

**ANALISIS PENERAPAN EKONOMI DIGITAL
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM
DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus UMKM Kuliner di Tanjung Karang Pusat
Kota Bandar Lampung)**

Skripsi

**RIDA AYU ANDINI
NPM : 1851010364**



**Program Studi: Ekonomi Syariah
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023 M**

**ANALISIS PENERAPAN EKONOMI DIGITAL
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM
DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus UMKM Kuliner di Tanjung Karang Pusat
Kota Bandar Lampung)**

Skripsi

Ditunjukkan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Meperoleh Gelar Sarjana Ekonomi S1 Dalam
Ilmu Ekonomi Bisnis Islam



Dosen Pembimbing I : Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I
Dosen Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy

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

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 pada sektor ekonomi menyebabkan penurunan pendapatan UMKM, karena tempat usahanya tidak dapat beroperasi akibat kebijakan PPKM yang diterapkan Pemerintah kota Bandar Lampung. Rumusan Masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Penerapan Ekonomi Digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat dan Bagaimanas Penerapan Ekonomi Digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam Pespektif Ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam dan Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan peneliti adalah *teknik Purposive sampling*, seperti Menggunakan aplikasi *Gofood, Grabfood dan Shopeefood*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital di kecamatan Tanjung Karang Pusat berkembang pesat. Dari 16 UMKM ada 6 UMKM yang baru Menggunakan ekonomi digital dalam usaha. Pemasaran digital yang diterapkan UMKM menggunakan aplikasi *Instagram, Facebook dan Tiktok*. Penjualan Online yang di terapkan UMKM dikecamatan Tanjung Karang Pusat menggunakan Aplikasi *Shopeefood, Grabfood, dan Gofood*. Penerapan Ekonomi digital dalam perspektif Ekonomi Islam di kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam Pemasaran yang diterapkan sesuai dengan ajaran Islam dan keikhlasan semata- mata hanya untuk mencari ridha Allah. UMKM di Tanjung Karang Pusat tidak ada yang mengandung penipuan dalam usaha.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, UMKM, Pembayaran Digital, Digital Marketing

ABSTRAK

The Covid-19 pandemic in the economic sector caused a decrease in MSME income, because their business locations could not operate due to the PPKM policy implemented by the Bandar Lampung city government. The problem formulation of this research is how to apply the digital economy in increasing MSME income in the Tanjung Karang Pusat sub-district and how to implement the application of the digital economy in increasing MSME income in the Tanjung Karang Pusat sub-district in an Islamic economic perspective. This research aims to find out the Application of the Digital Economy in Increasing Culinary MSME Income during the Covid-19 Pandemic in Tanjung Karang Pusat Subdistrict and the Application of Digital Economy in Increasing Culinary MSME Income during the Covid-19 Pandemic in Tanjung Karang Pusat District in an Islamic Economic Perspective.

This type of research is qualitative research using primary data and secondary data. The technique used by researchers is a purposive sampling technique, such as using the Gofood, Grabfood and Shopeefood applications. The data collection technique used is the method of observation, interviews, and documentation.

The results of the study show that the application of the digital economy in the Central Tanjung Karang sub-district is growing rapidly. Of the 16 MSMEs, there are 6 new MSMEs using the digital economy in business. Digital marketing implemented by MSMEs uses the Instagram, Facebook and Tiktok applications. Online sales implemented by MSMEs in the Tanjung Karang Pusat sub-district use the Shopeefood, Grabfood and Gofood applications. The application of digital economics in the perspective of Islamic economics in the Central Tanjung Karang sub-district in marketing is implemented in accordance with Islamic teachings and sincerity solely to seek the pleasure of Allah. MSMEs in Tanjung Karang Center do not contain fraud in business.

Keywords: Digital Economy, MSME, Digital Payments, Digital Marketing.



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

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rida Ayu Andini
NPM : 1851010364
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus UMKM Kuliner di Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar Pustaka. Apabila dilain 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, 7 Desember 2022
Penulis



Rida Ayu Andini
NPM. 1851010364



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

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

PERSETUJUAN

Judul Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan
Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19
Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada
UMKM Kuliner di Tanjung Karang Pusat Kota
Bandar Lampung)
Nama Rida Ayu Andini
NPM 1851010364
Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang
Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Mardiyah Havati, S.P., M.S.I

Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy

NIP. 197605292008012010

NIP. 2016010219900828119

Ketua Jurusan

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

NIP. 198208082011012009



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

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Analisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM kuliner di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung)”** disusun oleh, Rida Ayu Andini, NPM: 1851010364, program studi Ekonomi Syariah, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Jumat 30 Desember 2022.

TIM PENGUJI

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

Sekretaris : Erlin Kurniati, M.M

Penguji I : Muhammad Kurniawan, S.E., M.E.Sy

Penguji II : Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy.

Mengetahui,



Prodi: Pulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA

19700926200801100

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

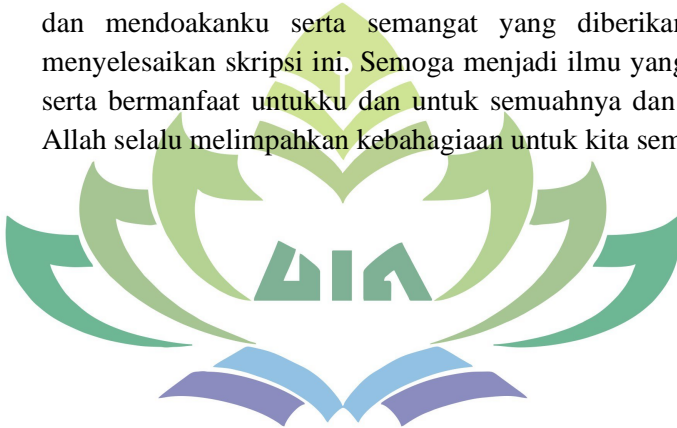
Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa (4) : 29)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepa Allah Swt, sebagai bukti dan hormat, karya tulis in saya persembahkan kepada orang yang saya kasih dan syangi:

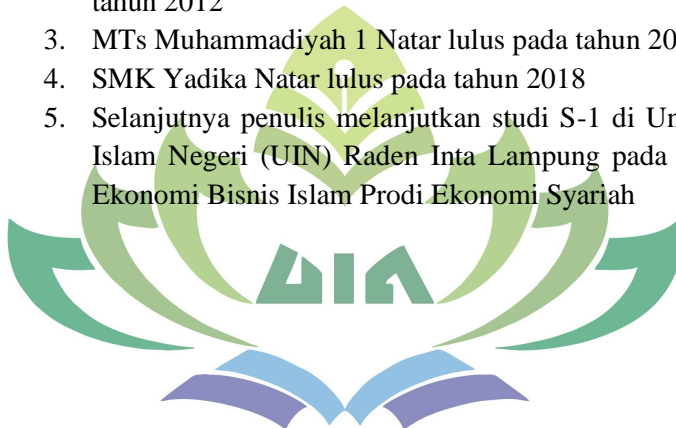
1. Kedua orang tuaku Bapak Rasikun dan Ibu Linda Suciati yang sangat saya sayangi, terimakasih atas segala doa dan dukungannya selama ini terhadap saya. Tanpa doa kedua orang tua mungkin saya tidak bisa sampai dititik ini, hadiah kecil ini saya ersembahkan khusus untuk ayah dan ibu saya.
2. Adik-adikku, Rafilda Anggilina Putri dan Ridho Hafitdz Athari beserta keluarga besarku terimakasih selalu mendukung dan mendoakanku serta semangat yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi ilmu yang berkah serta bermanfaat untukku dan untuk semuaanya dan semoga Allah selalu melimpahkan kebahagiaan untuk kita semua.



RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap penulis adalah Rida Ayu Andini, dilahirkan di Gisting Kabupten Tanggamus pada tanggal 4 Mei 2000, Anak pertama dari tiga bersaudara. Lahir dari pasangan Bapak Rasikun dan Ibu Linda Suciati. bertempat tinggal di Dusun Banjar sari I Desa Kalisai Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Pendidikan yang telah diselesaikan oleh penulis yaitu:

1. Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyiyah Bustanul Athfal Tangkib Batu Natar lulus pada tahun 2006
2. MI Muhammadiyah Tangkit Bangkit Batu lulus pada tahun 2012
3. MTs Muhammadiyah 1 Natar lulus pada tahun 2015
4. SMK Yadika Natar lulus pada tahun 2018
5. Selanjutnya penulis melanjutkan studi S-1 di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Inta Lampung pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim..

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa telah melimpahkan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “**Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus UMKM Kuliner di Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung)**” dapat terselesaikan. Shalawat serta salam disampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Starta Satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah.

