

**EFEKTIVITAS DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DI MASA PANDEMI COVID-19
PADA PROGRAM DINAS KOPERASI, UKM, DAN
KETENAGAKERJAAN (ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)**



Tesis Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Magister Ekonomi (M.E) Syariah pada
Pascasarjana IAIN Parepare

TESIS

Oleh:

NURHASNAH
NIM. 2020203860102004

**PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

TAHUN 2022

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhasnah
NIM : 2020203860102002
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Efektivitas Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Pada Program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan (Analisis Etika Bisnis Islam).

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, tesis ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Tesis ini, sepanjang sepengetahuan saya, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Jika ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka gelar akademik yang saya peroleh batal demi hukum.

Parepare, 30 Juni 2022

Mahasiswa,

NURHASNAH
NIM.2020203860102004

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah swt. atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tak lupa pula kirim salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad saw. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua. tesis ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menganturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis. Ayahanda Hasyim dan Ibunda Nurdia yang telah memberi semangat, doa tulusnya dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya.

Selain itu, peneliti ingin pula mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Dr. Hj. Muliati, M.Ag., selaku pembimbing I dan Dr.Hj. St. Aminah, M. Pd. selaku pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, bantuan, dan motivasinya yang tak bosan-bosannya memberikan bimbingan dan arahan serta kritik demi kelancaran dalam penyusunan tesis ini, dengan memberikan berbagai nasehat, motivasi, masukan dan saran kepada penulis.

Penulis sadari bahwa tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih

sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare, yang telah memberi kesempatan menempuh studi Program Magister pada Pascasarjana IAIN Parepare.
2. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd selaku Direktur Pascasarjana IAIN Parepare, yang telah memberikan layanan akademik kepada penulis dalam proses dan penyelesaian studi.
3. Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M sebagai “Ketua Prodi Ekonomi Syariah” Pascasarjana IAIN Parepare, atas arahan dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada prodi Ekonomi Syariah dengan baik.
4. Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M sebagai penguji utama dan Dr. Damirah, S.E., M.M. sebagai penguji kedua yang telah memberi saran terkait penelitian ini, sehingga terhindar dari kesalahan penulisan maupun kesalahan penelitian.
5. Dosen Pascasarjana Program Studi “Ekonomi Syariah” yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama penyelesaian studi di IAIN Parepare.
6. Staf dan admin Pascasarjana IAIN Parepare yang telah membantu dan memberi pelayanan yang baik serta support kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.
7. Seluruh keluarga besar penulis, sahabat dan teman-teman dari Pascasarjana Prodi Ekonomi Syariah yang tidak sempat disebutkan namanya satu persatu yang memiliki kontribusi besar dalam penyelesaian studi penulis.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan tesis ini, karena penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih membutuhkan

perbaikan, besar harapan penulis, semoga tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Parepare, 30 Juni 2022

Penulis,

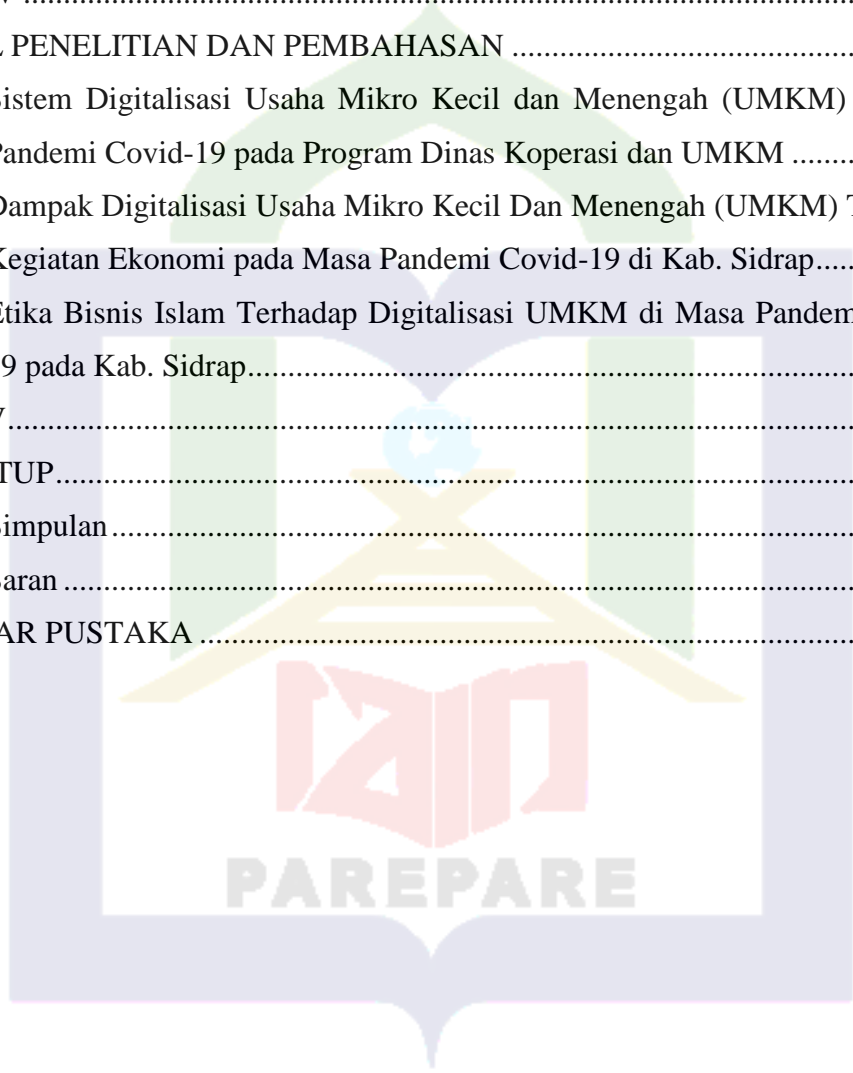
NURHASNAH
NIM.2020203860102004



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	1
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang.....	2
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Yang Relevan.....	10
B. Landasan Teori	15
1. Teori Efektivitas	15
2. Teori Etika Bisnis Islam	17
3. Teori Internet Marketing	32
C. Tinjauan Konseptual.....	36
D. Bagan Kerangka Pikir.....	41
BAB III	42
METODOLOGI PENELITIAN	42
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	42
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	43
C. Sumber Data	43

D. Tahapan Pengumpulan Data	44
E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data	48
G. Teknik Pengujian Keabsahan Data	51
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Sistem Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 pada Program Dinas Koperasi dan UMKM	54
B. Dampak Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kegiatan Ekonomi pada Masa Pandemi Covid-19 di Kab. Sidrap.....	70
C. Etika Bisnis Islam Terhadap Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi Covid- 19 pada Kab. Sidrap.....	84
BAB V.....	112
PENUTUP.....	112
A. Simpulan.....	112
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	115



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data UMKM.....	5
Tabel 2 Data Responden.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Kerangka Pikir 41



ABSTRAK

Nama : Nurhasnah
NIM : 2020203860102004
Judul Tesis : Efektivitas Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Pada Program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan (Analisis Etika Bisnis Islam).

Tesis ini membahas sistem digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 pada program Pemda Kab. Sidrap, dampak digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap, digitalisasi UMKM di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap perspektif etika bisnis Islam. Hal ini didasarkan keadaan ekonomi yang melemah di masa pandemi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan studi kasus yang memiliki tujuan penelitian untuk menganalisis program kerja dinas UKM dalam memberdayakan UMKM pembangunan ekonomi di masa pandemi. Sumber data yaitu dinas UKM, kepala rumah BUMN, UMKM, dan pelanggan. Pengumpulan data yaitu pedoman wawancara. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data yaitu uji kredibilitas data.

Hasil penelitian: (1) Sistem digital disosialisasikan disambut baik UMKM. UMKM yang telah mempelajari tujuh siklus *internet marketing* sudah menerapkan disistem pemasaran. (2) Dampak positif sistem digital: UMKM melekat teknologi, jual beli tidak memerlukan toko atau tempat, promosi mudah, pendapatan meningkat. Dampak negatif sistem digital: Maraknya penipuan, terdapat permainan harga. (3) Etika bisnis Islam memiliki 5 prinsip yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, prinsip *ihsan*. Berdasarkan kelima prinsip tersebut UMKM telah melaksanakan prinsip etika bisnis meskipun masih ada yang belum menaati etika bisnis Islam seperti memperjual belikan barang haram.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Efektivitas

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa pandemi merupakan masa dimana dunia telah dilanda wabah virus yang tak kunjung ditemukan obatnya. Virus itu dinamakan virus Corona atau Covid-19. Awal mula virus tersebut dilaporkan pertama kali muncul di Wuhan (China) pada akhir tahun 2019 dan pada Juni 2021, telah menyebar ke seluruh dunia, menyebabkan lebih dari 178 juta kasus yang dikonfirmasi dan 3,9 juta kematian. Banyak pendapat yang bermunculan tentang asal mula munculnya virus Covid-19. Ada yang berpendapat bahwa virus itu muncul dari hewan, kemudian menular ke manusia.¹

Virus Covid-19 menyebar keseluruh dunia begitupun di Indonesia. Virus Covid-19 mengakibatkan dampak yang sangat besar mulai dari sektor pendidikan, sektor pariwisata, sektor manufaktur, sektor transportasi, sektor sosial, sektor pangan dan sektor ekonomi. Semua sektor mengalami perubahan strategi kinerja untuk menghadapi masa pandemi. Telah dua tahun lamanya virus Masa pandemi merupakan masa dimana dunia telah dilanda wabah virus yang tak kunjung ditemukan obatnya. Virus itu dinamakan virus Corona atau Covid-19. Awal mula virus tersebut dilaporkan pertama kali muncul di Wuhan (China) pada akhir tahun 2019 dan pada Juni 2021, telah menyebar ke seluruh dunia, menyebabkan lebih dari 178 juta kasus yang dikonfirmasi dan 3,9 juta kematian. Banyak pendapat yang bermunculan tentang asal mula munculnya virus Covid-19. Ada yang berpendapat bahwa virus itu muncul dari hewan, kemudian menular ke manusia.²

¹Siti Nur Aidah, *Kitab Sejarah Covid-19*, (Jogjakarta: KBM Indonesia, 2020), h. 8.

²Hans Tandra, *Virus Corona Baru Covid-19*, (Yogyakarta: Rapha Publishing, 2020), h.4.

Virus Covid-19 menyebar keseluruh dunia begitupun di Indonesia. Virus Covid-19 mengakibatkan dampak yang sangat besar mulai dari sektor pendidikan, sektor pariwisata, sektor manufaktur, sektor transportasi, sektor sosial, sektor pangan dan sektor ekonomi. Semua sektor mengalami perubahan strategi kinerja untuk menghadapi masa pandemi. Telah dua tahun lamanya virus Covid-19 merajalela di Indonesia. Virus Covid-19 tidak hanya menciptakan krisis kesehatan masyarakat, namun, secara nyata mengganggu aktivitas ekonomi nasional.

Indonesia melakukan bebagai upaya perbaikan, untuk memperkuat berbagai program perlindungan sosial yang menangani krisis setelah masa pandemi Covid-19. Program perlindungan sosial diperluas upaya melindungi masyarakat miskin terhadap keterpurukan ekonomi, juga mensyaratkan berpenghasilan menengah ke bawah yang jumlahnya terus meningkat namun menjadi rentan terhadap risiko jatuh miskin di kemudian hari. Selain itu, usaha kecil juga menerima bantuan pemerintah seiring dengan upaya mereka untuk terus bertahan di tengah penurunan perekonomian dan pembatasan kegiatan setelah masa pandemi Covid-19.³

Penurunan pendapatan negara akibat dampak Covid-19 mengakibatkan pemerintah harus berupaya meningkatkan kebijakan moneter maupun kebijakan fiskal agar dapat menstabilkan pendapatan negara. Ekonomi Islam penurunan pendapatan negara dijawab oleh beberapa kebijakan yang dilakukan pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasidin maupun masa periode awal Islam. Dalam menghadapi krisis ekonomi ini, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan sejumlah paket stimulus fiskal skala besar melalui Program Pemulihan Ekonomi

³Riant Nugroho, *Dampak Covid-19 pada Ekonomi: Pendekatan Strategi Ketahanan Pangan*, (Jakarta: Yayasan Rumah Reformasi Kebijakan, 2020), h. 15.

Nasional (PEN). Dalam aspek jumlah anggaran pemerintah yang diperuntukkan untuk mengurangi dampak negatif dari pandemi Covid-19, Indonesia berada pada peringkat lima besar dari negara-negara di wilayah Asia Pasifik.

Kebijakan untuk memperbaiki perekonomian juga dikeluarkan oleh pemerintah daerah. Seperti halnya di Kabupaten Sidenreng Rappang (Sidrap). Kabupaten Sidenreng Rappang adalah salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki luas wilayah 1.883.25 km².⁴ Wilayah Sidenreng Rappang (Sidrap) terkenal dengan adanya nilai-nilai kejujuran, kecendekiaan, kepatutan keteguhan.⁵ Kebijakan atau program pemerintah daerah dikeluarkan karena beberapa pertimbangan, dimulai dari merumuskan masalah dan mencari solusi yang akan menjadi penyelesaian.

Upaya membangun minat wirausaha merupakan pendukung yang menentukan peluang maju atau mundurnya perekonomian karena bidang usaha mempunyai kebebasan untuk berkarya dan mandiri. Wirausaha mampu menciptakan lapangan kerja baru agar mampu menyerap tenaga kerja baru.⁶

Seiring berjalannya waktu, di era serba teknologi. Pemerintah melibatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memperbaiki ekonomi di Indonesia. UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran penting untuk menopang perekonomian di Sidrap. Namun, dimasa Pandemi omset UMKM mengalami penurunan. Situasi krisis seperti ini tentu berdampak kepada berbagai sektor ekonomi, salah satunya keberadaan UMKM sangat memerlukan perhatian khusus, karena UMKM penyumbang terbesar PDB dan menjadi andalan dalam

⁴M. Rusdi Maidin, *Model Kepemimpinan Uwatta Dalam Komunitas Tolotang Benteng* (Makassar: CV Sah Media, 2017), h. 5.

⁵Zainal Zaid, Aksiologi Budaya Bugis Makassar Terhadap Produk Peraturan Daerah di Sulawesi Selatan, *Jurnal Hukum Diktum*, Vol. 9, No. 1, 2011, h. 72.

⁶Sudirman L, Damirah, I Nyoman Bidiono, Pengembangan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, *Jurnal Diktum*, Vol. 16, no. 1, 2018, h. 17.

penyerapan pengangguran, substitusi produksi barang konsumsi, mensubstitusi produksi barang konsumsi atau setengah jadi. Peran UMKM sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia tahun 2019 unit usaha mikro mengalami perkembangan sebesar 1,97%, unit usaha kecil mengalami perkembangan sebesar 1,99%, unit usaha menengah mengalami pertumbuhan sebesar 7,85%.⁷ Namun, belum ditemukan data perkembangan unit UMKM di masa Pandemi. Beberapa UMKM yang terkena dampak krisis di masa pandemi Covid-19:

Tabel 1 Data UMKM

No.	Nama Pemilik	Alamat	Nama Usaha
1.	Alfarizi Nur Syawal	BTN Mulya Reski	Alfa Cahfe
2.	Muhammad Rakib	Desa Tanete	Ulir Bakery and coffe shop
3.	Sumiati M Nura	Desa Teteaji	Tata Rias
4.	Isida	Keurahan Masepe	Bolu Cukke
5.	Ica	Kelurahan Bilokka	Apotek Icha Farma
6.	Darma	Kelurahan Wette	Kedai Enduts
7.	Icha	Bilokka, Panca Lautang	Apotek Icha Farma
8.	Fatimah Tussuhrah	Rijang Pitue	Lapizza Sidrap
9.	Nurhayani	Kelurahan Amparita	Enby Jaya
10.	Antoni	Masepe, Tellu Limpoe	Lapak Bugis Masepe
11.	Lawardi	Pangkajenne	Yosha Indonesia

Sumber data: Rumah BUMN Kab. Sidrap

Melibatkan UMKM dalam pembangunan ekonomi daerah merupakan salah satu bentuk pemberdayaan wanita dalam sistem ekonomi karena wanita

⁷<https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm> , akses 25 Agustus 2021.

lebih banyak menjadi pelaku UMKM yang aktif. Seperti halnya dalam pemberdayaan koperasi wanita. Dengan adanya pembiayaan dari koperasi maka hal itu dapat membantu untuk menjalankan UMKM yang dirintis.⁸ Pembiayaan yang dikeluarkan dari koperasi harus sesuai dengan waktu dan syarat yang disepakati. Apabila dengan alasan menjalankan usaha UMKM maka hal itu harus sesuai dengan perjanjian yang merupakan bentuk pembangunan ekonomi.⁹

Pemerintah mensosialisasikan teknologi yang dapat dipakai untuk bertransaksi dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yaitu *stay at home*, bentuk upaya pemerintah dalam stabilitas ekonomi di wilayah Sidrap. Pemerintah memsosialisasikan cara bertransaksi di era digital, menggunakan *E-Commerce*. *E-Commerce* penyebaran pembelian, penjualan, pemasaran, barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, web, atau jaringan komputer lainnya.¹⁰ *E-Commerce* menurut penulis adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. *Social Commerce* juga disosialisasikan, *social commerce* sistem transaksi jual beli melalui media sosial, seperti facebook, instagram, whatsapp.

