

**PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA  
DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi pada Sentra Keripik Pisang Gang PU Kota  
Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar S1  
dalam Ilmu Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**REINVIA GUSTI ASHARI**

**NPM : 1851010336**

**Program Studi : Ekonomi Syariah**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2023 M**

**PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA  
DAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DALAM  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi pada Sentra Keripik Pisang Gang PU Kota  
Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar S1  
dalam Ilmu Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**REINVIA GUSTI ASHARI**

**NPM : 1851010336**

**Program Studi : Ekonomi Syariah**

**Pembimbing I : Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si.  
Pembimbing II : Yulistia Devi, MS.Ak**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1444 H / 2023 M**

## ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peranan dan pengaruh yang cukup besar dalam menyokong perekonomian masyarakat dan pembangunan ekonomi nasional. Namun dalam proses berjalannya usaha masih terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kendala tersebut antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) dan tingginya efektivitas penggunaan media sosial yang tidak sejalan dengan omzet penjualan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer, melalui hasil penyebaran kuesioner dengan sampel 32 responden. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan uji regresi linear berganda dan uji asumsi klasik.

Hasil uji penelitian dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, dapat dinyatakan secara parsial (uji T) bahwa variabel kualitas sumber daya manusia tingkat signifikansi berada pada taraf  $0,008 < 0,05$  dimana berpengaruh secara parsial terhadap pengembangan UMKM dan variabel efektivitas penggunaan media sosial tingkat signifikansi sebesar  $0,018 < 0,05$  dimana berpengaruh positif. Sedangkan secara simultan (uji F) bahwa variabel kualitas SDM dan efektivitas penggunaan media sosial tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai F hitung 17,942 yang berarti  $H_3$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas SDM ( $X_1$ ) dan efektivitas penggunaan media sosial ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengembangan UMKM ( $Y$ ). Lalu dalam pandangan ekonomi Islam kualitas SDM dan penggunaan media sosial dalam UMKM sentra keripik pisang Gang PU telah menerapkan prinsip ekonomi Islam namun belum dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil atau layanan, serta produktivitas barang dan jasa yang sudah sesuai dengan konsep profesionalisme (itqan), amanah, dan kejujuran.

**Kata Kunci** : kualitas SDM, penggunaan media sosial pengembangan UMKM

## ABSTRACT

*Micro, Small and Medium Enterprises have a significant role and influence in supporting the community's economy and national economic development. Although MSMEs have been recognized as having a role in the community's economy, in the process of running the business, there are still obstacles faced by MSME actors. These obstacles include the low quality of human resources (HR) and the high effectiveness of using sosial media which is not in line with sales turnover.*

*The method used in this research is a quantitative approach method. Sources of data used are primary data, through the results of distributing questionnaires with a sample of 32 respondents. The collected data were analyzed using multiple linear regression test and classical assumption test.*

*The results of the research test using multiple linear regression analysis techniques, can be stated partially (T test) that the variable quality of human resources has a significance level of  $0.008 < 0.05$  with a t value of 2.852 which means H1 is accepted. So it can be concluded that the variable quality of human resources has no partial effect on the development of MSMEs and the variable effectiveness of the use of sosial media has a significance level of  $0.018 < 0.05$  with a t-count value of 2.503, which means H2 is accepted. So it can be concluded that the variable of the effectiveness of the use of sosial media has a positive effect on the development of MSMEs. Meanwhile, simultaneously (F test) that the variable quality of human resources and the effectiveness of using sosial media has a significance level of  $0.000 < 0.05$  with a calculated F value of 17.942, which means H3 is accepted. So it can be concluded that the variables of human resource quality (X1) and the effectiveness of the use of sosial media (X2) together have an effect on the development of MSMEs (Y). Then in the view of Islamic economics, the quality of human resources and the use of sosial media in the MSMEs in the Gang PU banana chip center have applied the principles of Islamic economics but have not been said to be good. This can be seen from the results or services, as well as the productivity of goods and services that are in accordance with the concepts of professionalism (itqan), trustworthiness, and honesty.*

**Keywords** : *quality of human resources, use of sosial media for UMKM development*



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

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reinvia Gusti Ashari  
NPM : 1851010336  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar 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.

Bandar Lampung, November 2022  
Yang Membuat,



Reinvia Gusti Ashari  
NPM. 1851010336



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

*Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung*

**SURAT PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU)  
Nama : Reinvia Gusti Ashari  
NPM : 1851010336  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam


**MENYETUJUI**

Untuk di Munaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang  
Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan  
Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si.  
NIP. 1965112019920320022

  
Yulistia Devi, MS.Ak  
NIP. -

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**

  
Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sv.  
NIP. 19820802011012009



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

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

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU)”. Disusun oleh Reinvia Gusti Ashari, NPM 1851010336, Program studi Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, pada Hari/tanggal: Selasa, 15 November 2022.

**TIM DEWAN PENGUJI**

**Ketua** : Dr. Muhammad Iqbal, M.E.I (.....)  
**Sekretaris** : Andueriganta Fadhlihi, S.E., M.A (.....)  
**Penguji I** : Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak (.....)  
**Penguji II** : Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak (.....)

Mengetahui

Dewan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

## MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

*dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang  
telah diusahakannya,  
(Q.S An-Najm : 39)*

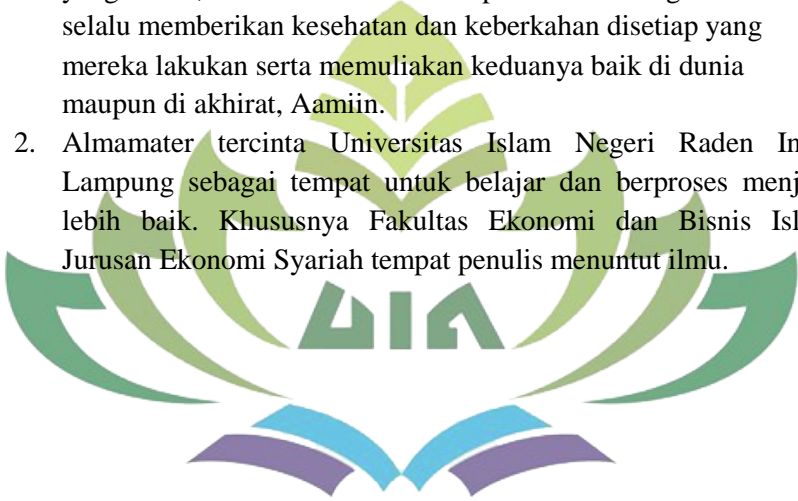




## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT berkat limpahan rahmat-Nya, karunia serta memberikan perlindungan, kesehatan jasmani dan rohani, karena berkat izin dan Ridho-Nya yang telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orangtuaku Bapak Agus Hendro Cahyono dan Ibu Engli Handayani yang telah membesarkanku dan selalu mendo'akan demi keberhasilanku. Serta pengorbanan dan kerja kerasnya yang ikhlas, baik secara materi maupun moril semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan keberkahan disetiap yang mereka lakukan serta memuliakan keduanya baik di dunia maupun di akhirat, Aamiin.
2. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sebagai tempat untuk belajar dan berproses menjadi lebih baik. Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah tempat penulis menuntut ilmu.

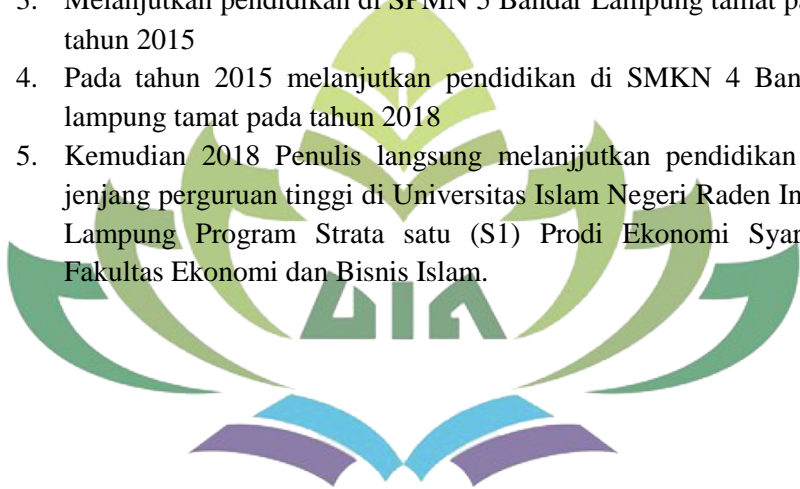


## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Reinvia Gusti Ashari dilahirkan di Kota Bandar Lampung, pada 28 Agustus 1999. Anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Agus Hendro Cahyono dan Ibu Engli Handayani.