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, tak lupa dihaturkan terimakasih sedalam-dalamnya. Secara rinci ungkapan terimakasih ini disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., C.A, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah, serta Bapak Muhammad Kurniawan, M.E.Sy selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Ibu Mardhiah Hayati, S.P., M.S.I selaku Pembimbing Akademik I yang telah menyediakan waktu dan dengan sabar membantu memberikan masukan-masukan serta motivasi demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy selaku Pembimbing Akademik II yang telah membimbing penulis dengan ketelatenan dan kesabaran serta memberikan motivasi dan saran-saran yang membantu dalam terselesaikannya skripsi ini
5. Ibu Kepala Camat Kecamatan Tanjung Karang Pusat
6. Para Pemilik/Pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Karang Pusat

7. Seluruh keluarga besar tercinta , Bapak Rasikun, Ibu Linda Suciati, kedua adik Rafilda Anggilina Putri dan Ridho Hafitdz Athari yang memeberi dukungan dan mendoakanku.
8. Kepada sepupu perempuanku Aprilia Indriani Saputri yang telah menemaniku dalam melakukan penelitian ini.
9. Kepada Saudara Ahmad Andi Khusairi. Terimakasih karena telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penulis menyelesaikan penulisan ini.
10. Kepada teman-teman dusun Banjarsari 1 yang telah memberikan semangat
11. Seluruh teman-teman seperjuangan khususnya kelas F Ekonomi Syariah angkatan 2018 yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang selalu bersama dalam proses belajar, berjuang bersama menghadapi proses perkuliahan hingga proses skripsi.
12. Dan semua pihak yang penulis tidak dapat cantumkan satu persatu namun penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berharap sekiranya para pembaca dapat memberikan kritik dan saran bagi penulis. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca serta dapat menjadi sumbangsih dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan Ekonomi Islam. Dengan mengucapkan banyak terima kasih, semoga jasa-jasa seluruh pihak yang telah membantu serta mendoakan penulis hingga skripsi ini terselesaikan, mendapatkan balasan pahala dan keberkahan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin...

Bandar Lampung, 7 Desember 2022

Penulis

Rida Ayu Andini
NPM. 1851010364

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
SURAT PERSETUJUAN	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR GRAFIK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Penegasan Judul	1
B.Latar Belakang	2
C.Identifikasi dan Batasan Masalah	15
D.Fokus dan Sub Fokus Penelitian.....	15
E.Rumusan Penelitian	15
F.Tujuan Penelitian.....	16
G.Manfaat Penelitian.....	16
H.Kajian Penelitian Terdahulu	17
I.Metode Penelitian	20
J.Kerangka Berfikir	29
BAB II LANDASAN TEORI.....	31
A.Teori Pemasaran (Marketing).....	31
1.Pengertian Pemasaran (marketing).....	31
2.Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	31
3.Strategi Pemasaran (Marketing)	33
4.Pemasaran Dalam Islam	34
B.Teori Ekonomi Digital.....	36
1.Pengertian Ekonomi Digital	36
2.Digital Marketing	37
3.Keuntungan dan Kelemahan Ekonomi Digital	42
4.Platform Ekonomi	43
5.E-commerce (Elektronic Commerce).....	43
6.Sistem Pembayaran Digital	45
7.Indikator Ekonomi Digital	51
8.Ekonomi Digital Dalam Perspektif Ekonomi Islam ..	52

C. Pendapatan	54
1. Pengertian Pendapatan	54
2. Jenis- jenis Pendapatan	55
3. Sumber Pendapatan	55
4. Indikator Pendapatan	57
5. Pendapatan Dalam Islam	58
D. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	61
1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	61
2. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	62
3. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah	63
4. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah	64
5. Usaha Mikro dan Menengah Prespektif Ekonomi Islam	67
E. E-commerce Dalam Pespektif Ekonomi Islam	70
1. Transaksi Online (E-Commerce) Dalam Islam	70
2. Hukum E-commerce Dalam Islam	71
3. Pandangan Madzhab Asy-Syafi'i Terhadap Praktik E-commerce	75
F. COVID-19 (Coronavirus Disease-2019)	76
1. Dampak Covid- Terhadap Perekonomian	77
2. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM	78
G. Kuliner	79

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN..... 83

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
1. Profil Kecamatan Tanjungkarang Pusat	83
2. Visi Dan Misi	85
3. Letak Geografi	85
4. Keadaan Penduduk	85
5. Keadaan Sosial	87
6. Pemerintahan	93
7. Perekonomian Kecamatan Tanjung Karang Pusat	93
8. Profil Responden UMKM kecamatan Tanjung Karang Pusat	94
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	96
1. Data Responden	97
2. Temuan Penelitian	104

BAB IV ANALISIS DATA	113
A.Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 pada Kecamatan Tanjung Karang Pusat	113
B.Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid- 19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam Perspektif Ekonomi Islam	122
BAB V PENUTUP	129
A.Kesimpulan	129
B.Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
PEDOMAN WAWANCARA	137
LAMPIRAN.....	139



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Jumlah UMKM Perkecamatan Kota Bandar Lampung	9
Tabel 1.2 :	Jumlah UMKM Kuliner di kecamatan Tanjung Karang Pusat	11
Tabel 3.1 :	Daftar Nama Camat Kecamatan Tanjung Karang Pusat	84
Tabel 3.2 :	Jumlah Penduduk Kecamatan Tanjung Karang Pusat	86
Tabel 3.3 :	Jumlah Penduduk berdasarkan Umur	87
Tabel 3.4 :	Jumlah TK dan Paud	87
Tabel 3.5 :	Jumlah SD dan MI	88
Tabel 3.6 :	Jumlah Sekolah Menengah Pertama dan Sederajat	89
Tabel 3.7 :	Jumlah Sekolah Menengah Atas dan Sederajat	89
Tabel 3.8 :	Jumlah Akademi/Perguruan Tinggi	90
Tabel 3.9 :	Jumlah Fasilitas Lapangan Olahraga	90
Tabel 3.10	Jumlah Fasilitas Kesehatan	91
Tabel 3.11	Jumlah Peribadata	92
Tabel 3.12	Jumlah Sarana Prasarana	92
Tabel 3.13	Jumlah Kelurahan dan RT	93
Tabel 3.14	Nama Responden UMKM	95
Tabel 3.15	Data Pelaku UMKM berdasarkan Nama pemilik dan Nama UMKM	97
Tabel 3.16	Karakteristik Pelaku UMKM kecamatan Tanjung Karang Pusat Berdasarkan Umur	98

Tabel 3.17	Media-media Digital dan Media Pemasaran yang dipakai Responden Dalam Usaha.....	99
Tabel 3.18	Pendapatn Rata-rata Perbulan sebelum Pandemi Covid-19	100
Tabel 3.19	Pendapatan Rata-rata Perbulan di Masa Pandemi Covid-19	102
Tabel 3.20	Sistem Pembayaran Yang digunakan.....	103
Tabel 4.1	Pendapatn Rata-rata Perbulan sebelum Pandemi Covid-19	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 3.1 Instagram Mie Jogja Pak Karso	106
Gambar 3.2 Facebook Bucik'an	107
Gambar 3.3 <i>TikTok</i> Nyablak Kepiting	107
Gambar 3.4 Promo di Aplikasi Whatsapp Mie Ahay	108
Gambar 3.5 Sistem Pembayaran Gopay Combrow 76	109
Gambar 3.6 Mesin Kasir	110
Gambar 3.7 Kegiatan Sosial Martabak Makjon.....	111
Gambar 3.8 Foto Asli Nyablak keping dan di Aplikasi	112



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Presentase Perubahan Pendapatan UMKM di Provinsi Lampung	6
Grafik 1.2 Penggunaan Internet di Indonesia (2018-2022).....	7
Grafik 1.3 Presentase UMKM yang menggunakan Internet dan TI untuk Pemasaran <i>Online</i> di Provinsi Lampung	8



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasa Judul

Sebagai Langkah awal untuk memahami judul skripsi maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa kata yang menjadi judul dalam skripsi ini. Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah ”**Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam**”.

Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal ini adalah sebagai berikut:

1. **Analisis** merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan) untuk mendapatkan fakta yang tepat, atau penguraian pokok persoalan atas bagian-bagian, atau hubungan antara bagianbagian itu untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan.¹
2. **Penerapan** Adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.²
3. **Ekonomi Digital** adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital internet.³
4. **Pendapatan** adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.⁴

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ke e (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008). Hlm 58

² Peter Salim and Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, edisi 3 (Jakarta: Modern English Press, 2002).

³ Hadion Wijoyo and others, *Digitalisasi Umkm*, ed. by Aminah Reski (Sumatra Barat: INSAN CENDEKIA MANDIRI, 2020), i. Hlm 2

⁴ Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar.*, edisi 5 (Jakarta: Salemba Empat, 2002). Hlm 56

5. **Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)** adalah sekelompok usaha yang dikelola oleh perorangan atau suatu badan usaha tertentu yang kriterianya ditetapkan berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008.⁵
6. **Covid-19** merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernafasan akut parah coronavirus 2 (SARS-CoV-2).
7. **Perspektif Ekonomi Islam** Perspektif adalah suatu kumpulan atau asumsi maupun keyakinan tentang suatu hal. Islam adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami nilai-nilai Islam yaitu Al-Qur'an dan *Assunnah*.⁶

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan penelitian ini untuk mendapatkan fakta-fakta yang dijelaskan bagaimana Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Khususnya UMKM Kuliner di Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung.