Transaksi di atas dikatakan digitalisasi, digitalisasi merupakan penggunaan teknologi digital untuk mengubah sebuah model bisnis dan menyediakan pendapatan baru dan peluang-peluang nilai yang menghasilkan; ini adalah sebuah proses perpindahan ke bisnis digital. Digitalisasi UMKM yang disosialisasikan pemerintah Sidrap agar dapat bertahan di masa pandemi Covid-19 akibat dari masalah ekonomi yang terjadi di Sidrap. banyak pedagang yang

⁸Syahrifah Semaun, Eksistensi Koperasi Wanita Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat, *Junal Al-Maiyyah*, Vol 11, No. 2, 2018, h. 199.

⁹Muhammad, *Manajemen Dana*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011), h. 73.

¹⁰Harmayani dan Durahman Marpaung, *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 2.

mengalami penurunan omset kemudian mengalami kebangkrutan dan membuat ekonomi melemah. Dalam firman Allah swt Q.S. Al-Baqarah [2]:[198]:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ
فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّنْ
قَبْلِهِ لَمِنَ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Terjemahnya:

“tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat.”¹¹

Ayat di atas menjelaskan bahwa bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu berupa rezeki yang halal melalui berdagang, menawarkan jasa, dan menyewakan barang. Di antara kaum muslim ada yang merasa berdosa untuk berdagang dan mencari rezeki yang halal pada musim haji, padahal Allah membolehkannya dengan cara-cara yang diatur dalam Al-Qur'an.

Realita yang ditemukan di lapangan sering terjadi ketidak puasan konsumen terhadap barang yang diperjual belikan yaitu berupa makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen. Lain halnya dengan pelayanan yang sangat tidak kompeten terhadap bidang marketingnya. Banyaknya pelaku UMKM yang belum mengerti tentang Digitalisasi atau Internet Marketing menyebabkan pokok masalah yang sangat menghawatirkan bagi pelaku UMKM ini tidak dapat bersaing di masa Pandemi yang mengharuskan *stay at home*. Aplikasi online yang dirilis untuk wilayah Sidenreng Rappang yaitu aplikasi *My Ojek* dan aplikasi *Draiv* kalah saing dengan orderan komunitas kurir yang beroperasi menggunakan sift pagi dan malam dengan pelayanan 24 jam.

¹¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013), h. 31.

Berdasarkan realita tersebut yang terjadi pada masyarakat maka peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan memandang dari efektivitas terhadap jual beli online UMKM yang menjadi program Pemda Kab. Sidenreng Rappang. Maka dari itu Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Efektivitas Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Pada Program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan (Analisis Etika Bisnis Islam).

B. Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian untuk mengungkapkan garis besar dari penelitian yang akan dilakukan dalam studi ini dengan pemusatan konsentrasi terhadap masalah yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada efektivitas digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi program Program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan di masa pandemi Covid-19 dalam rangka memperbaiki ekonomi di wilayah Kab. Sidrap dengan menggunakan analisis etika bisnis Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka pokok permasalahan bagaimana Efektivitas Program Program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan Terhadap Digitalisasi UMKM Di Masa Pandemi, dengan rumusan sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 pada program Pemda Kab. Sidrap?
2. Bagaimana dampak digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap kegiatan ekonomi di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap?

3. Bagaimana digitalisasi UMKM di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap perspektif etika bisnis Islam?

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah atau sub-permasalahan yang akan dikaji dalam penilitan ini, maka tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis sistem digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 pada program Pemda Kab. Sidrap.
2. Untuk mengetahui dampak digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap kegiatan ekonomi di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap.
3. Untuk menganalisis etika bisnis Islam terhadap digitalisasi UMKM di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Yang Relevan

Peninjauan terhadap penelitian terdahulu dilakukan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak bersifat mengulang atas penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Sehingga dengan menguraikan beberapa penelitian sebelumnya, maka akan didapatkan gambaran umum dalam penelitian ini. Merujuk pada beberapa referensi, berikut penulis uraikan beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kautsar Ahmad dengan judul *“Digitalisasi Koperasi dalam Penyempurnaan Konsep Pasar Digital Nasional sebagai Penangkal Resesi Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19”*. Dalam tesis tersebut ditemukan mengenai analisis perubahan koperasi dan strateginya untuk disinergikan dengan pihak lain dalam menjalankan konsep PDN. Analisis kekuatan koperasi dilakukan menggunakan analisis SWOT-TOWS dan dilanjutkan dengan penyempurnaan konsep implementasi PDN dengan koperasi sebagai penghubung antara konsumen dan produsen pada sebuah lingkungan pasar digital berbasis teknologi informasi. Sinergi dari semua pihak terkait akan memberikan dampak positif yang signifikan ketika konsep ini direalisasikan sehingga arah pertumbuhan perekonomian Indonesia dapat meningkat dan terukur dengan baik.¹²

¹²Kautsar Ahmad dan Iwan Krisnadi, *“Digitalisasi Koperasi dalam Penyempurnaan Konsep Pasar Digital Nasional sebagai Penangkal Resesi Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19”*, Thesis Program Pasca Sarjana, Program Studi Magister Teknik Elektro, Universitas Mercu Buana, 2021.

Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian saat ini oleh peneliti ini yakni mengenai sistem digitalisasi di masa pandemi persamaan selanjutnya mengenai objek yang dibahas yaitu UMKM. Perbedaannya, 1) peneliti terdahulu menggunakan teori analisis SWOT sedangkan peneliti saat menggunakan analisis etika bisnis Islam, 2)peneliti terdahulu dalam membahas, membahas strategi dan manfaat digitalisasi koperasi sedangkan peneliti saat ini membahas sistem dan dampak digitalisasi UMKM. 3)peneliti sebelumnya menemukan bahwa pasar digital nasional dibantu oleh koperasi namun peneliti saat ini berpendapat bahwa UMKM lebih memiliki banyak peran dalam membangun ekonomi karena UMKM dijalankan setiap hari dan perputaran uang lebih cepat di UMKM karena konsumsi yang terjadi du transaksi UMKM sangat cepat.

2. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Moh. Musfiq Arifqi dan Dedi Junaedi dengan judul *“Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19 “* dalam penelitian jurnal tersebut ditemukan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi UMKM syariah termasuk pada salah satu upaya pemulihan perekonomian Indonesia di masa pandemi Covid-19. Kegiatan digitalisasi UMKM syariah memiliki peluang dan tantangan. Peluang tersebut menjadikan kegiatan ini akan lebih mudah dijalankan, baik dari segi produksi, distribusi dan konsumsi. Tantangannya dihadapkan pada minimnya sumber daya manusia dalam mengakses teknologi.¹³

Perbedaan penelitan di atas dengan penelitian ini 1)penelitian terdahulu meneliti mengenai pengenalan sistem digital kepada UMKM

¹³Moh. Musfiq Arifqi, *“Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19”*, Thesis ProgramPascasarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ulum (STAIM) Terate Sumenep.

namun peneliti saat ini meneliti sistem digital yang telah diperaktekan oleh UMKM di Kab. Sidrap dan mendapat hasil penelitian bahwa sistem digitalisasi lebih efektif dibandingkan sistem jual beli offline 2)terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian *library research* sedangkan penelitian penelitian menggunakan *field reserch*,3) perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian, peneliti terdahulu meneliti upaya pemulihan perekonomian di Indonesia namun peneliti saat ini meneliti upaya pemulihan perekonomian di wilayah Kab. Sidrap dengan menggunakan digitalisasi agar pendapatan umk meningkat karena UMKM memiliki peran penting dalam ekonomi. Persamaan dari penelitian sebelumnya dan penelitian ini sama-sama menggunakan teori Internet Marketing dan persamaan yang lain yaitu penelitian terdahulu dan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

3. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Debi S Fuadi, Ade Sadikin Akhyadi, Iip Saripah dengan judul “*Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial*” dalam penelitian jurnal tersebut ditemukan hasil analisis peran komunitas sosial memberikan kontribusi serta solusi terhadap permasalahan yang dihadapi untuk menekan kesenjangan arus digitalisasi antara desa dan kota.¹⁴

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu 1)jenis penelitian *Systematic Review* atau penelitian yang mengumpulkan hasil penelitian melalui *data base* kemudian merumuskan, membandingkan lalu menyimpulkan dari beberapa hasil penelitian terdahulu. 2)Penelitian yang kan dilakukan oleh peneliti

¹⁴Debi S Fuadi, Ade Sadikin Akhyadi dan Iip Saripah, *Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial*, DIKLUS: *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah* Nomor: 1 (volume: 5), Maret 2021 - 1

menggunakan jenis penelitian *field reserch* dan juga pembahasan dari penelitian sebelumnya hanya membahas pelaku UMKM sedangkan penelitian peneliti membahas efektivitas program pemda. Sidrap, 3)terdahulu tidak membahas etika bisnis islam sedangkan peneliti akan membahaas etika bisnis islam dalam penelitiannya. Persamaannya terletak pada pada persamaan pembahasan digitalisasi UMKM dan juga metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif.

4. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Diky Setya Diningrat, Bagoes Maulana, Endang Sulistriyani Gultom dengan judul “*Digitalisasi Umkm Makanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara* “ dalam penelitian jurnal tersebut ditemukan Hasil penelitian menunjukkan data yang menjelaskan bahwa kondisi mitra perajin makanan sehat, mitra ingin mengembangkan usaha yang sederhana dengan mengoptimalkan manajemen produksi dari mulai proses pembuatan dan kemasan produk yang lebih menarik, dan manajemen pemasaran melalui penggunaan teknologi digitalisasi UKM yang tepat guna, efektif dan efisien (sehingga hasil produksi makanan sehat ini dapat menjadi nilai tambah bagi penghasilan keluarga umumnya dan masyarakat di Desa Sakhuda Bayu ini khususnya).¹⁵

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dan penelitian yang diteliti oelh peneliti yaitu 1) penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu fokus pada UMKM di bidang kuliner yaitu fokus pada kesehatan makanan yang diproduksi sedangkan peneliti pada tesis ini meneliti UMKM di beberapa bidang yaitu bidang Tata Rias, apotek, makanan, perlengkapan dan

¹⁵Diky Setya Diningrat, Bagoes Maulana, Endang Sulistriyani Gultom, Digitalisasi Umkm Makanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara, *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lpm Unimed 2017*, Isbn 978-602-50131-0-2.

peralatan, 2) pembahasan dari penelitian sebelumnya hanya fokus pada apa yang ditemukan di lokasi meneliti mengenai hambatan yang dialami UMKM di lokasinya sedangkan peneliti saat ini menjelaskan dampak negatif dan dampak positif yang di alami oleh UMK maupun pelanggan bukan hanya itu peneliti saat ini menjelaskan dengan beberapa teori dan ayat yang sehubungan dengan penelitian. Adapun persamanya yaitu sama-sama melakukan pendekatan penelitian studi kasus dengan terjuan langsung ke lokasi untuk mendapatkan data.

5. Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Nizam Zakka Arrizal, S Sofyantoro dengan judul “*Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi*” dalam penelitian jurnal tersebut ditemukan Hasil upaya digitalisasi bagi pelaku usaha Ekonomi kreatif dan UMKM dapat ditempuh dengan digitalisasi hukum dan digitalisasi ekonomi. Digitalisasi hukum dengan cara pendirian dan pendaftaran badan usaha, pendaftaran Hak atas Kekayaan Intelektual secara online, dan pendaftaran izin usaha secara online. Sedangkan digitalisasi ekonomi dapat ditempuh dengan cara mengikuti pelatihan online, melakukan pemasaran secara online di media sosial dan marketplace, perolehan kiat-kiat sukses berusaha di website resmi pemerintah dan media digital.¹⁶

Perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian tesis yang dilakukan penelitian sebelumnya fokus menjelaskan kekurangan UMKM yang belum mendaftarkan usaha agar segera mendaftarkan usahanya agar terlindungi oleh hukum sedangkan penelitian tesis yang dilakukan menjelaskan mengenai upaya Dinas Koperasi,UKM dan ketenagakerjaan

¹⁶Nizam Zakka Arrizal, S Sofyantoro, *Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi*, *Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, Vol. 2, No. 1, Juni 2020.

dalam mensosialisasikan produk digital dan juga menjelaskan mengenai dampak positif dan negatif digitalisasi. Adapun persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.

B. Landasan Teori

1. Teori Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik.¹⁷ Efektivitas di definisikan oleh para pakar dengan berbeda-beda tergantung pendekatan yang digunakan oleh masing-masing pakar. Berikut ini beberapa pengertian efektivitas dan kriteria efektivitas organisasi menurut para ahli sebagai berikut:

1. Menurut Supriyono pengertian efektivitas, “Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran suatu pusat tanggung jawab dengan sasaran yang mesti dicapai, semakin besar kontribusi daripada keluaran yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran tersebut, maka dapat dikatakan efektif pula unit tersebut”.
2. Gibson dkk memberikan pengertian efektivitas dengan menggunakan pendekatan sistem yaitu (1) seluruh siklus input-proses-output, tidak hanya output saja, dan (2) hubungan timbal balik antara organisasi dan lingkungannya.
3. Menurut Cambel J.P, Pengukuran efektivitas secara umum dan yang paling menonjol adalah : a) Keberhasilan program, b) Keberhasilan sasaran, c) Kepuasan terhadap program, d) Tingkat input dan output, e) Pencapaian tujuan menyeluruh. Sehingga efektivitas program dapat dijalankan dengan kemampuan operasional dalam melaksanakan program-program kerja yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, secara

¹⁷Hessel Nogi, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), h. 143.

komprehensif, efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu lembaga atau organisasi untuk dapat melaksanakan semua tugas-tugas pokoknya atau untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan sebelumnya.

4. Menurut Hani Handoko efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Efektivitas berfokus pada *outcome* (hasil), program, atau kegiatan yang dinilai efektif apabila *output* yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan.¹⁸

Berbagai macam pendapat mengenai sifat dan komposisi dari efektivitas, maka tidak mengherankan jika terdapat beberapa pertentangan pendapat sehubungan dengan cara meningkatkan, cara mengatur dan bahkan cara menentukan indikator efektivitas.

Definisi efektivitas menurut para pemikir dapat dijelaskan bahwa efektivitas merupakan taraf sampai sejauh mana peningkatan kesejahteraan manusia dengan adanya suatu program, karena kesejahteraan manusia merupakan tujuan dari pembangunan. Untuk mengetahui tingkat kesejahteraan tersebut dapat dilakukan dengan mengatur beberapa indikator seperti pendapatan, pendidikan, atau rasa aman dalam pergaulan.