Riwayat pendidikan yang dijalani oleh penulis:

1. TK Kesuma Alam di Jalan Pulau Singkep Kelurahan Sukabumi Kecamatan Sukabumi Bandar Lampung tamat pada tahun 2006
2. Melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Sukabumi Bandar Lampung tamat pada tahun ajaran 2012
3. Melanjutkan pendidikan di SPMN 5 Bandar Lampung tamat pada tahun 2015
4. Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan di SMKN 4 Bandar Lampung tamat pada tahun 2018
5. Kemudian 2018 Penulis langsung melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Program Strata satu (S1) Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung)”. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan keluarga, sahabat serta para pengikut beliau.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah. Atas terselesaikannya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara khusus penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajaran Wakil Dekan 1, 2, dan 3 yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy selaku ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa mengarahkan dan membimbing mahasiswanya dalam pelajaran yang baik.
3. Dr. Hj. Heni Noviarita, SE.,M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Yulistia Devi MS.Ak selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan selalu membimbing, memotivasi serta memberikan arahan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen serta kaeryawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis dapat menyelesaikan studi.
5. Bapak dan ibu Dinas Perindustrian dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bandar Lampung yang telah berkenan membantu penulis dalam memberikan informasi data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Bapak dan Ibu Pelaku UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung yang telah berkenan meluangkan waktunya dan membantu penulis mendapatkan informasi dalam melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabatku tercinta Muhammad Adhe Triyanto yang telah membantu dan menemani selama penulisan skripsi ini.
8. Sahabatku tersayang Aliza Putri, Denti Mellya Putri, Ichlasul Rizki Alamsyah, Kiki M Alfin, Restu Rahmadan, Riska Nurizky dan Siti Rachma Dhini yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat.
9. Sahabat seperjuangan Ervin Triani, Ismi Sari, Natasya Faizati, Nurmaya Sagita, Saskia Puti Maharani dan Siti Fahrun Nisa Khoirina yang selalu bersama dalam berjuang menghadapi proses penyelesaian kuliah hingga skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Khususnya prodi Ekonomi Syariah Kelas F yang selalu memberikan motivasi dan berjuang bersama hingga akhir perkuliahan.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga kebaikan, dukungan, doa serta semangat yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuh hati, bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, akan tetapi penulis telah berusaha semaksimal mungkin. Penulis berharap mudah-mudahan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Bandar Lampung, September 2022  
Penulis

**Reinvia Gusti Ashari**  
**NPM. 1851010336**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	14
H. Sistematika Penulisan .....	19

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori .....	21
1. Teori Pertumbuhan Ekonomi Neo Klasik .....	21
2. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	21
3. Kualitas Sumber Daya Manusia .....	23
4. Penggunaan Media Sosial .....	25
5. Perspektif Ekonomi Islam .....	29
6. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam .....	33
B. Kerangka Berfikir .....	35
C. Hipotesis .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian . . . . .	39
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian . . . . .	39
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data . . . . .	39
D. Definisi Operasional Variabel . . . . .	43
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Data . . . . .	45
F. Uji Prasarat Analisis . . . . .	46
G. Uji Hipotesis . . . . .	47

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian . . . . .	49
B. Analisis Data dan Pembahasan . . . . .	50
1. Alat Uji Kuesioner . . . . .	50
2. Uji Asumsi Klasik . . . . .	52
3. Hasil Uji Hipotesis . . . . .	54
4. Pembahasan . . . . .	58

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan . . . . .	63
B. Saran . . . . .	64

### **DAFTAR PUSTAKA . . . . . 65**

### **LAMPIRAN . . . . . 71**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung .....	7
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Kriteria Penskoran Skala Likert .....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	43
Tabel 4.1 Distribusi Karakteristik Responden.....	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Regresi Linear Berganda .....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	35
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pra Riset

Lampiran 2 Daftar Nama Pelaku UMKM Sentra Keripik Pisang Gang  
PU Kota Bandar Lampung

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

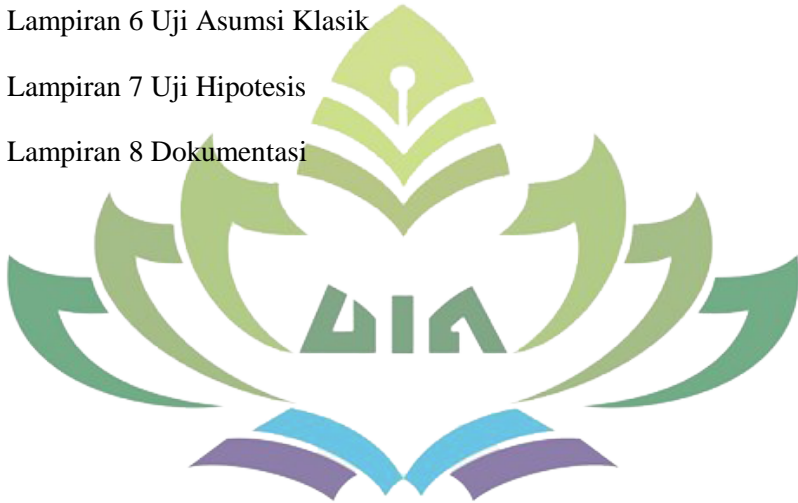
Lampiran 4 Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Uji Hipotesis

Lampiran 8 Dokumentasi



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal guna memahami judul skripsi dan mendapatkan kerangka yang jelas serta terhindar dari kekeliruan dalam memahami proposal ini, maka penulis perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang menjadi judul dalam skripsi ini. Dengan adanya penegasan judul ini diharapkan tidak terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dan beberapa istilah yang digunakan.

Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah **“PENGARUH KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM PADA KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam Gang PU)”**. Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.<sup>1</sup>

### 2. Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia merupakan kualitas yang ada pada diri setiap manusia dimana semua hal tersebut mampu meningkatkan taraf hidup bagi dirinya maupun bagi orang banyak dimana kualitas itu dapat merubah cara berfikir, cara pandang, pola hidup ataupun yang lainnya.<sup>3</sup> Kualitas sumber daya manusia juga menyangkut dua aspek yaitu aspek fisik

---

<sup>1</sup> Suharso and Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Semarang: Widya Karya, 2006). 243.

(kualitas fisik) dan aspek non fisik (non fisik) yang menyangkut kemampuan bekerja, berfikir dan berketerampilan.<sup>2</sup>

### 3. Efektivitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Mardiasmo efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya.

Media sosial adalah jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita mengkomunikasikan serta membagikan informasi melalui pengguna internet, sedangkan pemasaran menggunakan media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran melalui internet dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial.<sup>3</sup>

### 4. Pengembangan

Pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia/KBBI merupakan suatu proses, perbuatan atau cara mengembangkan. Pengembangan merupakan perbuatan yang menjadikan suatu pertambahan ataupun perubahan sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya).<sup>4</sup>

### 5. UMKM

UMKM ialah jenis usaha yang produktif, berdiri sendiri dan dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha pada sektor ekonomi.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Inggar Ariani Karendra, "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada KPRI Pertaguna Kota Madiun," *Jurnal Ekonomi* 2, no. 2 (2014): 57–67.

<sup>3</sup> Deru R Indika and Cindy Jovita, "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen," *Jurnal Bisnis Terapan* 1, no. 01 (2017): 25–32, <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.

<sup>4</sup> W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995).

<sup>5</sup> Yuhanis Ladewi, Saekarini Yuliachtri, and Novryzal, "Analisis Kesadaran Pengusaha UMKM Dalam Kepemilikan NPWP Pada Pengusaha UMKM Pasar Km 5 Kota Palembang," *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 2 (2020): 83–94.

## 6. Perspektif

Perspektif adalah cara pandang yang muncul akibat kesadaran seseorang terhadap sesuatu yang akan menambah wawasan atau pengetahuan seseorang agar dapat melihat segala sesuatu yang terjadi dengan pandangan yang luas.<sup>6</sup>

## 7. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Alqur'an dan Sunnah.<sup>7</sup>

### B. Latar Belakang Masalah

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi bagian yang penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal tersebut karena dengan keberadaan UMKM dapat memperbaiki tingkat kemiskinan dalam masyarakat. Semakin banyak UMKM yang didirikan maka pastinya akan menyerap banyak tenaga kerja baru sehingga diharapkan tingkat pengangguran di Indonesia dapat berkurang. UMKM juga berperan sebagai sarana pemerataan perekonomian rakyat kecil, karena pada saat ini UMKM sudah banyak yang menyebar di berbagai lokasi bahkan di daerah yang pelosok.

UMKM juga memberikan pengaruh yang cukup besar dalam pendapatan nasional yang berpengaruh terhadap peryumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi merupakan faktor terpenting dalam pembangunan. Keberhasilan pembangunan suatu Negara/wilayah diukur berdasarkan tinggi rendahnya tingkat pertumbuhan ekonomi yang dicapai.<sup>8</sup> Sehingga, jika UMKM terus mengalami perkembangan maka akan terus menyumbang pemasukan bagi pendapatan Negara Indonesia dan akan memberikan dampak yang positif bagi pembangunan ekonomi

---

<sup>6</sup> Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013). 250.

<sup>7</sup> P3EI, *Ekonomi Islam*, 5th ed. (Jakarta: Rajawali Press, 2013). 230.

<sup>8</sup> Heni Noviarita, Muhammad Kurniawan, and Gustika Nurmalia, "Analisis Halal Tourism Dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 302, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1574>.