B. Latar Belakang

Wabah Covid-19 mulai muncul pada bulan Desember 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, China. Wabah ini menyebar dengan sangat cepat ke berbagai negara di dunia, sehingga bulan Maret 2020 ditetapkan sebagai pandemi global oleh *World Health Organization* (WHO). Sampai pertengahan Juli 2021, secara global telah terkonfirmasi lebih dari 188 juta orang yang terinfeksi Covid-19 dengan tingkat kematian mencapai lebih dari 4 juta orang. Kondisi ini menyebabkan terjadinya krisis kesehatan dan kemanusiaan di berbagai negara di dunia. Adanya pandemi Covid-19 menambah beban ekonomi

⁵ *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH*, 2008.

⁶ Sumar'in, *Ekonomi Islam*, Cet ke1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013). Hlm 11

berupa peningkatan biaya yang harus ditanggung oleh individu atau rumah tangga untuk membayar diagnosis dan pengobatan yang tidak ditanggung pemerintah atau asuransi kesehatan.⁷

Pandemi Covid-19 juga menyebabkan kerugian ekonomi yang sangat global, termasuk di negara-negara dan Amerika Serikat (AS) yang disebabkan oleh terjadinya perpindahan masyarakat. Penelitian Baker et al. menyebutkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan ketidakpastian pada sektor ekonomi yang menyebabkan ekonomi AS mengalami kontraksi. *Produk Domestik Bruto* (PDB) riil AS mengalami kontraksi hampir 11 persen pada tahun 2020 di kuartal keempat. Adanya ketidakpastian akibat pandemi ini telah menyebabkan penurunan produksi pada sektor industri di AS dan Inggris sebesar 12 sampai 19 persen. Pandemi Covid-19 memberikan tekanan terhadap ekonomi di Benua Asia, terutama Cina dan negara-negara berkembang lainnya. Ini terjadi karena adanya penurunan tajam pada permintaan domestik, penurunan kegiatan pariwisata dan perjalanan bisnis, perubahan siklus produksi dan perdagangan masyarakat, gangguan pasokan, dan gangguan terhadap kesehatan.⁸

Pada masa pandemi Covid-19 ini sangat memberikan dampak yang sangat besar diberbagai sektor di Indonesia, dampak yang paling buruk pada terjadi pada sektor kesehatan di Indonesia, dibuktikan dengan tingginya peningkatan kasus orang yang terinfeksi virus Covid-19. Hal ini menyebabkan pemerintah kembali mengeluarkan

⁷ Eka Ginting, Ari Muliarta Budiyanti and others, *Telisek Daya Tahan Usaha Dan Masyarakat Di Tengah Pandemi Covid-19*, ed. by Suryana Achmad (Jakarta pusat: pusat penelitian badan keahlian setjen DPR RI, 2021)

<https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=mw9UEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+telisek+daya+tahan+usaha&ots=I7QUd_txzI&sig=z5VBHLC2DgslPYjBuSN95T-SBnA&redir_esc=y#v=onepage&q=buku+telisek+daya+tahan+usaha&f=false>

⁸ Dave Altig and others, 'Economic Uncertainty before and during the COVID-19 Pandemic', *Journal of Public Economics*, 191 (2020), 104274 <<https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104274>>.

kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk menekan angka kenaikan kasus Covid-19 di Indonesia. Selain sektor kesehatan, ternyata pandemi Covid-19 ini memberikan dampak buruk kepada sektor ekonomi di Indonesia, yang diperburuk lagi dengan kebijakan PPKM yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia. Dampak pandemi Covid-19 pada sektor ekonomi menyebabkan pelaku usaha harus gulung tikar, karena tempat usahanya tidak dapat beroperasi dimasa pandemi akibat kebijakan PPKM yang dikeluarkan pemerintah. Tentu saja hal ini juga memberikan dampak pada tenaga kerjanya, diakibatkan tidak dapat beroperasi tempat bekerja mereka, maka mereka juga terpaksa harus dirumahkan ataupun di PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Penelitian Baker & Judge (2020) menyebutkan bahwa UMKM termasuk yang terdampak paling buruk akibat pandemi COVID-19. Banyak pelaku usaha yang menutup usaha mereka sementara waktu adanya ketidak stabilan konsumsi masyarakat yang semakin dibatasi; dan lebih jauh lagi adanya kendala arus kas. Dibutuhkan sistem perekonomian yang lebih handal dalam meminimalisir terjadinya krisis perekonomian. Dibutuhkan pula sumber daya manusia yang profesional. Ketika dua-duanya sudah kokoh maka tantangan perkembangan teknologi akan mudah dikendalikan. Kemampuan ahli digital dan internet mutlak harus dikuasai para pelaku UMKM jika ingin bertahan dalam persaingan usaha.⁹

Menurut Savitri terdapat tiga dampak pandemi terhadap UMKM. *Pertama*, penutupan pasar, penutupan mal berdampak signifikan terhadap kemampuan pengusaha kecil dan mikro untuk berbisnis. UKM yang notabene memiliki omzet yang kecil. Akibat pendapatan yang

⁹ Dedi Purwana, R Rahmi, and Shandy Aditya, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit', *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1.1 (2017), 1-17
<<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>>. hlm 6

berkurang ini, UMKM kesulitan membayar biaya yang ada. Ini termasuk gaji dan upah untuk pekerja, serta biaya operasional dan non operasional lainnya. *Kedua*, adanya hambatan distribusi produk karena adanya pembatasan pergerakan distribusi produk di wilayah tertentu. Di awal pandemi, UMKM yang menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirim barangnya tentu sangat terpukul. Hal ini dikarenakan sulitnya bahkan keterlambatan oleh pihak ekspedisi dalam mendistribusikan kiriman. Artinya UMKM sangat terganggu dan berdampak banyak karena pandemi ini. *Ketiga*, kesulitan bahan baku karena sebagai UKM bergantung pada ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain. Banyaknya pabrik penyedia bahan baku yang menghentikan sementara kegiatan operasional juga berdampak pada UMKM yang bergantung pada bahan baku dari industri tersebut.¹⁰

Kegiatan UMKM pada kondisi pandemi Covid-19 ini memberikan tantangan sekaligus peluang bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Adapun tantangan yang dimaksud yaitu, perlu adanya solusi jangka pendek untuk membantu para *stakeholder* atau pelaku UMKM agar tetap berjalan maksimal dengan berbagai keterbatasan kebijakan pemerintah. Sedangkan peluangnya dapat diartikan sebagai sebuah proyek pemerintah untuk merancang aktivitas perekonomian UMKM secara mudah. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh kepada tingkat penjualan. Mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha¹¹. Kemudahan

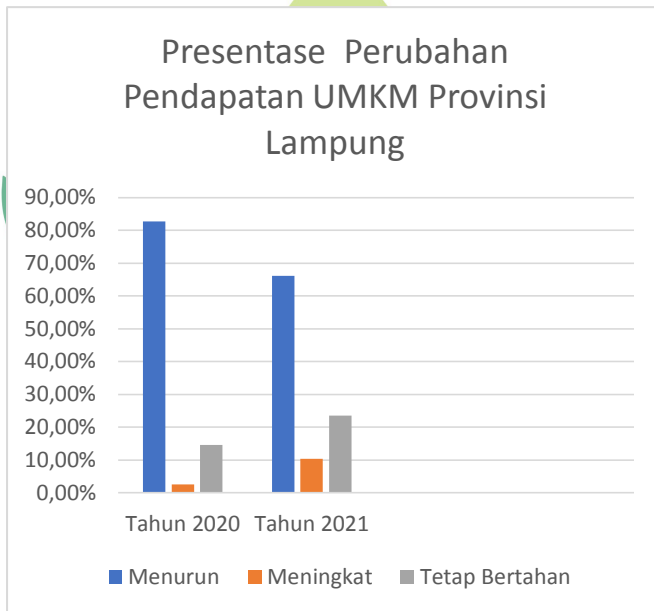
¹⁰ Anava Salsabila Nur Safitri and others, 'Dampak Dan Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Masa Pandemi Dan Era New Normal', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.7 (2020), 1433 <<https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.271>>.