Berdasarkan pendapat dan teori efektivitas yang telah diuraikan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam mengukur efektivitas suatu kegiatan atau aktifitas perlu diperhatikan beberapa indikator, yaitu :1) Pemahaman program, 2) Tepat Sasaran, 3) Tepat waktu, 4) Tercapainya tujuan, 5) Perubahan nyata.

¹⁸Dedi Amrizal dan Yusriati, *Penanggulangan Golput dalam Pelaksanaan Pemilu Legislatif dan Pilkada*, (Medan: Ilmiah Aqli, 2018), h. 41.

Berdasarkan deskripsi di atas maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas mengacu kepada pencapaian tujuan, yaitu pengukuran dalam arti tercapainya saaran dan tujuan yang telah ditentukan. Tujuan awal pemerintah mengeluarkan kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah membantu pertumbuhan ekonomi di wilayah Kab. Sidrap. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat sampai sejauh mana efektivitas kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam membantu pertumbuhan ekonomi di wilayah Kab. Sidrap. Efektivitas tersebut dibangun atas lima indikator, yaitu 1) Pemahaman program, 2) Tepat sasaran, 3) Tepat waktu, 4) Tercapainya tujuan, 5) Perubahan nyata.

2. Teori Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Kualitas moral kebijakan organisasi. Konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan moral. Etika bisni Islam menjadi suatu kebijakan moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan.

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai- nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Maksudnya adalah apabila nilai etik ini dilaksanakan maka akan dapat menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya.¹⁹

¹⁹Abdul Asiz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Jakarta: Alfabeta, 2013), h. 97.

Setiap individu memiliki pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku ummat Islam hanya dua yaitu Al-Quran dan Hadis sebagai sumber padoman ummat Islam salah satunya pedoman dalam bisnis. Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai idividu anggota masyarakat maupun suatu bangsa. Kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka dan kerusakan di muka bumi disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia. Kehidupan memerlukan moral, tanpa moral kehidupan tidak dapat berlangsung. Beegitupun dengan kegiatan bisnis yang dilakukan dapat berjalan dengan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan maka harus menjalankan bisnis sesuai tuntunan Al-Quran dan Hadis.

Bisnis dalam Al-Quran dikategorikan dalam tiga kelompok, yaitu: bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. *Pertama*, bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar yaitu: a) mengetahui investasi yang paling baik, b) membuat keputusan yang logis, c) mengikuti perilaku yang baik. *Kedua*, bisnis yang merugi merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama. *Ketiga*, pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. Dalam Al-Quran menyoroti bahwa segala perbuatan manusia tidak akan bisa dilepas dari pengawasan Allah swt. maka dari itu, siapapun yang melakukan prestasi yang positif akan mendapatkan pahala, begitu pula sebaliknya.²⁰

Teori Etika bisnis Rasulullah saw menjadi salah satu sumber rujukan teori etika bisnis Islam yang menjadi panduan bagi umat Islam dalam berbisnis. Adapun konsep teorinya sebagai berikut:

- a. Pertama adalah kejujuran. Kejujuran adalah syarat dalam berbisnis. Rasulullah sangat menhanjurkan kejujuran dalam berbisnis. Rasulullah saw bersabda:

²⁰Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 13.

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya:

“Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami.” (H.R. Ibnu Hibban 2:326).²¹

Rasulullah s a w sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas. Apabila kecurangan tersebut dilakukan maka akan merugikan orang lain.²²

- b. Kedua memberi manfaat kepada orang lain. Pelaku bisnis menurut Isla tidak hanya sekedar mengejar keuntungan, sebagaimana yang dianjurkan dalam teori Rasulullah tetap berorientasi kepada sikap menolong orang lain sebagai implikasi sosial berbisnis.
- c. Ketiga, tidak menipu, takran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar tepat harus benar-benar diutamakan firman Allah swt Q.S.Al-Muthaffifin 83: 112

الَّذِي يَصَلِّي النَّارَ الْكُبْرَى

Terjemahnya:

“(Yaitu) orang yang akan memasuki api yang besar (neraka).”²³

- d. Keempat, tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.
- e. Kelima, tidak menimbun barang. *Iktikar* ialah menimbun barang dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harga suatu saat menjadi naik dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.
- f. Keenam, tidak melakukan monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli.

²¹Ibnu Hibban Hadist Shohih dalam Ash. Shahihah no.1058.

²²Muhjadi, *Etika dan Komunikasi Bisnis Islam*, (Jakarta: Salembadiniyah, 2019), h. 64

²³Depatemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 587.

- g. Ketujuh, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya.
- h. Kedelapan, bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah Q.S Al-Baqarah [2]:278:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”²⁴

Oleh karena itu, Allah dan Rasul-Nya mengumumkan perang terhadap riba bagi orang-orang yang melakukan transaksi riba. Ada empat golongan yang mendapatkan dosa apabila melakukan transaksi riba yaitu yang bertransaksi riba, mencatat riba, menyaksikan riba, dan memakan hasil riba.²⁵

- i. Kesembilan, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah Q.S.An-Nisa [4]:29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ حِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“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.”²⁶

- j. Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja

²⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 47.

²⁵Abbadul Adzkiya, *Etika Bisnis Nabi Muhammad*, (Semarang: CV Lawwana, 2021), h.

²⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 83.

yang dilakukan.²⁷

Etika bisnis Islam dengan etika bisnis konvensional yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini dipastikan lebih mengikat dan tegas sanksinya. Etika bisnis Islami memiliki dua cakupan. Pertama, cakupan internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif man memandang tinggi pendidikan. Kedua, cakupan eksternal meliputi aspek transparansi, akuntabilitas, kejujuran dan tanggung jawab. Demikian pula kesediaan perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat sebagai stakeholder perusahaan.²⁸

Al-Qur'an banyak menerangkan tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum yang ada dalam ajaran agama Islam unsur etikanya sudah sangat jelas. Dalam hubungan ini, Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber dari etika bisnis. Sumber etos kerja Islam telah memberikan Khitbah antara yang halal dan haram, antara yang terpuji dan tercela. Oleh karena itu, Islam mencegah suatu bisnis yang tidak jelas jenis dan sifatnya.²⁹

Al-Qur'an mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung saling bersaing dalam memperoleh keuntungan sebanyak mungkin. Padahal Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah[2]:[188]:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكْمِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

²⁷Abbadul Adzkiya, *Etika Bisnis Nabi Muhammad*, h. 79.

²⁸Yusanto dan Wijajakusuma, *Menggasgas Bisnis Islami*, (Depok: Gema Insani, 2002), h. 21.

²⁹Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami: Petunjuk pekerjaan halal dan haram dalam syari'at Islam*, (Bandung: Pedoman Ilmu Jaya), h. 26.

Terjemahnya:

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”³⁰

Ayat di atas menjelaskan dalam kata “diantara kamu” memberikan kesan bahwa harta benda adalah milik bersama, milik semua manusia dan Allah membaginya diantara mereka secara adil dan sesuai kebutuhan, berdasarkan kebijaksanaan- Nya melalui penetapan hukum dan etika sehingga perolehan dan pemanfaatannya tidak menimbulkan perselisihan dan perusakan. Dalam Q.S. an-Nisa ayat 38 juga terdapat ayat yang memerintahkan kepada manusia untuk saling berlaku adil:

وَالَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَمَنْ يَكُنِ الشَّيْطَانُ لَهُ قَرِينًا فَسَاءَ قَرِينًا ﴿٣٨﴾

Terjemahnya:

“Dan (juga) orang-orang yang menafkahkan harta-harta mereka karena riya kepada manusia, dan orang-orang yang tidak beriman kepada Allah dan kepada hari kemudian. Barangsiapa yang mengambil syaitan itu menjadi temannya, Maka syaitan itu adalah teman yang seburuk-buruknya.”

Al-Qur’an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah pada Q.S. An-Nisa ayat 29:

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

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, h.29.

Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”³¹

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan diantara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Tidak memilih jalan yang batil, kecuali kamu peroleh harta itu dengan cara yang benar dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu yang tidak melanggar ketentuan syariat, menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat.

Nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam adalah (a)*tauhid*, (b)*equilibrium*, (c)*kehendak bebas*, (d)*tazkitanggung jawabiyah*, dan (e)*Ihsan*. Nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (transparansi), kebersamaan, kebebasan, tanggungjawab dan akuntabilitas. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam mempunyai peran penting dalam membentuk pola dan sistem transaksi. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam menurut Muhammad harus mencakup:

a. Prinsip Tauhid (Kesatuan/Unity)

Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Konsep Tauhid merupakan dimensi vertikal Islam yang berarti Allah swt menetapkan batasan-batasan tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.83.

Sistem jual beli atau bermuamalah merupakan aktivitas yang tentunya tidak akan lepas dengan pengabdian kepada Allah swt, hal ini sesuai firman Allah swt dalam Q.S. Az-Zariyat 51:56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Terjemahnya:

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”³²

Ayat di atas menjelaskan bahwa tindakan manusia dalam rangka pengabdian kepada Allah swt selalu mengandung nilai-nilai ketuhanan. Ketauhidan melibatkan beberapa aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam segi ekonomi, politik, sosial. Dari konsep ini Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan atas dasar pandangan ini etika bisnis menjadi terpadu membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem ekonomi Islam.³³

Undang-undang No. 21 Tahun 2008 yang salah satu sumbernya adalah hukum Islam Diwali dengan frase “*dengan rahmat Tuhan Yang Maha Esa*”. Frase ini mengisyaratkan tauhidillah, yaitu ke-Esaan Allah. Rahmat merupakan faktor untuk meraih kebahagiaan dan keselamatan manusia di dunia dan di akhirat, dan oleh karena itu, ia diartikan nikmat dan pertolongan serta ampunan dan karunia.³⁴

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 523.

³³Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam*, (Lombok: CV Alliv Renteng Mandiri, 2021), h. 57.

³⁴Veitzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islami Ekonomi dan Finansial*, (Jakarta: Gramedia, 2012), h. 224

Indikator untuk mengetahui bahwa prinsip Tauhid diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dari kesiapan pengelola bisnis untuk senantiasa berusaha menjalankan semua aturan Allah swt yang berkenaan dengan bisnis.³⁵ Selain itu juga dapat dilihat dari sikap mereka yang selalu mengutamakan Allah swt, seperti ketika dihadapkan dengan dua pilihan, yaitu memilih untuk sholat atau tetap melanjutkan aktivitas bisnis. Pada saat datang waktu sholat dan mereka sedang menjalankan aktivitas bisnis yang bermacam-macam, mereka akan berusaha untuk menunaikan kewajiban sholat tersebut. Pada intinya mereka semua akan berusaha untuk mengutamakan kewajiban sholat.

b. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Islam mengajarkan untuk berbuat adil dalam dunia pekerjaan dan bisnis kepada siapapun, termasuk orang yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al-Maidah [5]:8:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”³⁶

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Perilaku

³⁵Jubaedi, Ahmad Sobari, Syarifah Gustiawati, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor),” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (Juni 2018), h. 162.

³⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 108.

keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.³⁷

Kegiatan bermuamalah sebagai hasil dari pemahaman hukum Islam tentu dalam pembentukannya mengandung curi intelektual manusia, maka dalam bermuamalah secara bersamaan terdapat unsur wahyu dan unsur intelektual yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan umat dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip keadilan. Muamalah pada Dasarnya boleh selama tidak ada nash atau dalil yang menyatakan keharaman. *Equilibrium* juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan dalam bisnis yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. Manusia mempunyai kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas).

Indikator untuk melihat prinsip keadilan diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisni dapat dilihat dari tidak melakukan praktek kecurangan dalam masalah takar menakar atau dalam menentukan ukuran dan mereka sepakat dalam berpendapat bahwa kecurangan dalam menetapkan harga dan takar menakar adalah perbuatan yang tidak diperbolehkan dan harus di jauhi oleh palaku bisnis. Selanjutnya dapat juga dilihat dari pengelola bisnis yang senantiasa berbuat adil dalam aktivitas bisnis mereka, seperti dalam masalah menetapkan takaran atau ukuran dan dalam menetapkan harga atau keuntungan.

³⁷Umar Burhan, *Pelaku Rumah Tangga Muslim*, (Malang: UB Press, 2012), h. 6.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Islam memahami bahwa kegiatan ekonomi dalam pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku jika tidak ada intervensi dari pasar dari pihak manapun, termasuk pemerintah. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia lahir di muka bumi. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata. Oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur- prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.

Menurut pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam. Dalam aspek bisnis, kebebasan dapat dipahami bebas dalam membuat perjanjian. Namun, kebebasan tersebut bukan tanpa batas dan perjanjian yang dibuat harus perjanjian yang tidak melanggar syariat. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak.³⁸

Indikator untuk melihat prinsip kehendak bebas diterapkan dengan baik atau tidaknya dapat dilihat dalam bisnis tersebut, dalam bentuk pemberian kebebasan pada semua mitra bisnis untuk membuat perjanjian namun kebebasan

³⁸Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2010), h. 67.

tersebut bukanlah kebebasan yang tanpa batas, artinya responden tetap memberikan batasan atau perjanjian tersebut harus perjanjian yang sesuai dengan ketentuan syariat.

d. Prinsip Tanggung jawab (*Responsibility*)

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya bukan hanya di hadapan manusia bahkan paling penting di hadapan Allah swt suatu hari nanti. Tanggung jawab muslim yang sempurna tentu didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, dimulai dari kebebasan memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas dalam menentukannya. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menentukan adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

Prinsip tanggungjawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggungjawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis yang ia jalankan.³⁹

Berada dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam

³⁹Agung Siswoyo, *Strategi Sukses*, (Jawa Tengah: Lakeisha, 2019), h. 110.

segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Prinsip tersebut harus dijalankan dengan baik agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan apa yang ada di dalam Q.S. Al-Muddatstsir [74]:38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Terjemahnya:

“tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”⁴⁰

Ayat di atas menggambarkan bagaimana seseorang harus memegang tanggung jawab atas apa yang diusahakannya. Seorang pekerja atau pengusaha bekerja bukan hanya sebatas mendapat harta. Mendapat upah adalah konsekuensi yang logis dari apa yang diupayakan, namun jika hasil yang diperoleh sebatas mendapatkan uang tanpa mengindahkan tanggung jawab dalam bekerja, maka hal ini adalah kezaliman. Islam mengajarkan untuk memegang sikap teguh takwa kepada Allah swt. seorang pengusaha atau pekerja harus bertanggung jawab atas segala yang dikerjakannya merupakan ciri dari sikap ketakwaan.⁴¹

Indikator untuk melihat prinsip tanggungjawab diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dalam bentuk melakukan pencatatan pada setiap transaksi keuangan yang terjadi dalam setiap aktivitas bisnis yang mereka jalankan.

e. Prinsip *Ihsan* (Kebajikan)

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu

⁴⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 576.

⁴¹ Bustanul Karim, *Prinsip Membangun Ekonomi Ummat*, (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018), h. 132.

yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.⁵⁷ Jika keadilan dapat menyelamatkan lingkungan social dari tindakan-tindakan yang tidak diinginkan dan kegetiran hidup, *keIhsanan* justru membuat kehidupan sosial ini menjadi manis dan indah. Perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma *Ihsan* dalam bisnis, yaitu :

- a. Kemurahan hati (*leniency*).
- b. Motif pelayanan (*Service motive*).
- c. Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.⁴²

Indikator untuk melihat prinsip *Ihsan* diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dalam bentuk pelayanan yang terbaik dan optimal, yang diberikan kepada para konsumen mereka. Melayani konsumen dengan sikap yang ramah, sopan dan santun serta berusaha selalu menggunakan bahasa yang baik dan dengan muka yang tersenyum saat berkomunikasi atau bertransaksi secara langsung dengan konsumen mereka. Sedangkan ketika mereka berkomunikasi atau bertransaksi secara tidak langsung dengan konsumen, seperti bertransaksi melalui media sosial, mereka selalu mengawalinya dengan salam dan menyapa dengan sapaan yang menyenangkan hati konsumen.