Indonesia. Pembangunan ekonomi adalah proses yang menyebabkan pendapatan per kapita penduduk masyarakat meningkat dalam jangka panjang.<sup>9</sup> UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh pada krisis. Ketika krisis menerpa pada periode 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. UMKM merupakan pasar yang sangat potensial bagi industri jasa keuangan. Pengalaman tersebut telah menyadarkan banyak pihak, untuk memberikan porsi lebih besar terhadap bisnis skala mikro, kecil dan menengah. UMKM merupakan salah satu industri yang sedang dikembangkan oleh pemerintah yang cukup mampu merentas kemiskinan, pengangguran, pemerataan pendapatan, penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan perkembangan usaha.<sup>10</sup>

Mengingat begitu vitalnya peranan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam memajukan UMKM, tentunya dibutuhkan program-program maupun terobosan yang dilakukan oleh dinas terkait dengan memajukan UMKM khususnya di Provinsi Lampung. Berikut beberapa pelatihan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam beberapa waktu yang lalu :

1. Pelatihan Wirausaha oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung
2. Pelatihan *E-commerce* dalam memberdayakan pelaku UMKM di Provinsi Lampung
3. Peningkatan SDM UMKM se-Provinsi Lampung
4. Program satu juta domain, guna memaksimalkan dan memajukan industri berbasis *online*.

---

<sup>9</sup> Fatih. Fuadi, “Analysis of The Role of The Creative Economy on Society Increasing in Household Income from The Prespective of Islamic Economics (Studies in Society District Pringsewu),” *Journal of Islamic Business and Economic Review*. 2, no. 1 (2019): 63–72.

<sup>10</sup> Danang Faisal Furqon, “Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen,” *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 7, no. 1 (2018): 51–59.

Provinsi Lampung tepatnya di Kota Bandar Lampung memiliki berbagai jenis bisnis yang termasuk dalam kategori industri pengelolaan. Kota Bandar Lampung mempunyai potensi yang cukup besar dalam perkembangan industri kecil pengolahan atau usaha mikro kecil. Beberapa potensi usaha mikro kecil menengah unggulan yang dimiliki oleh kota Bandar Lampung menurut Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung tahun 2018 yaitu ikan olahan, kain tapis, aneka keripik, emping melinjo, sulam usus, kaos dan batik lampung.

Usaha pembuatan keripik pisang adalah salah satu usaha kecil menengah yang memiliki prospek sangat potensial untuk dikembangkan di Kota Bandar Lampung. Usaha keripik pisang merupakan sektor industri yang menjadi andalan untuk oleh-oleh khas daerah Lampung. Sampai saat ini jika berkunjung ke Bandar Lampung yang di cari orang sebagai oleh-oleh pertama adalah keripik pisang.

Permintaan akan keripik pisang khususnya di Kota Bandar Lampung cukup tinggi. Hal ini mendorong para pengusaha untuk membuka bisnis UMKM keripik pisang. Dari sejumlah pelaku industri kecil menengah keripik pisang di Bandar Lampung, mayoritas berkumpul di Gang PU yang berada di Jalan Z.A. Pagar Alam yang merupakan jalan utama menuju pusat kota. UMKM keripik pisang yang berada di Gang PU ini total berjumlah 32 yang masih beroperasi hingga saat ini. Hal ini yang menjadikan kawasan sentra industri keripik di Gang PU yang berada di Jalan Z.A. Pagar Alam sebagai pusat penjualan keripik pisang di Bandar Lampung. Letak kawasan sentra industri keripik Lampung yang berada di Jalan Z.A. Pagar Alam yang berada di tengah pusat kota menjadikan tempat ini ramai di kunjungi masyarakat Lampung maupun luar Lampung yang berkunjung ke Lampung.

Mulai dari berdirinya kawasan sentra UMKM keripik ini, terhitung pada tanggal 1 Agustus 2008 sentra UMKM menerima bantuan permodalan dari Departemen Perindustrian Kota Bandar Lampung, dengan diadakannya pelatihan, pelaku usaha di bantu permodalannya terutama dari segi alat-alat produksi seperti peralatan dapur untuk memproduksi keripik, etalase, mesin press, alat hitung dan lain sebagainya, ada juga bantuan untuk pelaksanaan sertifikasi produk. Meskipun begitu ada juga pelaku usaha yang membeli alat produksi sendiri untuk menunjang kegiatan produksi mereka.

Bersama dengan PTPN VII, sentra UMKM ini juga mendapat dukungan promosi berupa keikutsertaan UMKM keripik dalam pameran-pameran baik yang diselenggarakan di Provinsi Lampung maupun di luar daerah Lampung, termasuk dukungan dalam meningkatkan pengetahuan atau wawasan pengusaha terhadap pengelolaan manajerial, pengemasan yang baik, teknik produksi, dan sebagainya melalui pelatihan-pelatihan maupun seminar bagi para pelaku UMKM.

Menurut ketua KUB Telo Rezeki, perkembangan UMKM cenderung meningkat dikelompok, tetapi bagi masing-masing pelaku usaha mengalami fluktuasi pada pendapatan mereka, meskipun begitu para pelaku UMKM masih terus berusaha mempertahankan usaha mereka agar bisa terus bersaing dipasaran dan memenuhi selera konsumen.

Berikut ini daftar UMKM keripik pisang yang berada di Gang PU Jalan Z.A. Pagar Alam berdasarkan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Diskoperindag Kota Bandar Lampung:

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Nama dan Omzet UMKM keripik pisang Gang PU Kota**  
**Bandar Lampung**

<b>No</b>	<b>Nama Keripik</b>	<b>Omzet 2017 Rp</b>	<b>Omzet 2018 Rp</b>	<b>Omzet 2019 Rp</b>	<b>Omzet 2020 Rp</b>
1.	Zom-Zom Family	320.000.000	300.000.000	240.000.000	180.000.000
2.	Fino	170.000.000	150.000.000	120.000.000	24.000.000
3.	Asa Cipto Roso	380.000.000	375.000.000	360.000.000	180.000.000
4.	Siger	1.950.000.000	1.900.000.000	1.800.000.000	840.000.000
5.	Wagiman	500.000.000	450.000.000	432.000.000	180.000.000
6.	Dua Dara	465.000.000	410.000.000	360.000.000	180.000.000
7.	Rona Jaya	780.000.000	750.000.000	720.000.000	500.000.000
8.	Cesyliya	410.000.000	390.000.000	360.000.000	180.000.000
9.	Rizka	220.000.000	200.000.000	192.000.000	120.000.000
10.	Lateb	500.000.000	485.000.000	480.000.000	288.000.000
11.	Alinda	390.000.000	380.000.000	360.000.000	300.000.000
12.	Karya Mandiri	560.000.000	550.000.000	540.000.000	324.000.000
13.	Keripik Shinta	780.000.000	755.000.000	720.000.000	640.000.000
14.	Syaqila	250.000.000	245.000.000	26.000.000	180.000.000
15.	Suheri	265.000.000	250.000.000	240.000.000	200.000.000
16.	Sumber Rezeky	780.000.000	750.000.000	720.000.000	360.000.000
17.	Kurnia	200.000.000	195.000.000	180.000.000	108.000.000
18.	Nayla	350.000.000	345.000.000	336.000.000	180.000.000



19	Ibu Mery	270.000.000	260.000.000	240.000.000	120.000.000
20	Yaya	935.000.000	930.000.000	924.000.000	252.000.000
21	Saudagar	100.000.000	95.000.000	84.000.000	50.000.000
22	Royan	500.000.000	490.000.000	480.000.000	216.000.000
23	Nisa	380.000.000	370.000.000	360.000.000	72.000.000
24	Askha Jaya	1.800.000.000	1.750.000.000	1.728.000.000	1.600.000.000
25	Lala	500.000.000	495.000.000	480.000.000	252.000.000
26	Mahkota	860.000.000	855.000.000	840.000.000	720.000.000
27	Purijaya	180.000.000	175.000.000	168.000.000	120.000.000
28	Keripik Lampung	380.000.000	375.000.000	360.000.000	288.000.000
29	Arabar	300.000.000	295.000.000	288.000.000	150.000.000
30	Enggal Jaya	150.000.000	130.000.000	120.000.000	85.000.000
31	Alibaba	395.000.000	380.000.000	360.000.000	192.000.000
32	Rojo Keripik	490.000.000	488.000.000	480.000.000	360.000.000

*Sumber:* LAKIP Diskoperindag Kota Bandar Lampung

Seiring berkembangnya zaman banyak jenis usaha baru yang mulai bermunculan. Hal ini menjadi tantangan bagi UMKM keripik pisang di Bandar Lampung untuk bertahan dalam persaingan pasar terlebih saat ini bangsa Indonesia telah memasuki MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), dengan begitu semakin besar tantangan yang harus dihadapi oleh masyarakatnya. Masyarakat Indonesia tidak hanya bersaing dengan warga negeri sendiri tetapi juga harus bersaing dengan warga luar negeri. Maka dari itu usaha mikro kecil menengah (UMKM) memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas sehingga dapat bersaing dengan warga negara asing.

Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor terpenting dalam perkembangan unit usaha. Modal yang besar tidak akan berdampak banyak jika tidak diimbangi dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Jepang dapat menjadi negara yang maju meskipun memiliki sumber daya alam yang rendah, tetapi Jepang memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Sedangkan Indonesia memiliki sumber daya alam yang tinggi namun kualitas sumber daya manusia yang rendah. Dapat dikatakan bahwa sumber daya manusia merupakan kunci dari perkembangan suatu usaha. Karena sumberdaya manusia adalah yang memegang peran penting dalam pengoperasian suatu usaha. Mulai dari proses produksi sampai proses pemasaran dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik, kreatif dan inovatif agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dalam persaingan pasar.

Kompetisi atau persaingan yang semakin meningkat dan bebas membuat para pengusaha di Indonesia dituntut untuk semakin inovatif dan kreatif dalam memasarkan produk usahanya salah satunya dengan memanfaatkan teknologi. Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan teknologi berlangsung semakin pesat.

Perkembangan teknologi ini semakin memudahkan aktivitas manusia terutama dalam hal komunikasi. Pertukaran informasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, dimanapun dan kapanpun. Dengan begitu tidak ada lagi batasan jarak dan waktu, manusia dapat dengan mudah melakukan transaksi dan melakukan pertukaran informasi hanya dengan melalui jejaring internet atau media sosial.

Hadirnya media sosial antara lain toko pedia, Shoppe, Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, Line, Go-food, Grab-food dan lain sebagainya memberikan beberapa dampak positif bagi masyarakat terutama bagi pengusaha. Dengan adanya beberapa akun media sosial tersebut para pengusaha dapat melakukan promosi penjualan dan juga transaksi penjualan dengan lebih mudah dan efektif. Selain itu media sosial dapat meningkatkan kemungkinan pengusaha dapat bekerjasama dengan pengusaha lainnya dan menjadikan usahanya semakin maju dan berkembang. Media sosial dapat menghubungkan banyak orang dengan mudah, cepat dan gratis.

Salah satu diantara UMKM sentral keripik pisang, Askha Jaya udah menjamah penjualan daring (online) melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Laman media sosial Askha Jaya terus diperbarui dengan pos penuh promo dan visual yang menarik. Tak hanya menggaet konsumen secara langsung, media sosial juga berhasil mendapatkan 250 reseller yang aktif membeli produknya untuk dijual kembali. Dari para reseller tersebut, Askha Jaya mengirim 200 kg-500 kg keripik pisang setiap bulannya. Bahkan hingga saat ini Askha Jaya tidak hanya melayani pembelian daring ke seluruh wilayah Indonesia, melainkan juga menapaki ranah global.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Menengah dan Aneka Kementerian Perindustrian Direktorat Jendral Industri Kecil, "Lampung Bangga Wirausaha Industri," 2022.

Kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial berperan penting bagi pengembangan suatu unit usaha, karena sumberdaya manusia adalah yang memegang peran penting dalam pengoperasian suatu usaha. Mulai dari proses produksi sampai proses pemasaran dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik, kreatif dan inovatif agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dalam persaingan pasar. Dengan media sosial pengusaha dapat melakukan promosi penjualan dan juga transaksi penjualan dengan lebih mudah dan efektif. Selain itu media sosial dapat meningkatkan kemungkinan pengusaha dapat bekerjasama dengan pengusaha lainnya dan menjadikan usahanya semakin maju dan berkembang. UMKM sentral keripik di Gang PU kota Bandar Lampung telah melakukan berbagai pelatihan dan penyuluhan untuk meningkatkan kualitas SDM dan sudah menggunakan media sosial yang berdampak pada peningkatan *reseller* dan penjualam. Indikator pengembangan UMKM menurut Januardin adalah omzet penjualan keuntungan atau laba serta pertumbuhan pemasaran tetapi menurut data Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung pada tabel 1.2 omzet UMKM keripik pisang Gang PU mengalami penurunan dari tahun ke tahun sejak tahun 2017 hingga 2020 dimana tidak sesuai dengan pencapaian dan usaha yang telah dilakukan UMKM Keripik Pisang Gang PU.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam”**

---

### C. **Identifikasi dan Batasan Masalah**

#### 1. Identifikasi

Dengan adanya uraian latar belakang di atas, penulis akan memaparkan beberapa identifikasi masalah agar pembahasan yang dikaji lebih tersusun dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan, antara lain:

- a. Kualitas Sumber Daya Manusia
- b. Efektivitas Penggunaan Media Sosial
- c. Pengembangan UMKM

#### 2. Batasan Masalah

Adanya batasan penelitian ini digunakan supaya penelitian tidak terlalu luas, sehingga bisa fokus pada tujuan yang ingin dicapai.

Batasan penelitian yang ditetapkan yaitu:

- a. Peneliti hanya mencakup informasi pada pelaku UMKM Keripik Pisang di Gang PU Kota Bandar Lampung
- b. Informasi yang dipaparkan pada penelitian ini hanya terkait dengan pengaruh kualitas SDM dan efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung.

### D. **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung?
2. Apakah terdapat pengaruh efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung secara simultan?
4. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap pengaruh kualitas sumber daya manusia dan

efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung secara simultan
4. Untuk menjelaskan pandangan Ekonomi Islam terhadap pengaruh kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi untuk setiap orang yang membacanya, serta menambah wawasan dan pemahaman mengenai seberapa besar pengaruh kualitas SDM dan efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM.

##### **2. Secara Praktisi**

###### **a. Bagi Lembaga**

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi kinerja menjadi lebih baik lagi, serta memberikan masukan atau bahan

pertimbangan untuk mengambil suatu keputusan agar kegiatan usaha bisa berjalan dengan baik.

b. Bagi Akademis

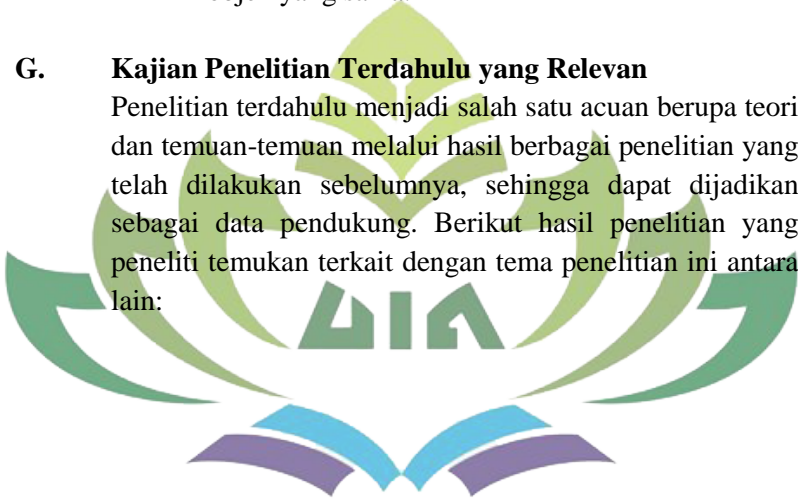
Dapat menjadi bahan masukan terhadap penelitian yang saling berkaitan serta dapat memberikan partisipasi dalam wawasan tambahan di bidang ekonomi syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bermanfaat untuk menjadi informasi atau referensi tambahan dalam penelitian selanjutnya dan sebagai bahan perbandingan jika mengkaji objek yang sama.

**G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan berupa teori dan temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat dijadikan sebagai data pendukung. Berikut hasil penelitian yang peneliti temukan terkait dengan tema penelitian ini antara lain:



**Tabel 1. 2**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis	Judul Penelitian	Metode	Hasil dan Kesimpulan
1	Pradono Tri Pamungkas (2015) <sup>12</sup>	Pengaruh Modal, Kualitas SDM dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM pada pemilik usaha di sekitar Pasar Babadan Ungaran.	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan dari modal terhadap pemberdayaan UMKM, Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas sdm terhadap pemberdayaan UMKM Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari promosi terhadap pemberdayaan UMKM. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel modal, kualitas sdm dan promosi secara bersama - sama atau simultan terhadap variabel pemberdayaan UMKM.
2	Siti Fatimah, M. Yahya, Khairatun	Pengaruh Modal Usaha, Kualitas SDM, dan	Metode penelitian yang digunakan adalah	Modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kuala Simpang

<sup>12</sup> Pradono Tri Pamungkas, "PENGARUH MODAL, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DAN PROMOSI TERHADAP PEMBERDAYAAN UMKM ( Studi Kasus Pada Pemilik Usaha Di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran )," *Journal of Management* 1, no. 1 (2015): 1-6, <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/231>.



	Hisan (2021) <sup>13</sup>	Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang	deskriptif kuantitatif.	Kabupaten Aceh Tamiang. Kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Modal usaha, kualitas sumber daya manusia, dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang
3	Arni Lasoma, Sofhian, Sofhian, Yusran	Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap	Teknik pengelolaan data dalam penelitian ini adalah analisis	Secara parsial modal usaha berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha mikro di Kecamatan

<sup>13</sup> Siti Fatimah, M. Yahya, and Khairatun Hisan, "Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang," *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 2 (2021): 151–72, <https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>.