¹¹ Sam'un Jaja Raharja and Sari Usih Natari, 'Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital', *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada*

tersebut tentu selalu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Indonesia sudah memasuki era industri 4.0 yang secara tidak langsung menuntut segala bentuk aktivitas perekonomian masyarakat berbasiskan pada teknologi atau dikenal dengan istilahnya digitalisasi UMKM.¹²

Dampak pandemi terhadap pendapatan berbeda menurut skala perusahaan (mikro, kecil, menengah dan besar). Namun, lokasi usaha dan sektor usaha diduga juga memengaruhi besarnya perubahan pendapatan. Data di bawah ini merupakan presentasi penurunan pendapatan yang ada di provinsi lampung.

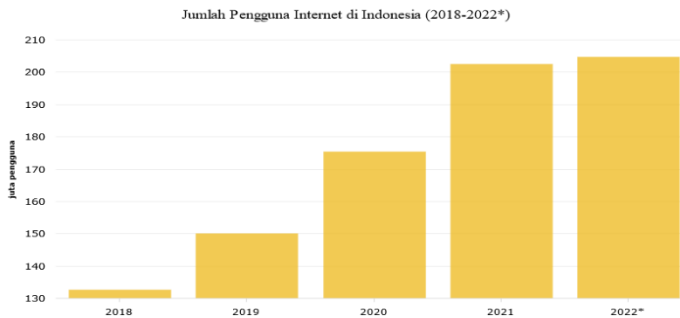
Grafik 1.1
Presentase Perubahan Pendapatan UMKM
di Provinsi Lampung



Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Dari Data di atas dapat dilihat bahwa tahun 2020 ada penurunan pendapatan 82,81% kemudian 14,57% tetap bertahan dan 2,62% mengalami peningkatan pendapatan.¹³ Tahun 2021 penurunan pendapatan sebesar 66,09% kemudian 10,43% tetap bertahan dan 23,48% mengalami peningkatan pendapatan.

Grafik 1.2
Penggunaan Internet di Indonesia (2018-2022)



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022

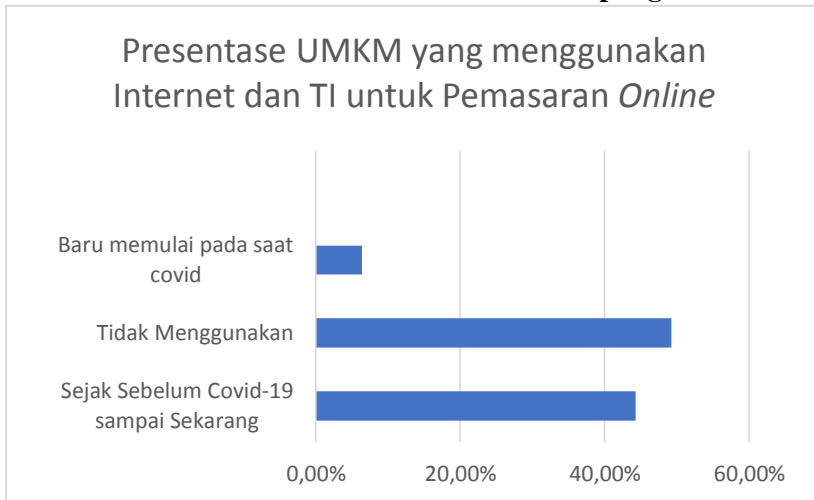
Dari data di atas, dapat dilihat bahwa lima tahun terakhir pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan secara pesat. Perkembangan penggunaan internet ini dapat dimanfaatkan oleh sebagian penjual untuk mempromosikan barang dagangannya. Promosi secara online dapat dikatakan cukup mudah dan menarik, penjual hanya perlu memperkenalkan barang dagangannya melalui katalog online yang bisa dibuat melalui media sosial dengan disertai foto-foto dan penjelasan yang menarik. Perlu diingat, bahwa saat ini internet dan ponsel pintar merupakan salah satu kebutuhan utama masyarakat di era modern, hal inilah yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha, terutama usaha kecil menengah, untuk memanfaatkan media digital dalam

¹³ Badan Pusat Statistik, 'Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Provinsi Lampung' (Lampung: BPS Provinsi Lampung, 2021). Hlm 8

memasarkan produk.¹⁴ Pemanfaatan internet dan Teknologi Informasi (TI) menjadi salah satu cara bagi pelaku usaha untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan pendapatan. Pembatasan sosial mengakibatkan cara pemasaran secara konvensional menjadi terbatas. Sarana menjadi solusi yang menjanjikan.

Grafik 1.3

Presentase UMKM yang menggunakan Internet dan TI untuk Pemasaran *Online* di Provinsi Lampung



Sumber : Badan Pusat Statistik 2021

Secara Umum, Sekitar 44,34 persen UMKM telah menggunakan internet dan TI untuk pemasaran via *Online* sejak sebelum Pandemi. Sementara itu, Sekitar 6,39 persen UMKM baru Menggunakan Internet dan TI untuk pemasaran pada saat pandemi.¹⁵

¹⁴ H AGUS, 'Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 2022

<[http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/17677%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/17677/1/Cover bab 1%2C bab 5 Dapus.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/17677%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/17677/1/Cover%20bab%201%2C%20bab%205)>. hlm 32

¹⁵ Badan Pusat Statistik. Hal 15

Adapun data jumlah UMKM yang didapatkan dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
Per Kecamatan

No	Kecamatan	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah UMKM
1	Tanjung Karang Pusat	3167	893	342	4402
2	Tanjung Karang Timur	1713	712	246	2671
3	Tanjung Karang Barat	1656	794	241	2691
4	Kedaton	1913	845	309	3067
5	Rajabasa	1709	714	270	2693
6	Tanjung Senang	1487	789	326	2602
7	Sukarame	1860	915	267	3042
8	Sukabumi	1514	676	316	2506
9	Panjang	2125	917	268	3310
10	Teluk Betung Selatan	1743	798	301	2842
11	Teluk Betung Barat	1562	654	220	2436
12	Teluk Betung Utara	2043	636	291	2970
13	Kemiling	2837	856	232	3925

14	Teluk Betung Timur	1404	788	301	2493
15	Enggal	1672	945	240	2857
16	Bumi Waras	1930	686	271	2887
17	Way Halim	2200	683	266	3149
18	Kedamaian	1857	732	287	2876
19	Labuhan Ratu	2121	826	257	3204
20	Langkapura	1465	721	261	2447

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung, 2021

Dari data diatas dapat diketahui jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung adalah 53.034. Dimana, Usaha Mikro terbanyak ada di Tanjung Karang Pusat yaitu sebanyak 3.167 unit usaha mikro, sedangkan yang paling sedikit ada di Teluk Betung Timur sebanyak 1.405 unit usaha. Usaha Kecil terbanyak terdapat di Enggal sebanyak 945 unit usaha, paling sedikit di Teluk Betung Utara sebanyak 636 unit usaha. Usaha Menengah terbanyak terdapat di Tanjung Karang Pusat sebanyak 342 unit usaha, paling sedikit di Teluk Betung Barat sebanyak 220 unit usaha.¹⁶

UMKM kuliner paling tinggi terdampak pandemi dari sektor-sektor usaha lainnya seperti sektor Transportasi dan sektor jasa. Sektor akomodasi dan makanan minuman 92,47%, sektor jasa 90,90% dan sektor transportasi dan perdagangan 90,34. Di masa pandemi ini banyak UMKM Kuliner di Bandar Lampung penjualanya kurang akibat dari Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat adalah kebijakan Pemerintah Indonesia sejak awal tahun 2020. Usaha kuliner termasuk dalam jenis usaha yang diperbolehkan tetap buka selama masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), namun tak

¹⁶ Diskominfo Kota Bandar Lampung, 'Statistik Sektor Kota Bandar Lampung Tahun 2021', 2021, 88.

sedikit pengusaha kuliner yang menutup usahanya lantaran menurunnya jumlah pengunjung. Penurunan pengunjung selama masa pandemi tentu juga berujung pada penurunan omzet atau pendapatan. Berikut Ini UMKM kuliner yang ada di Kecamatan Tanjung Karang Pusat.

Table 1.2
Jumlah UMKM Kuliner di kecamatan Tanjung Karang Pusat yang terdaftar dalam aplikasi *Gofood*, *Grabfood* dan *Shopeefood*

No	Nama Kelurahan	Jumlah
1	Gotong Royong	21
2	Kaliawi	17
3	Palapa	22
4	Durian Payung	19
5	Kelapa	21
6	Pasir Gintung	4
7	Kaliawi Persada	1

Sumber: Data Riset Penelitian Tanjung Karang Pusat 2022 di ambil dari Aplikasi Gofood, Grabfood dan Shopeefood

Dengan adanya Ekonomi Digital di Kecamatan Tanjung Pusat Mampu Menjadi Sosuli bagi pelaku UMKM agar bisa mempertahankan usaha di masa Pandemi Covid-19. Pembeli juga mendapat kemudahan dalam membeli makanan menggunakan Aplikasi. Pembayaran dapat dilakukan baik menggunakan kartu debit, kartu *kredit*, *PayPal*, memotong pulsa pelanggan (untuk transaksi lewat HP), eek, maupun COD (*Cash On Delivery*) yaitu pembayaran yang dilakukan ketika barang telah dikirim oleh penjual. Media sosial menjadi media yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Jejaring sosial yang tersedia

terkadang memiliki beberapa perbedaan. Beberapa media sosial hanya berfokus pada pertemanan seperti *Facebook*, *Path*, *Instagram*, dan *Twitter*, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan, contohnya *Linkedin*. Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti elektronik mail (*e-mail*) dan pesan teks. Search engine seperti *Google* dan *Yahoo* pun dapat diberdayakan. Dengan cara ini para pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media blog maupun website pribadi.

