHMAD RIYANDI SAPUTRA
NPM : 1851010011
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH**



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

**PENGARUH IMPLEMENTASI EKONOMI DIGITAL DAN
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENDAPATAN
PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

(Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame
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 :

**AHMAD RIYANDI SAPUTRA
NPM : 1851010011**

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

**Pembimbing I : Dr. H. Nasruddin.,M.Ag.
Pembimbing II : Okta Supriyaningsih., M.E.Sy.**

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

ABSTRAK

Pertumbuhan dunia komersial berbasis *online* (internet) dikenal juga sebagai *e-commerce* berkembang sangat pesat. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, pola dan system pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Semakin berkembangnya teknologi dalam menjalankan usahanya pelaku bisnis juga harus menggali jiwa kewirausahaan agar dapat optimal dalam memajukan sektor ekonomi melalui UMKM. Meskipun didukung dengan fasilitas *E-commerce*, pelaku bisnis tetap memerlukan sesuatu yang inovatif dan kreatif. Peran wirausaha juga dianggap sangat penting dalam perkembangan UMKM karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik lagi. Tetapi kenyataan yang terjadi dilapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, masih terdapat permasalahan yang menimpa para pelaku bisnis, diantaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, modal usaha kecil, rendahnya jiwa kewirausahaan, dan layanan yang kurang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung Dalam perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang mana data tersebut diperoleh melalui bantuan instrument penelitian berupa kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Dan diperoleh sampel 70 responden yaitu para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kuliner di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Tahap selanjutnya, data kuisisioner dianalisis menggunakan regresi linear berganda yang sebelumnya telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji prasarat analisis, kemudian analisis uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara implementasi ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung oleh nilai koefisien 0,279 dengan nilai Sig 0,032 < 0,05, Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung oleh nilai koefisien serta nilai Sig 0,001

$< 0,05$, selanjutnya Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Pelaku UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Hal ini dapat diperkuat dan didukung Menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji (F) dengan hasil nilai F_{hitung} pada penelitian ini sebesar 102.220 serta nilai Sig $0,001 < 0,05$. Dalam perspektif ekonomi islam implementasi ekonomi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku UMKM makanan dan minuman dikecamatan sukarame sudah sesuai dengan prinsip islam. Dimana usaha dijalankan dengan kejujuran, bertanggung jawab dan kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk ibadah. Selain itu para pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran melalui media digital menawarkan produk yang sesuai dengan kualitasnya, menjaga sifat kemanusiaan dan tidak membedakan konsumen satu dengan yang lain

Kata kunci: Ekonomi Digital, Orientasi Kewirausahaan, Pendapatan dan Pelaku UMKM



ABSTRACT

The growth of the online-based commercial world (internet) also known as e-commerce is growing very rapidly. In line with the rapid development of technology, payment patterns and systems in economic transactions continue to change. The development of technology in running their business, business people must also explore the spirit of entrepreneurship in order to be optimal in advancing the economic sector through MSMEs. Even though it is supported by E-commerce facilities, business people still need something innovative and creative. The role of entrepreneurship is also considered very important in the development of MSMEs because it can encourage even better economic growth. However, the problems that occur in the field are not in accordance with what is expected, there are still problems that befall business people, including weak organizations, difficult income, small business capital, low entrepreneurial spirit, and poor services.

This study aims to determine the influence of Digital Economy Implementation and Entrepreneurship Orientation on the income of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Sukarame District, Bandar Lampung City, from an Islamic Economic perspective. This research uses a quantitative approach, the type of data used in this study is primary data where the data is obtained through the help of research instruments in the form of questionnaires. The sampling technique used is purposive sampling. And a sample of 70 respondents was obtained, namely micro, small and medium enterprises (MSMEs) culinary in Sukarame District, Bandar Lampung City. In the next stage, the questionnaire data was analyzed using multiple linear regressions that had previously met the validity test, reliability test and analysis prerequisite test, then t test analysis and F test.

Based on the calculation results, it was obtained that there was a positive and significant influence on the implementation of the digital economy on the income of food and beverage MSME actors in Sukarame District, Bandar Lampung City. This can be strengthened and supported by a calculated t value greater than the table t ($6.355 > 1.996$) with a Sig value of $0.032 < 0.05$, Entrepreneurship Orientation

has a positive and significant effect on the income of food and beverage MSME actors in Sukarame District, Bandar Lampung City < >. positive and significant to the income of food and beverage MSME actors in Sukarame District, Bandar Lampung City. This can be strengthened and supported Using multiple linear regression analysis and test (F) with the result of the calculated F value in this study of 102,220 and a Sig value of 0.001 < 0.05. In the perspective of the Islamic economy, the implementation of the digital economy and the orientation of entrepreneurship towards the income of food and beverage MSME actors is condemned by Sukarame is in accordance with Islamic principles where the business is carried out with honesty, responsibility and the activities carried out aim at worship. In addition, MSME players in marketing through digital media offer products that are in accordance with their quality, maintain humanitarian nature and do not discriminate against consumers from one another

Keywords: Digital Economy, Entrepreneurship Orientation, Income and MSME Actors





**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721)703286

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Riyandi Saputra
NPM : 1851010011
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)” adalah 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 pustaka. 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, Juli 2022

Penulis



Ahmad Riyandi Saputra

1851010011



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

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : PENGARUH IMPLEMENTASI EKONOMI
DIGITAL DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO
KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi
Pada UMKM Makanan dan Minuman di
Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)**

**Nama : Ahmad Riyandi Saputra
NPM : 1851010011
Jurusan /Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyah dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Dr. H. Nasruddin, M.Ag.
NIP. 195809341990031003**

Pembimbing II

**Okta Supriyaningsih, M.E.Sy.
NIP. 2013010919841028163**

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

**Dr. Erike Angraeni, M.Sy.,Sy.
NIP. 198308152006012009**







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

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, “Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam” (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung), disusun oleh Nama : Ahmad Riyandi Saputra, NPM. 1851010011, Program Studi Ekonomi Syari’ah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal : Selasa, 11 Oktober 2022

TIM MUNAQASYAH

Ketua : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I. (.....) 
Sekretaris : Is Susanto, M.E.Sy. (.....) 
Penguji I : Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak. (.....) 
Penguji II : Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy. (.....) 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Agus Supanto, S.E., M.M., Akt., CA
009262008011008

MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۚ

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”

(Surat At-Taubah: 105)



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil'alamin. Terucap syukur kepada Allah SWT yang utama dari segalanya. Cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikanku petunjuk, kekuasaan, kekuatan dalam diri ini, nikmat ilmu yang tak ada hentinya membuat diri ini selalu bersyukur. Atas karunianya serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan Baginda Nabi Muhammad Shallallahu A'laihi Wassalam.

Segala syukur alhamdulillah kuucapkan kepada-Mu Ya Rabb, karena telah memberikan kesempatan pada diri ini untuk hadir di tengah-tengah orang yang selalu memberikan do'a, semangat, dan keikhlasannya menemaniku dalam menjalankan kehidupan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya yang sederhana ini kupersembahkan untuk orang-orang tercinta dan tersayang:

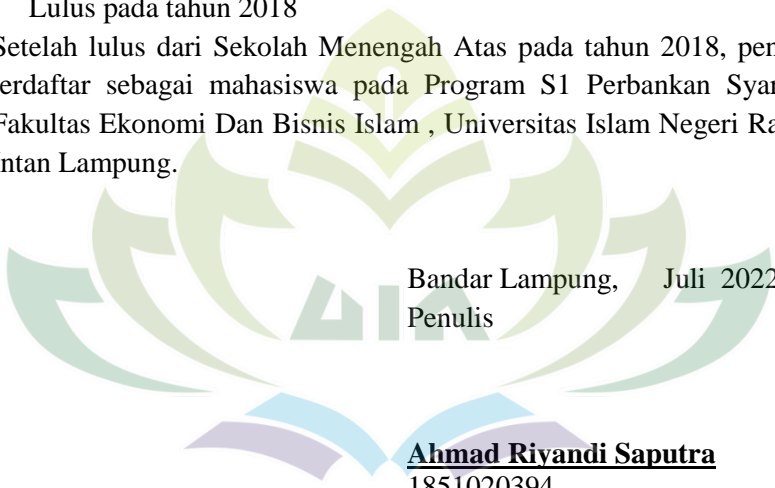
1. Untuk kedua orang tuaku yang sangat aku sayangi, Emakku Mas Ayuna dan Ayah Sutairi yang selama ini dengan segenap hatinya selalu mendo'akan, membesarkan, merawat, mendidik dan menjagaku serta memberikan kasih sayang sepenuhnya utukku. Terimakasih Emak dan Ayahku tercinta untuk segala pengorbanannya dan keringat yang selama ini terjatuh demi menyekolahkanku hingga sampai ke perguruan tinggi agar dapat menggapai cita citaku.
2. Untuk Keluarga besar yang teramat aku cintai dan sayangi yang selama ini sangat menyayangiku, memberikan motivasi, semangat, tenaga, yang juga menjadi pelengkap hidupku sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini
3. Untuk adikku Muhammad Alfahri yang juga selalu memberikan semangat untuk keberhasilanku

RIWAYAT HIDUP

Nama peneliti adalah Ahmad Riyandi Saputra, dilahirkan di Pekon Unggak Kec. Kelumbayan Kabupaten Tanggamus pada tanggal 12 April 2001. Peneliti merupakan anak Pertama dari pasangan Bapak Sutairi dan Ibu Mas Ayuna yang beralamat di Pekon Unggak kecamatan kelumbayan, Kabupaten Tanggamus. Berikut riwayat pendidikan peneliti:

1. SD Negeri 1 Pekon Unggak Kecamatan Kelumbayan Kabupaten Tanggamus. Lulus pada tahun 2012
2. SMP Negeri Kecamatan Kelumbayan Kabupaten Tanggamus. Lulus pada tahun 2015
3. SMA Negeri Kecamatan Kelumbayan Kabupaten Tanggamus. Lulus pada tahun 2018

Setelah lulus dari Sekolah Menengah Atas pada tahun 2018, penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Program S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam , Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



Bandar Lampung, Juli 2022
Penulis

Ahmad Riyandi Saputra
1851020394

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan yang maha Esa atas segala berkat limpahannya serta rahmat dan karunia nya lah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)”**. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, Keluarga, sahabat, serta pengikutnya yang senantiasa dinantikan syafaatnya di yaumul akhir kelak.

Dalam mengerjakan skripsi yang ditulis untuk melengkapi tugas tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E), penulis tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof, Dr, Tulus Suyanto M.M.A.kt.C.A sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraini, M.E.Sy. selaku Ketua Prodi Ekonomi syariah yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Muhammad Kurniawan, M.E.Sy. Selaku Sekretaris Jurusan yang telah membantu dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsinya.
4. Bapak Dr. H. Nasruddin, M.Ag., selaku pembimbing satu saya yang telah meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memotivasi hingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Okta Supriyaningsih, S.E.,M.E.Sy. selaku pembimbing dua saya yang telah banyak sekali meluangkan waktunya membantu dan memberi arahan dalam membimbing serta motivasi sehingga skripsi ini selesai.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi, ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Bapak dan Ibu pemilik UMKM kuliner di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung yang telah berkenan meluangkan waktunya dan membantu penulis mendapatkan informasi dalam melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman seperjuangan kelas A Ekonomi Syariah 18 khususnya yang telah berjuang bersama dari awal sampai akhir ini semoga kita semua bisa sukses bersama.
9. Sahabat ku Yoki Lorenza Ariska Putri, Yang selalu setia menemani saat proses penulisan skripsi ini, yang selalu ringan tangan untuk membantu, memberi support, memberi arahan dan saran.
10. Teman-teman KKN Kecamatan Way Kandis yang telah memberi banyak kenangan yang tidak akan terlupakan oleh penulis yang telah memberikan motivasi dan arahan.
11. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung Akhir kata jika penulis ada kesalahan dan kelalaian dalam penulisan skripsi ini mohon maaf dan kepada Allah mohon ampun serta perlindunganya. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, Juli 2022
Penulis

Ahmad Rivandi saputra
1851010011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
SURAT PERNYATAAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Batasan Masalah.....	10
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian.....	11
H. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
I. Sistematika Penulisan.....	15

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT).....	17
B. Pendapatan	19
1. Pengertian Pendapatan	19
2. Konsep Pendapatan	20
3. Sumber dan Jenis Pendapatan	21
4. Unsur-unsur Pendapatan.....	23

5. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	24
6. Indikator Pendapatan	27
7. Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam	29
C. Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	31
1. Pengertian UMKM	31
2. Peran dan Tujuan UMKM	32
3. Kriteria UMKM	34
4. Karakteristik UMKM	35
5. Kekuatan dan Kelemahan UMKM	36
6. UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam	37
D. Orientasi Kewirausahaan	40
1. Pengertian Orientasi Kewirausahaan	40
2. Indikator Orientasi Kewirausahaan	42
3. Orientasi Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam	45
E. Kuliner	47
1. Pengertian Kuliner	47
2. Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam	48
F. Ekonomi Digital	50
1. Definisi Ekonomi Digital	50
2. Kekuatan dan Kelemahan Ekonomi Digital	53
3. Platform Ekonomi	55
4. E-commerce	55
5. E-money	57
6. Aplikasi Pembayaran Digital	58
7. Digital Marketing	59
8. Perkembangan Ekonomi Digital	60
9. E-commerce dalam Perspektif Ekonomi Islam	61
G. Pengajuan Hipotesis	63
H. Kerangka Berfikir	68

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	71
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	71
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data	72
D. Definisi Operasional Variabel	75

E. Instrumen Penelitian	76
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	77
G. Uji Prasarat Analisis.....	78
H. Uji Hipotesis	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....	83
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	83
a. Sejarah Kecamatan Sukarame	83
b. Struktur organisasi Kecamatan Sukarame	86
c. Visi dan Misi Kecamatan Sukarame.....	86
2. Karakteristik Responden.....	87
3. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	92
a. Variabel Ekonomi Digital (X1)	92
b. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2).....	93
c. Variabel Pendapatan (Y).....	94
B. Hasil Analisis	95
1. Hasil Uji Instrumen.....	95
a. Uji Validitas	95
b. Uji Reliabilitas	97
2. Uji Prasarat Analisis	98
a. Uji Normalitas.....	98
b. Uji Multikolinieritas	99
c. Uji Heterokedastisitas	101
3. Hasil Uji Hipotesis.....	103
a. Analisis regresi Linier Berganda	103
b. Uji Parsial (Uji t).....	105
c. Uji Signifikan (Uji f).....	107
d. Uji Koefisien Determinasi R^2	107
4. Pembahasan Hipotesis	108
a. Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung	108
b. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Makanan dan	

Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung	111
c. Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Perspektif Ekonomi Islam.....	113

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan	121
B. Rekomendasi.....	122

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah UMKM Kota Bandar Lampung.....	7
Tabel 1.3	Jumlah UMKM Kecamatan Sukarame.....	8
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	79
Tabel 4.1	Luas Wilayah Sukarame.....	89
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	93
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha	94
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Media Digital yang Digunakan.....	95
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Tentang Variabel mplementas Ekonom Dgtal	98
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Tentang Variabel Orentas Kewrausahaan	99
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Tentang Variabel Pendapatan Pelaku UMKM.....	99
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	101
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	102
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	104
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	105
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedaststas	106
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	107
Tabel 4.14	Hasil Uji t	109
Tabel 4.15	Hasil Uji F	112
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	113

DAFTAR GAMBAR

1.1 Grafik Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung 2015-2020	4
2.2. Grafik Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung 2015-2020	11
2.1. Gambar Struktur Teori UTAUT	21
2.2. Kerangka Berfikir	74
4.2. Gambar Struktur Organisasi Kecamatan Sukarame	92
4.3 Gambar Gambar Hasil Uji Heterokedastisitas.....	109



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan judul

Untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan pengertian dalam memahami arti judul yang dimaksud oleh penulis, maka judul skripsi ini dijelaskan dengan lugas. Adapun judul skripsi ini adalah “*Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Ekonomi Islam*”. (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung). Dalam upaya menghindari kesalahpahaman dalam memahami maksud dan tujuan judul skripsi ini maka perlu ditegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul sebagai berikut :

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Istilah pengaruh disebut juga dengan akibat asosiatif yaitu suatu penelitian yang mencari atau pertautan nilai antara satu variabel dengan variabel yang lain.¹
2. **Implementasi** merupakan tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang disusun secara matang dan terperinci².
3. **Ekonomi Digital** merupakan sebuah fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi, dimana fenomena tersebut mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa³.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: ALFABETA, 2016).