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah :

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya

⁴²Agung Siswoyo, *Strategi Sukses*, h. 114.

biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.

3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan dalam memberikan suatu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.⁴³

Al-Quran banyak menerangkan tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum yang ada dalam ajaran agama Islam unsur etikanya sudah sangat jelas. Dalam hubungan ini, Al-Quran dan Hadits sebagai sumber dari etika bisnis. Sumber etos kerja Islam telah memberikan Khitbah antara yang halal dan haram, antara yang terpuji dan tercela. Oleh karena itu, Islam mencegah suatu bisnis yang tidak jelas jenis dan sifatnya.⁶² Al-Quran mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung saling bersaing dalam memperoleh keuntungan sebanyak mungkin. Padahal Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah [2]: 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Terjemahnya:

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”⁴⁴

Ayat di atas menjelaskan dalam kata “diantara kamu” memberikan kesan bahwa harta benda adalah milik bersama, milik semua manusia dan Allah swt

⁴³Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Sleman: Budi Utama, 2020), h. 8.

⁴⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 29.

membaginya diantara mereka secara adil dan sesuai kebutuhan, berdasarkan kebijakan-Nya melalui hukum dan etika sehingga perolehan dan pemanfaatan tidak menimbulkan perselisihan dan kerusakan.

3. Teori Internet Marketing

Menurut Chen-Ling, & Lie, dalam jurnanal *Journal of American Academy of Business e-marketing* adalah Proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media *web*.⁴⁵ Promosi, Iklan, Transaksi dan pembayaran dapat dilakukan melalui halaman *web*. Pengguna *internet marketing* dapat dengan mudah mengakses informasi dimana saja dengan komputer yang terhubung ke *internet*. Menurut Mohammed, *internet marketing* adalah sebuah proses untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan secara *online* sebagai sarana untuk pertukaran pendapat, produk, dan jasa sehingga dapat mencapai tujuan bersama kedua kelompok.⁴⁶

Pengertian Internet marketing di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa inter marketing adalah suatu transaksi atau sistem jual beli secara online yang menggunakan jaringan untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Bukan hanya itu internet marketing juga dapat menghemat biaya sewa tempat tempat untuk membangun usaha karena jual beli melalui jaringan dapat dilakukan tanpa adanya sewa tempat. Selain itu *e-marketing* dapat memudahkan penjual dan pembeli dalam transaksi *stay at home*.

Menurut Mohammed, terdapat tujuh tahap siklus *internet marketing* yang antara lain adalah:

⁴⁵Yoyo Sudaryo dan Nunung Ayu Sofiati, *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020), h. 13.

⁴⁶Eddy Yulianto, *Bisnis Online dan E-Commerce*, (Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020), h. 17.

1. *Framing the Market Opportunity* (Membentuk Peluang Pasar), Tahap pertama dalam *internet marketing* membentuk peluang pasar dan mengumpulkan data dari sistem *online* maupun *offline* untuk menciptakan penilaian peluang. Pada tahap ini terdapat 5 bagian dari suatu metodologi sederhana untuk mengevaluasi dan membentuk peluang pasar, antara lain:
 - a) Mengidentifikasi Peluang dalam Value System Baru atau yang ada.
 - b) Mengidentifikasi Kebutuhan yang Tidak Terpenuhi
 - c) Mengidentifikasi Target Segmentasi
 - d) Mengenalkan Peluang berdasarkan Sumberdaya perusahaan untuk Keuntungan
 - e) Membuat Penilaian "Go/No Go"
2. *Formulating the Marketing Strategy* (Memformulasikan strategi pemasaran), Konsep kunci dalam strategi pemasaran menurut Mohammed, secara tradisional strategi pemasaran meliputi segmentasi (*segmentation*), penentuan sasaran (*targeting*) dan penentuan posisi (*positioning*). Strategi ini kemudian di dukung oleh program pemasaran yang melibatkan putusan yang terkait dengan *marketing-mix* yang meliputi harga (*price*), produk (*product*), promosi (*promotion*) dan distribusi (*distribution*).⁴⁷
3. *Designing the Customer Experience* (Mendesain pengalaman pelanggan), Pengalaman pelanggan (*customer experience*) merupakan persepsi dan interpretasi yang ditargetkan terhadap konsumen pada semua rancangan yang dialami ketika berinteraksi dengan perusahaan. Perusahaan harus memahami jenis pengalaman pelanggan yang perlu dihasilkan untuk memenuhi peluang pasar. Pengalaman tersebut harus berkorelasi dengan strategi pemasaran dan

⁴⁷Muhammad Yusuf Shaleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV Sah Media, 2019), h. 12.

positioning perusahaan. Pengalaman pelanggan (*customer experience*) biasa didefinisikan sebagai interpretasi dari pertemuan lengkap pemakai situs, dari pandangan awal pada *homepage* sampai pengalaman pembelian, meliputi keputusan seperti apakah akan membuat sebuah *shopping cart*.

Menurut Mohammed, dalam mendesain pengalaman pelanggan, terdapat tiga tahapan yang harus di perhatikan, antara lain :

A. *Functionality*

Prinsip utama dalam tahapan ini antara lain :

- a. Kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan navigasi
- b. Kecepatan
- c. Keandalan (*Reliability*)
- d. Keamanan
- e. Kemampuan akses media

B. *Intimacy*

Beberapa hal yang dapat membuat pelanggan semakin dekat dengan perusahaan, yaitu :

- A. *Customization* (Kostum)
 - B. *Communication* (Komunikasi)
 - C. *Consistency* (Konsistensi)
 - D. *Trustworthiness* (Kepercayaan)
 - E. *Exceptional Value*
 - F. *Shift from Consumption to Leisure Activity*
 - G. *Evangelism*
- C. *Crafting the Customer Interface* (Merancang *interface* bagi pelanggan), *Interface* merupakan representasi *virtual* dari pemilihan nilai proposisi suatu perusahaan. *Internet* telah mengubah tempat pertukaran dari *marketplace*

(seperti interaksi *face-to-face*) menjadi *marketspace* (seperti interaksi *screen-to-face*). Perbedaan utama sifat hubungan pertukaran sekarang ditengahi oleh *interface* teknologi. Dengan perpindahan dari hubungan antarmuka *people-mediated* menjadi *technology-mediated*, terdapat sejumlah pertimbangan perancangan *interface* yang dihadapi.⁴⁸

4. *Designing the Marketing Program* (Merancang program pemasaran), Setelah melalui tahap satu sampai tahap empat, perusahaan seharusnya telah mempunyai arah strategi yang jelas. Perusahaan telah memutuskannya berdasarkan berdasarkan pada segmen pasar dan posisi yang spesifik. Pada tahap ke-5 ini akan mendesain serangkaian tindakan pemasaran untuk memindahkan target pelanggan dari kewaspadaan (*awareness*) menjadi suatu komitmen. *Relationship* dapat didefinisikan sebagai pengikat atau koneksi antara perusahaan dan pelanggannya.
5. *Leveraging Customer Information Through Technology* (Memperluas informasi pelanggan melalui teknologi), Terfokus pada lingkungan pelanggan, perusahaan harus dapat bertindak berdasarkan 3 keputusan kunci berikut ini :
 - a. Memilih target pasar dengan strategis (*Market Research*).
 - b. Mempelajari lebih lanjut tentang pelanggan dan strategi peralatan yang akan digunakan dalam mendapatkan pelanggan yang ditargetkan (*Database*).
 - c. Menilai keuntungan jangka panjang dari pelanggan dan mempertahankan pelanggan inti (*Customer Relationship Management*).⁴⁹
6. *Evaluating the Marketing Program* (Mengevaluasi program pemasaran), Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap keseluruhan program pemasaran untuk

⁴⁸Mardia, *Strategi Pemasaran*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 126.

⁴⁹Dedi Lazuardi, *Konsep Dasar Pemasaran di Era Digital*, (Kita Menulis, 2022), h. 2.

mengetahui apakah suatu program pemasaran sudah mencapai sasaran. Untuk menentukan hasil pemasarannya, perusahaan dapat menggunakan parameter metriks untuk mengukur kesuksesan dari program *internet marketing* tersebut cocok dengan objektif dari perusahaan.⁵⁰

Prinsip dalam bermuamalah membolehkan transaksi *e-commerce* selama tidak dilarang atau bertentangan dengan syariat Islam. Penggunaan *e-commerce* dapat dilihat dari segi kemaslahatan dan kebutuhan manusia akan teknologi yang cepat berubah sesuai dengan perkembangan zaman namun harus memperhatikan barang yang diperjual belikan dan juga harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah.⁵¹

C. Tinjauan Konseptual

Penjabaran terhadap definisi operasional bertujuan untuk memberikan batasan dan pemahaman kepada pembaca secara jelas dan kokret agar lebih mudah memahami penelitian ini. Pengertian judul perlu diuraikan agar tujuan dari penelitian ini dapat tercapai. Penelitian ini berjudul “Efektivitas Program Pemda. Sidrap Terhadap Digitalisasi UMKM Di Masa Pandemi”. Berikut penulis menguraikan mengenai beberapa diksi penting yang tercantum dalam judul untuk memperjelas dan memberikan gambaran umum mengenai maksud judul penelitian ini.

a. Program Digitalisasi

Program dapat diartikan sebagai suatu rancangan struktur, desain kode skema maupun bentuk yang lainnya yang disusun alur bertujuan mempermudah suatu permasalahan. Sebuah program disebut juga dengan istilah aplikasi, tujuannya mempermudah suatu hal agar pekerjaan bisa lebih produktif dan

⁵⁰Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021), h. 145.

⁵¹Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), h. 199.

efisien. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) program adalah rancangan mengenai asas serta usaha dalam ketatanegaraan, perekonomian dan sebagainya yang dijalankan. Program pemerintah daerah merupakan salah satu acuan pokok dalam penyelenggaraan pemerintah.⁵²

Digitalisasi adalah adanya peningkatan akan pemanfaatan dari teknologi berbasis digital untuk digunakan hampir pada setiap aspek kehidupan agar masyarakat bisa dengan mudah dan cepat untuk mendapatkan informasi lewat akses internet. Adapun pengertian dari istilah digitalisasi adalah sebuah istilah atau terminologi yang digunakan untuk menjelaskan sebuah proses peralihan media yang dimulai dari penggunaan media cetak, video ataupun audio menjadi media digital dengan tujuan untuk bisa mengarsip dokumen dalam bentuk transformasi digital. Menurut Brennan dan Kries, digitalisasi adalah komunikasi digital dan dampak media digital pada kehidupan sosial kontemporer.⁵³

Digitisasi ini bertujuan untuk mengurangi pengeluaran biaya dengan melakukan pengoptimalan proses internal, seperti otomatisasi kerja, meminimalisir penggunaan kertas, dan lain sebagainya. Oleh karena itulah digitalisasi tidak bisa terjadi tanpa adanya digitisasi terlebih dahulu karena penggunaan teknologi digital haruslah menggunakan data-data yang sudah terdigitalisasi, seperti dokumen yang awalnya tertulis menjadi dokumen elektronik dengan format pdf, doc, dsb. Manfaat di sektor perdagangan memudahkan para pelaku usaha yang berada pada sektor perdagangan dengan berbagai macam manfaat yang diberikan, seperti Meminimalkan biaya perasional, ampu menjangkau lebih banyak konsumen, dan Memudahkan proses pemasaran.⁵⁴

⁵²Fikri, Damirah, dan Andi Tenripadang, *Esensi Budaya Bugis Terhadap Produk Peraturan Daerah Di Parepare*, *Kuriositas*, Vol 2, 2013, h. 8.

⁵³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 138.

⁵⁴Hadion Wijoyo, *Digitalisasi UMKM*, (Selayo: ICM Publisher, 2020), h. 20.

b. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah antara lain:

1. Usaha Mikro Usaha mikro dalam UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Sebuah usaha bisa dikatakan sebagai usaha mikro UMKM adalah bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp 300 juta, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp 50 juta (di luar aset tanah dan bangunan). Terkadang, keuangan usaha mikro masih tercampur dengan keuangan pribadi pemiliknya. Contoh UMKM mikro adalah pedagang kecil di pasar, usaha pangkas rambut, pedangan asongan, dan sebagainya.
2. Usaha Kecil Usaha kecil UMKM adalah suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50 juta hingga Rp 500 juta. Lalu penjualan per tahun berkisar dari angka Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar. Pengelolaan keuangan usaha kecil juga sudah lebih profesional ketimbang usaha mikro. Contoh UMKM kecil adalah usaha binatu, restoran kecil, bengkel motor, katering, usaha fotocopy, dan sebagainya.

3. Usaha Menengah usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat. Serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Kriteria kekayaan bersih dari usaha menengah sudah di atas Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha). Kemudian hasil penjualan per tahunnya mencapai Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar. Selain pengelolaan keuangan yang sudah terpisah, usaha menengah juga sudah memiliki legalitas. Contoh UMKM menengah adalah perusahaan pembuat roti skala rumahan, restoran besar, hingga toko bangunan.⁵⁵

Ciri-ciri UMKM:

- a. Jenis barang yang ada pada usahanya tidak tetap atau dapat berganti sewaktu-waktu.
- b. Tempat menjalankan usaha dapat berpindah sewaktu-waktu.
- c. Usaha belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan.
- d. Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas termasuk NPWP.

D. Masa Pandemi Covid -19

Masa pandemi adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas dalam kurung waktu yang cukup lama.⁵⁶ Pandemi merupakan penyebaran virus yang sangat diwaspadai oleh semua

⁵⁵Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), h. 5.

⁵⁶Rohadatul Ais, *Komunikasi Efektif di Masa Pandemi Covid-19*, (Banten: Makmodd Publishing, 2020), h. 33.

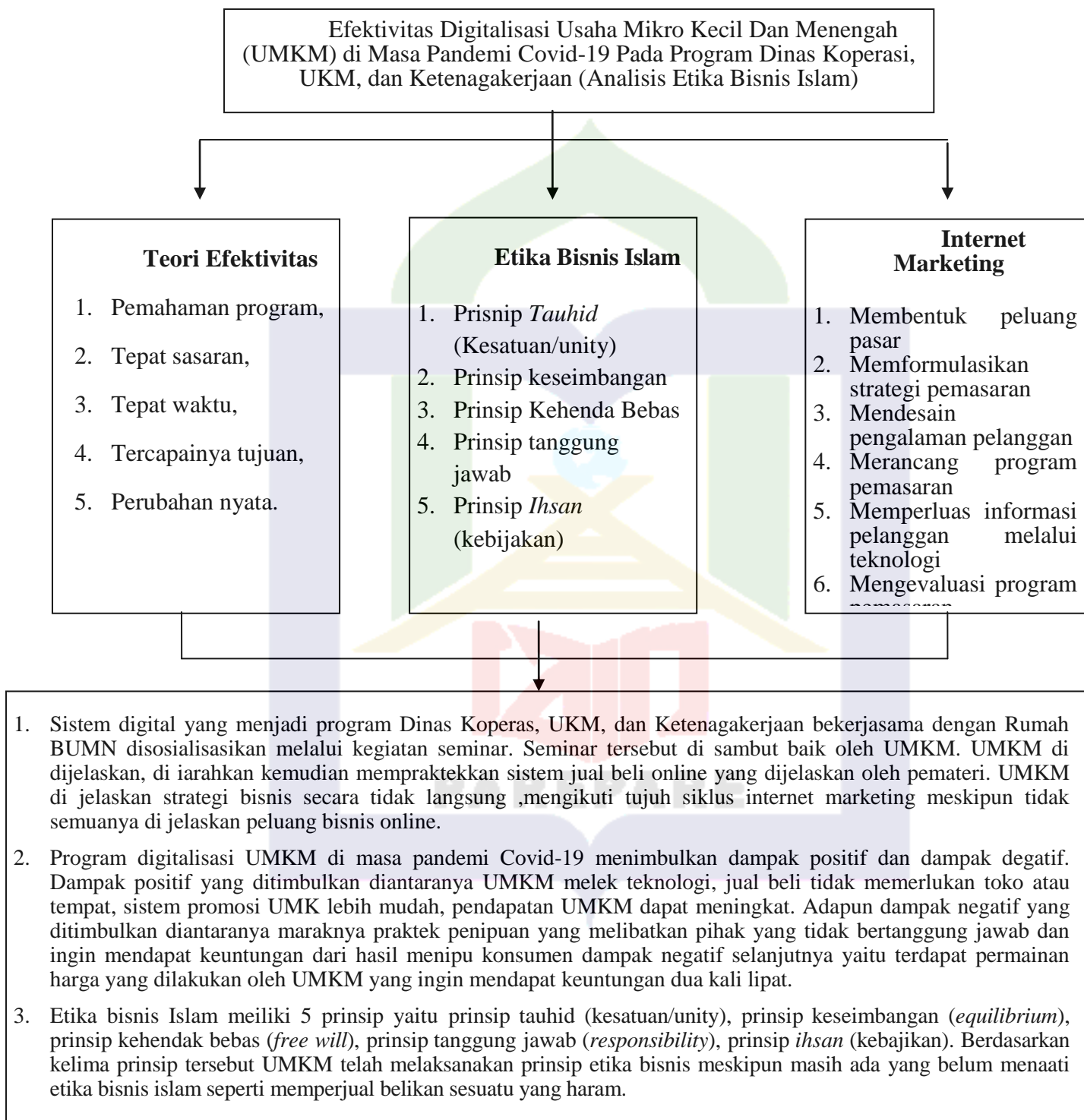
manusia karena penyakit ini penyebarannya tidak di sadari. Untuk mengantisipasi dampak yang ada disekitar kita maka yang kita lakukan adalah menjaga kebersihan diri dan lingkungan yang ada di sekitar kita. Pandemi terjadi tidak secara tiba-tiba akan tetapi terjadi pada suatu wilayah yang kemudian menyebar ke beberapa wilayah lainnya dengan cepat.

