

PENGARUH BELANJA PEMERINTAH DAN TINGKAT INVESTASI
TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO
DI PROVINSI LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM TAHUN 2009-2018

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – tugas Dan Memenuhi Syarat – syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

Ani Marwiyah

NPM : 1551010134

Program Studi : Ekonomi Syari'ah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H / 2019 M

**PENGARUH BELANJA PEMERINTAH DAN TINGKAT INVESTASI
TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO
DI PROVINSI LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM TAHUN 2009-2018**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – tugas Dan Memenuhi Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

Ani Marwiyah

NPM : 1551010134

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Pembimbing I : Ahmad Zuliyansyah, S.E., M.M

Pembimbing II : Agus Kurniawan, S.E., M.S.Ak

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1441 H / 2020 M

ABSTRAK

Provinsi Lampung sebagai salah satu provinsi yang memiliki potensi sumber daya alam yang potensial, ada beberapa sektor unggulan yang dimiliki oleh Provinsi Lampung diantaranya sektor pertanian, sektor perikanan, sektor kehutanan, sektor pariwisata dan sektor perdagangan. Berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung pada tahun 2009-2018, Nilai Produk Domestik Regional Bruto per Kapita mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut merupakan peningkatan kegiatan ekonomi yang ada. Namun hal tersebut tidak dibarengi dengan adanya nilai investasi yang mengalami kenaikan, nilai investasi yang ada cenderung menurun, hal tersebut akan berdampak terhadap nilai Produk Domestik Regional Bruto yang ada.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Belanja Pemerintah dan Tingkat Investasi berpengaruh terhadap PDRB di Provinsi Lampung tahun 2009-2018 secara parsial dan simultan? Dan Bagaimana pengaruh Belanja Pemerintah dan Tingkat investasi terhadap PDRB Provinsi Lampung dalam perspektif ekonomi Islam?. Penelitian terletak di Provinsi Lampung sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan merupakan data sekunder yaitu laporan keuangan Provinsi Lampung yang diperoleh dari website resmi BPS Provinsi Lampung. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji hipotesis yang dilakukan adalah uji F, uji t, dan koefisien determinasi *Adjusted R²* dengan taraf signifikansi 5%.

Berdasarkan periode pengamatan menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi dengan normal. Hasil uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi tidak ditemukan variabel yang menyimpang dari aturan asumsi klasik. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan variabel belanja pemerintah dan tingkat investasi berpengaruh signifikan terhadap PDRB dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Sedangkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel belanja pemerintah dan tingkat investasi berpengaruh positif terhadap PDRB. Koefisien determinasi *Adjusted R²* sebesar 0,856 atau 85,60% yang artinya bahwa kedua variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen (PDRB), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah dengan berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel belanja pemerintah dan tingkat investasi berpengaruh terhadap PDRB di Provinsi Lampung, sedangkan dalam Ekonomi Islam belanja pemerintah dan investasi diperbolehkan bahkan dianjurkan untuk menghindari aset-aset yang tidak termanfaatkan secara produktif. Jika tujuan utamanya adalah untuk kebahagiaan dunia dan akhirat maka, Islam tidak melarang segala bentuk investasi, tetapi haruslah sesuai dengan prinsip dan syariat Islam.

Kata Kunci : Belanja Pemerintah, Tingkat Investasi, PDRB

KEMENTERIAN AGAMA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH BELANJA PEMERINTAH DAN TINGKAT INVESTASI TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO DI PROVINSI LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TAHUN 2009-2018**

Nama : Ani Marwiyah

NPM : 1551010134

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

DISETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Ahmad Zuliyansyah, S.E., M.M
NIP. 19830222 200912 1 003

Pembimbing II

Agus Kurniawan, S.E., M.S.Ak
NIP. -

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah

Madnasir, S.E., M.Si
NIP. 19750424 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

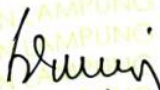
Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260

PENGESAHAN


Skripsi dengan judul, **“PENGARUH BELANJA PEMERINTAH DAN TINGKAT INVESTASI TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO DI PROVINSI LAMPUNG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM TAHUN 2009-2018”**, disusun oleh Nama : **Ani Marwiyah, NPM.1551010134, Program Studi Ekonomi Syari’ah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal : **Kamis/ 06-februari-2020**

TIM MUNAQOSYAH


Ketua Sidang : Madnasir, S.E.,M.S.I


(.....)

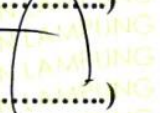
Sekretaris : Okta Suprianingsih, SE.,M.E.Sy


(.....)

Penguji I : Deki Fermansyah SE.,M.Si


(.....)

Penguji II : A.Zuliansyah,S.Si.,MM


(.....)

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

NIP. 19800801 200312 1 001

MOTTO

يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا ۖ وَيُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَيَنْبِنَ وَيَجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ
وَيَجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَارًا ۚ

Artinya : “Niscaya Dia akan mengirimkan hujan kepadamu dengan lebat, Dan membanyakkan harta dan anak-anakmu, dan Mengadakan untukmu kebun-kebun dan Mengadakan (pula di dalamnya) untukmu sungai-sungai”¹ (Qs. Nuh : 11-12)



¹Kementerian Agama RI, *At-Thayyib Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata* (Jawa Barat : Cipta Bagus Segara, 2011), h.548.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, serta kelancaran untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Sebuah karya kecil yang kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku Abah Suhartak dan Umakku tercinta Solehati, yang aku hormati dan aku banggakan yang selalu menguatkan ku sepenuh jiwa raga, merawatku, memotivasi ku dengan nasehat-nasehat yang luar biasa, dan mendo'akanku agar selalu ada dalam jalan-nya semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan keberkahan dalam setiap lainnya.
2. Kakak-kakakku (Hajarul Iswad S.Pdi, Nina Mardiah S.Pdi, dan Safrial Sidiq S.ikom), beserta ipar-iparku (Reni S.Thi, Fadli Yuda S.kom, dan Nurma Kurnia Fajarwati S.ikom) dan adik-adikku (Ulfa Sa'diah dan Muhammad Qosim), serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk segera menyelesaikan karya tulis ini, terimakasih atas kasih sayang dan semangat.
3. Sahabat-sahabatku Rumaini, Fitri Astuti, Eva Rosadi, Fitri Damayanti, Cenita Oktavia F, Chintia Dwi Y, Dora Prima PB, Inda Sundari, Hidayati, Marsha Tria RSA, Nita Sari, Nurma Sari, dan masih banyak lagi yang berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan yang kalian berikan. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak akan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama.

4. Kepada teman-teman seperjuanganku Ekonomi Syariah A, teman-teman KKN dan seluruh angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat dengan pancaran nilai-nilai Rabbani.
5. Bapak dan Ibu Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran, nasehat serta kasih sayang seperti orang tuaku sendiri.
6. Serta Almamater tercinta, Tempatku menimba ilmu Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ani Marwiyah lahir di way kanan pada tanggal 07 Juni 1996. Penulis merupakan buah kasih pernikahan dari pasangan bapak Suhartak dan Ibu Solehati, pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis yaitu:

1. Sekolah Dasar Negeri SDN 01 Sukarame Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Waykanan, diselesaikan pada tahun 2009.
2. Sekolah Menengah Pertama SMPN 04 Curup Patah Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan, diselesaikan pada tahun 2012.
3. Madrasah Aliyah Al-Islamiyah Daarul Khair Kecamatan Kotabumi Kabupaten Lampung Utara, diselesaikan pada tahun 2012.
4. Mahasiswi Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri UIN Raden Intan Lampung.

Demikianlah riwayat hidup penulis yang dapat dibagikan dari aspek pendidikan.

Bandar Lampung, 2020

Ani Marwiyah

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT, rabb semesta alam. Dialah dzat yang menggenggam setia nyawa setiap makhluk-Nya. Tanpa-Nya semesta alam beserta isinya ini akan binasa. Karena Dialah yang meletakkan segala sesuatu sesuai dengan proporsi dan fungsinya.

Shalawat salam selalu tercurah limpahkan kepada pemimpin umat, Nabiullah Muhammad SAW. Beliau sukses mengubah masyarakat jahiliyah menjadi sosok yang cerdas secara spiritual, dari masyarakat yang berperangai kasar menjadi masyarakat yang santun, dan dari masyarakat yang tidak dikenal oleh peradaban menjadi umat yang memimpin peradaban. Semoga kita mendapat syafaatnya di Yaumul Kiyamah kelak, Amin.

Alhamdulillah, masa kuliah Strata satu dengan jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah dilalui dengan baik dan kini telah tiba pada tahap penyelesaian tugas akhir guna sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Pada penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis menempuh masa studi. Secara khusus saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menuntut ilmu guna mendapat Ridho dan Karunia-Nya.
2. Kedua orang tua yang selalu memberi semangat dan motivasi selama penulis menempuh studi di bangku kuliah.
3. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.s.i, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
4. Bapak Madnasir, S.E., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya kami dapat menyelesaikan studi S1 di Jurusan Ekonomi Islam dengan baik dan lancar.
5. Bapak Ahmad Zuliyansyah, S.E., M.M dan Bapak Agus Kurniawan S.E., M.S.Ak selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan kritik, saran dan arahan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
6. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada kami, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat..

Semoga segala amal perbuatan baik kita dibalas oleh Allah SWT, dan apa yang ditulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain dan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang terkait. Selanjutnya penulis mengucapkan mohon maaf atas segala khilaf baik perkataan maupun perbuatan baik yang disengaja maupun tidak dan kepada Allah SWT kami mohon ampunan.