	Zainuddin (2021) <sup>14</sup>	pengembangan Usaha Mikro Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango	deskriptif kuantitatif	Kabila Kabupaten Bone Bolango; strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango; dan secara simultan modal usaha dan pengembangan usaha berpengaruh terhadap pengembangan usaha mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.
4	Inggar Ariani Karendra (2014) <sup>15</sup>	Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha pada KPRI Pertagama Kota Madiun	Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan pengaruh antara kualitas sumber daya manusia terhadap perkembangan usaha pada KPRI Pertagama Kota Madiun. Dimana variabel kualitas sumber daya manusia yang bernilai sebesar 0,210 menunjukkan besarnya pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap

<sup>14</sup> Arni Lasoma, Sofhian Sofhian, and Yusran Zainuddin, "Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango," *Finansha- Journal of Sharia Financial Management* 2, no. 2 (2021): 45–60, <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i2.13923>.

<sup>15</sup> Inggar Ariani Karendra, "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada Kpri Pertagama Kota Madiun," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 4, no. 1 (2016): 57, <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i1.633>.

				perkembangan usaha yang berkorelasi positif, artinya setiap kenaikan kualitas sumber daya manusia 1% menyebabkan naiknya perkembangan usaha sebesar 0,210 satuan. Berdasarkan hasil analisis dapat dikatakan antara keduanya ada hubungan signifikan, artinya ada beda pengaruh antara kualitas sumber daya manusia terhadap perkembangan usaha pada KPRI Pertagama Kota Madiun
5	Tuti Tri Handayani dan Rini Apriyani (2019) <sup>16</sup>	Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu.	Kualitatif dan Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel bebas yaitu variabel kurangnya permodalan, variable lemahnya kualitas sumber daya manusia dan lemahnya jaringan usaha dan penetrasi pasar terhadap variable terikat yaitu variable perkembangan UMKM ekonomi kreatif. Artinya jika dilihat secara individual faktor yang

<sup>16</sup> Tuti Tri Handayani and Rini Apriyani, "Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Ogan Komering Ulu," *Kolegial* 7, no. 2 (2019): 119–34.

				paling mempengaruhi ada dua adalah faktor kurangnya permodalan dan faktor lemahnya kualitas SDM.
--	--	--	--	--

## H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi lima bagian pembahasan yang ada didalam satu bab akan berkaitan dengan bab yang lain, sehingga akan membentuk penelitian yang sistematis. Sistematika penulisan pada penelitian ini disusun sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi penegasan judul penelitian, latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis**

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori of planned behavior, pasar modal, pengetahuan, motivasi, literasi keuangan, minat dan investasi dalam perspektif islam. Pada bab ini juga terdapat kerangka berpikir dan pengajuan hipotesis penelitian.

### **BAB III Metode Penelitian**

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, sumber data, populasi, sampel, teknik pengumpulan data serta metode analisis data.

### **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data, pembahasan hasil penelitian dan menjawab hipotesis yang telah dirumuskan.

**BAB V Penutup**

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Selain kesimpulan mengenai hasil penelitian, Peneliti juga menyampaikan hasil pemikiran berbentuk saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan pihak yang membutuhkan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Pertumbuhan Ekonomi Neo-Klasik**

Ahli ekonomi Yosep Schumpeter dalam bukunya *The Theory of Economics Development* menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi disebabkan karena adanya perubahan-perubahan terutama dalam lapangan industri dan perdagangan.

Menurut teori Neo-Klasik hal-hal yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yaitu jumlah dan kualitas penduduk atau sumber daya manusia, sumber daya modal dan teknologi, sistem sosial dan sikap masyarakat, sumber daya alam, luas pasar atau pangsa pasar. Proses perkembangan ekonomi menurut teori Neo-Klasik yaitu sebagai hasil hubungan harmonis antara faktor internal dan eksternal ekonomi. Faktor internal timbul karena adanya kenaikan skala produksi sebagai akibat adanya efisiensi seperti mesin baru, pasar yang luas, dan manajemen yang baik. Sedangkan faktor eksternal timbul karena adanya perkembangan industri yang saling ketergantungan dari berbagai sektor perekonomian.<sup>17</sup>

##### **2. Pengembangan UMKM**

###### **a. Pengertian Pengembangan**

Pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia/KBBI merupakan suatu proses, perbuatan atau cara mengembangkan. Pengembangan merupakan perbuatan yang menjadikan suatu pertambahan ataupun perubahan sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya).<sup>18</sup>

Berdasarkan Pasal 16 UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa yang memiliki peran sebagai pengembang UMKM adalah:

- 1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah sebagai pihak yang memberikan fasilitas usaha dalam bidang:

---

<sup>17</sup> Pratahama Raharja, *Teori Ekonomi Makro* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005). 151.

<sup>18</sup> Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2006). 36.

- a) Sumber daya manusia
  - b) Pengolahan atau produksi
  - c) Pemasaran
  - d) Desain dan teknologi
- 2) Dunia usaha dan masyarakat berperan serta aktif melakukan pengembangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1)

**b. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

UMKM menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 diartikan sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro ialah jenis usaha yang dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha perorangan. Dikatakan usaha mikro jika mempunyai jumlah aset bersih maksimal 50 juta (tidak termasuk tanah juga bangunnya) dan mempunyai penghasilan per tahunnya maksimal sejumlah 300 juta.
- 2) Usaha kecil ialah jenis usaha yang dijalankan dan dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha perorangan tetapi tidak termasuk anak perusahaan maupun cabang dari jenis usaha menengah maupun usaha besar. Dikatakan usaha kecil jika mempunyai aset bersih 50 juta hingga 500 juta (tidak termasuk tanah serta bangunan usahanya) dan mempunyai penghasilan per tahunnya sejumlah 300 juta hingga 2,5 miliar.
- 3) Usaha menengah ialah jenis usaha yang dijalankan dan dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha perorangan tetapi tidak termasuk anak perusahaan atau cabang dari suatu usaha kecil maupun usaha besar. Dikatakan usaha menengah jika mempunyai aset bersih sejumlah 500 juta hingga 10 miliar (tidak termasuk tanah serta bangunan usahanya) dan mempunyai penghasilan per tahunnya sejumlah 2,5 miliar hingga 50 miliar.

**c. Karakteristik UMKM**

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa karakteristik utama UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Jumlah perusahaan sangat banyak (jauh melebihi jumlah usaha besar) terutama dari kategori usaha mikro dan usaha kecil. Dalam hal ini juga didasarkan pada karakter usaha

mikro dan usaha kecil yang terbesar diseluruh pelosok pedesaan termasuk di wilayah- wilayah yang relatif terisolasi.

- 2) Karena sangat padat karya, berarti mempunyai satu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan UMKM dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat miskin.
- 3) Kegiatan-kegiatan produksi dari kelompok UMKM pada umumnya dari berbasis pertanian. Oleh karena itu upaya-upaya pemerintah mendukung UMKM sekaligus juga merupakan cara tak langsung, tetapi efektif untuk mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi disektor pertanian.<sup>19</sup>

#### **d. Indikator Pengembangan Usaha**

- 1) Omzet Penjualan merupakan jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.
- 2) Keuntungan/Laba Usaha. Secara teoritis tujuan utama perusahaan adalah untuk memanfaatkan sumber daya (alam dan manusia) guna mendapatkan manfaat (benefit) darinya. Ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan.
- 3) Jumlah Tenaga Kerja<sup>20</sup>

### **3. Kualitas Sumber Daya Manusia**

#### **a. Pengertian Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia juga dapat didefinisikan sebagai individu yang merancang dan memproduksi keluaran dalam

---

<sup>19</sup> Muhammad Aldi Faridzi, Tulus Suryanto, and Yulistia Devi, "The Effect of Understanding and Religiosity on MSME Taxpayer Compliance in Paying Tax PP 23 Year 2018" 03, no. 01 (2022): 1–22.

<sup>20</sup> Januardin, "Pengaruh Pengetahuan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Di Provinsi Sumatera Utara," *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 1, no. 1 (2019): 1–10.



rangka pencapaian strategi dan tujuan yang telah diterapkan oleh organisasi. Tanpa individu yang memiliki keahlian atau komponen, maka mustahil bagi organisasi untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia inilah yang membuat sumber daya lainnya dapat berjalan.<sup>21</sup>

#### **b. Kualitas Sumber Daya Manusia**

Kualitas sumber daya manusia merupakan kualitas yang ada pada diri setiap manusia dimana semua hal tersebut mampu meningkatkan taraf hidup bagi dirinya maupun bagi orang banyak dimana kualitas itu dapat merubah cara berfikir, cara pandang, pola hidup ataupun yang lainnya.<sup>3</sup> Kualitas sumber daya manusia juga menyangkut dua aspek yaitu aspek fisik (kualitas fisik) dan aspek non fisik (non fisik) yang menyangkut kemampuan bekerja, berfikir dan berketerampilan.<sup>22</sup>

Indikator kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

- 1) Kualitas fisik merupakan kemampuan melakukan tugas yang menuntut keterampilan.
- 2) Kualitas intelektual merupakan kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas berfikir, pengetahuan, menalar dan memecahkan masalah
- 3) Kualitas spiritual merupakan kemampuan yang berkaitan dengan etika, sikap, perilaku serta fungsi mental manusia yang secara ilmiah biasanya berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian baik buruknya suatu kondisi saat melaksanakan pekerjaan usaha.