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, IV* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).

³ Ahmad Budi Setiawan, “Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai

4. **Orientasi Kewirausahaan** adalah sifat, watak, atau ciri, ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.⁴
5. **Pendapatan** merupakan hasil yang didapatkan melalui kegiatan suatu usaha yaitu kegiatan jual beli dengan melakukan transaksi antara penjual dan pembeli dengan adanya kesepakatan bersama.⁵
6. **Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)** berdasarkan undang-undang Republik Indonesia pasal 1 No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.⁶
7. **Ekonomi Islam adalah** pengetahuan dan aplikasi dari anjuran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya materil sehingga manusia puas dan tetap menjalankan perintah Allah serta mengikuti aturan masyarakat. Di sisi lain Yusuf Al-Qaradawi mendefinisikan ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Yakni bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana menurut syariat Allah.⁷

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas dapat disimpulkan bahwa judul penelitian ini adalah pengaruh implementasi ekonomi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap pendapata pelaku usaha mikro kecil dan

Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia,” Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi 9, no. 1 (2018): 61.

⁴ Dwi Novitasari, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Daya Saing” 2, no. 2 (2015): 165–78.

⁵ Khasan Setiaji and Ana Listia Fatuniah, “Pengaruh Modal, Lama Usaha Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi,” Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB) 6, no. 1 (2018): 1–14.

⁶ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM DI Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009).

⁷ Moh. Idil Ghufron and Inas Fahmiyah, “Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam,” Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah 3, no. 1 (2019): 133–48.

menengah (UMKM) perspektif ekonomi islam.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis dalam memilih dan menetapkan judul tersebut untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Secara objektif, UMKM merupakan salah satu sektor yang memiliki peran serta kontribusi yang besar terhadap pendapatan masyarakat dan negara. Di tengah kondisi pandemi saat ini sektor UMKM harus melakukan perubahan dari usaha *offline* menjadi usaha *online* dengan menggunakan ekonomi digital agar pelaku UMKM dapat berkembang dan mempertahankan usahanya.

2. Alasan Subjektif

Permasalahan yang dibahas dalam proposal ini sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis pelajari saat ini, yakni berhubungan dengan jurusan Ekonomi Syari'ah. Selain itu ketersediaan data-data dan lokasi yang mudah dijangkau serta bahan literatur yang dibutuhkan dalam penelitian ini cukup memadai sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

C. Latar Belakang

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing. Sementara itu, pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia yg paling menonjol ialah rendahnya tingkat produktivitas, nilai tambah, dan kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi

kontribusi dalam output nasional dikategorikan rendah.⁸

Dunia teknologi memang saat ini semakin tajam dalam perkembangannya. Sudah tidak perlu diragukan lagi setiap tahun perkembangan dari teknologi semakin mendunia. Berbicara mengenai teknologi mulai banyak digunakan masyarakat untuk dibutuhkan dalam sehari-hari. Dengan adanya teknologi dapat membuat perkembangan yang terus berkembang di berbagai jenis dan sektor dan terkhususnya pada bidang perekonomian. Dengan begitu tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan digital dapat berdampak pada sikap dan perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi ekonomu.⁹

Ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh perangkat elektronik dan diperdagangkan melalui perdagangan elektronik. Artinya bisnis ini mempunyai kaitan dengan produksi elektronik dan proses manajemen yang berhubungan dengan mitra yang dilakukan melalui transaksi internet ataupun teknologi *website*¹⁰.

Upaya peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini diperlukan oleh pelaku UMKM lokal untuk menghadapi persaingan usaha yang makin ketat. Sebab, pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi seluas-luasnya untuk mengembangkan usahanya sehingga mereka bisa cepat maju dan siap secara global. Selain itu, diperlukan adanya upaya untuk melindungi dan mengenalkan produk UMKM di pasar mancanegara sehingga produk lokal Indonesia bisa menjaga eksistensinya.¹¹

⁸ Wiwik Kusdaryani, "Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital Pada Era 4 . 0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Digital Literacy Training in The Era of 4 . 0 for Small Businesses to Increase Entrepreneurship Intention" 1, no. 4 (2020): 174–81.

⁹ Nugroho Sumarjiyanto Benedictus Maria and Tri Widayati, "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi," *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)* 6, no. 2 (2020): 234–39.

¹⁰ Arief Iman Santoso, Anungrah Irfan Ismail, and Emi Widiyanti, "Kesiapan UMKM Industri Kreatif Kota Surakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Digital (Digital Economy Ecosystem)," *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2017, 2017*, 272–77.

¹¹ Annura Minar Gaytri Qilla Aulia Suri, "Fakultas Teknik – Universitas

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik, baik layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan. Ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko *online* (baik itu *marketplaces* maupun *platform online*) yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia¹²

Semakin berkembangnya teknologi dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis juga harus menggali jiwa kewirausahaan agar dapat optimal dalam memajukan sektor ekonomi melalui UMKM. Meskipun didukung dengan fasilitas *E-commerce*, pelaku bisnis tetap memerlukan sesuatu yang inovatif dan kreatif. Peran wirausaha juga dianggap sangat penting dalam perkembangan UMKM karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih baik lagi. Tetapi kenyataan yang terjadi dilapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, masih terdapat permasalahan yang menimpa para pelaku bisnis, diantaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, modal usaha kecil, rendahnya jiwa kewirausahaan, kurangnya memperhatikan lingkungan dan layanan yang kurang baik.¹³

Pandemi covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. dampak negatif akibat wabah covid 19 ini menghambat pertumbuhan bisnis UMKM dimana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pameran atau promosi terhalang dengan adanya *physical distancing* dan adanya pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dampak perekonomian ini tidak hanya dirasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. Hal ini tentunya juga memiliki dampak yang signifikan terhadap pariwisata, sektor

Muria Kudus,” *Prosiding SNATIF Ke-6 Tahun 2019*, no. 2007 (2019): 96–101.

¹² Yanis Ulul Az’mi, “Perpajakan Di Era Ekonomi Digital : Indonesia, India Dan Inggris,” *Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi* 4, no. 2 (2019): 215–30.

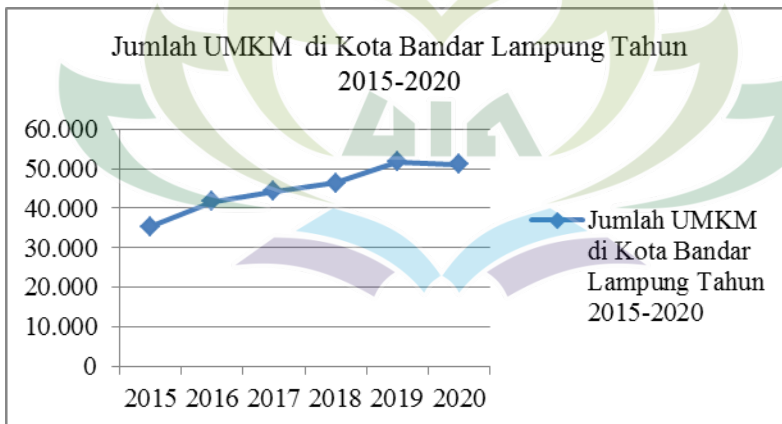
¹³ Zulia Khairani, Faizah Kamilah, and Efrita Soviyanti, “Potensi Kewirausahaan Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Daya Saing* 7, no. 1 (2021): 125–32.

perdagangan, industri termasuk pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). berikut bentuk tabel dan grafik jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung tahun 2015-2020.¹⁴

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung Tahun 2015 s/d 2020

Uraian	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Jumlah UMKM	5.374	41.687	44.232	46.324	51.709	51.019

Gambar 1.2
Grafik Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung Tahun 2015-2020



Dikota Bandar Lampung berdasarkan data dinas koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2020. Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai 2020. Tahun 2016 mengalami peningkatan. Pada tahun 2019, jumlah UMKM kota Bandar Lampung sebesar

¹⁴ Lili Marlina, "Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19," *Jurnal Ekonomi* 22, no. 2 (2020): 118–24.

51.709 meningkat sebesar 5.385 unit dari 46.324 pada tahun 2018. Namun pada tahun 2019 sampai tahun 2020 itu mengalami penurunan dari 51.709 unit terhitung menurun sebesar 690 unit UMKM di Kota Bandar Lampung.15

Gambar 1.3
Data UMKM Kecamatan Sukarame Tahun 2021

No.	JENIS USAHA	JUMLAH
1.	Usaha Mikro	1860
2.	Usaha Kecil	915
3.	Usaha Menengah	267
Total		3.042

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa terdapat sebanyak 1860 jumlah usaha mikro, 915 jumlah usaha kecil, 267 jumlah usaha menengah yang ada di kecamatan sukarame. Pada saat ini para pelaku usaha kuliner telah banyak menggunakan teknologi informasi sebagai bagian dari usaha mereka, dengan kehadiran media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp* dapat mempermudah pelaku usaha kuliner untuk mempromosikan hasil produksi mereka secara lebih luas yang menghemat waktu dan biaya, serta mempermudah produsen berinteraksi dengan konsumen secara langsung¹⁶

Pelaku usaha kecil menengah di bidang kuliner merupakan salah satu kelompok usaha yang dapat bertahan di tengah perubahan dan tidak mengenal masa serta tidak pernah mati, sehingga usaha ini pun selalu ada, di setiap tempat dan strata masyarakat. Makanan dan minuman masih menjadi kebutuhan pokok, dengan bentuk skala usaha besar maupun kecil. Dengan melihat kondisi dan kenyataan yang ada, maka usaha kuliner

¹⁵ Dinas Koperasi dan UKM “*Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP)*” diskop.ukm.bandarlampungkota.go.id.Tahun 2020”.

¹⁶ Adelina Velti Mokolensang et al., “Analisis Keuntungan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Usaha Kuliner Di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara” 17, no. sebanyak 30 (2021): 93–102.

merupakan usaha yang sangat menjanjikan dan akan memberikan keuntungan maksimal¹⁷.

Pendapatan seseorang dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh pada anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber dari pada hasil-hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian, harga per unit dari masing-masing faktor produksi¹⁸

Islam juga mengajarkan kita berbisnis Islami, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Al Jumu'ah Ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.(Q.S. Al Jumu'ah : 10)

Al-Syaukani menjelaskan makna ayat ini dengan mengatakan, apabila engkau telah selesai melaksanakan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi untuk perdagangan (*tijarat*) dan melakukan transaksi-transaksi lainnya, sesuai dengan apa yang engkau butuhkan untuk memenuhi urusan kehidupanmu.

¹⁷ Ani Rakhmanita, “Usaha Kuliner Berskala Mikro Dan Kecil Di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor: Kondisi Pasca Covid-19,” *Jurnal Perspektif* 19, no. 1 (2021): 41–47.

¹⁸ Arum Indraswari and Hendra Kusuma, “Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang,” *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE* 2, no. 1 (2018): 63–73.

Dan carilah karunia Allah dalam bentuk rizqi yang memang dikaruniakan Allah buat hambanya¹⁹

pelaku wirausaha dan khususnya seorang muslim yang akan memulai dan sedang melakukan usaha harus memegang prinsip-prinsip islami. Namun yang terjadi diluaran masih banyak ditemukan pelanggaran etika dalam melakukan kegiatan berwirausaha yang jauh dari nilai-nilai ke islaman. Banyaknya larangan yang dilanggar oleh wirausaha menimbulkan spekulasi pada pelaku wirausaha dalam hal ini adalah pengguna E-commerce terkait tentang penerapan etika bisnis islam²⁰

Tantangan UMKM ditengah masifnya ekonomi digital yang semakin pesat menuntun para UMKM melek teknologi informasi karena para pelaku UMKM yang menggunakan jasa internet atau memiliki website masih belum banyak dan familiar sehingga produk atau layanan UMKM yang dipasarkan terkadang belum dapat menjangkau pasar-pasar diluar daerah dan pelosok serta belum bisa bersaing dengan usaha besar lainnya yang sudah memiliki marketplace dan mudah mendapatkan pelanggan karena telah dikenal melalui layanan jasa internet yang tanpa batas dan bisa go-internasional.

Bandar Lampung yang menjadi pusat perdagangan industri atau jasa di provinsi lampung membuat penggunaan lahan menjadi semakin banyak namun persediaan lahan menjadi minim. Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kecamatan Sukarame saat ini yaitu penggunaan media sosial berbasis internet atau biasa dikenal dengan perdagangan online. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kecamatan Sukarame memproduksi produk mereka melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smarphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat

¹⁹ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012).

²⁰ Kartika Dwi Sara and Fitryani Fitryani, "Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Perspektif Islam," *Jurnal EMA* 5, no. 2 (2020): 66–77.

luas. Banyak di sosial media sekarang seperti yang sering kita lihat salah satunya pada aplikasi Facebook dimana tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain.

Digitalisasi UMKM sangat penting dilakukan, sebab perubahan perilaku konsumen pada era yang semakin modern dapat memberi peluang besar bagi pelaku UMKM. Berdasarkan hal yang telah dipaparkan tersebut penulis merasa tertarik untuk mengangkat judul “pengaruh Implimentasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar **Lampung**).

D. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini yaitu adanya faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM jiwa kewirausahaan, dan layanan yang kurang baik. Untuk memfokuskan penelitian, penulis perlu membuat batasan-batasan penelitian yaitu:

1. Objek penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung berdasarkan hal yang dibutuhkan oleh peneliti.
2. Data yang diperlukan sesuai dengan informasi dan narasumber terkait dan informasi dari studi literatur.
3. Metode penelitian yang dilakukan dalam bentuk metode kuantitatif.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung?

2. Apakah pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung?
3. Apakah pengaruh implmentasi ekonomi digitan dan orientasi kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM)di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh implementasi ekonomi digital terhaddap pendapatan pelaaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Way Halim Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam!
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Way Halim Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam!
3. Untuk menegtahui apakah pengaruh implmentasi ekonomi digitan dan orientasi kewirausahaan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Way Halim Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam!

G. Manfaat Penelitin

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan, pengalaman dan implmentasi bagi akademis dengan mengacu pada sumber teori-teori yang ada terutama pada ilmu ekonomi islam padda umumnya dan pada khususnya dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian pada massa yang akan datang

2. Secara praktis

Bagi penulis merupakan sebagai sarana untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

H. Kajian Pustaka

1. Penelitian ini dilakukan oleh Kartika Dwi Sara, Fitryana dengan judul penelitian “peran kewirausahaan dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif ekonomi islam” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran wirausaha melalui etika bisnis dan *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif islam (studi kota Surabaya). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan pada kasus yang terjadi. Pengumpulan data menggunakan wawancara semiterstruktur dan observasi langsung kepada obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan teknis analisis kualitatif explanatoris dengan menjelaskan hasil-hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat mayoritas yang mengetahui peranan etika bisnis islam untuk diterapkan dalam berwirausaha tetapi secara keseluruhan memiliki karakteristik wirausaha dan secara signifikan *e-commerce* yang digunakan telah sesuai dengan syariat islam di dunia perdagangan. Peranan wirausaha dan *e-commerce* sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.²¹
2. Penelitian ini dilakukan oleh Ridwansyah, Okta Supriyaningsih dan Dania Helin Amrina dengan judul penelitian “Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro

²¹ Kartika Dwi Sara and Fitryani Fitryani, “Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Islam,” Jurnal EMA 5, no. 2 (2020): 66–77.

dan Menengah (UMKM) Pada Era Covid-19 di Provinsi Lampung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak covid-19 terhadap UMKM khususnya di daerah provinsi lampung dan dampak kebijakan pemerintah melalui pembiayaan untuk keberlangsungan UMKM di Provinsi Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah UMKM di Kota Bandar Lampung dan Kabupaten Lampung Barat tidak melakukan pembiayaan kepada bank maupun lembaga keuangan lainnya, melainkan melakukan pembiayaan sendiri atau *self financing*. Hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi Bank, lembaga keuangan, Maupun pemerintah daerah setempat²².

3. Penelitian ini dilakukan oleh Nurul Amalia Sari dengan judul penelitian “pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di kota makasar”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan ekonomi digital dan factor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha UMKM di kota makasar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di kota makassar yang berjumlah 96 wirausaha sebagai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh ekonomi digital secara parsial yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di kota makasar. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung

²² Ridwansyah Ridwansyah, Okta Supriyaningsih, and Dania Helin Amrina, “Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Pada Era Covid-19 Di Provinsi Lampung,” *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 22, no. 2 (2021).

keberhasilan ekonomi digital.²³

4. Penelitian ini dilakukan oleh Ismah, Suhendri dan Wiwik Kusdaryani dengan judul penelitian “pengembangan UMKM melalui literasi digital pada era 4.0 untuk meningkatkan minat berwirausaha”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan UMKM melalui platform digital yang pelaksanaannya berbasis literasi digital agar terwujud Kelurahan kemijen yang edukatif dan kreatif. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan dalam bentuk kegiatan seminar kepada ibu-ibu PKK sebagai anggota Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kelurahan kemijen kota semarang untuk memahami cara mengembangkan UMKM dan mempromosikan produk di era digital secara *online*. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pengetahuan dan pemahaman anggota UMKM tentang bagaimana mengembangkan sikap mandiri dan kolaboratif serta cara menumbuhkembangkan minat berwirausaha.²⁴
5. Penelitian ini dilakukan oleh Kevin dan Ida Puspitowati dengan judul penelitian “pengaruh penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM kuliner di Grogol dan Mangga Besar, Jakarta Barat. Desain penelitian adalah kausal dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Data diproses dengan menggunakan program *Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja

²³ Nurul Amalia Sari, “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

²⁴ Kusdaryani, “Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital Pada Era 4 . 0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Digital Literacy Training in The Era of 4 . 0 for Small Businesses to Increase Entrepreneurship Intention.”

UMKM kuliner di Grogol dan Mangga Besar, Jakarta Barat.²⁵

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian yang berjudul Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perspektif Ekonomi Islam. (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung Disusun dalam bentuk berikut ini:

1. Bagian Awal

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan orisinitas, persetujuan, pengesahan, motto. Persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dandaftar lampiran.

2. Bagian Substansi (Inti)

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori yang berhubungan dengan variabel penelitian dan diambil dari beberapa kutipan (buku, jurnal, karya ilmiah lainnya, beserta Al-Qur'an dan Hadits) yang berupa pengertian,

²⁵ Kevin and Ida Puspitowati, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kevin," Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan 2, no. 3 (2020): 612–20.

tujuan, hikmah, syarat, faktor-faktor, indikator, dan lain sebagainya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasarat analisis, serta uji hipotesis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan gambaran mengenai deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti beserta rekomendasi.

3. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan langkah terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Model UTAUT disusun berdasarkan model-model penerimaan teknologi sebelumnya seperti *Theory of Reason Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Task-Technology Fit Theory*, dan terutama *Technology Acceptance Model (TAM)*. UTAUT bertujuan menjelaskan minat pengguna untuk menggunakan sistem informasi dan perilaku pengguna berikutnya.²⁶

Teori ini berpendapat bahwa empat faktor utama (ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi yang memfasilitasi) adalah penentu langsung niat penggunaan dan perilaku. Gender, umur, pengalaman, dan penggunaan sukarela digunakan untuk menengahi dampak empat faktor utama diatas terhadap minat penggunaan dan perilaku.²⁷ Teori ini dikembangkan melalui *review* dan *konsolidasi* dari delapan model penelitian sebelumnya yang digunakan untuk menjelaskan penggunaan sistem informasi. Adapun delapan model tersebut adalah teori tindakan beralasan, model teknologi penerimaan, model motivasi, teori perilaku yang direncanakan, sebuah teori gabungan dari perilaku yang direncanakan / penerimaan teknologi model, model pemanfaatan PC, teori difusi inovasi, dan teori kognitif sosial.²⁸

Teori penerimaan teknologi informasi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) mendasarkan pada teori perilaku penggunaan teknologi dan penerimaan teknologi. Keempat faktor mungkin saja tidak saling berpengaruh, namun

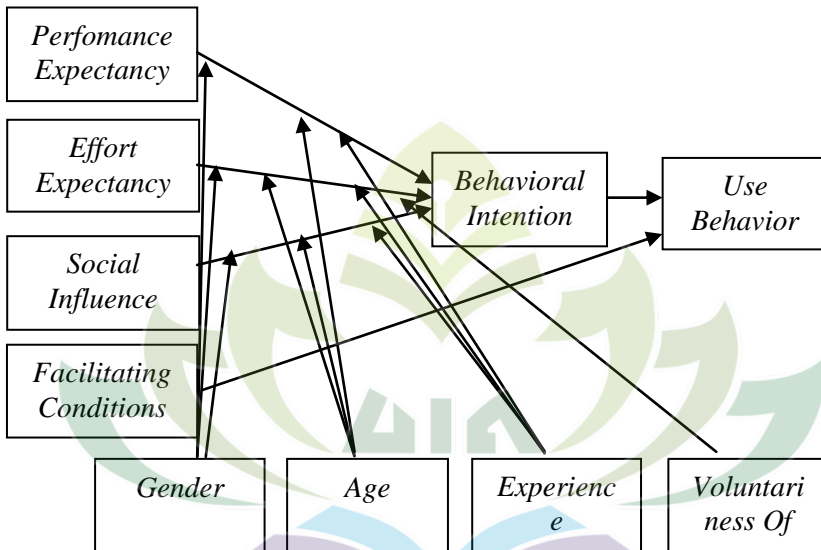
²⁶Viswanath Venkatesh, 'Adoption and Use of AI Tools: A Research Agenda Grounded in UTAUT', *Annals of Operations Research*, XI.Iv (2021), hal. 641-652.

²⁷*Ibid*, hal. 643.

²⁸*Ibid*, hal. 645.

setiap faktor mempunyai hubungan kausal. Model teori UTAUT digunakan sebagai alat analisis penggunaan fasilitas *voluntary of use* yang digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Model Teori Utama Penggunaan Dan Penerimaan
Teknologi Unified
Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)



Berdasarkan gambar 2.1 diketahui bahwa model UTAUT dibentuk oleh 10 elemen, yaitu *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja), *Social Influences* (Pengaruh Sosial), *Facilitating Conditions* (Kondisi – kondisi yang memfasilitasi), *Gender* (Jenis Kelamin), *Age* (umur), *Experience* (Pengalaman), *Voluntariness of Use*, *Behavioral Intention* (Minat pemanfaatan) dan *Use behavior* (Penggunaan). Terdapat elemen eksogen (mempengaruhi) dan endogen (dipengaruhi) yaitu *Use Behavior* dipengaruhi oleh *Behavioral Intention* dan *Facilitating Conditions*, dimana *Behavioral Intention* dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, dan *Social Influence*. Secara terinci

elemen diatas dapat dijabarkan sebagai berikut:²⁹

- a. *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja) atau harapan kinerja didefinisikan sebagai tindakan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau internet dan sistem akan membantu dia untuk mencapai keuntungan dalam kinerja.
- b. *Effort Expectancy / Ease of Use* (Ekspektasi Usaha) didefinisikan sebagai derajat kemudahan yang dikaitkan dalam penggunaan sistem.
- c. *Social Influences* (Pengaruh Sosial) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu memandang pentingnya faktor lingkungan kerjanya (dalam hal ini lingkup sosial) dalam penggunaan sistem baru.
- d. *Facilitating condition* (Kondisi yang Memfasilitasi) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa sebuah organisasi dan infrastruktur teknis yang ada untuk mendukung penggunaan sistem.
- e. *Behavior Intention* yaitu perilaku utama organisasi dalam penerimaan teknologi.

B. Pendapatan

1. Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap manusia di dunia ini, pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup suatu usaha. Kemampuan suatu usaha untuk sangat berpengaruh dengan seberapa besar pendapatan usaha tersebut diperoleh. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).³⁰ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.

²⁹Viswanath Venkatesh, 2021, 'Adoption and Use of AI Tools : A Research Agenda Grounded in UTAUT ', Annals of Operations Research, Vol. 9 No. 4, hal. 641–652.

³⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1998),h.185

Menurut Abdullah pendapatan dibagi menjadi dua yaitu pendapatan perorangan dibedakan atas pendapatan asli dan pendapatan turunan. Pendapatan asli adalah pendapatan yang diterima oleh setiap orang yang langsung turut serta dalam proses produksi barang. Sedangkan pendapatan turunan adalah pendapatan dari golongan penduduk lainnya yang tidak langsung turut serta dalam proses produksi.³¹

Pendapatan (*Income*) menurut Reksoprayitno merupakan total uang yang diterima seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa bunga dan laba, termasuk juga beragam tunjangan. John wild menjelaskan pendapatan menurut ilmu ekonomi sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.³²

Menurut Zaki Baridwan dalam buku *Intermediate Accounting*, pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utang (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha³³.

2. Konsep pendapatan

Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam sebuah perusahaan karena pendapatan akan menentukan maju mundurnya sebuah perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan karena menggunakan sumber yang ada dalam perusahaan dengan seefisien mungkin.

³¹ Georgi Mankiw, *Pengantar Ekonomi Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2000).h.133

³² Muchtar Sofyan, *Prinsip-Prinsip Ekonomi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014).h.21

³³ Zaki Baridwan, *Akuntansi Keuangan Intermediate:Masalah-Masalah Khusus Edisi I* (Yogyakarta: BPF, 2011).h.28

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.³⁴ Dengan kata lain pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Pendapatan adalah suatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa adanya pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau earnings. Pendapatan adalah hasil yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut penjualan, penghasilan jasa (*fees*), bunga *dividen*, *loyalty* dan sewa. Pendapatan selain itu juga dapat didefinisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atas jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor.³⁵

Konsep perhitungan pendapatan menurut Sukirno dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu :

- a. *Production approach* (pendekatan produksi), adalah menghitung seluruh nilai tambah produksi barang atau jasa yang dihasilkan dalam ukuran waktu tertentu.
- b. *Income approach* (pendekatan pendapatan), adalah menghitung seluruh nilai balas jasa yang diterima pemilik faktor produksi dalam ukuran waktu tertentu.
- c. *Expenditure approach* (pendekatan pengeluaran), adalah menghitung seluruh pengeluaran dalam kurun waktu tertentu³⁶

3. Sumber dan Jenis-Jenis Pendapatan

Pendapatan dapat timbul dari penjualan, proses produksi, pemberian jasa termasuk pengangkutan dan

³⁴ Huda Nurul, "Dkk. Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis" (Jakarta, 2008).h.21

³⁵ S Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2002).h.26

³⁶ Kadek Arifini and Made Dwi Setyadi Mustika, "Analisis Pendapatan Pengrajin Perak Di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung," *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 2, no. 6 (2013): 44616.

proses penyimpanan (*earning proces*). Dalam perusahaan dagang, pendapatan timbul dari penjualan barang dagang. Pada perusahaan jasa, pendapatan diperoleh dari penyerahan jasa kepada pihak lain. Sedangkan Pada perusahaan manufaktur, pendapatan diperoleh dari penjualan produk selesai.³⁷

Menurut Baridwan, sumber pendapatan dapat diketahui melalui beberapa aspek dimana dapat dijabarkan menjadi tiga sumber pendapatan, yaitu:³⁸

- 1) Pendapatan operasional, yaitu pendapatan yang berasal dari aktivitas utama perusahaan.
- 2) Pendapatan non operasional, yaitu pendapatan yang tidak terkait dengan aktivitas perusahaan.
- 3) Pendapatan luar biasa (*extra ordinary*), yaitu pendapatan yang tidak terduga dimana pendapatan ini tidak sering terjadi dan biasanya diharapkan tidak terulang lagi dimasa yang akan datang.