Demikian pengantar dari kami, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi perbaikan dan kemajuan bersama. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 08 Januari 2020

Penulis

Ani Marwiyah

NPM.1551010134



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
1. Alasan Objektif.....	3
2. Alasan Subjektif.....	4
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)	19
1. Pengertian PDRB	19
2. Metode Perhitungan PDRB.....	22
3. Manfaat Perhitungan PDRB.....	25
B. Belanja Pemerintah	26

1. Pengertian Belanja Pemerintah	26
2. Teori Belanja Pemerintah.....	27
3. Klasifikasi Belanja Pemerintah	35
4. Belanja Pemerintah dalam Ekonomi Islam	39
C. Tingkat Investasi	48
1. Pengertian Investasi	48
2. Teori Investasi.....	51
3. Jenis Investasi.....	53
4. Penanaman Modal Asing dan Penanaman Modal Dalam negeri	55
5. Manfaat dan Tujuan Investasi	58
6. Investasi Dalam Ekonomi Islam 60	
D. Hubungan Antar Variabel	64
1. Belanja Pemerintah terhadap PDRB	64
2. Tingkat Investasi terhadap PDRB	65
E. Penelitian Terdahulu	68
F. Kerangka Pemikiran.....	71
G. Pengembangan Hipotesis	73

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	81
1. Jenis Penelitian.....	81
2. Sifat Penelitian	81
B. Sumber Data.....	82
C. Teknik Pengumpulan Data.....	82
D. Populasi dan Sampel	83
E. Definisi Operasional Variabel.....	84
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	86
1. Uji Asumsi Klasik	87
2. Analisis Regresi Berganda	90
3. Alat Uji Hipotesis.....	90
4. Koefisien Determinasi.....	92

BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	93
1. Gambaran Umum Provinsi Lampung	93
2. Topografi.....	94
3. Sejarah Provinsi Lampung	95
B. Analisis Data	100
1. Analisis Deskriptif	100

2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	104
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	108
4. Koefisien Determinasi.....	109
5. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	110
6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	111
C. Pembahasan Hasil Penelitian	113
1. Pengaruh belanja pemerintah dan tingkat investasi terhadap PDRB di Provinsi Lampung Tahun 2009-2018 Secara parsial dan Simultan	113
2. Pengaruh belanja pemerintah dan tingkat investasi terhadap PDRB di Provinsi Lampung dalam perspektif Ekonomi Islam	121

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	130
B. Saran.....	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	PDRB per Kapita Provinsi Lampung 6
Tabel 1.2	Realisasi belanja pemerintan provinsi Lampung 8
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel..... 86
Tabel 4.1	Daftar Gubuernur Provinsi Lampung..... 99
Tabel 4.2	PDRB per Kapita Provinsi Lampung 101
Tabel 4.3	Jumlah Investasi di Provinsi Lampung 102
Tabel 4.4	Realisasi Belanja Pemerintah Provinsi Lampung 103
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas 104
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas..... 105
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Autokorelasi..... 106
Tabel 4.8	Ringkasan Hasil Penelitian Regresi Berganda..... 108
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi 110
Tabel 4.10	Hasil Uji F..... 111
Tabel 4.11	Hasil Uji t 112
Tabel 4.12	Realisasi Belanja Pemerintah Provinsi Lampung 123
Tabel 4.13	Realisasi Investasi di provinsi Lampung..... 127

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Perkembangan Realisasi Investasi 10
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran..... 73
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas 107



DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Uji Normalitas
2. Hasil Uji Multikolinearitas
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
4. Hasil Uji T
5. Hasil Uji F
6. Hasil Analisis Regresi Berganda
7. Tabel T
8. Tabel F



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan proposal ini. Dengan penegasan tersebut, diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemakaian judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses permasalahan yang akan dibahas.

Adapun skripsi ini berjudul : Pengaruh Belanja Pemerintah Dan Tingkat Investasi Terhadap Produk Domestik Regional Bruto Di Provinsi Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam Tahun 2009-2018. Untuk itu perlu di uraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut :

1. **Pengaruh** merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.²
2. **Belanja Pemerintah** merupakan jumlah seluruh pengeluaran pemerintah yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatannya yang terdiri dari pembelian barang dan jasa termasuk bantuan sosial.³

² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat* (Jakarta : Gramedia,2011), h.1045

³ Katalog BPS, *Produk Domestik Regional Bruto menurut Penggunaan* (BPS, Lampung : 2013), h. 10.

3. **Investasi** merupakan pengeluaran atau penanaman modal perusahaan untuk membeli barang-barang modal dan peralatan produksi dengan tujuan untuk mengganti dan terutama menambah barang-barang modal dalam perekonomian.⁴
4. **Produk Domestik Regional Bruto** merupakan jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi di suatu wilayah (biasanya satu tahun).⁵
5. **Ekonomi Islam** merupakan suatu perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntunan syariat Islam dalam rangka mewujudkan dan menjaga *maqashid syariah* (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta).⁶

Secara keseluruhan yang dimaksud dengan judul peneliti “Pengaruh Belanja Pemerintah dan Tingkat Investasi Terhadap Produk domestik Regional Bruto di Provinsi Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam” adalah penelitian ini bermaksud untuk melihat sejauh mana Belanja Pemerintah dan Tingkat Investasi dapat mempengaruhi PDRB di Lampung dan menganalisis faktor yang mempengaruhi PDRB diatas.

⁴ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar* (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta : 2004), h. 121

⁵ Rahardjo Adisasmita, *Pertumbuhan Wilayah dan Wilayah Pertumbuhan* cetakan Pertama (Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014), h. 91.

⁶ M.Nur Rianto Al arif, *Teori Makro Ekonomi Islam* (Alfabeta, Bandung : 2010), h. 6.

B. Alasan Memilih Judul

1. Secara Objektif

Provinsi Lampung sebagai salah satu provinsi yang memiliki potensi sumber daya alam yang potensial, ada beberapa sektor unggulan yang dimiliki oleh Provinsi Lampung diantaranya sektor pertanian, sektor perikanan, sektor kehutanan, sektor pariwisata dan sektor perdagangan. Dapat dikatakan bahwa sektor-sektor inilah yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung, selain itu dengan adanya sumber daya alam yang dimiliki Provinsi Lampung menjadikan salah satu lahan investasi bagi para investor. Maka dengan adanya lahan investasi dapat menjadi peran yang strategis dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang dapat dilihat dari nilai *produk domestik regional bruto* (PDRB).

Berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung pada tahun 2009-2018, Nilai Produk Domestik Regional Bruto per Kapita mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut merupakan peningkatan kegiatan ekonomi yang ada. Namun hal tersebut tidak dibarengi dengan adanya nilai investasi yang mengalami kenaikan, nilai investasi yang ada cenderung menurun, hal tersebut akan berdampak terhadap nilai Produk Domestik Regional Bruto yang ada. Kenaikan Produk Domestik Regional Bruto yang ada ternyata tidak dibarengi dengan belanja pemerintah yang ada di Provinsi Lampung, dimana belanja pemerintah mengalami penurunan tetapi Produk

Domestik Regional Bruto mengalami kenaikan yang signifikan. Hal tersebut dikarenakan penurunan belanja pemerintah tidak terjadi pada sektor belanja anggaran pegawai.

2. Secara Subjektif

Penulis optimis bahwa penelitian ini dapat diselesaikan dan dilaksanakan sesuai dengan waktu yang direncanakan serta di dukung oleh tersedianya data-data dan literatur yang dibutuhkan. Disamping itu, penelitian yang penulis lakukan ada relevansinya dengan ilmu yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

C. Latar Belakang Masalah

Pembangunan pada dasarnya merupakan proses multidimensial yang meliputi perubahan struktur sosial, perubahan dalam sikap hidup masyarakat dan perubahan dalam kelembagaan (institusi) nasional. Pembangunan juga meliputi perubahan dalam tingkat pertumbuhan ekonomi. Dalam analisis makro, tingkat pertumbuhan ekonomi yang dicapai oleh suatu negara diukur dari perkembangan pendapatan nasional riil yang dicapai suatu negara/daerah.⁷

Pertumbuhan ekonomi dapat terjadi bila dalam perekonomian terdapat beberapa faktor diantaranya, adanya investasi atau penanaman modal, ada Sumber Daya Manusia, ada Sumber Daya Alam, teknologi, efisiensi dan pertumbuhan penduduk.

⁷ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar* (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta : 2004), h. 423.

Pembangunan ekonomi dapat memberikan kepada manusia kemampuan yang lebih besar untuk menguasai alam sekitarnya dan mempertinggi tingkat kebebasannya dalam mengadakan suatu tindakan tertentu. Pembangunan ekonomi ini mempunyai tiga sifat penting, sifat yang *pertama* adalah suatu proses yang berarti merupakan perubahan yang terjadi terus-menerus. *Kedua*, suatu usaha untuk menaikkan pendapatan perkapita. *Ketiga*, adalah kenaikan perkapita itu harus terus-menerus dan pembangunan itu dilakukan sepanjang masa.⁸

Salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan pembangunan dalam suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan itu sendiri dapat diartikan sebagai gambaran mengenai dampak dari kebijakan-kebijakan pemerintah yang dilaksanakan dalam bidang ekonomi yang ada dinegara tersebut. Oleh karena itu untuk mencapai sasaran yang diinginkan, maka pembangunan suatu negara dapat diarahkan pada tiga hal pokok yaitu: meningkatkan ketersediaan dan distribusi kebutuhan pokok bagi masyarakat, meningkatkan standar hidup masyarakat dan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengakses baik kegiatan ekonomi maupun kegiatan sosial dalam kehidupannya.

⁸ Malayu Hasibuan, *Ekonomi Pembangunan dan Perekonomian Indonesia* (Armico, Bandung : 2007), h. 12.

Tabel 1.1
PDRB per Kapita Provinsi Lampung Periode 2009-2018

Tahun	PDRB
2009	11.788.996
2010	14.099.840
2011	16.700.000
2012	18.460.000
2013	20.720.000
2014	28.780.000
2015	31.188.000
2016	34.261.000
2017	37.210.000
2018	39.860.000

Sumber : Laporan Perekonomian Provinsi Lampung Tahun 2009-2018

Berdasarkan keterangan dari tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bagaimana pertumbuhan PDRB di Provinsi Lampung setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun terlihat pada tahun 2009 sebesar Rp 11.788.996 menjadi Rp 39.860.000 pada tahun 2018. Hal ini merupakan suatu hal yang baik dikarenakan PDRB mencerminkan pertumbuhan ekonomi yang ada pada daerah tersebut.

Pemberlakuan undang-undang No. 32 tahun 2004 tentang pelimpahan sebagian wewenang pemerintah daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan dalam rangka pembangunan Nasional

Republik Indonesia.⁹ Maka pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus dapat memotifasi masyarakatnya untuk lebih menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang ada pada daerahnya masing-masing dan dilaksanakan secara terpadu dan serasi agar pembangunan disetiap daerah dapat maksimal dan sesuai dengan yang diharapkan melalui kerjasama pemerintah dan masyarakatnya.

Penyelenggaraan pemerintah daerah sebagai subsistem negara dimaksudkan untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan masyarakat. Sebagai daerah otonom, provinsi mempunyai kewenangan dan tanggung jawab untuk menyelenggarakan kepentingan masyarakat dan mencukupi kesejahteraan masyarakat. Masingmasing provinsi di Indonesia, termasuk Provinsi Lampung harus mampu mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi serta mampu mengatasi permasalahan pembangunan yang terjadi terutama dalam era reformasi dimana masing-masing daerah memiliki kebebasan seluas-luasnya untuk mengelola kekayaan daerah yang dimiliki dan memanfaatkannya untuk kegiatan pembangunan di daerah tersebut. Berikut realisasi belanja pemerintah di Provinsi Lampung :

⁹ Undang-undang Republik Indonesia No. 32 tahun 2004, *Tentang Peraturan Pemerintah Daerah*, pasal 2 ayat 2.