Coronavirus Disease (Covid-19) merupakan salah satu penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan dan dikenal sebagai sindrom pernafasan akut atau parah virus corona 2 (SARSCoV-2).⁵⁷ Coronavirus Disease ialah jenis penyakit yang belum teridentifikasi sebelumnya oleh manusia, virus ini dapat menular dari manusia ke manusia melalui kontak erat yang sering terjadi, orang yang memiliki resiko tinggi tertular penyakit ini ialah orang yang melakukan kontak erat dengan pasien Covid-19 yakni dokter dan perawat. Virus corona merupakan virus yang umumnya terdapat pada hewan dan dapat menyebabkan penyakit hewan ataupun manusia, orang yang sudah terinfeksi virus ini maka akan dengan mudah menyebarkan pada orang lainnya, penyakit ini merupakan infeksi yang terjadi pada pernafasan mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS).⁵⁸

⁵⁷Nurul Anisa dan Fitri Yunarti, *Mengenal Covid-19*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), h. 2.

⁵⁸Nurul Anisa dan Fitri Yunarti, *Mengenal Covid-19*, h. 4.

D. Bagan Kerangka Pikir



Gambar 1 1Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah Penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan Penelitian lapangan (*field research*), yaitu Penelitian yang dilakukan di tengah-tengah masyarakat maupun kelompok tertentu, dan langsung mencari data ke lapangan untuk mengetahui fenomena yang terjadi di lapangan terkait dengan permasalahan yang diangkat Peneliti.

Penelitian tersebut dalam studi ini didasari dengan berbagai pertimbangan yaitu *pertama*, mempermudah mendeskripsikan hasil Penelitian sehingga lebih mudah dipahami apabila berhadapan dengan kenyataan di lapangan. *Kedua*, Penelitian ini diharapkan mampu membangun hubungan keakraban antara Peneliti dan informan sehingga Peneliti dapat mengemukakan data berupa fakta-fakta yang terjadi di lapangan. *Ketiga*, metode ini lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.⁵⁹ Dalam Penelitian kualitatif posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi, sebagai sumber informasi (*key informan*).⁶⁰ Pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini yaitu metode pendekatan teologis normatif dan pendekatan yuridis. Pendekatan teologis normatif digunakan karena Peneliti menggunakan analisis *maṣlahāt* karena ingin melakukan pendekatan nilai-nilai keagamaan. Pendekatan yuridis

⁵⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 5.

⁶⁰Sudarwan Danim. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002) h. 41.

digunakan karena Peneliti juga mengkaji dengan menggunakan kajian norma hukum seperti peraturan daerah.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Kegiatan Penelitian akan dilakukan dalam kurung waktu kurang lebih dua bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan Penelitian).

Lokasi Penelitian yang penulis lakukan ini di laksanakan pada kantor Dinas Perdagangan Kabupaten Sidenreng Rappang, pelaku UMKM, *driver online*, dan konsumen di beberapa wilayah di Kabupaten Sidenreng Rappang. Wilayah ini dipilih karena berdasarkan hasil Penelitian sementara Peneliti menemukan fakta bahwa masyarakat merasakan problematika mengenai sistem jula beli *online* UMKM.

C. Sumber Data

Data adalah semua keterangan seseorang yang dijadikan informen maupun yang berasal dari dukumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya keperluan penelitian.⁶¹

Sumber data dalam proposal ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (narasumber). Adapun data tersebut diperoleh melalui wawancara di lokasi penelitian. Wawancara akan dilakukan oleh pelaku UMKM, *driver online*, dan masyarakat yang menjadi pelanggan UMKM Kab. Sidrap, akan dijadikan sumber data primer dalam penelitian. Jumlah responden yang akan diwawancarai sebagai berikut:

⁶¹P Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Cet. IV; Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2004), h. 87.

Tabel 2 Data Responden

No.	Informen	Jumlah
1	UMKM	11 UMKM (Terlampir di Latar Belakang Masalah)
2	Kepala Bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah	1 orang (Andi Malle Pute, S.Sos)
3	Kepala Rumah BUMN	1 Orang (Imam, S.Ip.)
4	Konsumen	2 orang
Jumlah		16 orang/informen

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undangan, dan lain-lain yang dapat membantu memudahkan penulis dalam penelitian.⁶² Adapun yang termasuk data sekunder dalam Penelitian ini, diantaranya yaitu artikel, jurnal, buku, laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undangan, dan lain-lain terkait dengan penelitian Digitalisasi UMKM di masa pandemi *Covid-19*. Data sekunder juga diperoleh dari dokumentasi yang dilakukan peneliti saat melakukan penelitian di lokasi. .

D. Tahapan Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan sebagai berikut:

1. Tahap persiapan
 - a. Menyiapkan berkas yang dibutuhkan
 - b. Menyusun kepustakaan terkait penelitian
 - c. Menyusun bahan penelitian yang akan dilakukan
2. Tahapan pelaksanaan penelitian
 - a. Mengumpulkan data yang diambil oleh dari nara sumber yang bersangkutan

⁶²Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106.

3. Tahapan akhir
 - a. Melakukan penyusunan data penelitian
 - b. Melakukan analisis terhadap data
 - c. Mendeskripsikan data
 - d. Menyimpulkan data⁶³

E. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting untuk membantu perolehan data di lapangan. Sebelum menyusun instrument penelitian, penting untuk diketahui pula bentuk-bentuk instrumen yang digunakan dalam penelitian, sebagai berikut:

a. Bentuk Instrumen Tes

Tes dapat berupa serentetan pertanyaan, lembar kerja, atau sejenisnya yang dapat digunakan untuk mengukur pengetahuan, keterampilan, bakat, dan kemampuan dari subjek penelitian. Lembar instrumen berupa tes ini berisi soal-soal ter terdiri atas butir-butir soal. Setiap butir soal mewakili satu jenis variabel yang diukur. Berdasarkan sasaran dan objek yang diteliti.

b. Bentuk Instrumen Interview

Suatu bentuk dialaog yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari responden dinamakan interview. Instrumennya dinamakan pedoman wawancara atau *interview guide*. Dalam pelaksanaannya, interview dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur (bebas). Secara bebas artinya pewawancara bebas menanakan apa saja kepada terwawancara tanpa harus membawa lembar pedomannya. Syarat interview seperti ini adalah pewawancara harus tetap mengingat data yang harus terkumpul. Lain halnya

⁶³Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jjejak, 2019), h. 108.

dengan interview yang bersifat terpimpin, pewawancara berpedoman pada pertanyaan lengkap dan terperinci, layaknya sebuah kuesioner. Selain itu ada juga interview yang bebas terpimpin, dimana pewawancara bebas melakukan interview dengan hanya menggunakan pedoman yang memuat garis besarnya saja. Wawancara terbagi atas wawancara mendalam (*in-depth interview*), FGD (*focus group discussion*).⁶⁴

Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara lebih teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁶⁵

c. Bentuk Instrumen Observasi

Observasi dalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data. Observasi merupakan pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, atau kalau perlu dengan pengecapan. Instrumen yang digunakan dalam observasi dapat berupa pedoman pengamatan, tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Observasi adalah pengamatan sistematis yang berkenaan dengan perhatian terhadap fenomena yang tampak.⁶⁶ Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.⁶⁷ Observasi

⁶⁴Christine Daymon dan Immy Holloway, *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications* (Jakarta: Bentang Pustaka, 2007), h. 264.

⁶⁵H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018), h. 38.

⁶⁶Sanafiah Faizal, *Format-format Penelitian Sosial* (Cet. V; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), h. 71.

⁶⁷Suharsimi Arikunto, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan* (Cet. XIII; Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 230.

diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti dengan melihat langsung situasi lapangan yaitu di beberapa UMKM di Kab. Sidrap. Adapun jenis observasi pada penelitian ini yaitu observasi non-partisipan.

Observasi non-partisipan adalah observasi yang menjadikan peneliti sebagai penonton atau penyakit terhadap gejala atau kejadian yang menjadi topik penelitian. Dalam observasi jenis ini peneliti melihat atau mendengarkan pada situasi sosial tertentu tanpa partisipasi aktif di dalamnya peneliti berada jauh dari fenomena topik yang diteliti.⁶⁸

d. Bentuk Instrumen Dokumentasi

Instrumen kualitatif yang baik harus memenuhi dua syarat yaitu kredibilitas dan reliabilitas. Suatu alat ukur yang tidak reliabel atau tidak valid akan menghasilkan kesimpulan yang bias, kurang sesuai dengan yang seharusnya, dan akan memberikan informasi yang keliru mengenai keadaan subjek atau individu yang dikenal tes itu. Langkah-langkah yang ditempuh dalam menyusun sebuah instrumen penelitian menurut diantaranya: 1)mendaftar variabel-variabel yang ingin dikaji; 2)mengestimasi cara menganalisis data; 3)menyimak daftar variabel; 4)menggunakan bahasa dan perkataan yang sesuai; 5)melakukan ujian pra-penelitian; 6)merekonstruksi instrument. Apabila instrumen penelitian telah selesai dan telah ditransfer pada metode pengumpulan data tertentu, maka tidak begitu saja langsung digunakan pada penelitian sesungguhnya. Biasanya, terlebih dahulu instrumen tersebut diujicobakan pada responden sebenarnya. Apabila dalam ujicoba diketemukan kejanggalan-kejanggalan, maka diadakan revisi terhadap

⁶⁸Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*, (Makassar: Sekolah Tinggi Teologia Jaffray), h. 29.

instrumen tersebut. Melampaui proses ini, berulah instrumen penelitian diperbolehkan penggunaannya pada penelitian sesungguhnya.⁶⁹

Instrumen dokumentasi terdiri atas dua macam yaitu pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya, dan check-list yang memuat daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya. Perbedaan anatar kedua bentuk instrumen ini terletak pada intensitas gejala yang diteliti. Pada pedoman dokumentasi, peneliti cukup menuliskan tanda centang dalam kolom gejala, sedangkan check-list, peneliti memberikan tally pada setiap pemunculan gejala.

F. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data pada umumnya adalah metode deduktif dan induktif. Adapun tahapan proses analisis datanya sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu membuat rangkuman, memilih hal-hal yang pokok, mencari tema, membuang data yang dianggap tidak penting. Reduksi data berlangsung secara terus menerus sampai sesudah Penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, lalu membuang yang tidak perlu.⁷⁰ Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam satu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi. Tahapan reduksi data melalui proses pemisahan dan pentransformasian data “mentah” yang terlihat

⁶⁹Choiroel Anwar, *Metodologi Kulitatif*, (Sidoarjo: Sitafama, 2015), h. 101.

⁷⁰Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 122.

dalam catatan tertulis lapangan (*written-up field notes*). Data “mentah” adalah data yang sudah terkumpul tetapi belum terorganisasi secara numerik.⁷¹ Adapun data “mentah” yang dimaksud dalam penelitian ini ialah data yang belum diolah oleh peneliti. Oleh karena itu, reduksi data berlangsung selama kegiatan penelitian dilaksanakan.⁷²

Proses reduksi data juga dilakukan oleh peneliti di lapangan pada saat melakukan kegiatan wawancara kepada beberapa informan meliputi Kepala dinas koperasi, UKM dan Ketenagakerjaan, kepala rumah BUMN, UMKM, dan pelanggan, karena jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur, maka peneliti terlebih dahulu harus memilah dan memisahkan informasi yang dibutuhkan dan informasi yang tidak dibutuhkan dalam penelitian.

Hasil wawancara kemudian dipilih, disatukan, lalu memisahkan atau membuang informasi yang dianggap tidak berkaitan dengan penelitian ini. Setelah proses pengumpulan data dilakukan, data dari hasil wawancara dengan beberapa sumber serta hasil dari studi dokumentasi dalam bentuk catatan lapangan selanjutnya dianalisis. Analisis data bertujuan untuk membuang data yang tidak perlu dan menggolongkan ke dalam hal-hal pokok yang menjadi fokus permasalahan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Data diarahkan terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, dalam uraian naratif, seperti bagan, diagram alur, tabel dan lain-lain. Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan (data skunder) maupun data dari Penelitian lapangan (data primer) akan dianalisis secara deskriptif kualitatif.

⁷¹Murray R. Spiegel dan Larry J. Stephens, *Statistik*, (PT. Gelora Aksara Pratama; Edisi Ketiga, 2004), h. 30.

⁷²A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Prenada Media, 2016), h. 406.

Menurut Miles dan Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi adanya kemungkinan penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.⁷³

Penyajian data dilakukan dengan menggabungkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak Kepala dinas koperasi, UKM dan Ketenagakerjaan, kepala rumah BUMN, UMKM, dan pelanggan dan studi dokumentasi yaitu dokumen yang berasal dari lokasi penelitian. Data yang disajikan berbentuk narasi kalimat, dimana setiap data yang diperoleh kemudian dideskripsikan melalui interpretasi peneliti sehingga data yang tersaji menjadi bermakna.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion*)

Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara yang apabila dilakukan verifikasi (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal atau menghasilkan kesimpulan baru. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar, tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas, meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan pokok. Kesimpulan juga diverifikasi selama Penelitian berlangsung.⁷⁴

⁷³Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, h. 123.

⁷⁴Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2014), h. 212

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.⁷⁵

Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut dengan verifikasi data. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dalam arti konsisten dengan kondisi yang ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel.⁷⁶

Verifikasi data dilakukan untuk mendapatkan kepastian apakah data yang berasal dari hasil wawancara Kepala dinas koperasi, UKM dan Ketenagakerjaan, kepala rumah BUMN, UMKM, dan pelanggan dan dokumen-dokumen yang didapatkan peneliti dari beberapa titik lokasi tersebut dapat dipercaya atau tidak. Dalam verifikasi data ini akan diprioritaskan keabsahan sumber data dan tingkat objektivitas serta adanya keterkaitan antar data dari sumber yang satu dengan sumber yang lainnya sebelum peneliti menarik kesimpulan.

G. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Metode uji keabsahan data meliputi kredibilitas data (validasi internal), uji dependabilitas reabilitas) data, uji transferabilitas (validasi eksternal/generalisasi), dan uji konfirmabilitas (objektivitas), namun yang utama adalah uji kredibilitas

⁷⁵Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, h. 124.

⁷⁶Salim dan Haidir, *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan , dan Jenis*, (Jakarta: Kencana, 2019), h. 117.

data. Pengujian data dilakukan sebagai suatu langka atau proses apakah benar-benar dilakukan oleh peneliti dilapangan atau tidak. Pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif merupakan bentuk pengoreksian terhadap data yang ditemukan di lapangan yang berkenaan dengan kredibilitas data.⁷⁷

Uji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu uji kepercayaan (*credibility*) dan uji kepastian (*confirmability*). Uji kredibilitas berfungsi untuk: *Pertama*, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai; *Kedua*, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.⁷⁸ Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji *triangulasi* data. *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik *triangulasi* yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan sumber lainnya.⁷⁹ Dalam penelitian ini, metode *triangulasi* yang digunakan peneliti adalah pemeriksaan melalui sumber, waktu, dan tempat. Pemeriksaan melalui sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.

Dengan kata lain bahwa dengan *triangulasi*, peneliti dapat me-*recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori. Untuk itu, maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan, mengeceknya dengan berbagai sumber data,

⁷⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm.455 – 456.

⁷⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 324.

⁷⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 330.

atau memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan. Selanjutnya, uji kepastian (*confirmability*) data. Uji kepastian data merupakan uji untuk memastikan bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang. Jika disepakati oleh beberapa atau banyak orang, barulah dapat dikatakan objektif.⁸⁰ Setelah uji keabsahan data dilakukan, data yang telah dikumpulkan diolah dengan analisis kualitatif.



⁸⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 324-326.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sistem Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 pada Program Dinas Koperasi dan UMKM

Hukum jual beli online adalah sah alias boleh. Hal ini seringkali jadi perdebatan seiring perkembangan zaman hingga tingginya aktivitas jual beli di *e-commerce*. Akad (transaksi) jual beli melalui alat elektronik sah, apabila sebelum transaksi kedua belah pihak sudah melihat mabi' (barang yang diperjualbelikan) atau telah dijelaskan baik sifat maupun jenisnya, serta memenuhi syarat-syarat dan rukun jual beli lainnya dengan dasar pengambilan hukum. Pembahasan fiqh muamalah sistem ekonomi biasanya lebih pada pembahasan kaidah-kaidah atau prinsip-prinsip umum yang diatur dalam bermuamalah yang diatur oleh nilai dan aturan islam. Imam Al-Ghazali menyebutkan bahwa tujuan syariat adalah meningkatkan kesejahteraan seluruh manusia, melalui perlindungan agama, dari manusia, akal, keturunan dan harta.⁸¹

Digitalisasi atau jula beli online dapat dilakukan melalui media telepon dan internet sangat bermanfaat transaksi jual beli online dihalalkan bagi jumhur ulama dan dikecualikan bagi transaksi jual beli online emas atau perak.⁸² Islam merupakan agama yang sesuai dengan setiap perkembangan zaman. Dengan demikian, Islam juga tidak melarang jual beli online. Perkembangan teknologi yang semakin canggih, mudah, dan beragam membuat perubahan pada perilaku masyarakat terutama dalam kegiatan berbelanja. Pada saat ini, media sosial menjadi platform yang sangat digemari oleh masyarakat dikarenakan sangat mudahnya melakukan transaksi jual beli.

⁸¹Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2016), h. 19.

⁸²Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalah Kontemporer*, (Bogor: PT Berkas Mulia Insani, 2017), h. 264.

Perkembangan teknologi menuntut kita untuk terus berinovasi, yakin bahwa produk kita aman dan menentukan segmentasi pasar. Masyarakat saat ini dihadapkan dengan era digital sehingga sebagian bentuk kegiatan sosial juga beralih pada sistem digital. Hal ini sulit dihindari karena teknologi berkembang setiap saat. Kegiatan sosial masyarakat berkaitan erat dengan kegiatan perekonomian, lebih spesifiknya pada kegiatan ekonomi UMKM, sehingga kegiatan ekonomi masyarakat juga tidak akan lepas dari perkembangan pesat sistem teknologi digital. Upaya Dinas Koperasi dan UMKM dalam mensosialisasikan digitalisasi UMKM sebagai karena UMKM memiliki peran penting dalam membangun ekonomi daerah dari keterpurukan di tengah wabah covid-19.⁸³

Kegiatan UMKM melibatkan banyak proses, di antaranya proses produksi, proses distribusi dan proses konsumsi. Dalam proses produksi teknologi dapat digunakan untuk memudahkan dan mempersingkat waktu proses produksi. Dari segi distribusi, teknologi dapat diberdayakan sebagai suatu alat untuk memasarkan produk agar sampai pada konsumen. Hal ini berkaitan erat dengan strategi pemasaran.

Saat ini strategi marketing sudah mulai beralih pada dunia teknologi. Berbagai macam platform yang menawarkan kemudahan untuk memasarkan produk UMKM, diantaranya, media sosial (Facebook, WhatsApp, Line, IG); *market place* (Bukalapak, Shopee) dan lain-lain. Platform tersebut memberikan akses kemudahan bagi konsumen dalam mengetahui barang yang ditawarkan, meskipun dalam realitasnya masih ada sebagian yang merasa kecewa terhadap barang yang diterimanya.

⁸³ Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Jakarta: Prenada, 2021), h. 279.

Pola konsumsi masyarakat menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan produk UMKM. Para pelaku UMKM melihat peluang-peluang konsumen yang ada untuk kemudian berinovasi dengan berbagai produk yang ditawarkan. Peluang-peluang tersebut dapat diketahui dengan memanfaatkan teknologi. Ringkasnya dengan mengetahui pola konsumsi masyarakat, pelaku UMKM akan lebih mudah untuk menentukan produk UMKM mereka.

Kondisi UMKM saat ini masih memiliki keterbatasan dalam mengaplikasikan teknologi. Salah satu penyebabnya yaitu adanya keterbatasan akses teknologi, yang masih belum menyentuh secara merata ke pelosok-pelosok desa di Indonesia. Hal ini menjadi salah satu penyulit pengembangan UMKM. Dengan demikian, untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan peningkatan SDM yang mumpuni dalam bidang teknologi dan akses permodalan untuk UMKM. Selain karena cara transaksinya yang mudah, dalam jual beli online justru sering kali menawarkan berbagai promo yang tentunya menarik minat masyarakat. Menggunakan media elektronik, kita dapat dengan mudah membeli dan mencari kebutuhannya.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kab. Sidrap saat ini mengalami perkembangan dari masa kemasa. Pelaku UMKM memiliki perjalanan yang panjang untuk bisa berkembang dan meningkatkan pendapatan pada masa revolusi industri 4.0 saat ini. Revolusi industri telah memberikan banyak dampak positif dan negatif bagi masyarakat terutama bagi pelaku UMKM di dua wilayah kecamatan Kab. Sidrap diantaranya Kec. Tellu Limpoe, Kec. Maritengngae dan Kec. Panca Lautang dilakukan secara online maupun offline. Wawancara dilakukan secara luring (luar jaringan/offline) oleh Bapak Andi, S.H, M.H. merupakan kepala Dinas Koperasi dan UMKM dan Bapak Imam S.Ip.

Penelitian dilakukan kepada beberapa narasumber untuk lebih memahami mengenai bagaimana penerapan sistem digitalisasi UMKM yang menjadi program Dinas Koperasi dan UMKM.

Dijelaskan oleh Bapak Andi Malle Pute, S.H, M.H. sebagai kepala dinas koperasi dan umkm sebagai berikut:

“Digitalisasi UMKM menjadi program kerja kami sebagai bentuk menindak lanjuti keadaan ekonomi di kab. Sidrap yang semakin terpuruk karena adanya wabah virus covid-19. Maka dari itu kami bekerja sama dengan Rumah BUMN yang terletak di samping Telkom Sidrap dengan merekrut beberapa UMKM yang ingin bergabung dengan kami untuk belajar sistem digital. Kami tau bahwa beberapa UMKM telah mempraktekan sistem digital dalam proses jual neli mereka. Namun, belum semua UMKM dapat menjalankan sistem digital. Maka dari itu hal ini menjadi program kerja kami.”⁸⁴

Era 4.0 banyak transaksi yang telah berbasis aplikasi. Sistem Digitalisasi bukan hanya dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19. Digitalisasi Koperasi juga telah disosialisasikan dan dilakukan oleh Dinas Koperasi wilayah Yogyakarta, seperti dalam penelitian mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta.⁸⁵

Perekonomian daerah pada umumnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala mikro, kecil dan menengah. Unit usaha yang masuk dalam kategori mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Secara umum UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran:(1)sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi;(2) penyediaan lapangan kerja terbesar, (3) perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumberinovasi serta, (5) kontribusinya terhadap neraca

⁸⁴Bapak Andi Malle Pute, S.H, M.H., Wawancara dilakukan di dinas koperasi dan UMKM Kab. Sidrap, Tanggal 22 April 2022.

⁸⁵Muhammad Rianda Al Arsyad, “Efektivitas Penggunaan Internet Marketing Pada Kelompok Industri Batik Tulis Giriloyo Bantul Yogyakarta”(Skripsi Sarjana: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, 2015), hal 18.

pembayaran. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting khususnya dalam perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan serta UMKM juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan. Pengembangan UMKM berbasis digital menjadi salah satu alternatif penyelamatan sektor UMKM di masa pandemi Covid-19. Meski demikian selama ini pemerintah dengan Kementerian Koperasi dan UKM telah berusaha mendorong terjadi transformasi digital.

Pandemi Covid-19 telah membuat tumbuhnya ekosistem wirausahaan digital. Ada dua pilihan yang dipertimbangkan oleh masing-masing pelaku UMKM. Pilihan pertama adalah tetap bertahan dengan produk yang telah digeluti selama ini dengan memanfaatkan pasar digital dan diimbangi dengan penjualan secara konvensional. Pilihan kedua adalah tetap bertahan dengan produk baru yang paling dibutuhkan pasar di masa pandemi. Dua pilihan tersebut memiliki dampak yang berbeda dengan peluang yang seimbang. Pilihan pertama memungkinkan pelaku UMKM untuk belajar pemasaran digital sehingga dengan berjalannya waktu mereka belajar dan merencanakan bagaimana penjualan mereka meningkat. Hal ini memberikan keuntungan jangka panjang bagi pelaku UMKM adalah kesabaran dalam belajar pemasaran digital dan pemasukan omzet sedikit karena bergantung pada pasar konvensional. Pilihan kedua memungkinkan pelaku UMKM memiliki peningkatan pendapatan, terlebih mereka menjual barang yang sangat dibutuhkan di masa pandemi covid-19. Namun terjadi persaingan usaha yang ketat terlebih keputusan membuat produk baru juga membutuhkan modal yang besar.

Kewirausahaan digital merupakan bentuk bisnis yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital, baik proses hingga pada pemasaran produk dan jasa. Dengan kata lain, semua jenis usaha yang menjual produknya secara online

baik menggunakan website atau aplikasi termasuk dalam ranah kewirausahaan digital. Penggunaan aplikasi e-commerce dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital termasuk ranah kewirausahaan digital. Masa depan kewirausahaan digital bisa menjadi salah satu sektor yang akan banyak memberikan kontribusi positif pada penguatan perekonomian Indonesia.

Proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media *web*. Promosi, Iklan, Transaksi dan pembayaran dapat dilakukan melalui halaman *web*.⁸⁶ Pengguna *internet marketing* dapat dengan mudah mengakses informasi dimana saja dengan komputer yang terhubung ke *internet*. Menurut Mohammed, *internet marketing* adalah sebuah proses untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan secara *online* sebagai sarana untuk pertukaran pendapat, produk, dan jasa sehingga dapat mencapai tujuan bersama.⁸⁷ Bukan hanya itu saja *e-marketing* juga dapat menghemat biaya sewa tempat untuk membangun usaha karena jual beli melalui jaringan dapat dilakukan tanpa adanya sewa tempat. Selain itu *e-marketing* dapat memudahkan penjual dan pembeli dalam transaksi *stay at home*.

Dijelaskan juga oleh Bapak Imam, S. Ip. selaku penggerak rumah BUMN sebagai berikut:

“Kerjasama dengan dinas koperasi dan UMKM memang benar sebagai tindak lanjut dari situasi ekonomi melemah. Adapun tahap kami dalam menjalankan sosialisasi digitalisasi UMKM dengan mengundang UMKM untuk mengikuti acara seminar kami. Ditahap ini kami memperkenalkan apa keunggulan dari UMKM atau kelebihan digitalisasi UMKM dengan sistem jual beli yang secara langsung atau bertemu, karena adanya wabah covid-19 semua kegiatan ditiadakan atau *stay at home*. kedua kami bekerjasama dengan Universitas Ichsan Kab. Sidrap, kembali kami melakukan seminar namun agendanya berbeda yaitu

⁸⁶Yoyo Sudaryo dan Nunung Ayu Sofiati, *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020), h. 13.

⁸⁷Edy Yulianto, *Bisnis Online dan E-Commerce*, (Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020), h. 17.

mendaftarkan usaha mereka menjadi toko yang terlegalisir, mendapatkan nomor usaha.”⁸⁸

Krisis ekonomi yang masif sedang melanda dunia termasuk di dalamnya Indonesia, banyak pelaku usaha khususnya pelaku yang terkena dampak adanya krisis ekonomi yang disebabkan oleh pandemi covid-19. perlu adanya inovasi dan kreatifitas dari pelaku UMKM agar usahanya dapat terus bertahan dan berkembang dalam situasi saat ini. Program kerja Dinas Koperasi dan UMKM direspon baik oleh pelaku UMKM yang melakukan jual beli secara online atau daring. Jual beli dalam ekonomi Islam sangat dianjurkan selama jual beli ini tidak merugikan orang lain maupun salah satu pihak. Dalam banyak ayat Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Dalam Islam adil didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi.” Implikasi nilai ekonomi dari nilai ini adalah sebagai pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan membuat kelompok dalam berbagai dorongan, di mana golongan tersebut akan menzalimi golongan lain, sehingga akan terciptanya eksploitasi manusia atas manusia. Allah berfirman dalam Q. S. Al-Furqan [25]: 30

وَقَالَ الرَّسُولُ يَا رَبِّ إِنَّ قَوْمِي اتَّخَذُوا هَذَا الْقُرْآنَ مَهْجُورًا ﴿٣٠﴾

Terjemahnya:

“Berkatalah Rasul: "Ya Tuhanku, Sesungguhnya kaumku menjadikan Al Quran itu sesuatu yang tidak diacuhkan".”⁸⁹

Maksud dari ayat di atas Manusia gampang terpedaya oleh rayuan setan. Dengan itu Allah ingin mengetahui siapa di antara mereka yang taat kepada-Nya dan mana yang tidak. Tetapi cukuplah tuhanmu menjadi pemberi petunjuk dan

⁸⁸Bapak Imam, S. Ip., Wawancara dilakukan di Rumah BUMN, Tanggal 22 April 2022.

⁸⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbitan Diponegoro,2013), h. 363.

penolong bagi siapa yang dikehendaki-Nya yaitu mereka yang ikhlas berada di jalan yang benar. Ayat ini mengisyaratkan bahwa lingkungan ikut mempengaruhi jalan hidup seseorang. Allah lalu ingin menenangkan hati Nabi Muhammad, bahwa setiap nabi dari masa lalu adalah sama. Selalu saja berhadapan dengan para penguinkar.⁹⁰ Sebagai pelaku ekonomi alangkah baiknya tidak terperdaya oleh kegiatan yang merugikan orang lain dan lebih memilih jalan petunjuk Allah swt.