Adapun jenis – jenis pendapatan menurut Afzalur Rahman yang dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

- 1) Pendapatan Permanen

Pendapatan permanen, yaitu pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya. Pendapatan permanen dapat disebut juga pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kelayakan. Secara garis besar pendapatan permanen dibagi menjadi tiga golongan yakni:

- a) Gaji atau upah

Gaji atau upah merupakan imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam

³⁷ Mia M Aghogho, Lintje Kalangi, and Wulan D Kindangen, “Evaluasi Penerapan PSAK NO. 72 Atas Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Pada PT. Bitung Cemerlang,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 1 (2021).

³⁸ Ferry Christian Ham, Herman Karamoy, and Stanly Alexander, “Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado,” *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi* 13, no. 02 (2018).

waktu satu hari, satu minggu, atau satu bulan. Sedangkan dalam Islam upah merupakan sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada seorang pekerja atas jasanya sesuai perjanjian.

b) Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dari biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa capital milik sendiri dan semua biaya biasanya tidak diperhitungkan.

c) Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

2) Pendapatan Sementara

Pendapatan sementara merupakan pendapatan yang tidak dapat diperkirakan sebelumnya. Yang termasuk dalam kategori pendapatan ini adalah dana sumbangan, hibah dan lain sebagainya.³⁹

4. Unsur-Unsur Pendapatan

Didalam unsur-unsur pendapatan yang dimaksudkan adalah asal dari pada pendapatan itu diperoleh, dimana unsur-unsur tersebut meliputi :

- 1) Pendapatan hasil produksi barang atau jasa.
- 2) Imbalan yang diterima atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomis perusahaan oleh pihak lain.
- 3) Penjualan aktiva diluar barang dagangan merupakan unsure-unsur pendapatan lain-lain suatu pendapatan⁴⁰.

³⁹ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 2* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995).631

⁴⁰ Zaki Baridwan, "Akuntansi Keuangan Intermediate: Masalah-Masalah Khusus," *Yogyakarta: BPF*, 1985.28

5. Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) antara lain yaitu:

1) Permintaan

Permintaan menunjukkan jumlah produk yang diinginkan dan mampu dibeli konsumen pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, dan hal lain diasumsikan konstan. Hukum permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain di asumsikan konstan.⁴¹ Kurva permintaan mengisolasi hubungan antara harga dan jumlah yang diminta atas suatu barang, bila faktor lain yang dapat mempengaruhi permintaan tidak mengalami perubahan. Faktor lain yang bisa mempengaruhi permintaan antara lain pendapatan konsumen, harga barang yang berkaitan, ekspektasi konsumen, jumlah dan komposisi konsumen di pasar, dan selera konsumen.⁴²

2) Penawaran

Penawaran adalah hubungan antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan. Secara lebih spesifik, penawaran menunjukkan seberapa banyak produsen suatu barang mau dan mampu menawarkan ke periode pada berbagai kemungkinan tingkat harga, hal lain diasumsikan konstan.⁴³ Hukum penawaran menyatakan bahwa jumlah yang ditawarkan biasanya secara langsung berhubungan dengan harganya, hal lain diasumsikan konstan.

⁴¹ Nicholson, *Pendapatan Industri UMKM* (Jakarta: Framedia, 2011).96

⁴² *Ibid*, h.45

⁴³ *Ibid*, h.52

3) Tenaga Kerja

Tenaga kerja bukan saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian, akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Dari segi keahlian dan pendidikan tenaga kerja dibedakan menjadi 3 golongan, yaitu:⁴⁴

- a) Tenaga kerja kasar merupakan tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau rendah tingkat pendidikannya dan tidak memiliki keahlian dalam bidang pekerjaan.
- b) Tenaga kerja terampil merupakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja seperti montir mobil, tukang kayu, dan ahli memperbaiki TV dan radio.
- c) Tenaga kerja terdidik merupakan tenaga kerja yang memiliki pendidikan cukup dan ahli dalam bidang tertentu seperti dokter, akuntan, ahli ekonomi, dan insinyur.

4) Modal

Modal adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan suatu usaha perusahaan. Modal juga didapat dari dalam perusahaan atau penambahan dari pihak pemilik perusahaan dan juga pemilik lain. Modal juga merupakan segala sesuatu yang diberikan dan dialokasikan dalam suatu usaha. Kegiatan perekonomian dalam memproduksi memerlukan barang modal. Dalam perekonomian *primitif* sekalipun, barang modal diperlukan. *Modernisasi* perekonomian tidak akan berlaku tanpa barang modal yang kompleks dan sangat tinggi produktivitasnya⁴⁵

⁴⁴ Gesty Romaito Butarbutar, Any Widayatsari, and Nobel Aqualdo, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas Di Kota Tebing Tinggi" (Riau University, 2017),624

⁴⁵ Pandji Anoraga, 'Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro,(Yogyakarta: PT', Dwi Chandra Wacana, 2010),h.67

5) Lama Usaha

Lama usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkatkan pengetahuan tentang selera atau perilaku konsumen.⁴⁶

6) Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor penting yang dapat menunjang keberhasilan usaha. Prinsip dasar pemilihan lokasi usaha adalah tempat tersebut harus strategis. Tempat yang strategis tidak harus berada di lokasi yang ramai dengan aktivitas orang. Tempat yang sepi dan jauh dari keramaian terkadang disebut strategis untuk usaha tertentu dengan sasaran konsumen tertentu. Lokasi usaha sebaiknya tidak terletak di jalur cepat.⁴⁷

7) Pasar dan Pemasaran

Pasar adalah hal yang sangat dibutuhkan dalam menentukan tingkat nilai jual seperti produk pertanian dan peternakan. Namun pasar sebenarnya mengandung dua arti, arti fisik dan arti makna. Keduanya tetap sama, yaitu pertemuan antara pembeli dengan penjual atau lebih inti lagi pertemuan permintaan dan penawaran.⁴⁸ Upaya melihat suatu pengembangan pasar dimana dapat dipastikan dengan informasi yang

⁴⁶ Sadono Sukirno, "Pengantar Teori Makroekonomi, Edisi Dua Belas, PT," *Raja Grafindo Persada, Jakarta*, 2002.

⁴⁷ Yudhy Wicaksono, "Panduan Praktis Buka Usaha Dengan Modal Laptop," *Jakarta: Elex Media Komputindo*, 2010.32

⁴⁸ Rasyad, *UMKM Di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).18

kelas tentang pasar lebih lanjut “dimana permintaan pasar yang selalu memacu pada jumlah penjual, sedangkan jumlah konsumen biasanya diasumsikan banyak. Secara umum efek substitusi lebih besar dibanding dengan efek pendapatan”. Hal ini merupakan karakteristik permintaan suatu produk oleh seorang konsumen, dimana penjumlahan permintaan semua individu.

8) Teknologi

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi. Hal ini memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemanfaatan internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas. Disamping itu biaya transaksi juga bisa diturunkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TIK bagi UMKM menjadi penting dalam rangka peningkatan daya saing di pasar global.⁴⁹

6. Indikator Pendapatan

Becker menyatakan bahwa pendapatan sebagian dari keterampilan, pengetahuan, dan pelatihan yang dimiliki seseorang, termasuk akumulasi investasi meliputi aktivitas pendidikan, training dan lain-lain. Jacobsen menyatakan bahwa dengan meningkatnya pengalaman dan hari kerja akan meningkatkan permintaan dimasa yang akan datang.⁵⁰

⁴⁹ MIZAN ASNAWI and NOVITA ANGGRAINI, “Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner Terhadap UMKM Di Kota Pekanbaru,” *Al-Amwal* 8, no. 2 (2019): 111–25.

⁵⁰ David A. dkk Jacobsen, *Methods for Teaching* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).h.6

Menurut wetik jam kerja meliputi: lamanya seseorang mampu bekerja secara baik, hubungan antara waktu kerja dengan waktu istirahat, jam kerja sehari meliputi: pagi, siang, sore, malam. Lamanya seseorang mampu bekerja secara baik pada umumnya 6 sampai 8 jam, sisanya 16-18 jam digunakan untuk keluarga, masyarakat, untuk istirahat dan lain-lain. Jadi satu minggu seseorang bias bekerja biasanya tidak efisien. Akhirnya produktivitas akan menurun, serta cenderung timbul kelelahan yang tentunya akan berpengaruh dengan hasil pendapatan yang akan didapatkannya.

Menurut samuelson, indikator yang dapat memaksimumkan penerimaan pendapatan suatu usaha adalah⁵¹ :

1) Modal

Modal adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menjalankan suatu usaha perusahaan. Modal juga didapat dari dalam perusahaan atau penambahan dari pihak pemilik perusahaan dan juga pemilik lain. Modal juga merupakan segala sesuatu yang diberikan dan dialokasikan dalam suatu usaha. Kegiatan perekonomian dalam memproduksi memerlukan barang modal. Dalam perekonomian *primitif* sekalipun, barang modal diperlukan. *Modernisasi* perekonomian tidak akan berlaku tanpa barang modal yang kompleks dan sangat tinggi produktivitasnya

2) Tenaga Kerja

Tenaga kerja bukan saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian, akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Dari segi keahlian dan pendidikan tenaga kerja dibedakan menjadi 3 golongan, yaitu: tenaga kerja kasar, tenaga kerja terampil, dan tenaga

⁵¹ Paul A Samuelson and William D Nordhaus, "Ilmu Makro Ekonomi, Jakarta: PT," *Media Global Edukasi*, 2004.

kerja terdidik.⁵²

3) Lama Usaha

Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi peoduktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produktivitas produksi kecil dari pada poenjualan.

4) Jam Kerja Pengusaha

Analisis jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekieansi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapat.

7. Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Pendapatan dalam Islam adalah penghasilan yang diperoleh dari usaha yang halal, pendapatan akan membawa keberkahan dari Allah SWT. Harta yang didapat dari kegiatan yang tidak halal. Seperti mencuri korupsi dan perdagangan barang haram bukan hanya mendatangkan bencana atau siksa di dunia namun juga di siksa di akhirat kelak. Harta yang diperoleh secara halal akan membawa keberkahan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam (Q.S. An-Nahl Ayat 114):

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَلًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ

كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya : *“Makanlah sebagian apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai (rezeki) yang halal lagi baik dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya*

⁵² Gestry Romaito Butarbutar, Any Widayatsari, and Nobel Aqualdo, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas Di Kota Tebing Tinggi” (Riau University, 2017).624

menyembah kepada-Nya". (Qs. An-nahl:114)

Pendapatan masyarakat dalam islam adalah perolehan barang uang yang diterima atau dihasilkan oleh masyarakat berdasarkan aturan-aturan yang bersumber dari syari"at Islam. Pendapatan masyarakat yang merata, sebagai suatu sasaran merupakan masalah yang sulit dicapai, namun berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolak ukur berhasilnya pembangunan. Bekerja dalam membuat 30 seseorang memperoleh pendapatan atau upah atas pekerjaan yang dilakukannya. Setiap kepala keluarga mempunyai ketergantungan hidup erhadap pendapatan yang diterima untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai kebutuhan sandang, pangan, papan dan beragam kebutuhan lainnya.

Istilah pendapatan dan keuntungan adalah sinonim dengan istilah laba dalam bahasa Indonesia, provit dalam bahasa Inggris dan *ribh* dalam bahasa Arab. Menurut ulama Malikiyah pendapatan bersih atau laba dibagi menjadi 3 macam yaitu :⁵³

- 1) *Ar-Ribh At-Tijari* (laba usaha), *Ribh tijari* dapat diartikan sebagai pertambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil proses barter dan perjalanan bisnis. Dalam hal ini termasuk laba hakiki sebab laba itu muncul karena proses jual beli.
- 2) *Al-Ghallahi*, yaitu pertambahan pada barang dagangan sebelum penjualan.
- 3) *Al-Faidah*, yaitu pertambahan pada barang milik yang ditandai dengan perbedaan antara harga, waktu pembelian dan penjualan, yaitu sesuatu yang baru berkembang dari barang-barang yang dimiliki.

Islam sangat menganjurkan agar pedagang tidak

⁵³ Husein Syahatan, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam* (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, n.d.),h.160

berlebihan dalam mengambil laba. Kriteria-kriteria Islam secara umum yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batasan pengambilan keuntungan yaitu:⁵⁴

- 1) Kelayakan dalam penetapan laba Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba dengan menentukan batas laba ideal (yang pantas dan wajar) yang dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peranan uang dan pada gilirannya akan membawa pada penambahan laba.
- 2) Keseimbangan antara tingkat kesulitan dan laba Islam menghendaki adanya keseimbangan antara laba dengan tingkat resiko, maka semakin tinggi pula laba yang diinginkan pedagang.
- 3) Masa perputaran modal Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pelanggan atau seorang pengusaha, yaitu semakin panjang perputaran dan bertambahnya tingkat resiko maka semakin besar pula laba yang diinginkan, begitu pula sebaliknya.

C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian dari entitas tanpa akuntabilitas publik yang pada dasarnya membutuhkan sebuah laporan keuangan untuk dapat mengembangkan usahanya.⁵⁵ Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

⁵⁴ Ibid, h. 157

⁵⁵ Rias Tuti, "S, Patricia Febrina Dwijayanti. 2014," *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman UMKM Dalam Menyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP*. Surabaya: Fakultas Bisnis Dan Pascasarjana UKWMS, 2016.

Definisi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah :⁵⁶

a. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah usaha produktif untuk orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Usaha Kecil

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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini

c. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Peranan dan Tujuan UMKM

Peranan usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia pun memandang penting keberadaan para pelaku UMKM dalam hal memberikan pelatihan modal serta perhatian untuk masyarakat setempat guna meningkatkan pendapatan ataupun taraf hidup masyarakat.⁵⁷

⁵⁶ Ibrahiem Moussa, "Pencatatan Keuangan Menurut Pemahaman Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Surabaya" (STIE PERBANAS SURABAYA, 2017).

⁵⁷ Nasution Lafina Enty, *Pentingnya Pendidikan Dalam Kehidupan Manusia* (Binjai: Erlangga, 2014).10

Buktinya, UMKM bersama dengan koperasi memiliki wadah secara khusus di bawah Kementerian Koperasi dan UKM. Perhatian tinggi yang diberikan kepada para pelaku UMKM tersebut tidak lain sebagai wujud pemerintah dalam menyangga ekonomi rakyat kecil. Apalagi, UMKM mampu memberikan dampak secara langsung terhadap kehidupan masyarakat di sektor bawah. Setidaknya ada 3 peran UMKM yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kecil. Tiga peran tersebut antara lain:⁵⁸

- a. Sarana Mengentaskan Masyarakat dari Jurang Kemiskinan

Peran UMKM penting yang pertama adalah sarana mengentaskan masyarakat dari jurang kemiskinan, alasan utamanya adalah angka penyerapan tenaga kerja dikatakan masih sangat sulit didapatkan di negeri ini.