---

<sup>21</sup> Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). 20.

<sup>22</sup> Inggar Ariani Karendra, Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada KPRI Pertaguna Kota Madiun, *Jurnal Ekonomi*, Vol.2 No.2, dalam <http://ejournal.unipma.ac.id>, 2014, h.191.

<sup>23</sup> Pradono Tri Pamungkas, Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Promosi Terhadap Pemberdayaan UKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran), *Journal of Management ISSN : 2502-7689*, Vol. 1 No 1 (2015).

Kualitas sumber daya manusia memegang peranan penting dalam pengembangan suatu usaha. Namun dalam suatu usaha khususnya UMKM masih dihadapkan pada berbagai kendala yang berhubungan dengan sumber daya manusia misalnya masih rendahnya tingkat keterampilan, kemampuan, keahlian dan profesionalisme yang dimiliki oleh sumber daya manusia.<sup>24</sup>

### c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia dibuat untuk membangun individu, suatu kelompok dan juga organisasi, supaya berkembang menjadi lebih baik dan efektif. Hal ini diperlukan karena seiring berjalannya waktu seseorang, pekerjaan ataupun organisasi akan terus mengalami perubahan. Perubahan-perubahan ini disebabkan oleh faktor eksternal maupun internal.<sup>25</sup>

Pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi, agar pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*ability*), dan keterampilan (*skill*) mereka sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan. Dengan kegiatan pengembangan ini maka diharapkan dapat memperbaiki dan mengatasi kekurangan dalam melaksanakan pekerjaan dengan lebih baik, sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi yang digunakan oleh organisasi.<sup>26</sup>

## 4. Efektivitas Penggunaan Media Sosial

### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita mengkomunikasikan serta membagikan informasi melalui penggunaan internet, sedangkan pemasaran

---

<sup>24</sup> Rachmawan Budiarto, *Pengembangan UMKM* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2016).

<sup>25</sup> Marwansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bandung: ALFABETA, 2014).

<sup>26</sup> Muhammad Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rajawali Press, 2013). 5.

menggunakan media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran melalui internet dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial.<sup>27</sup>

#### **b. Karakteristik Media Sosial**

- 1) **Transparansi:** karena konten media sosial ditujukan untuk konsumsi public maka suatu informasi harus terbuka dan transparan.
- 2) **Komunikasi:** suatu hubungan serta komunikasi interaktif yang terjalin dengan beragam fitur, misalnya antara “*brand bisnis*” dengan para “*fans*”nya.
- 3) **Jejaring Relasi:** hubungan yang terjadi antara pengguna yang membuat mereka saling menjalin komunikasi ataupun membangun pertemanan. Komunitas jejaring sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi audiensinya.
- 4) **Multi Opini:** setiap orang bebas berargumen serta menyampaikan pendapatnya dengan mudah.
- 5) **Multi Form:** penyajian informasi dalam konten dan *channel* yang beragam, seperti: *sosial media press release*, *video news release*, *web portal* dan elemen lainnya.
- 6) **Kekuatan Promosi Online:** media sosial dipandang sebagai alat yang memunculkan berbagai macam peluang yang bisa dimanfaatkan untuk mewujudkan visi misi organisasi.<sup>28</sup>

#### **c. Macam-Macam Media Sosial**

##### 1) *Instagram*

*Instagram* merupakan layanan berbasis internet atau jejaring sosial yang digunakan untuk aling berbagi cerita melalu postingan foto atau video mereka. Tidak sedikit orang yang memanfaatkannya untuk sarana berjualan online.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Indika and Jovita, “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen.”

<sup>28</sup> Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia.,” *Jurnal Unita* 9, no. 1 (2016): 140–57, <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.

<sup>29</sup> Feri Sulinta, *Rahasia Berbisnis Ala Sosial Media* (Bandung: Andi Offset, 2015).

2) *WhatsApp*

WhatsApp adalah salah satu aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan pertukaran pesan tanpa biaya SMS, karena whatsapp menggunakan paket data internet selainya browsing web, email, dan lain-lain. Whatsapp memudahkan kita untuk melakukan obrolan online, berbagi lokasi, berbagi file, bertukar foto, video dan dapat menjadi tempat untuk mempromosikan suatu produk.<sup>30</sup>

3) *Twitter*

*Twitter* merupakan jejaring sosial *microblogging* yang ditujukan untuk saling bertukar informasi berupa tweet atau pesan ringkas yang dapat disertai gambar ataupun video. Tidak jarang berbagai bisnis atau produk baru akhirnya menjadi sangat populer setelah membuat “kicauan” di twitter.<sup>31</sup>

4) *Tokopedia*

*Tokopedia* adalah salah satu jejaring sosial di Indonesia dengan model bisnis marketplace dan mall online. Setiap individu, toko kecil ataupun suatu brand dapat membuka dan mengelola toko online menggunakan aplikasi ini. Tokopedia memberikan layanan dasar yang dapat digunakan secara gratis oleh semua orang.<sup>32</sup>

5) *Facebook*

*Facebook* adalah jejaring sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg yang saat ini menjadi salah satu jejaring sosial terbesar di dunia. Maka dari itu tidak sedikit orang yang memanfaatkan aplikasi ini sebagai sarana penjualan online.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Ariza Rusni, “Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (ODOJ) Dalam Meningkatkan Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru,” *Jurnal Online Mahasiswa 2*, no. 1 (2017): 1–15.

<sup>31</sup> Sulinta, *Rahasia Berbisnis Ala Sosial Media*.

<sup>32</sup> Herdiega Reza Sanggara and Nevrettia Christantyawati, “Trend Minat Mahasiswa Universitas Dr. Soetomo Dalam Berbelanja Secara Online Di Tokopedia,” *Jurnal Kajian Media 1*, no. 2 (2017): 97–110, <https://doi.org/10.25139/jkm.v1i2.421>.

<sup>33</sup> Sulinta, *Rahasia Berbisnis Ala Sosial Media*.

6) *Youtube*

*Youtube* adalah sebuah layanan video yang menjema menjadi jejaring sosial sekaligus sarana promosi luar biasa yang menyita perhatian banyak orang. Berbagai brand papan atas kerap kali mendistribusikan iklaniklannya via *youtube*.<sup>34</sup>

7) *Go-Food*

*Gojek* merupakan perusahaan transportasi berbasis online. Nadien Makariem mendirikan perusahaan ini pada tahun 2011. *Gojek* menyediakan beberapa fitur layanan salah satunya adalah *Go-Food*. *Go-Food* adalah layanan pesan antar untuk memberkan dan mengantarkan makanan pada konsumen.<sup>35</sup>

8) *Grab-Food*

*Grab-Food* adalah layanan pesan antar makanan menggunakan aplikasi *Grab*. Cara pemesanan memilih layanan jasa *Grab-Food*.<sup>36</sup>

**d. Manfaat Media Sosial**

Suatu perusahaan selalu berupaya untuk memperkenalkan seluruh produk yang dimilikinya, baik secara langsung ataupun secara tidak langsung. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Tanpa adanya promosi sulit bagi pelanggan untuk mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana paling penting dan paling ampuh yang bisa dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menarik perhatian konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Promosi dilakukan untuk memberikangambaran mengenai suatu produk dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Setiap perusahaan memiliki sarana masing-

---

<sup>34</sup> Sulinta.

<sup>35</sup> Apreliyani Indah Pratiwi, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Delivery Order Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Madiun" (2019).

<sup>36</sup> Dinda Nurazmi, "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Grabfood Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya" (Politeknik Negeri Sriwijaya, 2019).

masng dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa.<sup>37</sup>

Berikut ini merupakan beberapa sarana promosi yang dapat digunakan:

- 1) Periklanan (*advertising*)
- 2) Publisitas (*publicity*)
- 3) Promosi penjualan (*sales promotion*)
- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*)

## 5. Perspektif Ekonomi Islam

### a. Perkembangan Usaha dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an bahwasanya dianjurkan kepada manusia untuk melakukan segala aktivitas dan tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur. Islam melarang seseorang untuk putus asa (dalam bekerja), sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an "*faiza faraghta fanshab*" (sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan). Hal tersebut menunjukkan bahwa al-Qur'an menekankan kepada manusia, kaum muslimin khususnya, agar selalu kerja dan bekerja keras. Dimana kerja dan bekerja keras harus dijadikan sebagai prinsip dasar hidup bagi kaum muslimin.<sup>38</sup> Sebagaimanaterdapat di dalam Q.S An-Najm [53] : 39 yaitu :

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya: "dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya".

Dalam melakukan bisnis atau usaha tentulah seseorang perlu bekerja. Bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah SWT.

---

<sup>37</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018).