Kegiatan yang dilakukan oleh Rumah BUMN dengan memperkenalkan sistem digital di era 4.0 menuju 5.0 kepada UMKM yang menghadiri kegiatan seminarnya. Setelah memperkenalkan langkah selanjutnya adalah mempraktekkan sistem tersebut dimulai dengan membuat akun kemudian login dan melakukan transaksi. Rumah BUMN bekerja sama dengan beberapa driver Online di Kab. Sidrap diantaranya Draiv dan My Ojek yang sudah berbasis aplikasi. Bukan hanya itu UMKM juga diajarkan untuk menggunakan aplikasi jual beli online yang telah beroperasi nasional dan dipercaya oleh masyarakat yaitu aplikasi Shopee dan Lazada yang telah mendapatkan rating tinggi.

Digitalisasi UMKM dapat membantu perekonomian daerah begitupun dengan upaya digitalisasi koperasi yang membantu keterpurukan ekonomi berdasarkan penelitian Kautsar menjelaskan bahwa proses digitalisasi koperasi yang sedang dilakukan merupakan jalan terbaik untuk mengembalikan posisi koperasi sebagai penyangga perekonomian Indonesia. Matriks tersebut juga memberikan gambaran terkait cara penyelarasan koperasi dengan konsep PDN. Koperasi dapat menjadi piak yang menjembatani proses produksi dan konsumsi produk yang ada. Selain itu koperasi juga dapat mengontrol harga sehingga harga nasional tidak lagi diatur oleh sekelompok perusahaan saja. Digitalisasi koperasi

⁹⁰Ahmad Deni Rustandi, *Tafsir Toleransi Dalam Gerakan Islam di Indonesia*, (Tasikmalaya: Zakimu.com, 2022), h. 141.

merupakan salah satu bentuk penyempurnaan konsep PDN yang bertujuan untuk membangun perekonomian Indonesia yang lebih baik. Pentingnya proses digitalisasi koperasi didasari kenyataan bahwa pergerakan koperasi saat ini dianggap masih sangat lambat dan etinggalan zaman. Implementasi digitalisasi koperasi memerlukan keterlibatan teknologi informasi yang dapat dibangun hingga ke tingkatan wilayah terkecil dimana koperasi ada. Dukungan otonomi daerah dan alokasi dana desa dapat membantu pengembangan digitalisasi koperasi berbasis potensi sumber daya lokal dan kearifan lokal. Hal tersebut dapat direalisasikan dengan mengakomodasi potensi riil di daerah sehingga mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan.

Implementasi dari digitalisasi perkoperasian untuk merealisasikan koperasi modern akan memberikan beberapa keuntungan yang signifikan. Digitalisasi akan menjadikan pasar menjadi makin besar karena akses menjadi makin luas, tidak hanya di dalam negeri tapi juga luar negeri. Kemudahan dan kelancaran dalam proses transaksi menjadi keuntungan lanjutan yang dapat diterima sebagai dampak positif digitalisasi koperasi. Sumber Daya Manusia yang ada di koperasi juga akan dituntut untuk naik Hal ini disebabkan karena fakta digitalisasi tidak bisa mengelak dari tuntutan pengembangan dan keahlian manajemen. Pelatihan pengembangan, termasuk juga konsultasi dan pendampingan yang melibatkan pakar dan pihak berkompeten sesuai bidang merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam pencapaian digitalisasi koperasi.⁹¹

Menurut Mohammed, terdapat tujuh tahap siklus *internet marketing* yang antara lain adalah:

⁹¹ Kautsar Ahmad dan Iwan Krisnadi, “*Digitalisasi Koperasi dalam Penyempurnaan Konsep Pasar Digital Nasional sebagai Penangkal Resesi Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19*”, Thesis Program Pasca Sarjana, Program Studi Magister Teknik Elektro, Universitas Mercu Buana, 2021, h. 8.

1. *Framing the Market Opportunity* (Membentuk Peluang Pasar), Tahap pertama yaitu membentuk peluang pasar tidak dijelaskan di dalam seminar karena yang hadir pada saat itu adalah UMKM yang telah menjalankan usaha dan ingin berkembang dengan adanya sistem digital.

Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Alfarizi Nur Syawal UMKM dibidang kuliner mengatakan:

“Saya tidak mengingat dijelaskan mengenai peluang pasar, mungkin karena yang hadir disana adalah orang-orang yang telah memiliki usaha sendiri yang ingin mengetahui mengenai digitalisasi UMKM karena ingin inovasi baru”⁹²

2. *Formulating the Marketing Strategy* (Memformulasikan strategi pemasaran), tahap ini dijelaskan berbagai perbedaan jual beli online dan jual beli offline. Pelaku UMKM diarahkan untuk menentukan sasaran (*targeting*) dan penentuan posisi (*positioning*). Strategi ini kemudian di dukung oleh program pemasaran yang melibatkan putusan yang terkait dengan *marketing-mix* yang meliputi harga (*price*), produk (*product*), promosi (*promotion*) dan distribusi (*distribution*).⁹³

Hal tersebut dijelaskan oleh Bapak Muhammad Rakib UMKM bidang kuliner, mengatakan:

“Kami diajarkan mengenai cara menentukan harga atau persaingan harga agar tidak merugi, cara promosi di sosial media maupun di platfom jual beli online seperti shopee dan membuat akun di aplikasi driver online yaitu draiv dan my ojek”⁹⁴

3. *Designing the Customer Experience* (Mendesain pengalaman pelanggan), Pengalaman pelanggan (*customer experience*) merupakan persepsi dan

⁹²Ibu Alfarizi Nur Syawal, Alfa Cahfe, Wawancara dilakukan di BTN Mulya Reski, Tanggal 25 April 2022.

⁹³Muhammad Yusuf Shaleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV Sah Media, 2019), h. 12.

⁹⁴Bapak Muhammad Rakib, Ulir Bakery and coffe shop, Wawancara dilakukan di Desa Tanete, Tanggal 25 April 2022.

interpretasi yang ditargetkan terhadap konsumen pada semua rancangan yang dialami ketika berinteraksi dengan UMKM. Dalam seminar dijelaskan pentingnya penilaian pertama dari pelanggan dihimbau agar cara melayani pelanggan dengan baik, cepat, handal dan amanah dari segi pelayanan. Sedangkan dari produk dikemas semenarik mungkin menggunakan foto yang rapih dan kemasan yang menarik minat pelanggan. Segi komunikasi juga diperhatikan, komunikasi dibangun sebaik mungkin dengan pelanggan melalui sistem jaringan.

Dijelaskan oleh Ibu Asmiah UMKM dibidang Kuliner mengatakan:

“Saya hadir di acara seminar dianjurkan untuk memperbaiki komunikasi dengan pelanggan karena itu menjadi penilaian utama yang diberikan pelanggan. Dengan tidak mengecewakan pelanggan dengan produk yang saya pasarkan merupakan bentuk usaha saya membangun penilaian pertama dari pelanggan . membuat foto dan produk asli saya sama tanpa mencuri foto produk orang lain”⁹⁵

4. *Crafting the Customer Interface* (Merancang *interface* bagi pelanggan), *Interface* merupakan representasi *virtual* dari pemilihan nilai proposisi suatu perusahaan. *Internet* telah mengubah tempat pertukaran dari *marketplace* (seperti interaksi *face-to-face*) menjadi *marketspace* (seperti interaksi *screen-to-face*). Tahap ini UMKM dijelaskan cara bekerjasama dengan ojek online yang menjadi partner kerja UMKM dalam sistem digital.⁹⁶
5. *Designing the Marketing Program* (Merancang program pemasaran), Setelah melalui tahap satu sampai tahap empat, UMKM telah mempunyai arah strategi yang jelas. Pada tahap ini akan mendesain serangkaian tindakan pemasaran untuk memindahkan target pelanggan dari kewaspadaan (*awareness*) menjadi suatu komitmen. *Relationship* dapat didefinisikan

⁹⁵Ibu Asmiah, Malomo Gallery, Wawancara dilakukan di Desa Majelling, Tanggal 25 April 2022.

⁹⁶Aris Ariyanto, *Strategi Pemasaran UMK di Masa Pandemi*, (Solok: CV Insani Cendekia Mnadiri, 2021), h. 15.

sebagai pengikat atau koneksi antara UMKM dan pelanggannya.

6. *Leveraging Customer Information Through Technology* (Memperluas informasi pelanggan melalui teknologi), Terfokus pada lingkungan pelanggan, perusahaan harus dapat bertindak berdasarkan 3 keputusan kunci berikut ini :
 - a. Memilih target pasar dengan strategis (*Market Research*).
 - b. Mempelajari lebih lanjut tentang pelanggan dan strategi peralatan yang akan digunakan dalam mendapatkan pelanggan yang ditargetkan (*Database*).
 - c. Menilai keuntungan jangka panjang dari pelanggan dan mempertahankan pelanggan inti (*Customer Relationship Management*).⁹⁷
4. *Evaluating the Marketing Program* (Mengevaluasi program pemasaran), Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap keseluruhan program pemasaran untuk mengetahui apakah suatu program pemasaran sudah mencapai sasaran. Untuk menentukan hasil pemasarannya, perusahaan dapat menggunakan parameter metrik untuk mengukur kesuksesan dari program *internet marketing* tersebut cocok dengan objektif dari perusahaan.⁹⁸

Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai; Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional; Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis; Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu; Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian

⁹⁷Dedi Lazuardi, *Konsep Dasar Pemasaran di Era Digital*, (Kita Menulis, 2022), h. 2.

⁹⁸Muh. Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021), h. 145.

online; Kampanye bisa dipersonalisasi; Bisa melakukan *engagement* atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen. Digital marketing pun memiliki kelemahan, di antaranya: Mudah ditiru oleh pesaing; Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab; Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif; Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.

Sosialisasi strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan *digital marketing*, padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana digital marketing. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen.

Para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala yang dihadapi contohnya adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya digital marketing, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik, tidak sabar ingin segera mendapat hasil, serta kurangnya

pemahaman untuk menciptakan “postingan” yang menarik. Perlu ada pelatihan-pelatihan yang lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai digital marketing dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan.

Pelaku UMKM harus menumbuhkan keberanian untuk mencoba hal yang baru, berlaku profesional, dan sabar menunggu hasil sambil terus berkreasi. Dalam hal *digital marketing* dengan media sosial, pelaku UMKM sebaiknya: Membuat akun media sosial untuk usaha yang terpisah dari akun pribadi; Membuat nama akun yang sederhana, mudah diingat, menjelaskan tentang usahanya, dan memiliki nama yang sama dengan platform media sosial lain yang digunakan; Post secara berkala dan rutin, disesuaikan dengan “*golden moment*”; Usahakan setiap post selalu berkaitan dengan usaha; Buatlah tanda pagar (*hashtag*) unik yang mencirikan usaha kita dan gunakan itu di setiap post; Jawab segala pertanyaan yang ditanyakan oleh *follower* untuk menandakan bahwa akun aktif.

Keterbatasan ruang gerak menjadi sumber utama permasalahan khususnya UMKM yang memiliki karakteristik diantaranya. 1) Produk berupa barang / jasa yang dikonsumsi langsung oleh masyarakat (*consumer goods* / jasa). 2) Kegiatan utama bersifat harian (*daily basis*). 3) Transaksi masih konvensional (tatap muka) dan menggunakan tunai (*cash basis*). 4) Pengelolaan keuangan masih sederhana. 5) Pola pikir pemiliknya tradisional dan tingkat pendidikannya rendah. 6) Status usaha informal (tidak terdaftar, berlisensi dan terstandar produknya).

Tujuh siklus *internet marketing* di atas berdasarkan hasil wawancara dari beberapa UMKM yang menjadi narasumber dari peneliti bahwa program kerja Dinas Koperasi dan UMKM yang bekerjasama dengan Rumah BUMN Kab. Sidrap melaksanakan sosialisasi melalui seminar yang dihadiri oleh beberapa UMKM yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang digitalisasi UMKM. Hasil yang didapatkan oleh UMKM setelah mengikuti seminar tersebut UMKM dapat menjalankan jual beli secara online karena di dalam seminar mereka langsung praktek dan membuat akun untuk login di aplikasi marketplace online. Materi yang dibawakan diseminar digitalisasi yang paling berguna berdasarkan keterangan dari narasumber yaitu pemateri dalam seminar menjelaskan mengenai 3P+1d yaitu *price, produk, promotion, dan distribution*. *Price* (harga) dijelaskan mengenai penentuan harga tanpa mengintimidasi pelaku UMKM yang lain agar tidak terjadi persaingan harga tanpa memikirkan keuntungan dan biaya produksi yang dikeluarkan.

Product (Produk) seminar tersebut dijelaskan bagaimana selera pelanggan pada saat ini. UMKM harus mengikuti tren yang terjadi pada saat ini dengan melakukan inovasi bagi produk yang dihasilkan apakah itu dengan rasa atau dengan kemasan. Harga yang ditetapkan oleh UMKM dalam sebuah transaksi sangatlah penting sedangkan pengabaian terhadapnya akan menjadi kerusakan dalam kehidupan masyarakat. Apabila UMKM melakukan praktek banting harga yang dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat serta dapat mengacaukan stabilitas harga pasar.⁹⁹ Selain itu menurut Ibn Taimiyah menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya

⁹⁹Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), h. 212.

adalah penawaran yang menurun karena inefisiensi produksi karena tekanan pasar.¹⁰⁰

Promotion (promosi) dijelaskan bahwa saat ini zaman telah berbeda tidak seperti zaman dulu promosi dapat dilakukan dari mulut-kemulut pelanggan dapat berdatangan dan tertarik dengan produk yang UMKM perjual belikan. Zaman sekarang promosi dilakukan dari postingan ke postingan yang dibagikan oleh pelanggan yang merasa puas dengan cita rasa yang diperjual belikan, maka dari itu UMKM harus bisa menggunakan gadget dan menjalankan dengan baik transaksi jual beli online. *Distribution* (distribusi), distribusi tidak lagi dilakukan secara langsung melainkan menggunakan prantara yaitu ojek online yang mengantarkan pesanan pelanggan.

Setelah dilaksanakan 3p+1d langkah selanjutnya adalah melakukan manajemen keuangan kegunaan dari manajemen keuangan adalah menempatkan dan mempergunakan dana yang ada, manajemen keuangan memiliki tiga kegiatan utama, yaitu:

- a. Memperoleh dana, yaitu aktivitas yang bertujuan untuk memperoleh sumber dana, baik berasal dari internal maupun bersumber dari eksternal.
- b. Penggunaan dana, suatu kegiatan dalam menggunakan atau menginvestasikan dana yang ada pada berbagai bentuk aset.
- c. Pengolahan aset, kegiatan yang dilakukan setelah dana diperoleh dan telah dialokasikan kedalam bentuk aset, dana harus dikelola secara efektif dan efisien.¹⁰¹

Manajemen keuangan bertujuan untuk memaksimalkan nilai dari suatu usaha. Selain manajemen keuangan yang harus diterapkan dalam jual beli harus

¹⁰⁰Adimarwan A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), h. 144.

¹⁰¹Dadang Husain Sobana, *Manajemen Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), h. 80.

juga diperhatikan prinsip dasar dalam transaksi *muamalah* membolehkan transaksi berbasis *e-commerce* selama tidak dilarang atau tidak bertentangan dengan syariat Islam. Penggunaan *e-commerce* atau internet marketing yang juga digunakan dipenelitian kelompok industri batik di Yogyakarta¹⁰² penelitian tersebut menjelaskan bahwa dilihat dari segi kemaslahatan dan kebutuhan manusia akan teknologi yang cepat berubah sesuai dengan perkembangan zaman namun harus memperhatikan barang yang di perjual belikan harus memperhatikan prinsip-prinsip syariah agar tidak menimbulkan kemudharatan bagi orang lain.

B. Dampak Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kegiatan Ekonomi pada Masa Pandemi Covid-19 di Kab. Sidrap

Penerapan prinsip otonomi seperti penerapan protocol Kesehatan selama masa pandemi dalam bisnisnya, penerapan penggunaan masker dan penyediaan sabun pembersih tangan sebelum melakukan transaksi, hal-hal seperti ini dilakukan sebagai penerapan tanggung jawab moral atas keputusan yang di ambil pelaku usaha. Upaya menghindari penyebaran covid-19 dengan beralih sistem digital.