- b. Sarana untuk Meratakan Tingkat Perekonomian Rakyat Kecil

UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam pemerataan ekonomi masyarakat, berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki lokasi diberbagai tempat, termasuk daerah yang jauh dari jangkauan perkembangan zaman sekalipun. Keberadaan UMKM di 34 provinsi yang ada di Indonesia tersebut memperkecil jurang antara yang miskin dengan kaya. Selain itu, masyarakat kecil tak perlu berbondong pergi ke kota untuk memperoleh penghidupan yang layak.

- c. Memberikan Pemasukan Devisa bagi Negara

Peran UMKM berikutnya tidak kalah penting adalah memberikan pemasukan dalam bentuk devisa. Saat ini, UMKM Indonesia sudah sangat maju, pangsa pasarnya tidak hanya skala nasional tetapi internasional.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian

⁵⁸ *Ibid*, h.13

nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan UMKM memiliki asas-asas yaitu kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisien keadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, kesatuan ekonomi nasional.⁵⁹

3. Kriteria UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut :

1) Usaha Mikro

Usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memiliki kriteria yakni:

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2) Usaha Kecil

Usaha kecil yaitu 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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau 43

⁵⁹ Yayuk Sulistyowati, "Pencatatan Pelaporan Keuangan Ummk (Study Kasus Di Kota Malang)," *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 2 (2017): 49–55.

- b) 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).
- 3) Usaha Menengah

Usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁶⁰

4. Karakteristik UMKM

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variable pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan. Dalam buku Panji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kedangkala

⁶⁰ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2002).

pembukuan tidak di *up to date* sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.

- 2) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- 3) Modal terbatas.
- 4) Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- 5) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisien jangka panjang.
- 6) Kemampuan pemasaran dan negoisasi serta diverifikasi pasar sangat terbatas.
- 7) Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dan dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standard an harus transparan.⁶¹
- 8) Ketika menjual barang secara kredit, seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa orang untuk membayar ketika orang belum mampu untuk membayar dalam waktu yang sudah ditetapkan.

5. Kekuatan Dan Kelemahan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Kekuatan UMKM memiliki kekuatan diantaranya :
 - a) Mengembangkan kreativitas usaha baru dan sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
 - b) Melakukan inovasi.
 - c) Kebergantungan usaha besar terhadap usaha kecil.
 - d) Daya tahan usaha.⁶²

⁶¹ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian makro dan Mikro* (Yogyakarta: PT.Dwi Candra Wacana,2010)h.32

⁶² Amanda Mastisia Rakanita, “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah

2. Kelemahan UMKM Kelemahan UMKM sebagai berikut :
 - a) Bidang manajemen.
 - b) Organisasi.
 - c) Teknologi.
 - d) Permodalan.
 - e) Operasional dan teknis di lapangan.
 - f) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
 - g) Kendala perizinan, serta biaya-biaya nonteknis di lapangan yang sulit untuk dihindarkan.⁶³

6. UMKM Dalam Prespektif Ekonomi Islam

Dalam Islam, melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang diharamkan selama di dalamnya terkandung kaidah-kaidah Islam. Dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad pada awalnya adalah seorang pedagang atau wiraswasta dan juga kita dapat melihat ada banyak sekalisahabat-sahabat Nabi di zaman dulu merupakan para pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang besar. Manusia diciptakan oleh Allah SWT sejatinya adalah untuk menjadi seorang *khalifah fil ardh* di muka bumi. Dalam menjalankan hal tersebut tentu saja membutuhkan usaha yang keras dari manusia. Usaha tersebut dalam hal mengelola apa yang telah Allah titipkan. Usaha di saat ini biasa disebut dengan berbisnis atau berwirausaha.

Kabupaten Demak,” *Jurnal Ekbis* 20, no. 2 (2019): 1280–89.

⁶³ Maulida Sri and Yunani Ahmad, “Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2017): 181–97.

Dalam ekonomi Islam UMKM merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membedakan pangkat, status, dan jabatan seseorang. Dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam surah At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ

وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ

تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya : *Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."*

Dalam surat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT dan rasul-Nya memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah SWT dan rasul-Nya sebagai amalan yang akan dipertanggungjawabkan pada hari akhir.

Mujahid mengatakan bahwa hal ini merupakan ancaman dari Allah SWT terhadap orang-orang yang menentang perintah-perintah-Nya, bahwa amal perbuatan mereka kelak akan ditampilkan di hadapan Allah SWT dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin. Hal ini pasti akan terjadi seperti yang dijelaskan oleh Allah SWT.⁶⁴

⁶⁴ Syaikh Abdurahman, "Tafsir Al-Kari, Rah-Rohman, Fi Tafsir Kalam," *Durul Haq*, 2016.

Adapun karakteristik UMKM menurut perspektif ekonomi Islam:⁶⁵

- 1) Usaha mikro bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyyun*), mengingat dasardasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.
- 2) Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadun aqdiyyun*), mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dari akidah Islamiah (*al-aqidah al-Islamiyyah*) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggungjawaban terhadap akidah yang diyakininya.
- 3) Berkarakter ta'abbudi (*thabi'abbudiyun*). Mengingat usaha mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdimensikan ketuhanan (*nizham rabbani*).
- 4) Terkait erat dengan akhlak (*murtabthun bil-akhlaq*), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisah antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah memetakan pembangunan ekonomi dalam lingkungan Islam yang tanpa akhlak.
- 5) Elastis (*al-murunah*), didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun Al-Hadits, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
- 6) Objektif (*al-maudhu'iyah*), Islam mengajarkan umatnya supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakekatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan, dan lain-lain.
- 7) Realistis (*al-waqi'iyah*). Prakiraan ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai

⁶⁵ Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam* (Jakarta: PT. Dwi Candra Wacana, 2001).

antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.

- 8) Harta kekayaan itu pada hakekatnya adalah milik Allah SWT dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan seseorang terhadap harta kekayaan (*al-amwal*) tidaklah bersifat mutlak.
- 9) Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdam al-mal*).

D. Orientasi Kewirausahaan

1. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan merupakan sifat, watak atau ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.⁶⁶ Untuk pengertian lainnya dari orientasi wirausaha yaitu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Usaha yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik.⁶⁷ Mengutip teori dari Becherer dan Maurer bahwasannya usaha yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko.⁶⁸

Orientasi kewirausahaan dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah

⁶⁶ Novitasari, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Daya Saing."

⁶⁷ Dr Suryana and M Si, "Kewirausahaan: Pedoman Praktis (Kiat Dan Proses Menuju Sukses)," Jakarta: Salemba Empat, 2006. h.55

⁶⁸ Richard C And John G Maurer Becherer, *The Moderating Effect Of Environmental Variables On The Entrepreneurial And Marketing Orientation Of Entrepreneur-Led Firms*" *Entrepreneurship Theori And Praticce*, 1997.

perusahaan, dimana penggunaan sumberdaya memiliki banyak keunggulan potensial bagi perusahaan seperti pencapaian efisiensi yang lebih besar dan selanjutnya biaya yang lebih rendah, peningkatan kualitas dan kemungkinan pangsa pasar serta *profitabilitas* yang lebih besar.⁶⁹ Sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik jika terdapat orientasi kewirausahaan. Orientasi Kewirausahaan merupakan aspek penting bagi keberlangsungan perusahaan yang tinggi mengasah kemampuan perusahaan untuk bisa melihat peluang usaha yang tidak dilihat oleh pesaing dan menjadikannya memiliki keunggulan bersaing dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif.⁷⁰

Kewirausahaan menurut Achmad Sanusi, merupakan suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku sebagai dasar sumber daya, tenaga penggerak, teknik, strategi, proses dan hasil bisnis. Kewirausahaan didefinisikan oleh Zimmerer sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam mencari solusi dari persoalan yang ada dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Edvarson dalam mendefinisikan kewirausahaan sebagai perilaku-perilaku yang dinamis, pengambilan risiko, reaktif dan berorientasi pada pertumbuhan.⁷¹

Orientasi kewirausahaan yaitu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Usaha yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan

⁶⁹ David J Collis, "Research Note: How Valuable Are Organizational Capabilities?," *Strategic Management Journal* 15, no. S1 (1994): 143–52.

⁷⁰ Kalvin Sine, "Membangun Orientasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UKM," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 13, no. 4 (2015): 427–42.

⁷¹ Munjiati Munawaroh, Hasnah Rimiyati, and F Fajarwati, "Kewirausahaan" (UMY Press: Yogyakarta, 2016).

unik.⁷²

2. Indikator Orientasi Kewirausahaan

Indikator orientasi kewirausahaan adalah ukuran untuk mengetahui penerapan orientasi kewirausahaan dari suatu perusahaan. Indikator orientasi kewirausahaan menurut Covin dan Slevin yaitu :

1) Proaktif (*Proactiveness*)

proactiveness (proaktif) merupakan proses bertindak dalam mengantisipasi kebutuhan masa depan dengan peluang baru, baik yang terkait dan tidak terkait dengan operasi perusahaan. Bertindak proaktif adalah keberanian pelaku usaha untuk melakukan tindakan dalam rangka menghadapi persoalan depan kebutuhan atau perubahan yang mungkin terjadi. *Proactiveness* pasar mengacu pada cara perusahaan mengantisipasi dan bertindak dengan orientasi pada masa depan. Perusahaan proaktif biasanya sebagai perusahaan pelopor untuk memasuki pasar baru. *proactiveness* merupakan kesempatan mencari, perspektif ke masa depan, yang mencerminkan sikap mengantisipasi dan bertindak atas perubahan pasar dimasa depan dan metode baru dalam merintis teknik, dan produk.⁷³

Pengenalan produk baru atau merek baru untuk memenangkan persaingan dan strategi menghilangkan aktivitas yang tidak memberi nilai tambah bagi pelanggan merupakan salah satu bentuk dari proaktif. proaktif dapat diukur melalui hal berikut ini antara lain yaitu, memuaskan kebutuhan konsumen, hubungan yang akrab antara atasan dan bawahan, kepemimpinan,

⁷² Yuyus Suryana and Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2* (Kencana, 2012).

⁷³ Darmanto and Dwiyani, *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Penerpan Variabel Anteseden Moderasi Dan Mediasi Dalam Penelitian Ilmiah* (Deepublish, 2015)

regionalisasi, ketersediaan dukungan keuangan dan teknologi.

2) Inovasi (*Innovation*)

Menurut Yuyus & Kartib, inovasi merupakan kreativitas yang diwujudkan menjadi sesuatu yang dapat diterapkan dan menghasilkan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Definisi inovasi menurut Fontana yaitu keberhasilan ekonomi yang dihasilkan melalui pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara lama dalam melakukan produksi yang menghasilkan perubahan secara drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu barang atau jasa dan harga yang ditetapkan oleh produsen. Jadi, inovasi yang berhasil adalah inovasi yang menciptakan nilai lebih besar untuk konsumen dan pada saat yang sama bagi komunitas lingkungan.⁷⁴

Inovasi adalah kecenderungan perusahaan terhadap kebaruan, ide baru, kreativitas dan eksperimen yang mengarah pada produk atau proses teknologi baru. Inovatif dapat dipandang sebagai destruksi kreatif yaitu masuknya inovasi yang dapat mengganggu keadaan pasar dan merangsang permintaan baru. Perusahaan-perusahaan inovatif dapat meruntuhkan perusahaan-perusahaan besar melalui penggunaan teknologi-teknologi terbaru. Lima hal penting disrupsi inovasi menurut Riani dkk antara lain:

- a) berakibat penghematan banyak biaya melalui proses bisnis yang menjadi lebih sederhana.
- b) membuat kualitas yang dihasilkan lebih baik dari sebelumnya
- c) berpotensi menciptakan pasar baru

⁷⁴ Fani Choirun Nizak, "Analisis Pengaruh Pelatihan, Inovasi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Produktivitas Usaha Mikro Di Desa Jabon Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri," *Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2015.

- d) produk hasil disrupsi lebih mudah diakses oleh penggunanya
- e) membuat segala sesuatu menjadi lebih hemat.

pada dasarnya inovasi adalah mengubah, memperbaiki, mengembangkan, menciptakan baik ide, metode, atau produk baru. Dengan istilah yang sederhana inovasi berkaitan dengan eksplorasi komersil dari ideide baru.⁷⁵

3) Berani Mengambil Risiko (*Risk Taking*)

Selain mendapatkan keuntungan dalam berbisnis, memiliki usaha berarti siap untuk menerima risiko usaha. Risiko usaha tidak bisa dipisahkan serta menjadi kesatuan bagian dari suatu proses bisnis. Secara umum, konsep risiko selalu dikaitkan dengan adanya suatu ketidakpastian dimasa yang akan datang. Secara spesifik risiko didefinisikan sebagai adanya konsekuensi, sebagai dampak yang merugikan pelaku usaha. Sebaliknya, konsekuensi yang memunculkan dampak yang menguntungkan tidak dianggap sebagai risiko, melainkan keuntungan yang diharapkan. Intensitas risiko bisnis akan semakin meningkat manakala melakukan kegiatan bisnis, jika ingin mendapatkan hasil keuntungan yang besar maka harus berhadapan dengan risiko yang besar juga (*high risk, high return*). Oleh karenanya dalam proses yang dilewati wirausaha tidak dapat dilepaskan dengan bagaimana seorang wirausaha berani mengambil risiko untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.⁷⁶

Berani mengambil risiko (*risk taking*) adalah keberanian pelaku usaha untuk melakukan pengambilan risiko atas segala keputusan yang diambilnya. Risk taking mencakup kecenderungan untuk terlibat dalam proyek berisiko tinggi dan

⁷⁵ Tri Siwi Agustina, “Kewirausahaan Di Era Revolusi Industri 4, 0,” 2019.

⁷⁶ Laely Syifa Fadhilah, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Kabupaten Banyumas)” (IAIN Purwokerto, 2020).

preferensi manajerial untuk tindakan tegas dalam rangka mencapai tujuan. Menurut Rauch, pengambilan risiko melibatkan pengambilan tindakan tegas dengan pengalaman banyak. Adapun Baker & Sinkula menyatakan bahwa kemauan untuk mengerahkan sumber daya untuk proyek baru dengan mengejar kesempatan dalam pikiran, meskipun proyek tersebut memiliki hasil yang tidak pasti.