Tabel 1.2
Realisasi Belanja Pemerintah Provinsi Lampung Menurut Pengeluaran
Periode 2009-2018 dalam Milyar Rupiah

Tahun	Belanja Pemerintah
2009	10.358.862.828
2010	2.004.899.187
2011	2.181.168.622
2012	3.835.996.351
2013	3.884.534.953
2014	4.454.187.317
2015	4.781.202.049
2016	5.476.921.596
2017	5.497.354.014
2018	7.538.988.966

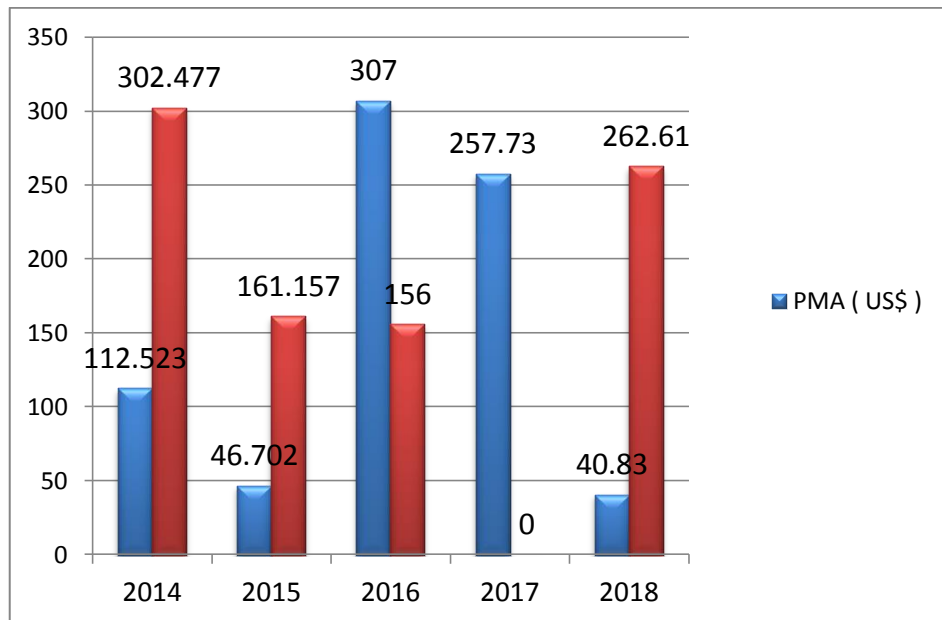
Sumber : BPS Lampung Tahun 2018

Nilai belanja pemerintah di Provinsi Lampung pada tahun 2009-2017 mengalami kenaikan yang signifikan, hal ini juga mengakibatkan nilai PDRB pada tahun 2009-2017 juga mengalami kenaikan, namun pada tahun 2018, pengeluaran pemerintah di Provinsi Lampung mengalami penurunan, namun PDRB malah mengalami kenaikan. Dalam instrumen belanja pemerintah terdapat alokasi belanja modal yang disebut sebagai komponen belanja pembangunan pada pengeluaran daerah yang dialokasikan oleh pemerintah daerah untuk mendanai kegiatan pembangunan yang ditujukan untuk kepentingan masyarakat.

Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi sebuah daerah, sumber-sumber pembiayaan bisa berasal dari ekspor, bantuan luar negeri, investasi asing dan tabungan domestik.¹⁰ Adapun alokasi modal yang kita kenal sebagai investasi, utamanya berasal dari dua sumber yakni penanaman modal dalam negeri (PMDN) maupun penanaman modal asing (PMA). Investasi yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Peningkatan investasi tidak hanya menaikkan permintaan agregat, tetapi juga menaikkan penawaran agregat melalui pengaruhnya terhadap kapasitas produksi. Dalam perspektif waktu yang lebih panjang, investasi meningkatkan stok kapital dan setiap penambahan stok kapital akan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menghasilkan output yang pada gilirannya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini pada akhirnya akan menyebabkan makin meningkatnya PDRB. Berikut ini adalah perkembangan investasi yang ada di Provinsi Lampung:

¹⁰ Kuncoro, Mudrajad, *Ekonomi Pembangunan (Teori, Masalah dan Kebijakan)* (UPP AMP YPKN, Yogyakarta, 1997), h. 215.

Gambar 1.1
Perkembangan Realisasi Investasi PMA dan PMDN
Provinsi Lampung Tahun 2014-2018



Sumber : BPS Provinsi Lampung

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas mengenai perkembangan realisasi investasi PMA dan PMDN Provinsi Lampung, bahwa peningkatan dan penurunan dalam hal investasi yang terjadi masih berfluktuasi. PMA tertinggi terjadi pada tahun 2016 dengan nilai mencapai 307.000.000 US\$, sedangkan untuk PMDN tertinggi terjadi pada tahun 2016 dengan angka mencapai Rp302.447.000.000,-. Hal ini harus menjadi perhatian pemerintah karena kenaikan investasi yang terjadi akan mendorong terjadinya peningkatan pertumbuhan produk domestik bruto yang ada dan nantinya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menaikkan taraf hidup masyarakat.

Kegiatan pembangunan nasional tidak lepas dari peran seluruh pemerintah daerah dalam mensukseskan perekonomian daerahnya melalui

pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Selain itu, sebagai upaya meningkatkan peran dan kemampuan daerah dalam pembangunan nasional, maka pemerintah daerah dituntut untuk lebih mandiri dalam membiayai kegiatan operasionalnya terutama dalam era otonomi luas sekarang ini. Provinsi Lampung sebagai salah satu provinsi dengan berbagai kekayaan alamnya tentu memiliki potensi yang strategis dalam bidang investasi, ada beberapa potensi sumber daya alam yang dimiliki provinsi Lampung mempunyai kemungkinan yang sangat besar untuk aktifitas penanaman modal khususnya PMA karena banyaknya tersedia berbagai bahan mentah dari berbagai sektor pertanian, perkebunan, pertambangan dan penggalian dari hasil bumi, kehutanan dan juga potensi daerah yang dapat dijadikan objek wisata sehingga potensi-potensi daerah ini dapat diberdayakan maka akan sangat besar manfaatnya untuk menambah devisa negara dan terciptanya kegiatan ekonomi disekitar daerah tersebut sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Dengan letak geografis yang berada di Selatan Pulau Sumatera telah menempatkan Provinsi Lampung pada posisi yang strategis, terutama sebagai pintu gerbang Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Provinsi Lampung memiliki potensi sebagai salah satu simpul distribusi barang dan jasa nasional yang ditunjang dari sumber daya alam yang dimiliki oleh Provinsi Lampung.

Keberhasilan suatu daerah dalam meningkatkan kesejahteraan warganya diukur melalui tingkat pertumbuhan ekonomi yang berhasil dicapai. Disisi lain tingkat pertumbuhan ekonomi juga digunakan untuk mengevaluasi tepat

atau tidaknya kebijakan yang telah diambil sehubungan dengan peran pemerintah dalam perekonomian. Provinsi Lampung terbagi menjadi 13 Kabupaten dan 2 Kota. Selama lima tahun terakhir Perekonomian Lampung di dominasi oleh 4 (empat) sector unggulan kegiatan ekonomi, yakni sektor pertanian, kehutanan dan perikanan, industri pengolahan, konstruksi.¹¹ Dengan potensi ini memungkinkan Provinsi Lampung menjadi lahan yang strategis bagi investor untuk menginvestasikan asetnya, yang secara tidak langsung juga akan berdampak pada kepemilikan modal sehingga akan memudahkan untuk melakukan pengembangan/perluasan pada aset yang dimiliki yang pada akhirnya akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung yang dilihat dari nilai PDRB yang ada.

Islam mengajarkan umatnya untuk berusaha mendapatkan kehidupan yang lebih baik di dunia maupun di akhirat. Memperoleh kehidupan yang baik di dunia dan di akhirat ini yang dapat menjamin tercapainya kesejahteraan lahir dan batin (*falah*). Salah satu cara untuk mencapai kesejahteraan itu adalah dengan melakukan kegiatan investasi.

Investasi adalah kegiatan menanam modal dengan harapan akan mendapatkan suatu keuntungan di kemudian hari. Investasi sesungguhnya merupakan kegiatan yang sangat beresiko karena berhadapan dengan dua kemungkinan yaitu untung dan rugi artinya ada unsur ketidakpastian. Dengan demikian perolehan kembalian suatu usaha tidak pasti dan tidak tetap. Suatu

¹¹ Sumber: Katalog BPS, *Indikator Makro Ekonomi Regional Provinsi Lampung* (BPS, Lampung : 2014), h. 27.

saat mungkin mengalami keuntungan banyak, mungkin sedang-sedang saja (lumayan), hanya kembali modal mungkin pula bangkrut dan kena tipu.

Islam memberi rambu-rambu atau batasan-batasan tentang investasi yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk dilakukan oleh pelaku bisnis seperti parainvestor, pedagang, supplier dan siapapun yang terkait dengan dunia ini. Bukan hanya itu, beberapa hal seperti pengetahuan tentang investasi akan ilmu-ilmu yang terkait butuh diperdalam agar kegiatan investasi yang kita kerjakan bernilai ibadah, mendapatkan kepuasan batin serta keberkahan di dunia dan akhirat¹². Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran surah QS. Al-Hasyr Ayat 18 :¹³



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa ayat itu mengandung anjuran moral untuk berinvestasi sebagai bekal hidup di dunia dan di akhirat karena dalam Islam semua jenis kegiatan kalau diniati sebagai ibadah akan bernilai akhirat juga seperti kegiatan investasi ini.

¹² Sakinah, *Investasi Dalam Islam*, Jurnal STAIN Pamekasan, h.249-250.

¹³ Kementerian Agama RI, *At-Thayyib Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*, (Jawa Barat : Cipta Bagus Segara, 2011), h.548.

Penelitian mengenai pengaruh tingkat investasi dan belanja pemerintah terhadap produk domestik regional bruto telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitrah Afrizal yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Investasi, Belanja Pemerintah dan Tenaga Kerja terhadap PDRB di Provinsi Sulawesi Selatan¹⁴. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat investasi, dan belanja pemerintah berpengaruh positif terhadap PDRB.