Kegiatan *Marketing* di era digital tidak lagi hanya berfokus pada suatu proses kegiatan menyampaikan barang dan jasa kepada konsumen. Akan tetapi kegiatan marketing di era industri 4.0 ini memiliki jangkauan yang lebih luas dan mencakup kepuasan para konsumen. Bersama teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju, kemudahan mengakses internet dapat dilakukan semua orang.¹⁷

Tidak kalah pentingnya adalah peran spiritualitas dalam bertransaksi. Dengan memperhatikan nilai-nilai spiritualitas ini juga mampu memberikan solusi untuk bangkit dari masa pandemi dengan terus mengembangkan UMKM. Hasil penelitian menyatakan bahwa UMKM tidak akan pernah lepas dengan adanya transaksi. Islam mengatur dalam bertransaksi harus ada nilai-nilai yang dijunjung *Pertama*, prinsip tauhid yang mengajarkan kepada manusia agar dalam hubungan kemanusiaan, sama esensialnya dengan hubungan kepada Allah. Dengan demikian, proses kegiatan ekonomi senantiasa dilandaskan pada sistem tauhid dalam wujud keadilan sosial yang bersumber dari al Qur'an dan Sunnah. *Kedua*, prinsip khilafah. Manusia adalah khalifah Tuhan di muka bumi dan bertindak sebagai pemegang amanah dari Allah untuk menegakkan hukum-Nya. Dalam proses ekonomi, nilai khilafah ini akan terimplementasi dalam terjalannya

¹⁷ Riadhus Sholihin, *Digital Marketing Di ERA 4.0* (Yogyakarta: Quadrant, 2019). Hlm. 13

ukhuwah dan persamaan, terhindar dari perilaku yang mengandung unsur- unsur kezaliman, dan tidak terjadinya praktek eksploitasi yang merugikan orang lain. *Ketiga*, prinsip keadilan yang terimplementasikan dalam perilaku yang tidak hanya didasarkan kepada ayat/dalil Qur'an dan Sunnah, tetapi juga didasarkan kepada prinsip keseimbangan dan keadilan.¹⁸

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

كثِيرًا اللَّهُ وَاذْكُرُوا اللَّهَ فُضْلٍ مِّنْ وَابِتَعُوا الْأَرْضِ فِي فَاَنْتَشِرُوا الصَّلٰوةُ فُضِيَتْ فَاِذَا
تُعْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ

Artinya : "*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi: dan carilah kanmia 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-transaksilainnya, sesuai dengan apa yang engkau butuhkan untuk memenuhi urusan kehidupanmu. Dan carilah karunia Allah dalam bentuk rizqi yang memang dikaruniakan Allah buat hambanya. Dalam konteks ayat, fadhli Allah adalah keuntungan-keuntungan di dalam mu'amalat dan usaha-usaha (*makasib*) yang telah kita lakukan.¹⁹

Digitalisasi ekonomi syariah dapat merambah dalam berbagai aspek ekonomi baik ekonomi mikro maupun ekonomi makro. Sekarang ini peran digital sangat

¹⁸ St. Salehah Madjid, 'Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2.1 (2018), 14–28
<<https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i1.1353>>. hlm 16

¹⁹ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an*, pertama (bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012).

luar biasa, hampir semua perekonomian menggunakan teknologi informasi dan komunikasi atau digitalisasi, baik dalam mengemas produk ataupun dalam memasarkan produk, sehingga lebih mudah dan lebih cepat dalam distribusi informasi yang digunakan untuk membuat pertumbuhan ekonomi semakin cepat dan tiada batas dengan dukungan teknologi digital dan teknologi informasi. Teknologi informasi yang sudah merambah keindividu (personal) dapat mendukung era digitalisasi informasi dan komunikasi pada ekonomi konvensional maupun ekonomi syariah, teknologi tersebut sekarang sudah dalam genggaman tangan pengguna gadget seperti aplikasi mobile yang dapat diunduh dan dipasang dengan fitur mudah dimengerti oleh user. Demikian pula di dunia perbankan, dalam melakukan kegiatannya perbankan syariah bekerja sama dengan bidang teknologi informasi untuk membangun sistem informasi perbankan syariah dengan membuat aplikasi khusus yang dapat mempermudah semua proses-proses transaksi yang ada diperbankan. Terbentuknya masyarakat digital akibat dari tersebut dipacu oleh perkembangan dan penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat intensif di semua bidang baik ekonomi, pemasaran, keuangan, jasa, pendidikan dan sebagainya. Maka, digitalisasi terbentuk untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi, sehingga perekonomian meningkat.²⁰

Peneliti tertarik ingin mengkaji lebih luas mengenai UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah yang dihadapkan pada perkembangan teknologi di masa pandemi, yang menjadi tantangan sekaligus peluang dalam berbisnis. Berdasarkan Latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti melalui penuliskripsi berjudul

²⁰ Aan Ansori, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, 7.2085–3696 (2016), 1–18.

“Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus UMKM Kuliner di Kecamatan Tanjung Karang Pusat)”

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah dari latar belakang munculnya fenomena pandemi covid-19 berdampak Terhadap UMKM kuliner di kecamatan Tanjung Karang Pusat yang mempengaruhi penurunan pendapatan, karena UMKM memiliki peran dan kontribusi yang penting terhadap peningkatan dan stabilitas perekonomian masyarakat.

Penelitian Ini memfokuskan pada UMKM Kuliner di kecamatan Tanjung Karang Pusat yang bersekalah Mikro yang menggunakan Ekonomi Digital.

D. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini berada di Kecamatan Tanjung Karang Pusat Kota Bandar Lampung

2. Sub-Fokus Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan agar tidak memperlebar permasalahan maka penulis membatasi masalah yaitu UMKM kuliner di Kecamatan Tanjung Karang Pusat yang menggunakan Digitalisasi sebagai Media Pemasaran.

E. Rumusan Penelitian

1. Bagaimana Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat?
2. Bagaimana Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam Perspektif Ekonomi Islam?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menganalisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat
2. Untuk Menganalisis Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM kuliner di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Tanjung Karang Pusat dalam Perspektif Ekonomi Islam

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Untuk digunakan sebagai literatur atau referensi dan menambah wawasan ilmu peneliti serta peneliti lainnya mengenai teori yang berkaitan dengan peran sosial media terhadap pengembangan ekonomi kreatif era digital di Indonesia. Meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan, pengalaman dan implementasi bagi akademis dengan mengacu pada sumber teori-teori yang ada terutama pada ilmu ekonomi islam pada umumnya .

2. Secara praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi diri sendiri khususnya maupun untuk orang lain pada umumnya.
- b. Untuk memberikan wawasan digitalisasi UMKM kepada mahasiswa dan pelaku usaha serta pembaca tentang pentingnya memiliki skill dalam menghadapi usaha
- c. Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan atau pembendaharaan bacaan, menambah pengetahuan dan referensi bagi mahasiswa yang membutuhkan.

H. Kajian Penelitian Terdahulu

Berdasarkan Hasil Penelitian Kajian Terdahulu yang relevan terhadap beberapa penelitian yang berkaitan dengan “Pemulihan Perekonomian Melalui Digitalisasi UMKM di masa Pandemi Covid—19 menurut perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Tanjung Karang Pusat.