3. Orientasi Kewirausahaan Menurut Perspektif Islam Islam

Seorang muslim, kita dituntut agar tidak hanya mementingkan akhirat saja, atau duniawi saja akan tetapi harus seimbang antara keduanya. Seimbang artinya jangan sampai dilalaikan oleh pekerjaan mencari harta saja, tetapi berusaha dan selalu mendekati diri kepada Allah Swt. Allah SWT berfirman dalam al- Qur'an al- Qashas ayat 77 berikut ini :

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّلِكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ
 مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ
 فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Berdasarkan prinsipnya berusaha dan berikhtiar mencari rizqi itu wajib, agama tidaklah mewajibkan memilih suatu bidang usaha dan pekerjaan, Setiap orang

dapat memilih usaha dan pekerjaan sesuai dengan bakat, keterampilan, dan faktor lingkungan masing-masing. Salah satu bidang pekerjaan yang dapat dipilih adalah berdagang.⁷⁷ Berdagang sebagai bagian dari bisnis, maka pekerjaan dagang mendapat tempat terhormat dalam ajaran agama Islam. Dengan adanya ayat Al- Qur'an dan Hadits tersebut menjelaskan bahwasannya seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya salah satunya dapat diperoleh melalui berdagang atau berbisnis. Dengan pertumbuhan bisnis yang kian melesat mengharuskan seseorang wirausahawan harus mempunyai keahlian, kreatif, dan inovatif untuk menciptakan hal-hal baru yang nantinya dapat bersaing bahkan unggul dengan produk sejenisnya. Semakin luas suatu usaha dan semakin besar suatu modal, maka semakin tinggi pula keterampilan yang dituntut dalam pengelolaannya.

Wirausahawan muslim yang baik juga dituntut untuk berani mengambil resiko. Karena setiap usaha tidaklah berjalan lancar tetapi akan mengalami kendala untuk menuju kesuksesan. Dalam berbisnis janganlah semata-mata untuk mencari kekayaan duniawi saja, akan tetapi juga harus memperhatikan cara-cara berbisnis menurut syariat. Karena segala sesuatu akan dimintai pertanggungjawaban atas seluruh amal perbuatan yang dilakukan didunia. Artinya Allah SWT akan mengazab siapa saja yang tidak mau mengikuti aturan yang dibawa rasul tersebut.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan jaminan kepada hambaNya; bahwa tidak akan diazab seorang manusia (yang diciptakanNya) atas perbuatan yang dilakukannya sebelum diutus seorang rasul kepada mereka. Namun tatkala Allah telah mengutus seorang rasul kepada mereka, maka terikatlah mereka dengan risalah yang dibawa oleh rasul tersebut dan tidak

⁷⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, "Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan," *Bandung: CV Pustaka Setia*, 2013.

ada alasan untuk tidak mengikatkan diri terhadap hukum-hukum yang telah dibawa oleh rasul. Atas dasar hal ini, maka setiap muslim diperintahkan melakukan amal perbuatan sesuai dengan hukum-hukum islam.⁷⁸

E. Kuliner

1. Pengertian Kuliner

Pengertian kuliner adalah sebagai sesuatu yang berhubungan dengan, atau tersambung dengan, memasak atau dapur. Suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Tapi sebenarnya, kata kuliner belum terlalu akrab pada telinga masyarakat kita. Masih banyak masyarakat yang belum tahu akan arti sebenarnya dari kata kuliner tersebut. Untuk sebagian masyarakat, secara harafiah kuliner diartikan pula sebagai makanan. Hanya sedikit orang yang mengetahui lebih dalam apa yang dimaksud dengan kuliner. Dari sini dapat diambil kesimpulan bahwa kuliner merupakan segala sesuatu yang berkaitan atau berhubungan dengan dunia memasak. Ini tentulah sebuah pengertian yang sangat luas. Kuliner tak hanya terkait dengan makanan hasil olahan dapur rumah tangga saja, tapi juga telah berkembang kepada industri peralatan dapur, industri makanan olahanyang melayani kebutuhan rumah tangga hingga kebutuhan industri seperti restoran, catering, bakery dan pariwisata.⁷⁹

Makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang paling utama. Makanan yang dimakan oleh manusia dapat menghasilkan energi dan tenaga yang dapat menjaga kelangsungan hidup dan aktivitas fisik serta dapat membentuk tubuh manusia. Makanan menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia, selain untuk menghasilkan tenaga dan menjaga kelangsungan

⁷⁸ Muhammad Shohib, "Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya," *Bogor: Syaamil Quran*, 2007.

⁷⁹ Lisna Adela, "Taman Wisata Kuliner Pontianak," *Jurnal Online Mahasiswa SI Arsitektur UNTAN*, 2019, 39–46.

hidupnya, makanan merupakan bagian dari kehidupan sosial budaya. Menurut Tirtawinata, makanan lezat yang dihidangkan dapat mengungkapkan rasa syukur, kasih sayang, dan rasa gembira.⁸⁰

2. Kuliner Dalam Prespektif Islam

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia. Menurut Septiana Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan yang pokok dalam sendi kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini, terkadang konsumsi yang dimaksud adalah tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan akan kebutuhan pokok yaitu makan dan minum.⁸¹

Menurut Manan dalam norma Islam untuk memenuhi kebutuhan manusia secara hirarki meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam mengajarkan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak norma-norma yang penting yang berkaitan dengan larangan dalam konsumsi, di antaranya *ishraf* dan *tabdzir*, yang juga berkaitan dengan anjuran berinfak Sebagaimana Allah Swt berfirman, Q.S At-Talaq Ayat 7 :

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا
 آتَاهُ اللَّهُ لَا يَكْلِفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ

عُسْرٍ أَيْسَرَ ﴿٧﴾

⁸⁰ Eka Sakti Habibullah, “Etika Konsumsi Dalam Islam,” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 01 (2018): 90–102.

⁸¹ Aldila Septiana, “Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam,” *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 2, no. 1 (2015).

Artinya: “*Hendaklah orang yang lapang (rezekinya) memberi nafkah menurut kemampuannya, dan orang yang disempitkan rezekinya, hendaklah memberi nafkah dari apa (harta) yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah tidak membebani kepada seseorang melainkan (sesuai) dengan apa yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah kelak akan menganugerahkan kelapangan setelah kesempitan*”.

Tafsir ayat tersebut menjelaskan (Hendaklah memberikan nafkah) kepada istri-istri yang telah ditalak, dan kepada istri-istri yang sedang menyusukan (orang yang mampu menurut kemampuannya. Dan orang yang dibatasi) disempitkan (rezekinya hendaklah memberi nafkah dari apa yang didatangkan kepadanya) yaitu dari rezeki yang telah diberikan kepadanya (oleh Allah) sesuai dengan kemampuannya. (Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan) dan ternyata Allah memberikan kelapangan itu melalui kemenangan-kemenangan yang dialami oleh kaum muslimin.⁸²

konsumsi dalam islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia. Menurut Ahmed menyatakan bahwa keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun *spiritual*, yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar.

Menurut Kahf ada tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi yaitu:

⁸² R I Kementerian Agama, “Al-Qur’an Dan Terjemahnya (Solo: PT,” *Maghfirah Pustaka*, 2012.

- 1) Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi atau berproduksi akan didominasi 3 motif utama masalah, kebutuhan, dan kewajiban.
- 2) Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya 3 hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, *rasionalisme materialisme*), dan keinginan yang bersifat individualistis.
- 3) Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*), ego, keinginan, dan *rasionalisme*.⁸³

F. Ekonomi Digital

1. Definisi Ekonomi Digital

Pengertian ekonomi digital lebih menitikberatkan pada transaksi dan pasar yang terjadi di dunia internet. Pengertian yang lebih luas dari sekedar transaksi atau pasar adalah *New Economy* yang menurut PC Magazine adalah “*The impact of information technology on the economy*”. Pengertiannya lebih menonjolkan pada penerapan teknologi informasi pada bidang ekonomi.⁸⁴

Konsep mengenai ekonomi digital pertama kali diperkenalkan Tapscott, menjelaskan sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen informasi dan pemrosesan informasi dan kapasitas komunikasi. Komponen ekonomi digital yang berhasil diidentifikasi pertama kalinya adalah industri TIK, aktivitas *e-commerce* antar perusahaan dan individu, distribusi digital barang-barang dan jasa-jasa,

⁸³ Septiana, Aldila, ‘Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam’, *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.1 (2015)

⁸⁴ Emi Suwarni, Kristina Sedyastuti, and A Haidar Mirza, “Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital,” *Ikra-Ith Ekonomika* 2, no. 2 (2019): 29–34.

dukungan pada penjualan-penjualan barang-barang terutama sistem dan jasa-jasa yang menggunakan internet.⁸⁵

Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai aktivitas yang dilakukan mirip dengan versi aslinya di mana bisnis sebenarnya berada dilakukan, nilai dibuat dan dipertukarkan, terjadi transaksi, dan satu ke satu hubungan menjadi matang dengan menggunakan inisiatif internet sebagai alat tukar. Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk terlahir secara global.⁸⁶

Dalam karyanya Schumpeter *Theory of Economic Development*, ia menunjuk pada batasan konsep pertumbuhan ekonomi dan pembangunan ekonomi. Menurut Schumpeter, perkembangan ekonomi adalah bentuk khusus dari organisasi kemajuan ilmiah yang menjamin keunggulan kompetitif dan kemajuan teknologi. Schumpeter mengacu pada wirausahawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjadi subjek kunci inovasi. Dapat dikatakan bahwa Bapak Schumpeter mendasarkan teorinya secara logis pada gagasan bahwa pembangunan ekonomi adalah basis dari modal manusia, terutama modal manusia tanpa ide inovasi dan inovasi. G. Becker, Berdasarkan teori Schumpeter menyimpulkan bahwa tingginya sumber daya manusia dan potensi manusia menentukan perkembangan ekonomi inovatif berbasis teknologi dan pengetahuan digital.⁸⁷

⁸⁵ Ibid

⁸⁶ Sari, "Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar."

⁸⁷ Gulnora Abdurakhmanova et al., "The Role of the Digital Economy in the Development of the Human Capital Market," *Архив Научных Исследований*, no. 25 (2020).

Thomas L. Mesenbourg dalam *Measuring The Digital Economy* menyatakan ekonomi digital memiliki tiga komponen utama, yaitu:⁸⁸

1) Infrastruktur yang mendukung

Infrastruktur harus mendukung proses bisnis elektronik berjalan dan dapat mengelola perniagaan elektronik. Hal tersebut termasuk ketersediaan perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), jaringan telekomunikasi, pelayanan yang mendukung, dan sumber daya manusia yang menguasai bisnis elektronik dan perniagaan.

2) Pengelolaan bisnis elektronik (*e-business*)

Bisnis elektronik merupakan setiap proses yang dilakukan oleh organisasi bisnis melalui jaringan yang disambungkan oleh komputer. Proses ini termasuk jual-beli *online*, manajemen produksi, logistik, komunikasi internal, dan layanan pendukung. Dalam setiap kategori tersebut masih terdapat proses yang lebih spesifik seperti komunikasi internal yang meliputi kapabilitas e-mail, layanan karyawan otomatis, pelatihan, berbagi informasi, dan lain-lain.

3) Transaksi perniagaan elektronik (*e-commerce*)

Proses jual beli barang maupun jasa secara online dikatakan berhasil apabila tercapai sebuah kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli yang melibatkan barang maupun jasa. Transaksi yang akan diukur adalah transaksi yang memiliki harga dan diukur dari perspektif penjual. Contohnya adalah penjualan barang dari produsen ke pengecer dengan penggunaan *Electronic Data Interchange* (EDI) yang berfungsi untuk memudahkan proses pertukaran data

⁸⁸ Thomas L. Mesenbourg, "Measuring the Digital Economy," diakses 28 April 2022, <https://census.gov/content/dam/Census/library/working-papers/2001/econ/umdigital.pdf>

antar perusahaan yang dilakukan secara berulang-ulang dalam bentuk elektronik.

Berdasarkan dari berbagai definisi mengenai ekonomi digital dapat disimpulkan bahwa ekonomi digital menitikberatkan pada proses jual beli atau transaksi dan pasar yang terjadi di dunia maya atau internet. Ekonomi digital merupakan suatu keterkaitan, sikap, dan kemampuan individu dalam memanfaatkan teknologi digital dan alat komunikasi seperti handphone, tablet, dan laptop untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

2. Kekuatan Dan Kekurangan Ekonomi Digital

a. Kekuatan Ekonomi Digital

E-entrepreneurship atau dapat disebut wirausaha berbasis teknologi memiliki banyak kelebihan dalam efisiensi selama kegiatan usaha berlangsung. Adanya peran internet di dalam *E-entrepreneurship* menjadikan usaha dapat lebih inovatif dan kreatif terutama dalam hal pemasaran produk dengan *e-commerce*. Ditambah adanya peran media sosial seperti *line*, *Instagram*, dsb dapat menjadikan stimulus pemasaran usaha. Keunggulan lain adanya peran media sosial adalah wirausahawan dapat secara langsung menanggapi kritik dan saran terkait produk yang dipasarkan sehingga mempermudah evaluasi. Adapun beberapa pengaruh internet dalam keberlangsungan *E-entrepreneurship* adalah sebagai berikut. Menurut Onggo ada beberapa hal :⁸⁹

1. Internet meningkatkan kepuasan konsumen.

⁸⁹ Ahmad Maghfuri and Departemen Geografi Pembangunan, "Analisis Kekuatan E-Entrepreneurship Terhadap Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Menyokong Pertumbuhan Ekonomi Nasional," n.d.

2. Internet membantu dalam *networking* dan penjualan.
3. Internet mempermudah transaksi pembayaran.
4. Internet membantu pemasaran produk.
5. Internet membantu perekrutan tenaga kerja kompeten.

Melihat tren penggunaan teknologi di Indonesia yang terus meningkat, keberlangsungan *E-entrepreneurship* tersebut diharapkan mampu memicu wirausahawan baru dalam merintis usaha. Dengan demikian, wirausaha yang ada di Indonesia mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kearah positif.

b. Kekurangan Ekonomi Digital

Menurut Latief Kesiapan sumberdaya manusia (SDM) di Indonesia dalam mencapai target perkembangan ekonomi masih banyak memiliki kendala. Indonesia masih kekurangan sumberdaya manusia (SDM) yang kompeten dalam pemenuhan target tersebut. Kesiapan SDM menjadi masalah serius dalam mewujudkan misi ekonomi digital sebab dalam praktiknya, aktivitas perekonomian digital didominasi oleh kinerja *brainware* (SDM) dan teknologi. Khususnya dalam bidang *entrepreneur*, Indonesia masih kekurangan jumlah wirausaha. Menurut Kotler dan Armstrong ada beberapa kekurangan ekonomi digital :

1. Kelemahan Kurangnya pemahaman dan pengalaman pelaku UKM dalam menggunakan teknologi digital menghambat pengembangan usaha, mulai dari rendahnya penguasaan *hardware* hingga *software* ataupun aplikasi.
2. Infrastruktur informasi dan teknologi belum memadai, khususnya di daerah pedesaan.
3. Kebanyakan pelaku usaha mikro masih terkendala dalam hal permodalan.
4. Ketidakstabilan kualitas produk.