<sup>38</sup> Madnasir and Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Bandar Lampung: Permata Printing Solution, 2012).4.

b. Kualitas Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Islam

Islam telah menjelaskan secara terperinci tentang tujuan diciptakannya manusia yang kemudian dikaitkan dengan peran manusia dalam kehidupan sehari-hari. Hakikat manusia menurut pandangan Islam, tidak bisa dilepas dari hakikat di balik penciptaan manusia ke bumi. Allah swt telah menempatkan manusia sebagai *khalifah* yakni menempatkan manusia sebagai makhluk paling sempurna diantara makhluknya yang ada di muka bumi. Islam menghendaki manusia berada pada tatanan yang tinggi dan luhur, oleh karena itu manusia dikaruniai perasaan, akal, dan tubuh yang baik. Islam, dalam ayat-ayat Al-Qur'an telah mengisyaratkan tentang bentuk diri manusia, antara lain yang disebutkan dalam Q.S. At-Tin ayat 4

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

Artinya: *Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.*

Ayat-ayat di atas menjelaskan bahwa manusia di muka bumi sebagai makhluk sekaligus *khalifah* yang sempurna yang diciptakan Allah swt. Tanpa adanya sumber daya manusia yang mengelola dan menjaga maka sumber daya alam yang ada di bumi tidak bermanfaat. Oleh karena itu Allah swt menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya untuk dapat mengelola sumber daya alam yang dilimpahkan oleh Allah swt.

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang dapat mampu mengelola dirinya sendiri maupun seluruh potensi yang terkandung di alam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Siti Syarifah Riani, "Pelaksanaan Pembelajaran Program Pelatihan Operator Garmen Di Balai Latihan Kerja Industry Semarang" (Universitas Negeri Semarang, 2015). 8.

c. Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Islam

Pemanfaat media sosial dalam rangka meningkatkan pemasaran bisnis Syariah didasari dengan Syariah Islam yang baik dan benar. Pemasaran syariah sebagai suatu ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai yang unggul kepada pelanggan dengan berorientasi pada ketentuan-ketentuan syariah.<sup>40</sup>

d. Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam

UMKM menjadi salah satu bentuk penerapan dari kegiatan berdagang atau berwirausaha. Seseorang menjalankan kegiatan usaha atau berwirausaha untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka. Didalam Islam, setiap orang muslim diwajibkan untuk bekerja agar memperoleh harta atau kekayaan.

Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan dalam surah al-A'raaf ayat 10:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ ۗ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya:

*Dan sungguh, Kami telah menempatkan kamu di bumi dan di sana Kami sediakan (sumber) penghidupan untukmu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur.*

Maksud dari ayat diatas yaitu Allah SWT telah memudahkan manusia dengan cara melapangkan bumi dan menyediakan berbagai fasilitas untuk dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam mencari dan memperoleh nafkah.<sup>41</sup> Bisnis atau usaha dalam perspektif Islam merupakan suatu kegiatan usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan

---

<sup>40</sup> Nuriawati, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah," *Izzi (Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi)* 1, no. 1 (2021): 42–54.

<sup>41</sup> Muhammad Ismail Yusanto and Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002). 17.



mengikuti aturan dan ketentuan syariat Islam. Jadi, dalam memperoleh maupun menggunakan harta atau kekayaan yang didapatkannya juga harus berlandaskan syariat Islam, yaitu memperhatikan halal dan haram.<sup>42</sup>

Menurut Islam, berwirausaha merupakan cara yang terbaik dalam memperoleh harta. Oleh karena itu, kegiatan usaha harus dilakukan dengan cara-cara yang baik agar mendapatkan ridha Allah SWT, yaitu tidak melakukan kegiatan usaha yang curang ataupun penipuan, riba, dan tindakan dzalim lainnya. Dalam Islam, Rasulullah SAW merupakan contoh seorang *entrepreneur* yang dapat dipercaya serta religius.<sup>43</sup> Rasulullah SAW memperoleh keberhasilan dalam menjalankan usaha dikarenakan kepribadian diri yang dimilikinya yaitu berpengetahuan luas, amanah, dan mempunyai keterampilan yang baik. Selain itu, Rasulullah SAW juga mempunyai karakter yang jujur, kreatif, berani, tabligh, percaya diri, dan istiqomah. Allah SWT telah mewajibkan untuk hamba-hambaNya untuk mencari harta.

Hal tersebut telah dijelaskan dalam surat al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ  
النُّشُورُ

Artinya:

*Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahi lah di segala penjuruannya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*

<sup>42</sup> Ariyadi, "Business in Islam," *Jurnal Hadratut Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 13–26.

<sup>43</sup> S. Usniah and A. Alhifni, "Karakteristik Entrepreneur Syariah Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Bogor," *Jurnal Syarikah* 3, no. 1 (2017): 372–90.

Maksud dari ayat diatas yaitu Allah telah memerintahkan kepada hamba-hambanya untuk mencari rezeki yang sudah di siapkan oleh Allah SWT di bumi. Dalam mencari rezeki, tentunya harus menggunakan cara yang halal dan pelaku usaha muslim juga harus selalu mengingat Allah SWT. Dengan selalu mengingat Allah SWT, pelaku usaha akan terhindar dari perilaku-perilaku yang melanggar dan dilarang oleh aturan Islam. Selanjutnya, ketika rezeki tersebut telah didapatkannya, maka harus digunakan dengan baik dan benar.<sup>44</sup> Sehingga, dengan menjalankan usaha yang berlandaskan pada aturan- aturan syariah akan membuat kesejahteraan di dunia maupun di akhirat kelak.

## 6. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Nilai-nilai dalam agama ekonomi Islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam. Berikut ini adalah penjelasan tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam:<sup>45</sup>

### a. Tauhid

Akidah memiliki peranan yang paling penting dalam kehidupan manusia. Ia memiliki pengaruh yang penting mengenai pola pikir serta cara bertindak seseorang didalam hidupnya. Prinsip tauhid ini dikembangkan dari adanya prinsip keyakinan, bahwa seluruh sumber daya yang ada di bumi ini hakekatnya adalah milik Allah swt, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk memiliki, mengelola, dan mememanfaatkannya untuk sementara. Prinsip ini juga dikembangkan berdasarkan keyakinan bahwa seluruh aktivitas manusia termasuk aktivitas ekonominya diawasi oleh Allah swt dan akan dipertanggung jawabkan di depan Allah di akhirat kelak.

---

<sup>44</sup> Ariyadi, "Business in Islam." 11.

<sup>45</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam* (Depok: Rajawali Press, 2017). 18-20.

b. *Nubuwwah* (Akhlaq)

Prinsip ini adalah suatu prinsip pengimplementasian dari sikap-sikap utama Rasulullah dalam menjalankan seluruh kegiatan ekonominya.

- 1) *Siddiq* (benar), sifat benar dan jujur harus menjadi visi kehidupan seorang muslim. Dari sifat benar dan jujur ini akan memunculkan efektivitas dan efisiensi kerja seseorang. Seorang muslim akan berusaha mencapai target dari setiap pekerjaannya dengan baik dan tepat.
- 2) *Tabligh* (menyampaikan kebenaran), dalam kehidupan seorang muslim mengemban tanggung jawab menyeru dan menyampaikan *amal ma'ruf nahi mungkar*. Dalam kegiatan ekonomi sifat *tabligh* ini dapat diimplementasikan dalam bentuk transparansi, keterbukaan, dan saling menasehati dalam kebenaran.
- 3) *Amanah* (dapat dipercaya), sifat ini harus menjadi misi dalam kehidupan seorang muslim. Sifat ini akan membentuk suatu sikap kredibilitas dan tanggung jawab pada setiap individu muslim. Sifat amanah menjadi sikap yang fundamental dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, apabila sikap amanah mampu terpatri dalam diri masing-masing pebisnis muslim, maka hal tersebut juga akan mengurangi sikap korupsi, penipuan, spekulasi dan penyakit ekonomi lainnya.
- 4) *Fathonah* (cerdas), sikap cerdas, bijaksana dan intelek harus dimiliki oleh setiap muslim. Agar setiap pekerjaan yang dilakukan efektif dan efisien, serta terhindar dari penipuan maka ia harus mengoptimalkan potensi akal yang dimilikinya.

c. Keseimbangan

Allah telah menyediakan apa yang ada dilangit dan di bumi untuk kebahagiaan hidup manusia dengan batas-batas tertentu seperti tidak boleh melakukan kegiatan-kegiatan yang membahayakan keselamatan lahir, dan batin, diri sendiri ataupun orang lain dan lingkungan sekitarnya. Keseimbangan merupakan nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang muslim. Asas

keseimbangan dalam ekonomi ini terwujud dalam kesederhanaan, hemat, dan menjauhi pemborosan serta tidak batil.

d. Kebebasan Individu

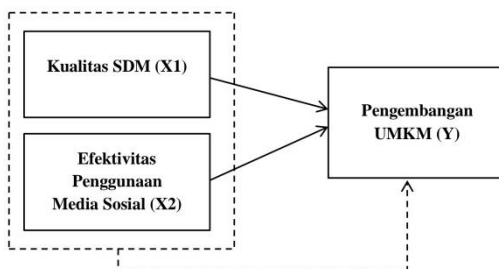
Kebebasan ekonomi adalah tiang utama dalam struktur ekonomi Islam, karena kebebasan ekonomi bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian yang bersendikan keadilan. Kebebasan ekonomi merupakan implikasi dari prinsip tanggung jawab individu terhadap aktivitas kehidupannya termasuk aktivitas ekonomi.

e. Keadilan

Keadilan mempunyai makna yang dalam dan urgen dalam Islam serta menyangkut seluruh aspek kehidupan. Karena itu, keadilan merupakan dasar, sekaligus tujuan semua tindakan manusia dalam kehidupan.