1. Penelitian pertama dari Mohammad Musfiq Arifqi 2021 yang berjudul “**Pemulihan perekonomian Indonesia melalui Digitalisasi UMKM berbasis Syariah di masa Pandemi covid- 19**” Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kegiatan digitalisasi UMKM syariah menjadi alternatif dalam memulihkan perekonomian indonesia dimasa pandemi. UMKM harus mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan produktivitas usahanya. Usaha UMKM melibatkan proses produksi, proses distribusi dan proses konsumsi. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan membahas mengenai kegiatan digitalisasi umkm mampu menjadi solusi agar umkm bisa bertahan di masa pandemi covid-19. Perbedaan dari penelitian ini adalah studi kasus yang dibahas sangat luas dan lebih menekankan cara-cara agar ekonomi indonesia lebih pulih sedangkan penelitian saya studi kasusnya hanya satu kecamatan dan lebih menekankan penerapan yang dipakai dalam digital umkm.²¹
2. Penelitian kedua dari Nadya Audira yang berjudul “**Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung Ukm Digital Terhadap Perkembangan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kub Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung)**” hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pelatihan yang dilakukan oleh Mitra UKM di KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dapat meningkatkan Perkembangan UKM dan dapat

²¹ Arifqi.Arifqi. hlm 194

membuat mitra UKM mampu bersaing bahkan lebih unggul dibanding pesaingnya. Terdapat 3 macam peranan pelatihan yang harus dilakukan oleh Mitra UKM di KUB Telo Rezeki Sentra Industri Keripik yakni melalui Koordinasi, Pembinaan, juga Monitoring dan Evaluasi. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama ingin mengatakan perkembangan umkm dan membuat umkm lebih unggul d. Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini membahas program pelatihan umkm digital dan perkembangan umkm sedangkan penelitian yang saya buat membahas penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan umkm.²²

3. Penelitian ketiga dari Muhammad Mirdza yang berjudul **“Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Kuliner Di Kecamatan Sukarame Bandar Lampung Perspektif Ekonomi Islam)** Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa penerapan ekonomi digital pelaku usaha UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung sudah mulai berkembang pesat dalam memenuhi kebutuhan digitalisasi dalam berbisnis. Perkembangan ekonomi digital menjadi peran penting agar ketangguhan ekonomi di Kota Bandar Lampung dapat terjaga apalagi di era new normal ini. Pengaruh ekonomi digital dalam UMKM kuliner di Kota Bandar Lampung sangat luar biasa. *Hadirnya GoFood, GrabFood, ShopeePay, Aplikasi pemesanan, dan website mempermudah akses dalam transaksi yang dilakukan dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM tersebut serta luasnya akses penjual yang didapatkan dalam melakukan usahanya. Kemudian terhindar dari risiko fraud (transaksi palsu) dan juga*

²² Audira Nadya, ‘Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung Ukm Digital Terhadap Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kub Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Raden Intan Lampung 1439 H / 2018 M Analisis Peranan Pelatihan Program (Studi Pada Kub Telo Rezeki Sentra’, *Skripsi*, 2018.

mempermudah cara UMKM kuliner melakukan bisnis. persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan umkm. Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini tidak menggunakan indikator dalam melakukan tolak ukur dalam penelitian sedangkan penelitian yang saya buat ada indikatornya kemudia data-data yang ada berbeda dengan sebelumnya lebih terbaru.²³

4. Penelitian keempat dari Agus Hendra yang berjudul **“Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap pendapatan UMKM di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”** berdasarkan dari skripsi ini pemanfaatan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kota Bandar Lampung. Menurut pandangan islam sama dengan pemasaran *offline* asalkan tidak menyimpang dalam agama islam. Persamaan dari penelitian ini membahas mengenai digital marketing dan pendapatan umkm. Perbedaanya metode yang digunakan dalam penelitian ini berbeda ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian saya menggunakan metode penelitian kualitatif.²⁴
5. Penelitian kelima dari Santi Yulia Sari Hamzah yang berjudul **“Efektivitas Program *Working Digital* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pda UMKM Sentra Batik Kota Bandar Lampung)”** berdasarkan skripsi ini Program *Working Digital* merupakan suatu program yang diadakan

²³ M Muhammad, ‘ANALISIS PENERAPAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)(Kuliner Di Kecamatan ...’, 2021 <<http://repository.radenintan.ac.id/15946/>>.

²⁴ H AGUS, ‘Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam’, 2022

untuk membantu umkm dalam berjalan dan mendistribusikan produknya melalui *Offline* dan *Online*. Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan dapat memungkinkan berbagai kegiatan yang dapat dilaksanakan dengan cepat, akurat dan tepat hingga dapat meningkatkan produktifitas kerja. Dalam memproduksi suatu produk, dapat digunakan denganteknologi digital untuk dapat menghemat waktu dan tenaga. Selain itu teknologi dapat digunakan sebagai media promosi (*Marketing*). Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teknologi sebagai media promosi dan membantu umkm untuk mengikatkan produktifitas dan pendapatan. Perbedaan penelitian ini adalah lebih memfokuskan efektivitas program working digital dalam umkm batik sedangkan penelitian saya memfokuskan ke penerapan ekonomi digital untuk meningkatkan pendapatan umkm di tanjung karang pusat studi yang digunakan juga berbeda penelitian ini studi kasusnya UMKM Batik sedangkan penelitian saya UMKM kuliner.

I. Metode Penelitian

Steven Dukeshire & Jennifer Thurlow menyatakan bahwa “*research is the sytematic colletion and presentation of information*”. Penelitian merupakan cara yang sistematis untuk mengumpulkan data dn mempersentasikan hasilnya. Selanjutnya Creswell menyatakan bahwa “*research methods involve the from data colletion, analysis, an interpretation that research proposes for the studies*”. Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis, dan memberikan interprestasi yang terkait dengan tujuan penelitian.²⁵

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatis Dan R&D*, ed. by Sutopo, Edisi Kedu (Bandung: ALFABETA, 2019).

1. Jenis Penelitian dan sifat penelitian

a. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan tempat penelitian. Penelitian di lapangan dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian, yaitu data observasi, kuesioner dan wawancara yang berasal dari UMKM di Kelurahan Tanjung Karang Pusat.

Selain lapangan penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) sebagai pendukung dalam melakukan penelitian. *Library Research* dilakukan dengan cara membaca, menelaah serta mencatat bahan dari berbagai literatur, seperti buku, jurnal, undang-undang, Al-Qur'an, al-Hadist serta literatur lainnya yang ada kaitannya dengan Digitalisasi UMKM

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengumpulkan data atau informasi dari lapangan yakni Kecamatan Tanjung Karang Pusat dan menjelaskan berbagai informasi yang berkenaan dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 di kecamatan Tanjung Karang Pusat.

b. Sifat Penelitian

Berdasarkan sifatnya penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan dan melaporkan suatu objek penelitian dengan mengoperasikan antara teori dengan keadaan yang terjadi dilapangan, apakah ada kesenjangan atau mungkin kesamaan antara teori dengan kenyataan di lapangan, kemudian dianalisis berdasarkan tujuan penelitian.

Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atau

sutau fenomena yang lebih komprehensif. Data-data yang diperoleh dilapangan adalah berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pemilihan penggunaan metode kualitatif dalam hal tujuan penelitiannya adalah untuk memahami bagaimana suatu komunitas atau individu dalam menerima isu tertentu. Dalam hal ini sangat penting bagi peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif muntuk memastikan kualitas dari proses penelitian, sebab peneliti tersebut akan mengintreprestasi data yang telah dikumpulkan.²⁶

2. Sumber data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini akan menggunakan data sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti. Adapun data tersebut diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi di lokasi penelitian. Adapun Data primer memuat data yang berasal dari sumber pertama dalam penelitian ini Yakni Dinas Koperasi dan UMKM kota Bandar Lampung dan UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat

b. Data sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data berupa riset, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku, jurnal, data badan pusat statistik, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian yang dimaksud.²⁷ Data sekunder yang diperoleh peneliti dari

²⁶ Memahami Metode Penelitian Kualitatif <<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/MemahamiMetode-Penelitian-Kualitatif.html>> [accessed 7 January 2022]

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatis Dan R&D*. hal 56

AlQur'an, Hadis, buku, jurnal, skripsi, Tesis dan artikel yang berkaitan dengan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3. Populasi dan Sempel

a. Populas

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁸. Populasi merupakan keseluruhan jumlah subjek yang akan di teliti oleh seorang peneliti. Populasi penelitian dapat dibedakan meryadi populasi "*finit*" dan populasi "*infini*". Populasi finit adalah suatopopulasi yang jumlah anggota populasi secara pasti diketahui, sedang populasi Infinit adalah suatu populasi yang jumlah anggota populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Adapun populasi dari penelitian ini adalah UMKM Kuliner di Kelurahan Tanjung Karang Pusat Yang berjumlah 105 UMKM Kuliner yang menggunakan aplikasi digital yang di ambil dari aplikasi *GoFood*, *GrabFood*, dan *Shopee Food*.

b. Sempel

Sempel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Pert (Bandung: ALFABETA, 2014).

penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam Penelitian merujuk pada teori Sanafiah Faisal dengan mengutip pendapat Spradley mengemukakan bahwa, situasi sosial untuk sampel awal sangat disarankan suatu situasi sosial yang di dalamnya menjadi semacam muara dari banyaknya dominan lainnya. Selanjutnya dinyatakan bahwa, sampel sebagian sumber data atau sebagai sumber informasi sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1.) Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayati.
- 2.) Mereka masih tergolong sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah di teliti
- 3.) Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk di mintai informasi
- 4.) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemasannya sendiri

Seperti telah dikemukakan bahwa, penambahan sampel itu dihentikan, manakalah datanya sudah jenuh. Dari berbagai informasi baik yang lama ataupun yang baru tidak memberikan data yang baru lagi. Menurut peneliti wawancara yang 16 UMKM sudah cukup untuk memberikan informasi yang lengkap. Karena UMKM yang diteliti memberi informasi yang sama dan lengkap.