5. Margin bisnis cenderung rendah mengingat persaingan yang tinggi baik di pasar *offline* maupun *online*.

3. Platform Ekonomi

Revolusi *Platform* pada dunia industri memberikan arahan yang jelas terhadap perkembangan ekonomi dan sosial yang paling penting saat ini, yaitu bangkitnya platform sebagai model bisnis dan organisasi. Model *platform* ini mendasari keberhasilan banyak perusahaan yang paling besar, berkembang paling cepat, dan yang paling kuat saat ini, mulai dari *Google*, *Amazon*, dan *Microsoft* hingga *Uber*, *Airbnb*, dan *eBay*. Terlebih lagi, *platform* mulai mengubah berbagai arena ekonomi dan sosial lainnya, dari perawatan kesehatan dan pendidikan hingga energi dan pemerintah.⁹⁰

4. E-Commerce

Electronic Commerce (perniagaan elektronik) merupakan model bisnis yang memungkinkan perusahaan dan individu membeli dan menjual barang, layanan, dan informasi melalui internet. *E-commerce* dapat membantu bisnis dalam menciptakan kehadiran pasar yang lebih luas dengan menyediakan saluran distribusi yang lebih murah dan lebih efisien untuk produk maupun layanan bisnis yang dimiliki oleh organisasi maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).⁹¹

Media elektronik yang dibicarakan di dalam tulisan ini untuk sementara hanya difokuskan dalam hal penggunaan internet. Pasalnya, penggunaan internet saat ini sedang populer digunakan oleh banyak orang. Kemajuan teknologi yang telah melahirkan metode

⁹⁰ Setiawan, "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia."

⁹¹ Rully Agus Hendrawan et al., "Pengembangan ECommerce Multi Kanal Untuk UMKM Jajanan & Minuman Produk Lokal Di Surabaya," *Sewagati* 5, no. 1 (2021): 93–99.

transaksi yang dikenal dengan istilah *e-commerce*.

Menurut Dian Windasari, dimensi dan indikator dari *e-commerce* terdiri dari tiga yaitu:

1) *Procesess* dimana terdapat beberapa indikator yang mencakup dari proses ini diantaranya *marketing*, *sales*, dan *payment*.

a) *Marketing* atau pemasaran

Adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

b) *Sales* atau penjualan

Adalah pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh

2) *Institution* yang terdiri dari *government* dan bank (kualitas pelayanan)

a) *Government*/Pemerintah

Adalah suatu bentuk organisasi yang bekerja dengan tugas menjalankan suatu sistem pemerintahan, sedangkan dalam arti sempit didefinisikan sebagai suatu badan persekumpulan yang memiliki kebijakan tersendiri untuk mengelola, manajemen, serta mengatur jalannya suatu sistem pemerintahan.

b) Bank

Adalah suatu institusi atau lembaga yang menghimpun uang dari rakyat/nasabah, dalam bentuk simpanan dan menyalurkan lagi kepada rakyat/nasabah dalam bentuk kredit dan berbagai bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf ekonomi rakyat/nasabah.

3) Internet merupakan bagian yang paling penting dari transaksi *e-commerce* (hubungan antara produsen dan pelanggan).

a) Pemakaian internet

Adalah jaringan global yang menghubungkan komputer satu dengan yang lainnya diseluruh dunia. Dengan internet, komputer dapat saling terhubung untuk berkomunikasi, berbagi, dan memperoleh informasi. Dengan begitu maraknya informasi dan kegiatan di internet, menjadikan internet seakan-akan sebagai dunia tersendiri yang tanpa batas. Dunia di dalam internet disebut juga dengan dunia maya (*cyberspace*). Dapat disimpulkan bahwa pemakaian internet jaringan sosial media untuk memperlancar komunikasi, mencari yang belum diketahui, berbagai tempat, dan memperoleh informasi secara cepat dan mudah

5. *E-Money*

E-Money atau uang digital adalah wujud lain mata uang yang dikenal selama ini. Meskipun perbedaan antara *e-money* dengan uang konvensional sangat terlihat jelas, tidak terdapat perbedaan nilai tukar antara *e-money* dengan uang konvensional. Perbedaan *e-money* dengan uang konvensional yaitu fleksibilitas serta aksesibilitas *e-money* yang tidak ada batasan. Hal ini karena basis dalam transaksi *E-Money* adalah menggunakan sistem yang tersambung secara *online* serta orang yang bertransaksi tidak harus bertemu.⁹²

⁹² Friti Anifa et al., "Tingkat Kemudahan Dan Manfaat Pada Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna Di Indonesia," *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* 3, no. 1 (2020): 37–49.

6. Aplikasi Pembayaran Digital

1. OVO

OVO adalah sebuah aplikasi Smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online* (OVO *Cash*). Pengguna juga bisa untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui OVO. Secara umum, OVO *Cash* dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO *Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO *Cash* di *merchant-merchant* rekanan OVO. Untuk OVO *Points* sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di *merchant* rekanan OVO. OVO Menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa uang cash terlalu banyak.

2. GO-PAY

Chief Marketing Officer Go-Jek Indonesia, Piotr Jakubowski, mengatakan, GO-PAY adalah layanan dompet elektronik Go-Jek. GO-PAY adalah sebuah metode pembayaran yang ditawarkan gojek melalui aplikasinya, pengguna tidak perlu lagi membayar uang tunai kepada driver. GO-PAY biasa digunakan untuk semua jenis layanan Go-Jek mulai dari jasa ojek online atau *Go-Ride*, *Go-Food*, hingga *Go-Mart*. Go-Jek juga memiliki layanan pembelian pulsa atau *Go-Pulsa*, layanan pijat oleh tukang pijat professional atau *Go-Massage*, layanan pembersihan rumah atau *Go-Clean*, layanan pemesanan tiket mulai dari tiket konser hingga nonton *Go-Tick*, layanan perawatan kendaraan bermotor atau *Go-Auto* dan beberapa layanan lainnya, agar bias menggunakan GO-PAY perlu melakukan top-up terlebih dahulu, ada beberapa cara yang dapat

dilakukan untuk mengisi saldo *GO-PAY* yaitu melalui ATM, minimarket, *Alfamart*, *indomaret* dan melalui driver.

3. DANA

Dana atau dompet digital Indonesia merupakan layanan pembayaran digital berbasis aplikasi yang mana aplikasinya telah tersedia untuk platform android melalui *Google Play Store* maupun platform *iOS* melalui *App Store*. Dengan menggunakan aplikasi ini para pengguna melakukan berbagai macam transaksi pembayaran, mulai dari membeli pulsa, pembayaran tagihan (listrik, telepon, air hingga BPJS), membeli *voucher Google Play*, membayar cicilan, dan berbelanja secara *online*. Platform DANA menawarkan beberapa keunggulan, termasuk salah satunya adalah layanan 49 dan dukungan transaksi yang sangat lengkap di dalamnya.⁹³

7. Digital Marketing

Digital Marketing Menurut Sawicky mengartikan *digital marketing* sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif.⁹⁴

1. Pemanfaatan *digital marketing* memiliki beberapa keunggulan, antara lain:
 - a) Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan.

⁹³ Jefry Tarantang et al., “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia,” *Jurnal Al-Qardh* 4, no. 1 (2019): 60–75.

⁹⁴ Fajrin Purnomo, “Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan UMKM Di Madura,” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 89–95.

- b) Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai.
 - c) Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional.
 - d) Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis.
 - e) Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu.
 - f) Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online.
 - g) Kampanya bisa dipersonalisasi.
 - h) Bisa melakukan *engagement* atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.⁹⁵
2. Di sisi lain, *digital marketing* pun memiliki kelemahan, di antaranya:
- a) Mudah ditiru oleh pesaing.
 - b) Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab.
 - c) Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif.
 - d) Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.⁹⁶

8. Perkembangan Ekonomi Digital

Pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia selain disebabkan oleh pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan juga

⁹⁵ Mohamad Trio Febriyantoro and Debby Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)* 1, no. 2 (2018): 61–76.

⁹⁶ Juli Sulaksono, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri," *Generation Journal* 4, no. 1 (2020): 41–47.

tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi penggunaan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Perkembangan teknologi saat ini akan mempengaruhi bidang-bidang lain termasuk bidang ekonomi. Para pelaku ekonomi seperti pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekarang tidak hanya dapat menghasilkan suatu produk saja, namun juga harus beradaptasi dan menerapkan perkembangan teknologi ke kegiatan ekonominya.⁹⁷

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Media sosial merupakan suatu sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (*engage*) calon konsumen.

9. *E-commerce* dalam Perspektif Ekonomi Islam

Apabila diteliti sistem serta prinsip operasionalnya, maka *e-commerce* dalam hukum Islam (fiqih) kontemporer adalah merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang menurut syariat boleh bersifat fleksibel dan dinamis asalkan tidak keluar dari koridor nilai-nilai Islam. Hal tersebut termasuk kategori *umuriddunya* (persoalan teknis keduniawian) yang tidak dilarang oleh Rasulullah selama masih dalam nilai-nilai

⁹⁷ Nyayu Azliani, Yugo Adibrata, and Yehuda Clement, "Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Kerajinan Untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi Kasus Di Desa Kopo, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor)," *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 5, no. 1 (2015).

syariah sehingga diserahkan kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkannya demi mencapai kemakmuran bersama. Namun demikian, terdapat hal-hal yang tidak boleh berubah atau bersifat prinsipil yakni prinsip-prinsip syariah dalam muamalah yang tidak boleh dilanggar dimanapun dan kapanpun.

Dalam Islam kita diajarkan berbisnis yang baik dan benar, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surah An-Nisa ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ

اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ

اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan hartasesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Ayat di atas menjelaskan larangan Allah SWT mengkonsumsi harta dengan cara-cara yang batil. Kata batil oleh Al-Syaukani diterjemahkan segala apa yang tidak benar (hak). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteks ayat di atas, sesuatu disebut batil dalam jual beli jika dilarang oleh syara'.⁸⁸ Adapun perdagangan yang batil jika di dalamnya terdapat unsur maisir, gharar, riba, dan batil itu sendiri. Lebih luas dari itu, perbuatan yang melanggar nash-nash syar'i, juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi, dan sebagainya.

Beberapa teknis operasional transaksi dikembalikan kepada kelaziman, tradisi, prosedur, dan sistem (*'urf*)

yang berlaku termasuk dalam implemementasi ijab dan qabul dalam jual beli, serta tidak mengharuskan dilakukan dengan bertemu fisik dan mengucapkan kata, namun bersifat fleksibel dengan memilih beberapa menu tertentu pada internet yang dilanjutkan dengan pembayaran dengan cara dan media teknologi apapun. Transaksi demikian dianggap sah selama memenuhi kriteria serta persyaratan syariah yang dilanjutkan dengan komitmen masing-masing pihak dalam memenuhi kewajiban yang telah disepakati

Transaksi *e-commerce* dapat dianalogikan (qiyas) pada transaksi jual beli *as-salam* dan *al-istishna'*. Transaksi *as-salam* merupakan penjualan sesuatu yang tidak dilihat zatnya, hanya ditentukan dengan sifat dan barang itu di dalam tanggungan si penjual. Dalam hal ini penjual hanya menyebutkan kriteria dan spesifikasi produk yang akan dijual. Sedangkan transaksi *al-istishna'* adalah kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan

G. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan atau jawaban sementara terhadap masalah yang ditanyakan dalam Penelitian dan perlu diuji/dibuktikan/diverifikasi kebenarannya dengan data. Hipotesis ini bersumber dari permasalahan atau tujuan Penelitian dan kerangka teori hasil tinjauan terhadap pustaka. Hipotesis berisi keterkatan atau hubungan antar variabel Penelitian.⁹⁸ Berdasarkan latar belakang masalah, serta kerangka berfikir tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut ini:

⁹⁸ Armanu Solimun and Adji Achmad Rinaldo Fernandes, "Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem" (Malang: UB Press, 2018).

1. Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Pengaruh ekonomi digital dalam UMKM makanan dan minuman di kota bandar lampung sangat luar biasa. Hadirnya *Go-Food*, *Grab-Food*, *Shopee Pay*, aplikasi pemesanan dan *website* mempermudah akses dalam transaksi yang dilakukan dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut serta luasnya akses penjualan yang didapatkan dalam melakukan usahanya. Kemudian terhindar dari resiko fraud (transaksi palsu) dan juga mempermudah cara UMKM kuliner melakukan bisnis.

Sesuai dengan *Theory Perceived Usefulness dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang mengungkapkan bahwa pengguna suatu teknologi atau sistem percaya dengan memanfaatkannya maka akan mendapatkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Jika teori ini dihubungkan dengan variabel pemanfaatan teknologi, maka jika seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, maka orang itu akan terus menggunakan teknologi tersebut. Teori ini juga menyatakan bahwa dengan menggunakan teknologi atau internet maka akan membantu untuk mencapai keuntungan dalam kinerja (*performance expectancy*). Dengan demikian, adanya pelaku usaha yang memanfaatkan adanya perkembangan teknologi seperti ekonomi digital dapat memberikan nilai tambah dalam pendapatannya.

Hubungan antara penggunaan ekonomi digital bagi bisnis adalah sangat penting, dengan adanya ekonomi digital akan menambah nilai yang sangat tinggi dalam bisnis yang dijalankan. Bisnis yang berkelanjutan dan konsisten serta cenderung meningkat adalah bisnis yang mampu menerjemahkan dunia teknologi ke dalam dunia usahanya. Penggunaan e-commerce adalah salah satu

bentuk implementasi perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya (barang atau jasa) ke segala tempat dan segmen, baik dalam bentuk fisik maupun digital, baik skala nasional maupun internasional.

Hal ini didukung Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Amalia Sari yang berjudul “Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh ekonomi digital secara persial yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi digital.

Hal : implementasi ekonomi digital berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Hol : implementasi ekonomi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bnadar Lampung Kota Bandar Lampung

2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko.

Sedangkan secara teoritis dapat dijelaskan bahwa, orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik dan perusahaan yang semakin inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko cenderung mampu untuk berkinerja usaha yang lebih baik.

Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai model, praktek, dan gaya pengambilan keputusan dalam mencari peluang di pasar baru. Perusahaan yang menjalankan orientasi kewirausahaan memiliki kemampuan untuk mengubah kinerja menjadi keuntungan perusahaan. Orientasi kewirausahaan dapat dianggap sebagai pelengkap penting pengambilan keputusan untuk menggunakan teknologi seperti ekonomi digital karena suatu usaha memerlukan integrasi dan implementasi pada orientasi ini agar dapat mencapai tingkat yang lebih tinggi dari pendapatan usaha dan inovasi.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Kevin dan Ida Puspitowati yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner di Grogol dan Mangga Besar, Jakarta Barat. maka hipotesisi dalam penelitian ini adalah:

- Hal : implementasi ekonomi digital berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.
- Hol : implementasi ekonomi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame

Kota Bnadar Lampung Kota Bandar
Lampung

3. Pengaruh Implementasi Ekonomi Digital dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Berdasarkan latar belakang dan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa ekonomi digital merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Semakin berkembangnya teknologi dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis juga harus menggali jiwa kewirausahaan agar tetap optimal dalam memajukan sektor ekonomi melalui UMKM. Meskipun didukung dengan fasilitas E-commerce pelaku bisnis tetap memerlukan sesuatu yang inovatif dan kreatif. Tetapi kenyataan yang terjadi dilapangan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, masih terdapat permasalahan yang menimpa para pelaku bisnis, diantaranya organisasi lemah, pemasaran sulit, modal usaha kecil, rendahnya jiwa kewirausahaan dan layanan yang kurang baik. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah Laely Syifa. di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi ekonomi digital dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). maka hipotesisi dalam penelitian ini adalah :

Hal : implementasi ekonomi digital berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM Makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

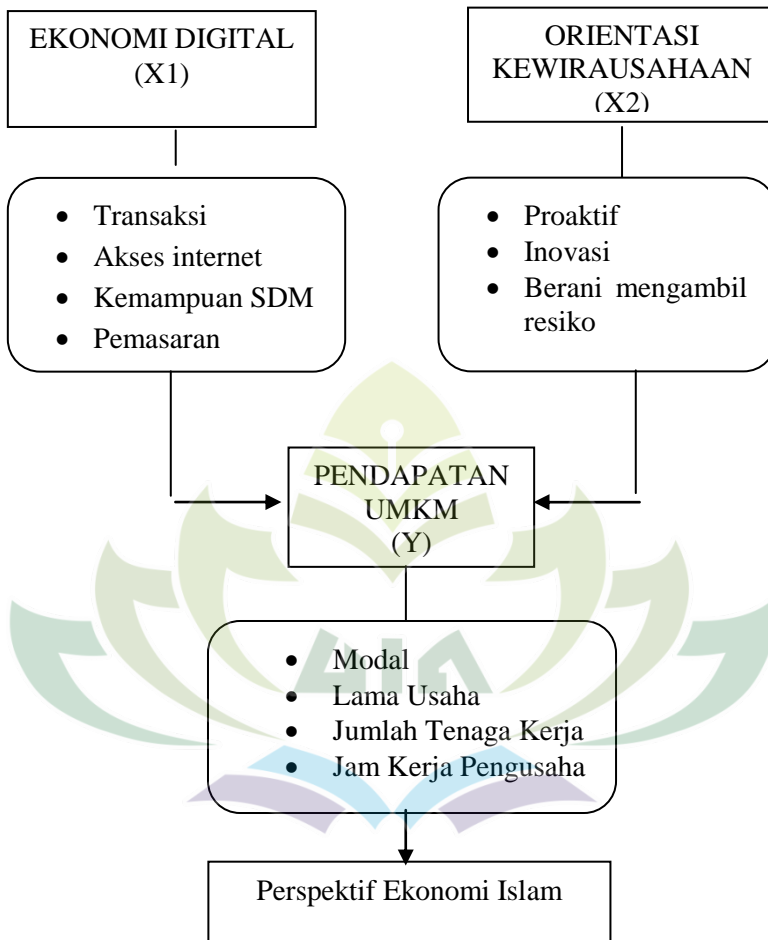
Hol : implementasi ekonomi digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Sukarame Kota Bnadar Lampung Kota Bandar Lampung

H. Kerangka Berfikir

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya Business Research, kerangka berpikir merupakan model konseptual terhadap teori yang didalamnya saling berhubungan satu sama lain dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir adalah kerangka yang menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel independen dan dependen yang akan diteliti.

Variabel penelitian ini yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel yang lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ekonomi digital dan orientasi kewirausahaan sebagai (X) yang memiliki indikator, yaitu akses internet, transaksi, kemampuan SDM dan pemasaran. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan masyarakat (Y) dimana pendapatan masyarakat dapat diidentifikasi melalui indikator, yaitu penjualan, lama usaha, jam kerja pengusaha. Setelah itu peneliti akan melihat apakah ekonomi digital dan orientasi kewirausahaan tersebut telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Sunnah.

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir





DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Syaikh, 'Tafsir Al-Kari, Rah-Rohman, Fi Tafsir Kalam', *Durul Haq*, 2016
- Abdurakhmanova, Gulnora, Nargiza Shayusupova, Aziza Irmatova, and Doston Rustamov, 'The Role of the Digital Economy in the Development of the Human Capital Market', *Архив Научных Исследований*, 25, 2020
- Abdurrahman, Nana Herdiana, 'Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan', *Bandung: CV Pustaka Setia*, 2013
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 2* (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995)
- Aghogho, Mia M, Lintje Kalangi, and Wulan D Kindangen, 'Evaluasi Penerapan PSAK NO. 72 Atas Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Pada PT. Bitung Cemerlang', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9.1 (2021)
- Agustina, Tri Siwi, 'Kewirausahaan Di Era Revolusi Industri 4, 0', 2019
- Aksara, P T Bumi, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bumi Aksara, 2021)
- Anifa, Friti, Anisa Anisa, Nailatul Fadhila, and Ida Farida Adi Prawira, 'Tingkat Kemudahan Dan Manfaat Pada Penggunaan Layanan Go-Pay Bagi Minat Pengguna Di Indonesia', *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3.1 (2020), 37–49
- Anoraga, Pandji, 'Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro,(Yogyakarta: PT', *Dwi Chandra Wacana*, 2010
- Arifini, Kadek, and Made Dwi Setyadhi Mustika, 'Analisis Pendapatan Pengrajin Perak Di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung', *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2.6 (2013), 44616

- Asnawi, Mizan, and Novita Anggraini, 'Faktor Pengaruh Usaha Bidang Kuliner Terhadap UMKM Di Kota Pekanbaru', *Al-Amwal*, 8.2 (2019), 111–25
- Azhari Akmal Tarigan. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012.
- Azliani, Nyayu, Yugo Adibrata, and Yehuda Clement, 'Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Kerajinan Untuk Menghadapi Era Ekonomi Digital (Studi Kasus Di Desa Kopo, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor)', *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5.1 (2015)
- Baridwan, Zaki, 'Akuntansi Keuangan Intermediate: Masalah-Masalah Khusus', *Yogyakarta: BPFE*, 1985
- Becherer, Richard C And John G Maurer, *The Moderating Effect Of Environmental Variables On The Entrepreneurial And Marketing Orientation Of Entrepreneur-Led Firms*” *Entrepreneurship Theori And Praticce*, 1997
- Butarbutar, Gestry Romaito, Any Widayatsari, and Nobel Aqualdo, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Industri Makanan Khas Di Kota Tebing Tinggi' (Riau University, 2017)
- Collis, David J, 'Research Note: How Valuable Are Organizational Capabilities?', *Strategic Management Journal*, 15.S1 (1994), 143–52
- Departemen Agama, R I, 'Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemah', *Bandung: CV Penerbit Diponegoro*, 2010
- Dewi, Shinta Kurnia, and Agus Sudaryanto, 'Validitas Dan Reliabilitas Kuisioner Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah', in *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2020, pp. 73–79
- Fadhilah, Laely Syifa, 'Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Kabupaten Banyumas)' (IAIN Purwokerto, 2020)

- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1.2 (2018), 61–76
- Georgi Mankiw, *Pengantar Ekonomi Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2000)
- Ghozali, Imam, 'Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)', *Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 96 (2016)
- Ghufron, Moh. Idil, and Inas Fahmiah. "Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019): 133–48. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4287>.
- Habibullah, Eka Sakti, 'Etika Konsumsi Dalam Islam', *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1.01 (2018), 90–102
- Ham, Ferry Christian, Herman Karamoy, and Stanly Alexander, 'Analisis Pengakuan Pendapatan Dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado', *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13.02 (2018)
- Hatmawan, Aglis Andhita, 'Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen', 2020
- Hendrawan, Rully Agus, Ika Nurkasanah, Erma Suryani, Mahendrawathi Er, Mudjahidin Mudjahidin, Andre Parvian Aristio, and others, 'Pengembangan ECommerce Multi Kanal Untuk UMKM Jajanan & Minuman Produk Lokal Di Surabaya', *Sewagati*, 5.1 (2021), 93–99
- Husein Syahatan, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam* (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana)
- Indraswari, Arum, and Hendra Kusuma. "Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go-Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang." *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE* 2, no. 1 (2018): 63–73.
- Jacobsen, David A. dkk, *Methods for Teaching* (Yogyakarta: Pustaka

Pelajar, 2009)

Jaya, I Made Laut Mertha, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata* (Anak Hebat Indonesia, 2020)

Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeth)

Kementerian Agama, R I, 'Al-Qur'an Dan Terjemahnya (Solo: PT', *Maghfirah Pustaka*, 2012

Kevin, and Ida Puspitowati. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kevin." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2020): 612–20.

Kusdaryani, Wiwik. "Pengembangan UMKM Melalui Literasi Digital Pada Era 4 . 0 Untuk Meningkatkan Minat Berwirausaha Digital Literacy Training in The Era of 4 . 0 for Small Businesses to Increase Entrepreneurship Intention" 1, no. 4 (2020): 174–81.

Lisna Adela, 'Taman Wisata Kuliner Pontianak', *Jurnal Online Mahasiswa S1 Arsitektur UNTAN*, 2019, 39–46

Maghfuri, Ahmad, and Departemen Geografi Pembangunan, 'Analisis Kekuatan E-Enterpreneurship Terhadap Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Menyokong Pertumbuhan Ekonomi Nasional'

Maria, Nugroho Sumarjiyanto Benedictus, and Tri Widayati. "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi Ekonomi." *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)* 6, no. 2 (2020): 234–39.

Marlinah, Lili. "Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19." *Jurnal Ekonomi* 22, no. 2 (2020): 118–24.

Mokolensang, Adelina Velti, Lyndon Reindhart, Jacob Pangemanan, and Sherly Gladys Jocom. "Analisis Keuntungan Penggunaan

Teknologi Informasi Terhadap Usaha Kuliner Di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara” 17, no. sebanyak 30 (2021): 93–102.

Moussa, Ibrahiem, ‘Pencatatan Keuangan Menurut Pemahaman Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Surabaya’ (STIE PERBANAS SURABAYA, 2017)

Muchtar Sofyan, *Prinsip-Prinsip Ekonomi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014)

Munawaroh, Munjiati, Hasnah Rimiati, and F Fajarwati, ‘Kewirausahaan’ (UMY Press: Yogyakarta, 2016)

Munawir, S, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty, 2002)

Nasution Lafina Enty, *Pentingnya Pendidikan Dalam Kehidupan Manusia* (Binjai: Erlangga, 2014)

Nicholson, *Pendapatan Industri UMKM* (Jakarta: Framedia, 2011)

Nizak, Fani Choirun, ‘Analisis Pengaruh Pelatihan, Inovasi Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Produktivitas Usaha Mikro Di Desa Jabon Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri’, *Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2015

Novitasari, Dwi, ‘Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Daya Saing’, 2.2 (2015), 165–78

Nurul, Huda, ‘Dkk. Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis’ (Jakarta, 2008)

Purnomo, Fajrin, ‘Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan UMKM Di Madura’, *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6.2 (2019), 89–95

Rakanita, Amanda Mastisia, ‘Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karangari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak’, *Jurnal Ekbis*, 20.2 (2019), 1280–89

- Rasyad, *UMKM Di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)
- Ridwansyah, Ridwansyah, Okta Supriyaningsih, and Dania Helin Amrina. "Peran Pembiayaan Terhadap Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Pada Era Covid-19 Di Provinsi Lampung." *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 22, no. 2 (2021).
- Samuelson, Paul A, and William D Nordhaus, 'Ilmu Makro Ekonomi, Jakarta: PT', *Media Global Edukasi*, 2004
- Santoso, Arief Iman, Anungrah Irfan Ismail, and Emi Widiyanti. "Kesiapan UMKM Industri Kreatif Kota Surakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Digital (Digital Economy Ecosystem)." *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2017*, 2017, 272–77.
- Sara, Kartika Dwi, and Fitriyani Fitriyani. "Peran Kewirausahaan Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Perspektif Islam." *Jurnal EMA* 5, no. 2 (2020): 66–77. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.53>.
- Sari, Nurul Amalia, 'Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Ukm Di Kota Makassar', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019), 1689–99
- Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam* (Jakarta: PT. Dwi Candra Wacana, 2001)
- Septiana, Aldila, 'Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam', *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.1 (2015)
- Setiawan, Ahmad Budi, 'Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia', *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 9.1 (2018), 61 <<https://doi.org/10.17933/mti.v9i1.118>>
- Shohib, Muhammad, 'Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya', *Bogor: Syaamil Quran*, 2007
- Sine, Calvin, 'Membangun Orientasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UKM', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*

Sriwijaya, 13.4 (2015), 427–42

Solimun, Armanu, and Adji Achmad Rinaldo Fernandes, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem' (Malang: UB Press, 2018)

Sri, Maulida, and Yunani Ahmad, 'Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2.1 (2017), 181–97

Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Ed. Yeskha (Yogyakarta: ANDI, 2017)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (bandung: Alfabeta, 2014)

Sukirno, Sadono, 'Pengantar Teori Makroekonomi, Edisi Dua Belas, PT', *Raja Grafindo Persada, Jakarta*, 2002

Sulaksono, Juli, 'Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri', *Generation Journal*, 4.1 (2020), 41–47

Sulistyowati, Yayuk, 'Pencatatan Pelaporan Keuangan Umkm (Study Kasus Di Kota Malang)', *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5.2 (2017), 49–55

Suryana, Dr, and M Si, 'Kewirausahaan: Pedoman Praktis (Kiat Dan Proses Menuju Sukses)', *Jakarta: Salemba Empat*, 2006

Suryana, Yuyus, and Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2* (Kencana, 2012)

Suwarni, Emi, Kristina Sedyastuti, and A Haidar Mirza, 'Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital', *Ikra-Ith Ekonomika*, 2.2 (2019), 29–34

Tarantang, Jefry, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, and Meidinah Munawaroh, 'Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia', *Jurnal Al-Qardh*, 4.1 (2019), 60–75

Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2002)

Tuti, Rias, 'S, Patricia Febrina Dwijayanti. 2014', *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman UMKM Dalam Menyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP*. Surabaya: Fakultas Bisnis Dan Pascasarjana UKWMS, 2016

Usman, Husaini, 'Setiadi, Pengantar Statistika' (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003)

Wicaksono, Yudhy, 'Panduan Praktis Buka Usaha Dengan Modal Laptop', Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010

V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

Yusuf, A Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016)

Zaki Baridwan, *Akuntansi Keuangan Intermediate: Masalah-Masalah Khusus Edisi I* (Yogyakarta: BPFE, 2011)