Penelitian yang dilakukan Trias Fajar Novianto yang melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh pendapatan asli daerah, investasi dan angkatan kerja terhadap pertumbuhan PDRB Provinsi Jawa Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan asli daerah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan PDRB, variabel investasi terhadap pertumbuhan PDRB tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan angkatan kerja terhadap pertumbuhan PDRB berpengaruh positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Jazuli Rahman, Aris Sulystio dan Syamsul Hadi tentang Pengaruh Investasi, Pengeluaran Pemerintah Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Kabupaten/Kota Di Propinsi Banten Tahun 2010-2014. Hasil penelitian penelitian menyimpulkan bahwa secara serentak Investasi, Pengeluaran Pemerintah dan Tenaga Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dengan hasil F Statistik 3,55 lebih besar dari F tabel yaitu 2,38. Sedangkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa investasi dan pengeluaran pemerintah berpengaruh positif

¹⁴ Fitrah Afrizal, *Analisis Pengaruh Tingkat Investasi, Belanja Pemerintah Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Di Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2001-2011*, Penelitian Terdahulu, Jurusan Ilmu Ekonomi , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar , 2013

dan signifikan sedangkan tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).¹⁵

Sedangkan hasil berbeda didapatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Mursalam Salim dengan judul Pengaruh Investasi Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Provinsi Papua. Hasil Penelitian secara parsial Jumlah Tenaga Kerja, Penanaman Modal Asing (PMA), Penanaman Modal Dalam Negeri tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) pada Pemerintah Provinsi Papua.¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Roni Mauliyansyah dan Zainuddin Mard tentang Pengaruh Investasi dan Belanja Pemerintah terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDRB. Sedangkan belanja pemerintah tidak berpengaruh penting dan signifikan terhadap PDRB. Pengangguran secara simultan dimana $F \text{ test} > T \text{ table}$ artinya investasi dan belanja pemerintah secara simultan member pengaruh positif dan signifikan terhadap PDRB di provinsi Aeh dengan demikian hipotesis dapat di buktikan kebenarannya secara statistik.¹⁷

¹⁵ Ahmad Jazuli Rahman, Aris Sulystio dan Syamsul Hadi tentang Pengaruh Investasi, Pengeluaran Pemerintah Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Kabupaten/Kota Di Propinsi Banten Tahun 2010-2014, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.14, No.02 Desember 2016

¹⁶ Mursalam Salim, Pengaruh Investasi Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Provinsi Papua, *Jurnal Ekonomi Universitas Yapis Papua*

¹⁷ Roni Mauliyansyah dan Zainuddin Mard tentang Pengaruh Investasi dan Belanja Pemerintah terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Aceh, *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)*, VOL. 1, NO. 2, DESEMBER 2017

Penelitian yang dilakukan oleh Imam Nugroho Heru Santoso dalam penelitian untuk menganalisis pertumbuhan ekonomi kota Semarang dan Kabupaten Blora Provinsi Jawa Tengah, menganalisis apakah PDRB dipengaruhi oleh investasi swasta, jumlah angkatan kerja, indeks harapan hidup, dan variabel dummy. Penelitian tersebut memberikan hasil yang menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap total output (PDRB) adalah jumlah angkatan kerja dan indeks harapan hidup. Sedangkan investasi dan variabel dummy secara individu tidak mampu menjelaskan pengaruhnya.¹⁸

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh belanja pemerintah dan tingkat investasi terhadap produk domestik regional bruto di Provinsi Lampung itu sendiri, adapun judul skripsi ini yakni: **“Pengaruh Belanja Pemerintah dan Tingkat Investasi Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Di Provinsi Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Belanja Pemerintah dan Tingkat Investasi berpengaruh terhadap PDRB di Provinsi Lampung tahun 2009-2018 secara parsial dan simultan?
2. Bagaimana pengaruh Belanja Pemerintah dan Tingkat investasi terhadap PDRB Provinsi Lampung dalam perspektif ekonomi Islam?

¹⁸ Imam Nugroho Heru Santoso, pertumbuhan ekonomi kota Semarang dan Kabupaten Blora Provinsi Jawa Tengah, *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)*, VOL. 1, NO. 2, DESEMBER 2017

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui besaran pengaruh belanja pemerintah dan tingkat investasi terhadap PDRB di Lampung secara parsial dan simultan.
- b. Untuk mengetahui bagaimana belanja pemerintah dan tingkat investasi Provinsi Lampung dalam perspektif ekonomi islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan wawasan mengenai tingkat investasi penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing serta realisasi belanja pemerintah di Provinsi Lampung dan pengaruhnya terhadap PDRB di Lampung. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta gambaran kepada masyarakat umum tentang perekonomian Lampung pada investasi asing dan belanja pemerintah. Sehingga masyarakat umum mengetahui pengaruh tingkat investasi dan belanja pemerintah terhadap produk domestik regional bruto sebagai salah satu indikator untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung dengan terus menggali sumber daya yang ada untuk digunakan semaksimal mungkin sebagai lahan untuk berinvestasi sehingga dapat

memperkaya dan menambah pemasukan daerah demi tercapainya pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan kearah yang lebih baik.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Grand Theory

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 industry dan perdagangan. Faktor terpenting yang berada dalam perkembangan ekonomi adalah *entrepreneur*, yaitu seorang pengusaha yang inovatif yang memiliki inisiatif terhadap perkembangan produk.

Menurut teori Neo-Klasik hal-hal yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yaitu jumlah dan kualitas penduduk, 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.

Langkah-langkah pengaplikasian penemuan-penemuan baru dalam dunia usaha termasuk dalam langkah inovasi *entrepreneur* sebagaimana penyusunan

teknik tahap produksi, mengatur masalah manajemen organisasi, agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar.¹⁹

1. Teori Simon Kuznets

Pertumbuhan ekonomi merupakan sebagai kenaikan panjang dalam kemampuan Negara untuk menyediakan semakin banyak jenis barang-barang ekonomi kepada penduduknya. Kemampuan ini tumbuh sesuai dengan kemajuan teknologi, dan penyesuaian kelembagaan dan ideologis yang diperlukan. Definisi ini memiliki 3 (tiga) komponen: pertama, pertumbuhan ekonomi suatu bangsa terlihat dari meningkatnya secara terus menerus persediaan barang; kedua, teknologi maju merupakan faktor dalam pertumbuhan ekonomi yang menentukan derajat pertumbuhan kemampuan dalam penyesuaian aneka macam ragam barang kepada penduduk; ketiga, penggunaan teknologi secara luas dan efisien memerlukan adanya penyesuaian dibidang kelembagaan dan ideologi sehingga inovasi yang dihasilkan oleh ilmu pengetahuan manusia dapat dimanfaatkan secara tepat.²⁰

B. Konsep Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

Di Indonesia definisi UMKM diatur berdasarkan dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Undang-

¹⁹Pratahama Raharja, *Teori Ekonomi Makro*, (Jakarta, 2005), h.151

²⁰M.I.Jhingan, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 57

Undang tersebut menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.²¹

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.²²

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.²³

Definisi lain merupakan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyatakan bahwa usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah suatu entitas usaha yang dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha mikro merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai dengan 5 orang. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki pekerja 5 sampai 19 orang.

²¹Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), h.16

²²*Ibid*, h.17

²³*Ibid*, h.18

Sedangkan Usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki pekerja 20 sampai 99 orang.²⁴

Selain dari definisi diatas, ada beberapa definisi UMKM menurut para ahli, yaitu:²⁵

- a. UMKM menurut Rudjito. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan suatu usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja.
- b. UMKM menurut Ina Primiana. Usaha mikro kecil dan menengah terbentuk berdasarkan pengembangan dari empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan, yaitu; industri manufaktur, agribisnis, sumber daya manusia, dan bisnis kelautan. UMKM merupakan suatu pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian dan mewartakan program dari prioritas pengembangan sector yang memiliki potensi.
- c. UMKM menurut M.Kartono. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan kegiatan perekonomian rakyat yang memiliki kekayaan bersih maksimal sebesar 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki omzet tahunan paling banyak 1 miliar yang dimiliki oleh warga Negara Indonesia.

²⁴Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. lampung.bps.go.id. Diakses pada tanggal 12 Oktober 2019

²⁵Pengertian UMKM menurut Para Ahli Ekonomi, <https://pengayaan.com/pengertian-umkm-menurut-para-ahli-ekonomi>. Oleh: Jaya Kurnia. Diakses pada tanggal 12 Oktober 2019

2. Kreteria UMKM Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008

No	Usaha	Aset	Omzet
1	Mikro	maksimal Rp.50 juta	Maksimal Rp.300 juta
2	Kecil	>Rp. 50 juta - Rp.500 juta	>Rp.300 juta - 2,5 milyar
3	Menengah	>Rp. 500 juta - Rp. 10 milyar	>Rp.2,5 – Rp.50 milyar

Kreteria Usaha mikro, kecil dan menengah diatas digolongkan berdasarkan jumlah kekayaan bersih yaitu aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.²⁶

3. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berikut merupakan klasifikasi UMKM berdasarkan sudut pandang perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.²⁷

a. *Livelihood Activities* (Lapangan Kerja Baru) merupakan UMKM yang digunakan sebagai wadah kesempatan kerja untuk mencari nafkah, dan memiliki manfaat untuk mengurangi dampak pengangguran serta menambah penghasilan bagi masyarakat yang belum memiliki penghasilan.

b. *Micro Enterprise* (Sifat Kewirausahaan) merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang memiliki sifat pengerajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

²⁶Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 6(2)

²⁷Pengertian UMKM Secara Umum dan Lengkap Menurut Para Ahli. <https://www.idpengertian.com/pengertian-umkm-secara-umum-dan-menurut-para-ahli-lengkap>. Oleh: Azqiara. Diakses pada 12 Oktober 2019.

- c. *Small Dynamic Enterprise* (Jiwa Kewirausahaan) merupakan usaha kecil dan menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan telah mampu menerima pekerjaan subkontrak maupun ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise* (Motivasi Menjadi Usaha Besar) merupakan usaha kecil dan menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)

Selain itu, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri berdasarkan pada aspek komoditas yang dihasilkan antara lain:²⁸

- a. Bahan baku kurang terstandar. Hal ini dikarenakan bahan baku yang dipakai diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- b. Jenis produk terbatas. UMKM biasanya hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan akan model baru, UMKM sulit memenuhinya. Jika menerima, membutuhkan waktu yang cukup lama.
- c. Kualitas belum standar. Hal ini dikarenakan sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan cenderung dalam bentuk *handmade* sehingga dalam standar kualitasnya juga beragam.
- d. Desain produk yang terbatas. Hal ini dipicu oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan saja, belum banyak yang berani untuk mencoba berkreasi dengan desain baru.