Teknik yang digunakan peneliti adalah *teknik Purposive sampling* dan *Snowball*. *Purposive sampling* yakni dengan cara menentukan sampel yang memiliki kriteria yang lebih bisa menggambarkan keadaan dalam penelitian yang di maksud, menjalankan usahanya melalui media digital, seperti Menggunakan aplikasi *Gofood, Grabfood* dan

Shopeefood. Purposive sampling pada sampel penelitian ini berjumlah 16 UMKM kuliner.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode yang dipakai dalam penelitian dimana caranya ialah dengan melakukan pengamatan dan membuat catatan yang sistematis terkait dengan gejala yang ditulis penulis.²⁹ Observasi atau pengamatan proses sistematis yang merekam pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa yang terjadi. Dalam melakukan observasi, peneliti mengamati situasi peneliti dengan cermat dan mencatat serta merekam semua hal yang ada disekitar objek penelitian yang berkaitan dengan informasi yang diperoleh dari objek amatan. Observasi yang penulis lakukan, yaitu dengan melihat keadaan pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Tanjung Karang Pusat.

b. Interview (Wawancara)

Metode wawancara ialah sebuah bentuk komunikasi secara verbal atau percakapan dengan responden yang memiliki pengetahuan terkait dengan apa yang informasi yang dibutuhkan untuk peneliti.³⁰ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden kemudian responden menjawab

²⁹ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), h.48

³⁰ Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara 1996), h. 115

secara bebas. Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pelaku UMKM Kuliner di Kelurahan Tanjung Karang Pusat

c. Dokumentasi

Metode Dokumentasi ialah metode dalam pengumpulan data yang dengan cara mengambil data dari dokumen-dokumen yang sudah ada baik berupa catatan, transkrip, agenda kegiatan.³¹ Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen itu dapat berbentuk teks tertulis, artefaks, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita. Di samping itu ada pula material budaya, atau hasil karya seni yang merupakan sumber informasi dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian antropologi dokumen material budaya atau artefakt sangat bermakna, karena pada dokumen atau material budaya maupun artefakt itu tersimpan nilai-nilai yang tinggi sesuai dengan waktu, zaman dan konteksnya.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan mencari dan menyusun secara berurutan data atau informasi yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan lapangan dan dokumentasi, melalui cara mengklasifikasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam sebuah pola, memilah mana yang akan dipelajari, dan membuat

³¹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h.422

kesimpulan sehingga mudah untuk dipahami baik oleh diri sendiri maupun orang lain. Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.³² Aktivitas dalam analisis data, yaitu :

a. Data *Collection*/Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga datayang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar akan dicatat/direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

b. Data *Reduction*/Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencrainya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

c. Data *Display*/Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

³² Miles dan Hubberman, *Analisi Data Kualitatif*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 1992), h. 11

Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

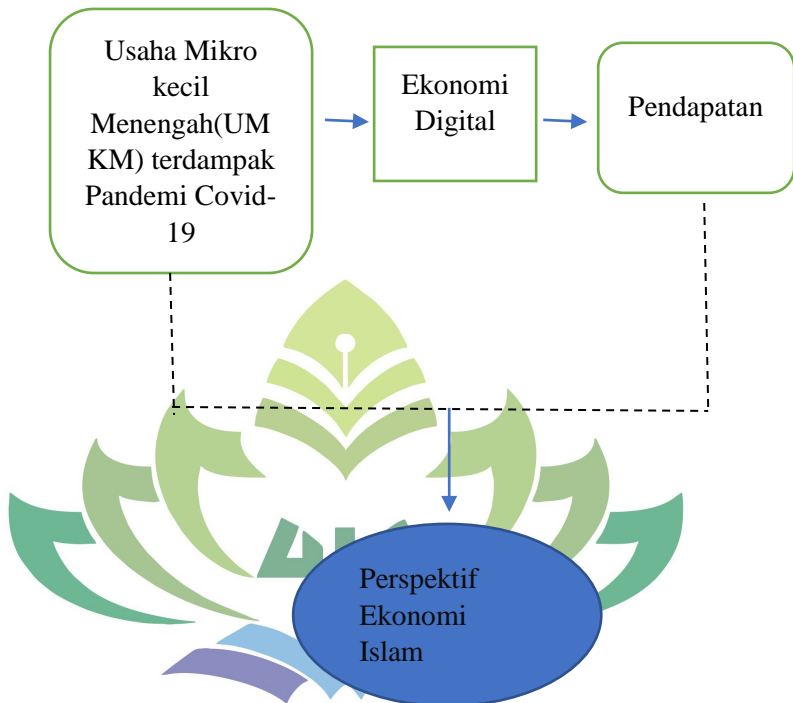
- d. *ConclusionDrawing/Verification* (Penarikan kesimpulan/verifikasi)

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

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuanbaru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

J. Kerangka Berfikir

Dikatakan oleh Sugiyono bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.



Para Pelaku UMKM Kuliner Terdampak Pandemi Covid-19 dituntut dapat melaksanakan ekonomi digital dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai media penjualan secara *online*. Seperti berjualan di Aplikasi *gofood*, *grabfood*, *maximfood*, *shopeefood*. Media sosial juga sebagai media pemasaran secara online dengan aplikasi *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok* guna menjangkau konsumen ini juga mengurangi biaya promosi. Melakukan pembayaran secara digital dengan transfer antar bank, menggunakan kartu kredit dan menggunakan *e-wallet* seperti *OVO*, *Gopay*, *Dana*,

ShopeePay, Link Aja, OVO. ini bisa mengurangi penyebaran virus Covid-19. Dengan melaksanakan ekonomi digital bisa mendapatkan Pendapatan dan mempertahankan usaha di masa Pandemi Covid-19. Tidak kalah pentingnya adalah peran spiritualitas dalam bertransaksi. Dalam Syariah marketing, bisnis yang di sertai keiklasan sematamata hanya untuk mencari ridho Allah SWT, maka bentuk transaksinya insyaallah menenjadi nilai ibadah dihadapannya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

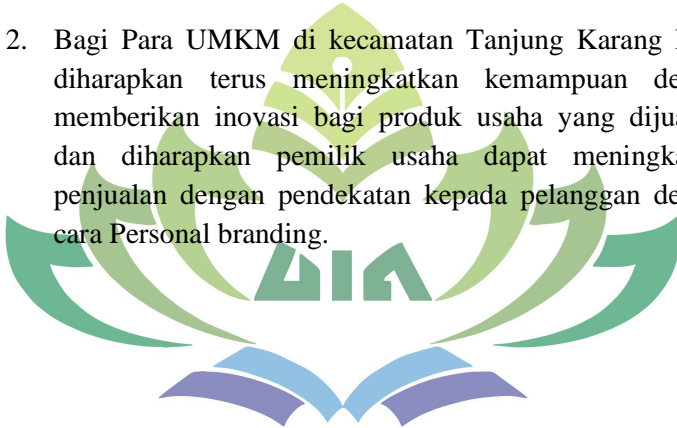
1. Penerapan Ekonomi Digital dalam Meningkatkan pendapatan UMKM dikecamatan Tanjung Karang Pusat sudah mulai berkembang mulai dari digital Marketing, Penjualan Secara online dan sistem pembayaran digital. UMKM sudah menggunakan media digital dalam pemasaran dengan cara mempromosikan lewat Aplikasi *Facebook*, *Instagram* dan *Tiktok*. Penjualan online yang digunakan menggunakan aplikasi *Gofood*, *Shopeefood*, *whatsapp* dan *grabfood*. Sistem pembayaran yang digunakan menggunakan *Cash*, *OVO*, *Gopay*, *Shopeepay*, *LinkAja* dan *Dana*. Dimasa Pandemi dari 16 UMKM yang diteliti 6 UMKM menggunakan Media digital pada masa pandemi dan 10 UMKM sudah menggunakan Media digital sebelum masa pandemi. Ekonomi digital di masa pandemi dapat mempertahankan UMKM di masa pandemi walaupun tidak sebesar Omset sebelem pandemi tetapi ekonomi digital bisa menambah pendapatan 10-20% dari penjualan langsung.
2. Dalam prespektif ekonomi islam pelaku UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat sudah menerapkan Ekonomi Digital sesuai dengan ajaran Islam. Seperti *Shiddiq* (jujur atau benar), *Amanah* (dapat dipercaya), *Fathanah* (cerdas), *Tabligh* (komunikatif). Pembayaran yang dilakukan secara digital tidak mengandung maysir tidak, mendorong israf, tidak digunakan dalam transaksi objek haram. Berdasarkan fakta dilapangan bahwa UMKM dikecamatan Tanjung Karang Pusat sudah ada 3 UMKM yang terdaftar MUI ini diketahui dari sertifikat yang dimiliki UMKM, 13 UMKM lainnya belum memiliki sertifikat halal, tetapi dilihat dari cara membuat dan zat yang dipakai UMKM tanjung Karang Pusat menggunakan produk halal. Kemudian gambar makanan

yang di pasarkan di media sosial dengan yang dibeli langsung sama tidak ada mengandung unsur penipuan (*Gharar*). Pendapatan yang di dapat ada sebagian yang di pakai untuk kegiatan sosial seperti Sedekah ke fakir Miskin dan orang-orang yang hafal Al-qur'an.