## B. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung”, dengan variabel penelitiannya yaitu Kualitas Sumber Daya Manusia ( $X_1$ ), penggunaan media sosial ( $X_2$ ), dan pengembangan UMKM ( $Y$ ). Berikut dikemukakan kerangka konseptual sesuai dengan judul di atas.



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Konseptual**

Keterangan:

1. ——— Uji t atau uji parsial antara variabel X1 dan variabel Y serta uji parsial antara variabel X2 dan variabel Y
2. ----- Uji f atau uji simultan antara variabel X1, X2 dan variabel Y

### C. Hipotesis

Dengan mengacu pada penelitian terdahulu dan kerangka konseptual, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Pengembangan UMKM

Menurut Notoatmodjo dalam Freshka Hasiani kualitas sumber daya manusia ini menyangkut dua aspek yaitu aspek fisik (kualitas fisik) dan aspek non fisik (kualitas non fisik) yang menyangkut kemampuan bekerja, berfikir dan berketerampilan. Sedangkan untuk meningkatkan kualitas atau kemampuan-kemampuan non fisik tersebut, maka upaya yang dilakukan adalah peningkatan pendidikan dan pelatihan. Upaya inilah yang dimaksudkan dengan pengembangan sumber daya manusia.<sup>46</sup> Hal ini sejalan Menurut Kadarisman yang menyatakan bahwa peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dapat dilakukan dengan cara melakukan pemberdayaan. Maka makin berkualitasnya sumber daya manusia diharapkan akan mampu menambahkan hasil yang positif terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.<sup>47</sup>

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatimah, M Yahya dan Khairatun Hisan yang menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap pengembangan UMKM. Hal ini berarti semakin berkualitas

---

<sup>46</sup> Freshka Hasiani.S, “Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Pelalawan,” *JomFEKON* 2 No.2 (2015): 3.

<sup>47</sup> Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

sumber daya manusia yang dimiliki maka perkembangan usaha akan semakin baik.<sup>48</sup>

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H1 : Kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM.**

2. Pengaruh Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM

Untuk meningkatkan perkembangan suatu usaha dibutuhkan. Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah perkumpulan. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti twitter, facebook, instagram, dan lainnya. Efektivitas penggunaan media sosial disini adalah penggunaan media sosial sebagai sarana kontak personal dengan konsumen, bermanfaat sebagai sarana promosi, mendata kebutuhan konsumen, serta menyampaikan respon ke konsumen.<sup>49</sup>

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Arni Lasoma, Sofhian, Yusran Zainuddin yang menyatakan bahwa Strategi untuk efektivitas penggunaan media sosial berpengaruh terhadap pengembangan UMKM. Berarti semakin efektif penggunaan media sosial maka semakin meningkat juga pengembangan UMKM.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Siti Fatimah, M. Yahya, and Khairatun Hisan, "Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang."

<sup>49</sup> Puntoadi D, *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial* (PT. Alex Komputindo, 2011).

<sup>50</sup> Lasoma, Sofhian, and Zainuddin, "Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango."

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H2 : Efektivitas penggunaan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap pengembangan UMKM.**



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Ariyadi. "Business in Islam." *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (2018): 13–26.
- Budiarto, R. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2016.
- Budiarto, Rachmawan. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2016.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal Unita* 9, no. 1 (2016): 140–57. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.
- D, Puntoadi. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. PT. Alex Komputindo, 2011.
- Dinda Nurazmi. "Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Grabfood Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya." Politeknik Negeri Sriwijaya, 2019.
- Direktorat Jendral Industri Kecil, Menengah dan Aneka Kementerian Perindustrian. "Lampung Bangga Wirausaha Industri," 2022.
- Faisal Furqon, Danang. "Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen." *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 7, no. 1 (2018): 51–59.
- Faridzi, Muhammad Aldi, Tulus Suryanto, and Yulistia Devi. "The Effect of Understanding and Religiosity on MSME Taxpayer Compliance in Paying Tax PP 23 Year 2018" 03, no. 01 (2022): 1–22.
- Fuadi, Fatih. "Analysis of The Role of The Creative Economy on Society Increasing in Household Income from The Prespective of Islamic Economics (Studies in Society District Pringsewu)." *Journal of Islamic Business and EconomicReview*. 2, no. 1 (2019): 63–72.



- Hamdi, Asep Saepul. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Handayani, Tuti Tri, and Rini Apriyani. "Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Ogan Komering Ulu." *Kolegial* 7, no. 2 (2019): 119–34.
- Hasiani,S, Freshka. "Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Pelalawan." *JomFEKON* 2 No.2 (2015): 3.
- Hatmawan, Slamet Riyanto, and Aglis Andhita. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Indika, Deru R, and Cindy Jovita. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan* 1, no. 01 (2017): 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>.
- Inggar Ariani Karendra. "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada KPRI Pertaguma Kota Madiun." *Jurnal Ekonomi* 2, no. 2 (2014): 57–67.
- Januardin. "Pengaruh Pengetahuan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Di Provinsi Sumatera Utara." *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 1, no. 1 (2019): 1–10.
- Juliansyah, Noor. *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Jusmaliani. *Pengelolaan Sumber Daya Insani*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Kadarisman, Muhammad. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Kadarsiman. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Karendra, Inggar Ariani. "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada Kpri Pertaguma Kota Madiun." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 4, no. 1 (2016): 57.

<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i1.633>.

Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.

Ladewi, Yuhanis, Saekarini Yuliachtri, and Novryzal. “Analisis Kesadaran Pengusaha UMKM Dalam Kepemilikan NPWP Pada Pengusaha UMKM Pasar Km 5 Kota Palembang.” *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 2 (2020): 83–94.

Lasoma, Arni, Sofhian Sofhian, and Yusran Zainuddin. “Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.” *Finansha- Journal of Sharia Financial Management* 2, no. 2 (2021): 45–60. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i2.13923>.

Madnasir, and Khoiruddin. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Bandar Lampung: Permata Printing Solution, 2012.

Marwansyah. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: ALFABETA, 2014.

Marzuki, Agustina, Crystha Armeroe, and Pipit Fitri Rahayu. *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia, 2020.

Nawari. *Analisis Regresi Dengan MS.Excel 2007 Dan SPSS 17*. Jakarta: PT.Elek Media Komputindo, 2010.

Nikolaus Duli. *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Noviarita, Heni, Muhammad Kurniawan, and Gustika Nurmalia. “Analisis Halal Tourism Dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 302. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1574>.

Nuriawati. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah.” *Izzi (Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Islam Badri Mashduqi)* 1, no. 1 (2021): 42–54.

P3EI. *Ekonomi Islam*. 5th ed. Jakarta: Rajawali Press, 2013.

- Pamungkas, Pradono Tri. "PENGARUH MODAL, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DAN PROMOSI TERHADAP PEMBERDAYAAN UMKM ( Studi Kasus Pada Pemilik Usaha Di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran)." *Journal of Management* 1, no. 1 (2015): 1–6. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/231>.
- Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1995.
- Pratiwi, Apreliyani Indah. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Delivery Order Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Madiun." 2019.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group, 2016.
- Purwanti, Hakim, and Anisa F. "Analisis Pemanfaatan Social Media Commerce Bagi UMKM." *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, n.d., 47–63.
- Raharja, Pratahama. *Teori Ekonomi Makro*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Depok: Rajawali Press, 2017.
- Rusni, Ariza. "Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (ODOJ) Dalam Meningkatkan Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa* 2, no. 1 (2017): 1–15.
- Sanggara, Herdiega Reza, and Nevrettia Christantyawati. "Trend Minat Mahasiswa Universitas Dr. Soetomo Dalam Berbelanja Secara Online Di Tokopedia." *Jurnal Kajian Media* 1, no. 2 (2017): 97–110. <https://doi.org/10.25139/jkm.v1i2.421>.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Setyawan, Febi Endra Budi. *Pedoman Metodologi Penelitian (Statistika Praktis)*. Sidoarjo: Zifatama Jawa, 2017.
- Siti Fatimah, M. Yahya, and Khairatun Hisan. "Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang." *JIM: Jurnal Ilmiah*

- Mahasiswa* 3, no. 2 (2021): 151–72.  
<https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>.
- Siti Syarifah Riani. “Pelaksanaan Pembelajaran Program Pelatihan Operator Garmen Di Balai Latihan Kerja Industry Semarang.” Universitas Negeri Semarang, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: ALFABETA, 2017.
- Suharso, and Ana Retnoningsih. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya, 2006.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Sulinta, Feri. *Rahasia Berbisnis Ala Sosial Media*. Bandung: Andi Ofset, 2015.
- Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Usman Husaini, and Setiadi. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Usniah, S., and A. Alhifni. “Karakteristik Entrepreneur Syariah Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Bogor.” *Jurnal Syarikah* 3, no. 1 (2017): 372–90.
- Yan Mao, Junxuan Zhu, and Yang Sang. “Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing.” *International Journal of Business and Social Science* 5, no. 10 (2014): 92–97.
- Yusanto, Muhammad Ismail, and Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Yusuf, Burhanuddin. *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