²⁸Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM: Kerja Sama LPPI dengan Bank Indonesia Tahun 2015*, h.15

- e. Kapasitas dan daftar harga produk terbatas. Apabila UMKM kesulitan menetapkan kapasitas dan harga produk, hal ini membuat konsumenpun kesulitan.
- f. Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan cenderung apa adanya.

4. Indikator Pertumbuhan UMKM

Tolak ukur tingkat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omzet penjualan, pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan pelanggan. Tolak ukur usaha haruslah merupakan parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat maya yang sulit untuk dipertanggungjawabkan. Semakin konkrit tolak ukur usaha maka semakin mudah bagi pihak untuk memahami dan membenarkan atas keberhasilan usaha yang diraihinya.²⁹

5. Peluang dan Kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan di kota-kota besar dan juga memiliki peran penting sebagai motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi pedesaan.³⁰

²⁹Muhammad Sholeh, *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2008), h.26

³⁰Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil*h.15

Berikut merupakan peran penting UMKM:

- a. Kedudukan UMKM sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, serta mampu bertahan dari goncangan krisis.
- b. Wadah penciptaan pasar baru dan sumber inovasi
- c. Penyedia lapangan kerja yang terbesar
- d. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat
- e. Menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor

Data-data yang disebutkan diatas telah membuktikan bahwa UMKM memiliki peran yang cukup besar terhadap perekonomian Indonesia, meskipun demikian UMKM tidak selalu berjalan secara mulus, masih banyak hambatan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM baik berdasarkan faktor internal maupun external. Berikut ini faktor hambatan dan kendala yang dihadapi UMKM :³¹

1. Faktor Internal

- a. Terbatasnya modal, manajemen dan sistem administratif UMKM yang masih dikelola secara manual, sehingga dalam pengelolaannya belum dapat memisahkan antara pembiayaan operasional usaha dengan rumah tangga.
- b. Terbatasnya kemampuan sumber daya manusia
- c. Tidak berbadan hukum. Umumnya UMKM masih berbadan hukum perorangan

³¹*Ibid*, h. 19-20

2. Faktor External

- a. Iklim usaha masih belum kondusif
- b. Terbatasnya infrastruktur. Saran dan prasarana yang digunakan UMKM umumnya masih secara tradisional.
- c. Terbatasnya akses. Akses terhadap bahan baku, dan akses terhadap teknologi.
- d. Belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah.

Menurut I Gusti yang dikutip dalam Firda Zahra Affifah, usaha mikro kecil dan menengah memiliki tantangan yang harus dihadapi antara lain:³²

a. Teknologi

Studi mengatakan bahwa komoditi yang dihasilkan oleh pengusaha mikro kecil dan menengah masih memakai teknologi yang relatif rendah. Kendala dalam penggunaan teknologi adalah biayanya yang cukup mahal, sehingga hal ini mengakibatkan sering terjadinya peluang pasar yang meningkat akan tetapi, pengusaha tidak mampu memanfaatkannya dikarenakan tidak tersedianya teknologi yang memungkinkan dalam peningkatan produktivitas.

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang berada di bidang UMKM umumnya bukanlah merupakan tenaga kerja yang professional.

c. Permodalan

³²Firda Zahra Afifah, "Analisis Bantuan Modal dan Kredit Bagi Kelompok Pelaku Usaha Mikro oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang", (Skripsi : Universitas Diponegoro, 2012), h.16-18

Permodalan dalam bidang UMKM masih terhitung lambat. Modal adalah instrument yang tidak dapat dipisahkan dalam upaya pengembangan suatu bisnis, karena itu modal berupa kredit ataupun barang produksi merupakan sarana yang sangat diperlukan dalam meningkatkan daya saing. Permodalan dapat didapatkan melalui bantuan pemerintah, investasi pengusaha besar ataupun perbankan.

d. Produksi

Sistem yang digunakan UMKM umumnya masih sederhana sehingga kapasitas produksi terbatas.

e. Pemasaran

Pemasaran merupakan instrumen penting dalam keberlangsungan hidup suatu usaha agar dapat bertahan dan berkembang.

6. Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dilihat dari pertumbuhan UMKM yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, strategi dalam memajukan usaha mikro kecil dan menengah dapat dilakukan dengan cara pemberdayaan UMKM. Selain bantuan permodalan dari pemerintah, pengembangan UMKM dapat diwujudkan dengan inisiatif tersendiri dari setiap pemilik usaha untuk memperbaiki situasi usahanya.

Upaya peningkatan produktifitas, mutu produk, serta daya saing dapat ditempuh melalui fasilitas merek/desain produk, penerapan teknologi, ataupun inovasi-inovasi baru. Keunggulan dan ciri khas yang dimiliki dari UMKM

tersebut haruslah ditonjolkan, sehingga dapat diingat oleh konsumen dan fasilitas seperti itu lebih terjamin pemasarannya.

C. Konsep Pemasaran *E-Marketing*

1. Pengertian *E-Marketing* Menurut Para Ahli

Secara umum pemasaran atau *marketing* sering kali diartikan sebagai kegiatan bisnis manusia yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun potensial.³³ Sedangkan *E-marketing* merupakan sistem pemasaran yang lebih modern dengan menggunakan salah satu aplikasi teknologi internet yang termasuk dalam bisnis khususnya bidang pemasaran yang dilakukan secara online. Melalui media internet, kegiatan promosi ini memungkinkan perusahaan dapat menjangkau konsumen dan membantu memasarkan produk-produk secara lebih luas. *E-marketing* memuat berbagai perubahan dari segi pemasaran tradisional ke pemasaran modern menggunakan teknologi.³⁴

Menurut Cheng-Ling, & Lie, *e-marketing* merupakan proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan fasilitas *web*.

³³Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), h.5

³⁴Sri Fatimah, *E-Marketing sebagai Pradigma Baru dalam Komunikasi Pemasaran*, Jurnal Agrikultura, 2010, h.2

Transaksi dan pembayaran dapat dilakukan melalui *web* dengan mudah yaitu dengan menggunakan teknologi seperti computer yang terhubung ke *internet*.³⁵

Sedangkan menurut Al-Gohary, e-marketing adalah sebuah filosofi baru dalam praktek bisnis modern yang menggunakan internet dan elektronik lainnya.

Dan menurut Mohammed, e-marketing merupakan suatu proses untuk memproses dan memelihara hubungan kepada pelanggan secara *online*. Sebagai sarana untuk pertukaran pendapat, produk dan jasa, sehingga dapat mencapai tujuan bersama.³⁶

Jadi kesimpulan berdasarkan teori, *e-marketing* adalah bagian pemasaran teknologi secara *online* yang mana penjual mempunyai tujuan khusus dalam strategi pendistribusian, promosi, penetapan harga produk terhadap target segment pasar melalui media internet atau media lain (*social media*). Dengan adanya *e-marketing* dapat menjangkau semua lapisan masyarakat baik lokal, nasional, maupun internasional. Keuntungan lain masyarakat tidak perlu datang langsung ke lokasi penjual, *e-marketing* dapat dilakukan dengan mudah hanya menggunakan komputer, hp dan berbiaya murah bahkan gratis.³⁷

2. Jenis-Jenis Pemasaran *E-Marketing*

E-marketing memiliki jenis-jenis yang terbagi sebagai berikut :³⁸

a. *Search Engine Marketing* (SEM)

³⁵Sunu Jatmika, dkk, *E-Marketing Dengan Media Jejaring Sosial Untuk Peningkatan Omset Penjualan*, (Malang : Seminar Nasional Sistem Informasi, 2017), h. 648

³⁶*Ibid.*

³⁷Sunu Jatmika, dkk, *E-marketing Dengan Media Jejaring Sosial....*h.647

³⁸Hestanto, *Jenis-Jenis Internet Marketing*, Hestanto Personal Website, <https://www.hestanto.we.id/jenis-jenis-internet-marketing>. Diakses pada 13 Oktober 2019

Pemasaran ini mempromosikan dalam bentuk *website* dengan meningkatkan visibilitas dalam halaman mesin pencari seperti; *Google, Bing, Yahoo*

b. *Social Media Marketing*

Pemasaran ini memanfaatkan lalu lintas sosial media seperti *Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp*

c. *Refferal Marketing*

Mempromosikan produknya menggunakan referensi kepada pelanggan. Metode ini bias juga dikata metode dari mulut ke mulut.

d. *Affiliate Marketing*

Pemasaran ini dilakukan dengan memberi bagian kepada afiliasi untuk setiap pengunjung yang dibawa olehnya.

e. *Email Marketing*

Pemasaran dilakukan secara melalui pesan *email*.

f. *Ibound Marketing*

Pemasaran *Ibound* ini melibatkan pelanggan untuk berbagi informasi ke pelanggan lainnya.

3. Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran *E-Marketing*

a. Kelebihan Pemasaran E-Marketing

1. Pemasaran secara online akan memberikan akses yang lebih luas dari pelanggan potensial.
2. Biaya yang harus dikeluarkan untuk dapat mempromosikan bisnis secara online lebih murah
3. Sistem online dan internet adalah media yang dapat melintasi batas-batas geografis serta nasional.
4. Pemasaran secara online dapat menghemat waktu, seseorang bias mendapatkan sebuah informasi mengenai produk maupun jasa hanya dengan menjelajahi internet/media online.
5. Media online dan internet dapat memungkinkan untuk selalu terhubung dengan pelanggan secara real time, dan memungkinkan bisnis tersedia selama 24 jam.³⁹

b. Kekurangan Pemasaran E-Marketing

1. Meskipun jangkauan pemasaran luas, namun tetap ada biaya pemeliharaan *hardware* seperti teknologi yang digunakan.
2. Pemasaran secara online tidak memiliki sentuhan manusia secara langsung, sehingga pelanggan dan pembeli tidak dapat bertatap muka, berinteraksi secara langsung. Hal ini akan mengurangi prospek dalam membangun hubungan yang memainkan peranan penting dalam proses penjualan secara konstan.
3. Masih banyak diantara pelanggan yang belum mahir menggunakan teknologi dan media online.