B. Saran

Berdasarkan Hasil Penelitian, penelitian, memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah diharapkan mengadakan pelatihan Ekonomi digital kepada UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat agar para pelaku UMKM banyak yang menggunakan ekonomi digital dalam usaha.
2. Bagi Para UMKM di kecamatan Tanjung Karang Pusat diharapkan terus meningkatkan kemampuan dengan memberikan inovasi bagi produk usaha yang dijualnya dan diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan penjualan dengan pendekatan kepada pelanggan dengan cara Personal branding.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ade Raselawati, Oleh, and Jurusan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 'Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ukm Di Indonesia', 2011
- Anograha, Pandji, *Ekonomi Islam Kajian Mikro Dan Makro* (Yogyakarta: PT Dwi Chandra Wancana, 2020)
- Ayodya, Wulan, *UMKM 4.0 Strategi UMKM memasuki Era Digital*, ed. by Dionis Putri (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2021)
- Badan Pusat Statistik, 'Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Provinsi Lampung' (Lampung: BPS Provinsi Lampung, 2021)
- Becker, Fernando Gertum, Michelle Cleary, R M Team, Helge Holtermann, Disclaimer The, National Agenda, and others, 'Etika Konsumsi Dalam Islam', *Eka Sakti Habibullah*, 7.1 (2015), 37–72
<https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625>
- Boediono, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Budiarta, Kastoro, Sugianta Ovinus Ginting, and Janner Simarmata, *Ekonomi Bisnis Digital*, ed. by Alex Rikki (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Diskominfo Kota Bandar Lampung, 'Statistik Sektoral Kota Bandar Lampung Tahun 2021', 2021, 88
- Edwin Nasution, Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2017)

- Ginting, Ari Mulianta Budiyantri, Eka, Iwan Hermawan, Rafika Sari, Rasbin, and Sony Hendra Pernama, *Telisik Daya Tahan Usaha Dan Masyarakat Di Tengah Pandemi Covid-19*, ed. by Suryana Achmad (Jakarta pusat: pusat penelitian badan keahlian setjen DPR RI, 2021)
<[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=mw9UEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+telisik+daya+tahan+usaha&ots=I7QUd_txzI&sig=z5VBHLC2DgsIPYjBuSN95T-SBnA&redir_esc=y#v=onepage&q=buku telisik daya tahan usaha&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=mw9UEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=buku+telisik+daya+tahan+usaha&ots=I7QUd_txzI&sig=z5VBHLC2DgsIPYjBuSN95T-SBnA&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20telisik%20daya%20tahan%20usaha&f=false)>
- Handayani, Tati, and Pusporini, *Membangun UMKM Syariah* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021)
- Hediana, Runto, and Ahmad Dasuki Aly, 'TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM', *News.Ge*, 2018, <https://news.ge/anakliis-porti-aris-qveynis-momava>
- Ikatan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Salemba Empat, 1994)
- Kartajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cet ke-6 (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006)
- Kendal, Kabupaten, Buku Saku, and Kabupaten Kendal, 'Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal', 2021
- Lampung, Badan Pusat Statistik Kota Bandar, 'Kecamatan Tanjung Karang Pusat Dalam Angka 2022', ed. by Ari Rusmasari and Belinda yena Putri (Bandar Lampung: BPS Kota Bandar Lampung, 2022), p. 114
- Muhammad, M, 'Analisis Penerapan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)(Kuliner Di Kecamatan ...', 2021
<<http://repository.radenintan.ac.id/15946/>>
- Nadya, Audira, 'Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung Ukm Digital Terhadap Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kub Telo Rezeki Sentra Industri Keripik Raden Intan Lampung

1439 H / 2018 M Analisis Peranan Pelatihan Program (Studi Pada KUB Telo Rezeki Sentra', *Skripsi*, 2018

Nasional, Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ke e (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)

Pratam, Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)* (Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 2010)

Pratama, Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)* (Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI, 2010)

Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontempore* (Bandung: ALFABETA, 2017)

Salim, Peter, and Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, edisi 3 (Jakarta: Modern English Press, 2002)

Samuelson, *Ilmu Makro Ekonomi*, Edisi Ketu (Jakarta: PT Media Edukasi, 2004)

Sanjaya, Ridwan, and Josua Tarigan, *Creative Digital Marketing : Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, Dan Berdaya Hasil Gemilang* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009)

Sholihin, Riadhus, *Digital Marketing Di ERA 4.0* (Yogyakarta: Quadrant, 2019)

Sinuraya, Mada Syahputra, 'Opini Masyarakat Tentang Bisnis Kuliner Online (Studi Kasus Di Kota Medan)', 2020 <<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/10285>>

Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar.*, edisi 5 (Jakarta: Salemba Empat, 2002)

Soeratno, *Teori Ekonomi Dan Penerapannya* (Jakarta: PT Gramedia, 2007)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatis Dan R&D*, ed. by Sutopo, Edisi Kedu (Bandung: ALFABETA, 2019)

———, *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Pert (Bandung:

ALFABETA, 2014)

Sumar'in, *Ekonomi Islam*, Cet ke1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)

Syahatah, Husei, *Pokok-Pokok Pikiran Akuntansi Islam* (Jakarta: Akbar Media Eka Sarana, 2001)

Tambunan, Tulus T.H., 'UMKM Di Indonesia', ed. by Akhria Nazwar (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), p. 282

Tarigan, Azhari Akmal, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an*, pertama (bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012)

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, 2008

Wibowo, Sukarno, and Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Cetak ke-1 (Bandung: Pustaka Setia, 2013)

Wijoyo, Hadion, Hamzah Vensuri, Widiyanti, Denok Sunarsi, Haudi, Dodi Prasada, and others, *Digitalisasi Umkm*, ed. by Aminah Reski (Sumatra Barat: INSAN CENDEKIA MANDIRI, 2020), 1

Jurnal

AGUS, H, 'Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 2022
<[http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/17677%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/17677/1/Cover bab 1%2C bab 5 Dapus.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/17677%0Ahttp://repository.radenintan.ac.id/17677/1/Cover_bab_1%2C_bab_5_Dapus.pdf)>

Alma, Buchari, and Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah : Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer* (Bandung: ALFABETA, 2014)

Altig, Dave, Scott Baker, Jose Maria Barrero, Nicholas Bloom, Philip Bunn, Scarlet Chen, and others, 'Economic Uncertainty before and during the COVID-19 Pandemic', *Journal of Public Economics*, 191 (2020), 104274
<<https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104274>>

- Amiruddin, Muhammad Majdy, 'Khiyār (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi Antara Lazada, Zalara Dan Blibli', *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.1 (2016), 47 <<https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2695>>
- Ansori, Aan, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, 7.2085–3696 (2016), 1–18
- Arifqi, Moh. Musfiq, 'Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3.2 (2021), 192–205 <<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>>
- Hasni, 'Konsep Business Plan Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Hasni', *Jurnal Ekonomi*, 13.2 (2021), 6
- Jiao, Shuaitao, and Qiubi Sun, 'Digital Economic Development and Its Impact on Economic Growth in China: Research Based on the Perspective of Sustainability', *Sustainability (Switzerland)*, 13.18 (2021) <<https://doi.org/10.3390/su131810245>>
- Lucyantoro, Bagas, and Mochammad Rachmansyah, 'Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di MyBCA Ciputra World Surabaya)', *Jurnal Ekonomika '45*, 5.1 (2018), 39–40
- Madjid, St. Salehah, 'Prinsip-Prinsip (Asas-Asas) Muamalah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2.1 (2018), 14–28 <<https://doi.org/10.26618/j-hes.v2i1.1353>>
- Purwana, Dedi, R Rahmi, and Shandy Aditya, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit', *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1.1 (2017), 1–17 <<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>>
- Raharja, Sam'un Jaja, and Sari Usih Natari, 'Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital', *Kumawula: Jurnal Pengabdian*

Kepada Masyarakat, 4.1 (2021), 108
<<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>>

Safitri, Anava Salsabila Nur, Ahmad Ulil Albab Al Umar, Ana Fitriani, Muammar taufiqi Lutfi Mustofa, and Yusvita Nena Arinta, 'Dampak Dan Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Masa Pandemi Dan Era New Normal', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.7 (2020), 1433
<<https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.271>>

Wulandari, Oryz Agnu Dian, Ujiani, and Nita Riskiana Putri, 'Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga', *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6.November (2020), 96–101