³⁹Bisnis UKM, *Kelebihan dan Kelemahan Sistem Pemasaran Online*, Diakses dari <https://bisnisukm.com/kelebihan-dan-kelemahan-sistem-pemasaran-online>. Pada 17 Oktober 2019

4. Pemasaran online sangat bergantung kepada teknologi sehingga rentan kesalahan teknis.⁴⁰

4. Manfaat Pemasaran *E-Marketing*

a. Manfaat bagi Penjual

E-marketing menjadi alat komunikasi terhadap konsumen dengan biaya murah, *marketer* dapat menghindari dan berhemat dari pembiayaan-pembiayaan besar seperti penyewaan toko, asuransi dan lainnya. Pemasaran memakai sistem yang fleksibilitas sehingga memungkinkan *marketer* untuk membuat penyesuaian terhadap program dan penawaran.⁴¹

b. Manfaat bagi Pelanggan

Layanan online lebih mudah dan cepat, konsumen diberikan informasi yang berlimpah mengenai produk. Tidak perlu menghadapi penjual secara langsung.⁴²

D. Konsep Labelisasi

1. Pengertian Label Menurut Para Ahli

Kotler dan Armstrong mendefinisikan label adalah sebagai tampilan sederhana produk berupa gambar yang dirancang yang merupakan satu kesatuan

⁴⁰Bisnis UKM, *Kelebihan dan Kelemahan Sistem....*, Pada 17 Oktober 2019

⁴¹Philip Kotler, Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : Indeks 2004), h.74

⁴²*Ibid.*

dengan kemasan. Label bias hanya mencantumkan merek ataupun hanya berupa informasi.⁴³

Menurut Tjiptono label adalah suatu bagian dari produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Label juga bagian dari kemasan atau bisa pula merupakan tanda pengenal (etiket) yang di pasang pada produk.⁴⁴

Sedangkan menurut Basu Swasta label adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan kata-kata tentang barang yang bersangkutan ataupun penjualnya. Jadi label dapat berupa pembungkus, atau suatu etiket yang tertempel secara langsung pada suatu barang.

Lebih lanjut, menurut American Marketing Association mendefinisikan bahwa label adalah merek yang dapat memuat berupa nama, istilah, symbol, atau rancangan, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari satu penjual/kelompok penjual dan membedakannya dari barang atau jasa pesaing.⁴⁵ Label dapat diukur dengan beberapa indicator yaitu, gambar, tulisan, serta kombinasi gambar dan tulisan.⁴⁶

Dari pengertian beberapa ahli mengenai label yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa labelisasi adalah suatu kegiatan mencantumkan tanda pengenal ataupun informasi mengenai produk dan penjualnya. Adapun sejumlah keterangan informasi yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan labelisasi yaitu,

⁴³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, jilid 2, Jakarta : Prenhallindo, 2000, h.477

⁴⁴Tjiptono, Fandy, , Edisi 2, Yogyakarta : Andi, 1997, h. 107

⁴⁵Philip Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Indeks : Jakarta, 2007, h.258

⁴⁶Utami W.B, *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survei Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*, Yogyakarta, 2013, h. 28

untuk mengetahui apakah produk yang dibeli mengandung unsur-unsur yang aman jika dikonsumsi. Keterangan informasi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Keterangan Bahan Tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang ditambahkan sebagai campuran bagi bahan utama produk.

b. Komposisi Nilai Gizi

Secara umum komposisi nilai gizi bersangkutan dengan kadar mineral, kadar protein, kadar lemak, kadar karbohidrat, kadar vitamin, dan kadar zat besi.

c. Batas Kadaluwarsa

Menurut PP. No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan pasal 27 ayat 2 menegaskan bahwa: "Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan".

d. Keterangan legalitas

Memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar di badan pengawasan obat dan makanan (BPOM) berupa kode nomor registrasi, kode MD dan SP untuk makanan lokal, dan ML untuk makanan import, dan keterangan halal. Namun masih banyak produk yang sudah berlabel tetapi belum/tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi.

2. Jenis-Jenis Label

Labelisasi berkaitan erat dengan pengemasan. Secara garis besar terdapat 3 jenis label, diantaranya adalah :

- a. Product Label merupakan bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- b. Brand Label merupakan nama merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan produk.
- c. Descriptive label merupakan label yang memberikan informasi obyektif pengguna, konstruksi pembuatan, perawatan, dan kinerja suatu produk, serta karakteristik lainnya yang berhubungan dengan produk dengan tujuan untuk menarik konsumen.
- d. Grade label merupakan label yang mengidentifikasi penilaian produk dengan suatu huruf, angka, atau kata.⁴⁷

3. Fungsi Label

Kotler menjelaskan fungsi label sebagai berikut :⁴⁸

- a. Label mengidentifikasi suatu produk
- b. Label menentukan kelas produk
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (kapan dibuat, siapa pembuat, dimana membuat, komposisi, dan kegunaan)
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Pemberian label dipengaruhi oleh :

⁴⁷Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta : Penerbit Andi, tahun 2008). H.107

⁴⁸Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta : Prenhallindo, 2000), jilid 2, h.478

1. Harga unit, menyatakan harga per unit dari ukuran standar.
2. Tanggal kadaluarsa, menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi.
3. Label keterangan gizi/komposisi, menyatakan nilai gizi dan bahan pembuatan

4. Manfaat Menggunakan Label

- a. Perlindungan terhadap konsumen
- b. Perlindungan terhadap persaingan yang tidak baik
- c. Sebagai alat promosi
- d. Sejalan dengan tujuan ekonomi

5. Tujuan Labelisasi

- a. Mempermudah komunikasi antara produsen dengan konsumen untuk mengetahui produk secara jelas.
- b. Memberikan informasi tentang isi produk tanpa harus membuka kemasan.
- c. Saran periklanan bagi produsen
- d. Menjadi daya saing terhadap produk yang serupa

Informasi yang dimuat dalam label harus disampaikan secara benar dan tidak menyesatkan, agar dapat berjalan sesuai dengan fungsi dan tujuan label itu sendiri yang memberikan rasa aman pada konsumen.⁴⁹

E. Filosofi Dasar Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-Islami*. *Al-Iqtishad* secara bahasa yang berarti keseimbangan dan keadilan.⁵⁰ Sedangkan *al-Islami* adalah paradigma Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah. Ada beberapa penjelasan mengenai definisi ekonomi Islam menurut para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menurut Muhammad Abdul Manan, ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang dipahami oleh nilai-nilai Islam.⁵¹
2. Menurut Prof. Dr. Zainuddin Ali, ekonomi Islam merupakan kumpulan norma hukum yang bersumber dari al-Quran dan hadis yang mengatur perekonomian umat manusia. Ekonomi Islam merupakan representasi perilaku ekonomi umat Muslim untuk melaksanakan ajaran Islam secara menyeluruh. Analisis ekonomi dilakukan dalam tiga aspek yaitu, norma

⁴⁹Presiden Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Label dan Iklan Pangan*, Nomor 69 Tahun 1999, Pasal 5

⁵⁰Moh. Mufid, *Kaidah Fiqh Ekonomi Syariah (Teori dan Aplikasi Praktis)*, Ebook, h.22

⁵¹Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : PT Dana Bhakti Wakaf, 1997), h.20-22

dan nilai-nilai dasar Islam, batasan ekonomi dan status hukum, serta aplikasi dan analisis sejarah.⁵²

3. Ahli ekonom seperti Hazanuzzaman dan Metwally mendefinisikan ekonomi Islam sebagai ilmu yang diturunkan dari ajaran al-Quran dan Sunnah. Segala bentuk pemikiran dan praktik ekonomi yang tidak bersumber dari kedua pedoman yaitu al-Quran dan Sunnah maka tidak dapat dipandang sebagai ekonomi Islam. Untuk dapat menjawab permasalahan yang dihadapi yang belum dijelaskan dalam al-Quraan dan Sunnah maka digunakannya metode fiqh untuk menjelaskan perkara fenomena yang terjadi bersesuaian dengan al-Quran dan Sunnah atau tidak. Ekonomi Islam dianggap tidak memiliki kesalahan dan kelemahan, kegagalan dalam implementasi ekonomi Islam berasal dari kegagalan para ekonom dalam menafsirkan al-Quran dan Sunnah.
4. Beberapa ahli seperti Chapra dan Choudury mencoba mendefinisikan ekonomi Islam dengan lebih komprehensif seperti menggabungkan antara definisi-definisi yang telah ada. Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan praktik ekonomi yang dengan mewujudkannya menggunakan pendekatan historis, empiris, ataupun teoritis. Pendekatan ekonomi yang dimaksudkan adalah untuk mewujudkan kesejahteraan manusia sebagaimana yang dijelaskan dalam ajaran Islam yaitu *falah* yang berarti kemandirian, kelangsungan hidup, dan kekuatan untuk hidup.

⁵²Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2003) h. 3

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai Islam dalam al-Quran dan Sunnah mencakup cara memandang permasalahan ekonomi, menganalisis, mengajukan solusi alternatif atas fenomena ekonomi dan untuk memenuhi kebutuhan hidup umat manusia.

2. Prinsip Dasar Ekonomi Islam

Nilai-nilai filosofis yang ada dalam ekonomi Islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam. Berikut prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam :⁵³

a. Tauhid

Akidah memiliki peran penting terhadap cara berfikir dan bertindak umat manusia. Prinsip tauhid berkeyakinan bahwa segala sumber daya yang ada di bumi adalah milik sang pencipta yaitu Allah Subhanahu Wa Ta'ala, manusia hanya diberikan amanah untuk mengelola, memanfaatkan dan menjaganya.

b. Akhlak

Prinsip ini merupakan sebagai bentuk implementasi dari sifat-sifat utama dan terpuji yang dimiliki oleh para Nabi dan Rasul-Nya dalam

⁵³Elida Elfi Barus, *Tauhid Sebagai Fundamental Filsafah Ekonomi Islam*, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, 2016, 2(1), h.75

kegiatan bermuamalah yaitu, shiddiq (benar), tabligh (menyampaikan sesuai fakta), amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (cerdas atau pandai).

c. Kebebasan Individu

Individu mempunyai hak untuk berpendapat atau mengambil suatu keputusan. Karena tanpa kebebasan tersebut individu umat Muslim tidak dapat melaksanakan kewajiban mendasar dan penting dalam menikmati kesejahteraan menghindari terjadinya kekacauan ekonomi masyarakat. Kebebasan yang diberikan bukan bersifat mutlak akan tetapi memiliki batasan yang didasarkan oleh nilai-nilai syariat Islam.

d. Keseimbangan

Asas keseimbangan adalah nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi muslim. Asas ini terwujud dalam kesederhanaan, hemat, adil dan menjauhi sifat pemborosan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam al-Quran:



وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Artinya :

“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”. (Qs. Ar-Rahman ayat 9)

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَعُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya :

“Dan (hamba-hamba Allah yang beriman adalah) orang-orang yang apabila mereka membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula (kikir, dan adalah pembelajaan mereka ditengah-tengah demikian”.
(QS. Al-Furqaan 67)

Asas keseimbangan juga menyangkut keseimbangan dimensi antara dunia dan akhirat, antara aspek pertumbuhan dan pemerataan, antara kepentingan sosial dan individu, serta antara aspek konsumsi, produksi, dan distribusi.

e. Keadilan

Keadilan merupakan nilai penting dalam ajaran Islam baik bersangkutan dengan aspek politik, sosial, maupun ekonomi. Keadilan wajib diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan. Misalnya dalam aspek produksi dan konsumsi, keadilan haruslah menjadi sebagai alat pengatur efisiensi dan pemberantasan pembrosan.

3. Karakteristik Ekonomi Islam

Ada 5 jenis karakteristik ekonomi Islam sebagaimana yang dijelaskan oleh Dawabah:⁵⁴

a. Spirit Ketuhanan

Berbeda dengan konsep ekonomi konvensional yang bertujuan memenuhi kebutuhan tanpa bertujuan selain dari itu, ekonomi Islam lebih tertata dalam berbagai aspek seperti segala perkara kegiatan

⁵⁴Muhammad Asyraf Dawabah, *Al Iqtishad al Islamy Madkholun wa Manhajun*, Darussalam, Kairo, cet. I, 2010, h.52

merujuk pada konsep ketuhanan sehingga dapat menciptakan masyarakat yang tentram dan perekonomian yang seimbang.

b. Keseluruhan

Islam mengatur segala aspek kehidupan umatnya sebagaimana aspek perekonomian, dalam kegiatan ekonomi Islam mengatur tata cara yang sesuai dengan syariat. Misalnya pada kegiatan produksi, para produsen harus memikirkan, mempertimbangkan halal dan haram produk yang diproduksi.

c. Fleksibilitas

Fleksibilitas dalam Islam mempunyai sisi yang dapat diterima dan yang tidak bias diterima. Adapun sisi yang dapat diterima yaitu ketika perkara tersebut sholih *likulli zaman wa mak'an* mampu menghukumi perkembangan zaman. Sisi yang tidak dapat diterima adalah ketika suatu permasalahan bias dihukumi dengan dua hukum yang berbeda sesuai perbedaan kondisional.

d. Keseimbangan

Islam dan segala aspeknya selalu berdasarkan pada keseimbangan antara dua sisinya. Sebagaimana keseimbangan antara dunia dan akhirat, antara iman dan perekonomian, antara boros dan kikir, antara keselarasan rohani dan kebutuhan hidup.

e. Universal

Islam mengatur manusia dalam menjalankan perekonomian dan bisnis di dunia tanpa mengenyampingkan kebaikan dan keberkahan sehingga hubungan manusia antar manusia dapat berjalan dengan baik.

4. Tujuan Ekonomi Islam

Tujuan dari ekonomi Islam adalah memberikan keselarasan bagi kehidupan umat manusia di dunia. Nilai Islam bukan hanya sekedar untuk umat muslim saja, akan tetapi berlaku bagi semua makhluk dimuka bumi. Ekonomi Islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya tidak meninggalkan sumber hukum teori ekonomi Islam guna mencapai falah.

5. Dasar Hukum Ekonomi Islam

Aktifitas dalam perekonomian sering sekali melakukan berbaifai perjanjian. Perjanjian adalah sebagai alat pengikat antara individu yang melahirkan hak dan kewajiban. Untuk memenuhi itu semua, dalam syariat Islam diberlakukanlah akad dengan berlandaskan dasar hukum syariat yakni:

a. Al-Quran

Al-Quran menjadi sumber pedoman dalam menerapkan ketentuan-ketentuan muamalah. Al-Quran mendorong umat muslim agar mampu menguasai dan memanfaatkan sektor-sektor kegiatan ekonomi dalam skala yang lebih luas dan komprehensif, seperti perdagangan, industry, pertanian, keuangan, dan jasa yang ditujukan untuk kemaslahatan

bersama.⁵⁵ Contoh misalnya perdagangan diatur sedemikian rupa sebagaimana dijelaskan dalam al-Quran yakni:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyanyang kepadamu”.*⁵⁶ (QS. An-Nisa 29)

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, Al-Quran melarang umat Muslim mempergunakan cara-cara yang tidak sesuai syariat dan bathil seperti riba, melakukan penipuan, memainkan takaran timbangan, berjudi, melakukan praktik suap-menyuap, dan cara bathil lainnya.

b. Hadits

Hadist memberikan ketentuan-ketentuan muamalat yang terperinci yang tidak dijelaskan secara mendetail dalam Al-quran. Hukum hadist berdasarkan Sunnah-Sunnah yang dicontohkan oleh Rasulullah Shallallahu alaihi Wasallam.

⁵⁵Dindin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta : Gema Insani, 2003), h. 29

⁵⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : CV. Toha Putra, 1971) h. 46

F. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Islam

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perspektif Islam

UMKM dalam perspektif Islam merupakan suatu kegiatan usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya, dan beribadah menuju kesejahteraan dunia dan akhirat. Terdapat dalil yang menjelaskan perkara tersebut seperti yang tercantum didalam QS. At-Taubah, ayat 105 :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya :

“Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”(QS. At-Taubah 105)

Dalam tafsir dijelaskan bahwa dalam ayat tersebut Allah dan Rasul-Nya memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, setiap pekerjaan yang dilakukan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan Rasul-Nya sebagai amalan yang akan dipertanggung jawabkan di akhir zaman.

Pada sejarah Islam, Nabi Muhammad, Ummul mukminin Khadijah, dan sebagian besar sahabatnya adalah para pedagang yang handal. Beliau *Shallallahu alaihi wa sallam* merupakan praktisi ekonomi dan sosok tauladan bagi umat.⁵⁷ UMKM erat kaitannya dengan berdagang ataupun menjalankan apa yang telah

⁵⁷Abdul Jalil, *Spiritual Entrepreneurship*, (Yogyakarta : PT Lkis, 2013) h. 68

Allah halalkan, berdagang secara amanah merupakan profesi yang mulia di dalam Islam. Terdapat perintah khusus bagi pelaku usaha untuk bersikap jujur dan amanah.

Dari Rifa'ah, ia mengatakan bahwa ia pernah keluar bersama Rasulullah *shallallahu alaihi wa sallam* ke tanah lapang, dan melihat manusia sedang melakukan transaksi jual beli. Lantas Beliau *shallallahu alaihi wa sallam* bersabda .⁵⁸

إِنَّ التُّجَّارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَّارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرَ وَصَدَقَ

Artinya :

“Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat nanti sebagai orang-orang fajir (jahat) kecuali orang-orang yang bertakwa kepada Allah, berbuat baik dan berlaku jujur.” (HR. Tirmidzi dan Ibnu Majah)

Hadits di atas menjelaskan bahwa dalam perkara berdagang haruslah mengedepankan aturan sesuai syariat Islam agar perkara muamalah tersebut dapat terhindar dari keburukan dan mendapatkan ridho Allah Ta'ala. Ada 4 pilar utama bagi pelaku UMKM yaitu, menjaga amanah, berkata jujur, berakhlak yang baik, dan menjaga iffah dalam produk/makanan yang di kelola.⁵⁹

2. Karakteristik UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam

⁵⁰Muhamad Abduh Tuasikal, *Berlaku Jujur*, Diakses dari <https://rumaysho.com/berlaku-jujur.html>, Pada 10 Oktober 2019.

Sanad hadist (HR. Tirmidzi no.1210 dan Ibnu Majah no.2146, dishahihkan oleh Syaikh Al-Albani dalam shahih At-Targhib 1785).

⁵¹Andi Ihsan, *4 pilar utama bagi pengusaha muslim*, Diakses dari <https://muslim.or.id/4-pilar-utama-bagi-pengusaha-muslim.html> , Pada 10 Oktober 2019

Islam mengatur sedemikian detailnya segala kehidupan di dunia maupun di akhirat, sebagaimana perkara dunia yaitu kegiatan UMKM juga diatur oleh Islam dengan hukum halal dan haram. Prinsip dalam sistem ekonomi Islam terdiri dari 4 prinsip, yaitu :⁶⁰

a. Tauhid

Ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Hal ini berimplikasi terhadap niat yang tulus bahwa segala sesuatu pekerjaan yang dikerjakan adalah suatu bentuk dalam beribadah kepada Allah dan segala sesuatu akan bersumber serta berakhir hanya kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

b. Keadilan dan Keseimbangan

Prinsip keadilan merupakan landasan untuk menghasilkan seluruh kebijakan dalam kegiatan ekonomi sehingga berdampak positif bagi pertumbuhan dan pemerataan pendapatan masyarakat. Prinsip keseimbangan mencerminkan kesetaraan antara pendapatan dan pengeluaran, pertumbuhan dan pendistribusian, dan antara kaum yang mampu dan kurang mampu.

c. Kehendak Bebas

Ajaran Islam meyakini bahwa Allah Subhanahu Wa Ta'ala memiliki kebebasan mutlak dalam berkehendak, begitu juga dengan manusia yang memiliki hak dalam memilih apa yang akan diperbuatnya bahkan dalam memanfaatkan pekerjaan dan kekayaannya.

⁶⁰Muhammad Turmudi, *Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Pemikiran Islam: Islamadina, 2017, Vol.XVIII/No. 1

d. Tanggung Jawab

Kebebasan yang diberikan kepada setiap orang tetap ada pertanggungjawabannya. Selain itu terdapat pula karakteristik UMKM secara perspektif Islam, diantaranya adalah:

1. Bersifat nizamun rabbaniyyun (ketuhanan) yaitu landasan aturan didasarkan pada aturan-aturan yang telah Allah tetapkan pada Al-Quran dan As-Sunnah.
2. Berdimensi iqtishadun aqdiyyun (akidah), segala sesuatu akan dipertanggung jawabkan terhadap akidah yang diyakini.
3. Berkaitan erat terhadap akhlak (murtabhun bil-akhlaq), dalam Islam akhlak selalu diterapkan, tidak ada pemisah antara akhlak dan ekonomi.
4. Elastis (al-murunah) yaitu menjadikan Al-Quran dan As-Sunnah sebagai rujukan asas dalam berekonomi.
5. Objektif (al-maudhu'iyah) mengajarkan kepada umat agar selalu berlaku objektif dalam aktivitas ekonomi.
6. Realistis (al-waqi'yyah) yaitu bersifat realistis terhadap perekonomian karena ekonomi khususnya pada bisnis tidak akan selamanya sesuai dengan teori ataupun praktek,
7. Harta kekayaan hakikatnya adalah milik Allah Azza Wa jalla, dalam hal ini menjelaskan bahwa dalam Islam harta kepemilikan seseorang tidaklah bersifat mutlak, setiap umat

dituntut untuk memiliki kecakapan dalam mengelola hartanya.⁶¹

G. Konsep Pemasaran E-Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Pengertian Pemasaran E-Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam

Secara umum Pemasaran/*Marketing* dalam perspektif Islam adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaannya, penawaran, dan perubahan value yang dalam keseluruhan proses sesuai dengan akad-akad muamalah yang sesuai syariat Islam. Artinya dalam pemasaran/*Marketing* seluruh prosesnya tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat.⁶²

E-marketing adalah suatu karya dalam kemajuan teknologi yang diciptakan oleh manusia. Allah memberikan akal kepada manusia agar dapat memikirkan segala sesuatu untuk kesejahteraan hidupnya. E-marketing berpengaruh besar terhadap perubahan sehingga dapat memperluas market place ini tidak lain merupakan hasil dari penemuan besar/karya tangan manusia. Namun dalam Islam segala sesuatu kehebatan yang ada pada manusia tidak boleh disombongkan, karena segala kesempurnaan dan kehebatan hanya milik sang pencipta Allah subhanahu wa ta'ala, sebagaimana yang tercantum pada dalil Al-Quran berikut :

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَ لَا تَمَشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾

⁶¹Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro dan Mikro Islam*, (Jakarta : PT. Dwi Chandra Wacana, 2001), h.52

⁶²Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2006), h.25

Artinya :

“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan jangan kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri”.(QS. Luqman: 18)

Kesimpulan dari ayat yang disebutkan, menjelaskan bahwa diantara bentuk kesombongan adalah, sombong terhadap harta, kecerdasan, ilmu, pangkat, kekuatan dan kesehatan. Padahal jika direnungkan semua nikmat tersebut adalah karunia dari Allah subhanahu wa ta'ala, jika Allah berkehendak sangatlah mudah bagi-Nya untuk mencabut segala nikmat dan kelebihan-kelebihan tersebut.

2. Karakteristik Pemasaran E-Marketing dalam Perspektif Ekonomi

Islam

a. Ketuhanan

Salah satu ciri syariat Islam adalah sifatnya yang religius. Jiwa seorang pembisnis harus meyakini bahwa hukum syariat bersifat ketuhanan yang paling ideal, sempurna, tepat dan adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan dan menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan oranglain tertipu. Konsep ketuhanan mendorong pembisnis untuk selalu berhati-hati dalam perilaku pemasaran dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen.

b. Etis

Konsep ini mengedepankan akhlak dalam seluruh aspek kegiatan. Seorang pembisnis dalam syariat sangat ditekankan untuk mengedepankan nilai-nilai moral

dan etika tanpa peduli dari mana asal dan agama pelanggan potensial, karena hal ini bersifat universal.

c. Realistis

Menyampaikan segala informasi berkaitan dengan produk dan penjualan secara benar sesuai fakta tanpa mengada-ada yang menjerumus kepada kebohongan. Semua transaksi harus berlandaskan sesuai realita, dengan penuh kejujuran.

d. Humanitas

Kegiatan pemasaran/marketing seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sesungguhnya. Di dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran/marketing secara Islam mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral.

H. Konsep Labelisasi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, Islam mengajarkan untuk selalu bersikap jujur dan amanah, seperti salah satunya dalam perkara penyampaian informasi pada label haruslah jujur karena, Rasulullah *shallallahu alaihi wa sallam* telah bersabda :

مَنْ عَشِنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْحِدَاعُ فِي النَّارِ

Artinya :

“Barang siapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang bermuat makar dan pengelabuan tempatnya di neraka”. (HR. Ibnu Hibban, Shahih)⁶³

⁶³Muhammad Abduh Tuasikal, *Penipuan dan Pengelabuan Dalam Jual Beli*, Diakses dari <http://rumaysho.com/penipuan-dan-pengelabuan-dalam-jual-beli.html>, Pada 10 Oktober 2019. Sanad Hadist (HR. Ibnu Hibban 2:326, di shahihkan oleh Syaikh Al-Albani dalam Ash-Shahihah no.1058).

Dalam muamalah banyak pelanggan yang loyal pada suatu penjual dikarenakan sikapnya yang jujur. Jika para pelaku bisnis mau berlaku jujur ketika berbisnis, dan menjauhi perkara curang. Maka keberkahan akan selalu hadir dan pahala di sisi Allah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dhana Bakti Wakaf, Yogyakarta; Graha Ilmu, 1997.
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- , *Ekonomi Makro Islami*, Jakarta ; PT RajaGrafindo Persada, 2007)
- Ahmad Jazuli Rahman, Aris Sulystio dan Syamsul Hadi tentang Pengaruh Investasi, Pengeluaran Pemerintah Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Kabupaten/Kota Di Propinsi Banten Tahun 2010-2014, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.14, No.02 Desember 2016
- Andika Ika Fahrika, Pengaruh Tingkat Suku Bunga Melalui Investasi Swasta Terhadap Pertumbuhan Ekonomi, *Jurnal Ecces Economics, Social, And Development Studies*, VOL. 3NO. 2, Desember 2016
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Pendekatan Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta, 2006.
- BPS, Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Lampung Menurut Lapangan Usaha 2011- 2015
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Keempat*, Jakarta : Gramedia, 2011.
- Dumairy, *Perekonomian Indonesia, cet Kelima*, Erlangga, Jakarta, 1996.
- Eko Prasetyo, *Fundamental Makro Ekonomi: Sebuah Pengetahuan Tigkat Dasar dan Menengah serta Advanced untuk Ilmu Ekonomi Makro, cet Kedua*, Yogyakarta : Beta Offset, 2009.
- Fitrah Afrizal, Analisis Pengaruh Tingkat Investasi, Belanja Pemerintah Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Di Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2001-2011, *Jurnal Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, Universitas Hasanuddin Makassar, 2013
- Gusfahmi, *Pajak Menurut Syariah*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Harjanti, Analisis penyerapan tenaga kerja di Kota Salatiga selama periode penelitian (1989-2003), *Trikonomika* Volume 12, No. 1, Juni 2013, Hal. 32–39 ISSN 1411-514X
- Harjono, D. K, *Hukum Penanaman Modal*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007.

- Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Ekonomi Pembangunan Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.
- Henry Faizal Noor, *Economy Public (Ekonomi Untuk Kesejahteraan Rakyat)*, cet.pertama, Jakarta : PT Indeks, 2005.
- Ida Bagus Putu Purbadharmaja, Implikasi Variabel Pengeluaran dan Investasi terhadap pertumbuhan Ekonomi di Propinsi Bali, *Buletin Studi Ekonomi*, Volume 11 Nomor 1 tahun 2006.
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Cetakan Ketujuh, 2013.
- Imam Nugroho Heru Santoso, pertumbuhan ekonomi kota Semarang dan Kabupaten Blora Provinsi Jawa Tengah, *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)*, VOL. 1, NO. 2, DESEMBER 2017
- Imamul Arifin, Giana Hadi Wagiana, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional, 2009.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Ischak P. Lumbantobing, Pengaruh Investasi Dalam Negeri, Investasi Luar Negeri Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Produk Domestik Bruto Di Dki Jakarta, *Journal Of Research In Economics And Management*, Desember 2015.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta, 2011.
- Katalog BPS, *Produk Domestik Regional Bruto menurut Penggunaan*, BPS, Lampung : 2013.
- Kementerian Agama RI, *At-Thayyib Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*, Jawa Barat : Cipta Bagus Segara, 2011.
- Khairina Tambunan, Analisis Pengaruh Investasi, Operasi Moneter Dan Zis Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, *At-Tawassuth*, Vol. 1, No.1 (2016: 73-94)
- Kuncoro, Mudrajad, *Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan*, Yogyakarta : UPP AMP YPKN, 1997.
- Lincoln Arsyad, *Ekonomi Pembangunan*, Jakarta, UPP STM YKPN, 2009.
- Lukas Setia Atmaja, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta : ANDI, 2011.

- M. Nazori Majid, *Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf; Relevansinya dengan Ekonomi Kekinian*, Yogyakarta : Pusat Studi Ekonomi Islam (PSEI), 2003.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Makro Ekonomi Islam; Konsep, Teori dan Analisis*, Alfabeta, Bandung, 2010.
- M. Suparmoko, *Ekonomi Publik Untuk Keuangan dan Pembangunan Daerah*, Bandung : AndiOffset, 2008.
- Makmun dan Akhmad Yasin, Pengaruh Investasi dan Tenaga Kerja Terhadap PDB Sektor Pertanian, *Kajian Ekonomi dan keuangan*, Vol. VII No. 3. September 2003.
- Malayu Hasibuan, *Ekonomi Pembangunan dan Perekonomian Indonesia*, Bandung : Armico, 2007.
- Michael Todaro, *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*, Jakarta : Erlangga, 2003.
- Mimin Nur Aisyah, Hartatik Fitria R, *Ekonomi 2*, Bandung : Departemen Pendidikan Nasional, 2009.
- Muhammad Saddam, *Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta : Pustaka Ibadah, 2003.
- Mursalam Salim, Pengaruh Investasi Dan Tenaga Kerja Terhadap PDRB Provinsi Papua, *Jurnal Ekonomi*, Universitas Yapis Papua, November 2016.
- Mustafa Edwin Nasution, Dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Novia, dkk, pengaruh pengeluaran konsumsi dan investasi pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 14 no.3-Oktober 2014
- Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial, dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2007.
- Roni Mauliyansyah dan Zainuddin Mard tentang Pengaruh Investasi dan Belanja Pemerintah terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Aceh, *JURNAL PENELITIAN EKONOMI AKUNTANSI (JENSI)*, VOL. 1, NO. 2, DESEMBER 2017
- Rudy Badrudin, *Ekonomika Otonomi Daerah cetakan Pertama*, Yogyakarta ; PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2000.

- Santoso Singgih, *Mengatasi Masalah Statistik dengan SPSS*, Jakarta : Gramedia, 2004.
- Sri Asiyani, Pengaruh Penanaman Modal Dalam Negeri, Penanaman Modal Asing, dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Jawa Timur, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Unesa, November 2015.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Sumantoro, *Aspek-aspek Pengembangan Dunia Usaha Indonesia*, Jakarta : Bina cipta, 1989.
- Taqyiddin An-nababan, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Surabaya : Risalah Gusti, 1996.
- Usman, Husnaini dan Setiadi, *Pengantar Statistika*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.
- , *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Baru Pers, 2015.
- Yulianti, *Akuntansi Sektor Publik Cetakan Kelima*, Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Yuliarini, Pengaruh Konsumsi rumah tangga, Investasi dan Pengeluaran Pemerintah di Provinsi Bali, *Jurnal Ecces Economics, Social, And Development Studies*, VOL. 3NO. 2, Desember 2016.