Penerapan digitalisasi UMKM di masa pandemi adalah suatu peluang baru untuk memulihkan perekonomian masyarakat. Penerapannya tentu membutuhkan banyak elemen yang harus terlibat. Salah satunya peran pemerintah yang sangat krusial sebagai pemangku kebijakan perekonomian. Pemerintah telah melakukan kebijakan terhadap UMKM di masa Pandemi. Terdapat lima skema perlindungan dan pemulihan koperasi dan UMKM di tengah pandemi Covid-19, yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang miskin dan rentan; (b) insentif pajak bagi UMKM; (c)

¹⁰²Yoanna Martina, “*Analisis Dan Perancangan Sistem Internet Marketing Pada Pt Indoarta Systemindo Hotel (Indotel)*” (Skripsi Sarjana: Manajemen Fakultas Sistem Informasi Universitas Bina Nusantara, 2018), hal. 11.

relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (d) menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (e) pelatihan secara *e-learning*.

Kegiatan digitalisasi UMKM tidak akan lepas dari tiga aspek penting yang harus dikuasai, yaitu dimulai dari proses produksi, distribusi dan konsumsi. Pada masa pandemi Covid-19 ini baik dalam hal produksi, distribusi, dan konsumsi, dibutuhkan kejujuran dan kepercayaan yang tinggi bagi para pelaku ekonomi. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan kesempatan secara maksimal dengan menciptakan pelayanan berdasarkan kejujuran dan prinsip-prinsip Islam dalam berwirausaha. Hal ini tidak lain bertujuan untuk menciptakan kepercayaan masyarakat melalui hadirnya digital dalam dunia UMKM.

Bagi pelaku UMKM, pesatnya perkembangan teknologi ini merupakan jalan keluar untuk mengatasi salah satu permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh UMKM yakni persoalan distribusi atau pemasaran. Penelitian Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa masalah pemasaran merupakan masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM setelah permasalahan pendanaan. Selain kedua permasalahan tersebut, permasalahan lain yakni permasalahan bahan baku, kualitas tenaga kerja, dan distribusi transportasi.

UMKM juga merupakan suatu kegiatan ekonomi yang banyak diaplikasikan masyarakat. Kegiatan ekonomi Islam secara umum, dalam mengembangkan UMKM tidak hanya kemampuan atau skill yang dibutuhkan, melainkan bagaimana seorang pengusaha mampu menerapkan beberapa prinsip untuk membangun dan mengembangkan usaha. Di samping itu juga diharapkan mampu memudahkan para pelaku UMKM dalam menciptakan kesejahteraan

ekonomi masyarakat. Menjalankan UMKM tentu tidak akan pernah lepas dari prinsip-prinsip dasar dalam menentukan produk yang akan ditawarkan.

Sebagaimana tertuang dalam firman Allah Q.S An-Nahl [115]:16:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١١٥﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu (memakan) bangkai, darah, daging babi dan apa yang disembelih dengan menyebut nama selain Allah; tetapi Barangsiapa yang terpaksa memakannya dengan tidak Menganiaya dan tidak pula melampaui batas, Maka Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”¹⁰³

Ayat ini menjadi panduan yang jelas bagi pelaku UMKM agar menentukan produk yang akan diperjualbelikan merupakan produk yang halal serta baik untuk dikonsumsi. Di Indonesia sudah diatur adanya beberapa produk halal yang sesuai dengan standar yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).¹⁰⁴

Kab. Sidrap termasuk salah satu daerah berkembang di Sulawesi Selatan yang terus melakukan pergerakan untuk memajukannya, baik dari segi pendidikan, hukum, dan ekonomi. Peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk mengatur ekonomi. Di samping itu, pemerintah juga perlu memperhatikan keberadaan UMKM. Alasannya, UMKM adalah salah satu instrumen perekonomian berskala mikro yang mampu memberikan banyak peluang kerja serta mampu membangkitkan perekonomian masyarakat.

Dijelaskan juga Ibu Sumiati M Nura yang merupakan pelaku UMKM bidang Tata Rias di Desa Teteaji, bahwa:

“Adanya sistem digital ini sangat membantu saya dalam promosi tata rias saya menggunakan internet yang ada yaitu, melalui instagram, facebook, whatsapp, Tik-Tok. Dengan pelayanan home service membuat pelanggan nyaman. Bukan hanya tata rias yang saya jalankan, kalau

¹⁰³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 280.

¹⁰⁴ Wahbah az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir*, (Depok: Gema Insani, 2016), h. 405

pelanggan menginginkan henna tangan saya juga bisa melakukannya. Bagi saya menerapkan digitalisasi UMKM ini sangat bermanfaat.”¹⁰⁵

Sistem digital yang di sosialisasikan oleh Rumah BUMN membantu UMKM untuk memahami sistem digital dan membuat UMKM dapat melakukan kegiatan promosi tanpa menyebarkan brosur kertas secara langsung di jalan melainkan melakukan kegiatan promosi dengan menyebarkan postingan jualan di beberapa sosial media seperti whatsapp, facebook, dan Tiktok dengan menggunakan kreatifitas masing-masing UMKM. Digitalisasi UMKM dapat meningkatkan pendapatan UMKM, dengan menggunakan sistem pemasaran dua arah yaitu offline dan online membuat penghasilan masyarakat meningkat dari berbagai bidang bukan hanya dibidang kuliner.

Strategi sebagai position, posisi pelaku bisnis UMKM di Sidrap selama maupun setelah masa pandemi yaitu melakukan pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk memenuhi target penjualan maupun produktivitas yang lebih baik. Perencanaan dan pengembangan produk usaha antara lain dengan harga yang terjangkau harus menarik minat konsumen. Penentuan saluran distribusi produk yang tepat sebagai sarana mengungguli pesaing. Kegiatan promosi dengan memanfaatkan teknologi menjadi kreativitas dan inovasi.

Dijelaskan juga oleh Ibu Isida yang merupakan salah satu pelaku UMKM di bidang kuliner di Kelurahan Bilokka, bahwa:

“Dulunya saya hanya seorang ibu rumah tangga yang tidak berpenghasilan, karena suami saya sakit di masa pandemi maka saya berusaha untuk mencari uanga sendiri dengan berjualan makanan online menggunakan teknologi internet untuk mempromosikan kuliner kami yaitu melalui facebook,dan whatsapp saja. Dan kami melakukan sistem pembayaran COD, Dengan adanya digitalisasi UMKM membuat saya sangat mudah menarik pelanggan.”¹⁰⁶

¹⁰⁵Ibu Sumiati M Nura, Tata Rias, Wawancara dilakukan di Desa Teteaji, Wawancara dilakukan di Desa Majelling, Tanggal 25 April 2022.

¹⁰⁶Ibu Isida, Bolu Cukke, Wawancara dilakukan di Kelurahan Massepe, Tanggal 25 April 2022.

Hasil wawancara yang dijelaskan menggambarkan bahwa UMKM melakukan etika bisnis sejalan dengan yang dilakukan Rasulullah saw yaitu dalam poin bisnis dilakukan dengan sukarela tanpa ada paksaan. Firman Allah swt Q.S. An-Nisa [4]:29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“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.”¹⁰⁷

Ayat di atas menjelaskan mengenai perniagaan yang dilakukan harus dengan suka rela. Suka rela yang dimaksud yaitu dalam ijab dan kabulnya kedua belah pihak harus melakukan akad dengan kerelaan tanpa paksaan, tanpa rampasan dan kecurangan.

Dijelaskan oleh Ibu Ica salah satu pelaku UMKM di bidang Apoteker di wilayah Bilokka, bahwa:

“Dulu saya sangat merasa cemas waktu suami saya meninggalkan saya karena saya takut tidak mampu untuk menyekolahkan anak saya ke jenjang yang lebih tinggi lagi. Namun sekarang saya sendiri sudah mampu menyekolahkan ketiga anak saya sampai ke jenjang yang lebih tinggi. Setelah saya berjualan menggunakan jejaring media sosial seperti facebook dan whatsapp pelanggan saya menjadi bertambah.”¹⁰⁸

Hasil jual beli online sangatlah membantu UMKM untuk melakukan hal yang sebelumnya ditakutkan oleh UMKM yang tidak dapat terjangkau dari jual beli offline. Digitalisasi terhadap pelaku UMKM mampu memberikan pendidikan yang layak bagi anak-anak mereka yang sebelumnya mereka takut tidak dapat membiayai anak mereka untuk melanjutkan sekolah kejenjang yang

¹⁰⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 83.

¹⁰⁸Ibu Ica, Apotek Icha Farma, Wawancara dilakukan di Kelurahan Bilokka, Tanggal 25 April 2022.

lebih tinggi. Hal ini dijelaskan oleh Ibu Ica yang merupakan salah satu pelaku UMKM di bidang Apoteker seperti yang dijelaskan seperti yang di atas. Penerapan revolusi industri 4.0 bagi UMKM juga dapat dilihat dari kehidupan Beragama pelaku UMKM yang semakin meningkat, seperti sholat berjamaah di masjid yang mulai ramai.

Hal ini dijelaskan oleh Ibu Darma yang merupakan pelaku UMKM Bidang Kuliner yang sedang booming dikalangan remaja di Kelurahan Wette, bahwa:.

“Saya memulai bisnis dengan melihat peluang yang sedang digemari oleh remaja pada saat ini, yaitu minuman dan makanan ringan. Maka saya membuka cafe kecil-kecilan untruk mereka duduk santai dengan teman-temannya, pelayanan kami dilengkapi dengan wifi. Peran manusia telah tergeserkan oleh teknologi merupakan dampak dari era informasi global, dampak lain adanya perubahan cara kerja ini, sekarang saya hanya bekerja dari rumah dengan itu saya beribadah lebih khusyuk dan jual beli yang saya lakukan bebas dari aturan dagang islam tanpa kecurangan dain lain-lainnya, saya juga bisa menyempatkan waktu untuk sholat berjamaah ke mesjid.”¹⁰⁹

Hasil wawancara di atas berdasarkan keterangan Ibu Darma lebih memilih mengikuti perkembangan zaman di era yang lebih moderen saat ini yang menyebabkan dia lebih bersantai dalam berbisnis dan dapat beribadah dengan khusyuk tanpa memikirkan prinsip-prinsip dalam etika bisnis. Hal ini sebagai upaya solusi dari pelaku UMKM terhadap keberlanjutan usahanya yaitu sebagai wujud dari langkah-langkah yang akan dilanjutkan untuk mempertahankan, meningkatkan dan mengembangkan bisnis mereka melalui penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, SDM dan operasional dengan mengikuti perkembangan zaman mengikuti teknologi digital.

Dijelaskan oleh Ibu Fatimah Tussahrah pelaku UMKM dibidang kuliner mengenai pendapatannya setelah adanya digitalisasi UMKM mengatakan:

“Dengan adanya internet pelanggan saya jadi bertambah dan pendapatan

¹⁰⁹Ibu Darma, Kedai Endut's, Wawancara dilakukan di Kelurahan Wette, Tanggal 25 April 2022.

saya meningkat. Sudah dua tahun ini pendapatan saya selalu bertambah dan banyak pelanggan. Proses iklan saya lakukan dengan mudah di platform jual beli online. Pekerja saya juga merasa senang bekerja karena pendapatan yang diperoleh dapat menggaji mereka dengan tepat waktu”¹¹⁰

Hasil wawancara dengan Ibu Fatimah setelah mengenal sistem digital dia merasa pendapatannya meningkat dan membantunya dalam menggaji karyawan. Jual beli yang dilakukan oleh UMKM di atas sejalan dengan dengan prinsip etika bisnis Rasulullah saw yaitu membayar upah sebelum kering keringat karyawan karena pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus dilakukan sesuai dengan kerja yang dilakukan dan melakukan transaksi bebas dari unsur riba. Firman Allah swt Q.S. Al-Baqarah [2]:278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”¹¹¹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah swt memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang mukmin agar bertakwa kepada-Nya dan melarang mereka melakukan hal-hal yang mendekatkan mereka kepada kemurkaan-Nya dan hal-hal yang menjauhkan diri mereka dari rida-Nya yaitu menjauhi riba

Wawancara dengan Bapak Antoni Wiwit selaku pelaku UMKM bidang peralatan mengatakan:

“Pendapatan kami sebelum dibandingkan sesudah menggunakan teknologi internet jelas meningkat. Pendapatan dari penjualan di UMKM sekarang sekitar Rp 3.000.000 sebulan, sebelum adanya perubahan teknologi internet pendapatan sekitar Rp. 2.000.000 perbulan. Saya muali merambah ke pasar nasional dengan bergabung di salah satu marketplaca nasional yaitu shopee”

Berdasarkan hasil wawancara di atas UMKM tidak lagi terpuruk dengan di tengah wabah covid-19. UMKM telah merambah ke pasar nasional dengan bergabung di marketplace nasioal.

¹¹⁰Ibu Fatimah Tussahrah, Lapizza Sidrap, Wawancara dilakukan di Riang Pitue, Tanggal 25 April 2022.

¹¹¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 47.

Penggunaan aplikasi e-commerce dan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital termasuk ranah kewirausahaan digital. Masa depan kewirausahaan digital bisa menjadi salah satu sektor yang akan banyak memberikan kontribusi positif pada penguatan perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilacak dari menguatnya peran teknologi informasi dalam dunia bisnis. Teknologi digital telah mengubah semua karakter dan sifat model kewirausahaan yang lebih berbasis digital.

Faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja online shopping yakni: 1) Kenyamanan. Faktor ini sangat penting mengingat sebagian besar masyarakat mulai berusaha menghindari keramaian hingga berdesak-desakan saat berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan. Dengan demikian pilihan untuk berbelanja di online shopping menjadi alternatif baru yang bisa membuat lebih efektif. 2) Kelengkapan informasi. Hadirnya teknologi informasi membuat akses terhadap informasi begitu cepat dan mudah. Hal itu ditambah dengan banyaknya platform yang telah menyediakan beragam informasi, fitur rating dan review hingga memberikan ulasan tentang kualitas dan informasi sebuah produk. 3) Ketersediaan produk dan jasa. Hanya dengan mengakses website, masyarakat dapat dengan cepat mengetahui ketersediaan barang tanpa harus berkunjung ke toko tersebut. Hal ini juga dapat membantu calon pembeli yang berlokasi jauh dengan toko, dengan tidak perlu berkunjung namun tetap dapat membeli barang secara online. 4) Efisiensi Biaya dan Waktu. Beberapa website sering menawarkan kepada calon pembeli harga terbaik dengan membandingkan harga di beberapa toko sekaligus. Perbandingan harga ini menjadi berarti bagi calon pembeli. Apalagi model online shopping dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini menjadi salah satu model kewirausahaan digital.

Model kewirausahaan digital akan mendorong terciptanya inovasi baru sehingga dapat menciptakan ekosistem baru bagi UMKM yang bisa meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan rakyat Indonesia. Selain itu dengan teknik ini para pelaku UMKM akan terus bermotivasi memanfaatkan teknologi dalam jaringan untuk memasarkan produknya. Eksesnya UMKM akan bisa segera beradaptasi dengan dunia digital yang kemudian dapat bersaing di kancah internasional. Menyebutkan bahwa konten kreatif dapat menarik perhatian yang tinggi dari para warganet.

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Setiap UKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi dan penguasaan perekonomian.

Dijelaskan oleh Ibu Nurhayani sebagai pelaku UMKM bidang kuliner pun mengatakan:

“Digitalisasi sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi termasuk yang saya rasakan saat ini pendapatan dari hasil penjualan saya sangatlah berkembang pesat. Pelanggan datang dari dua arah datang ke warung dan pesan online. Saran saya untuk UMKM lainnya segeralah mengubah model penjualan anda untuk bersaing di masa digital saat ini dan anda harus paham internet, jika tidak anda akan jauh ketinggalan.”¹¹²

¹¹²Ibu Nurhayani, Enby Jaya, Wawancara dilakukan di Kelurahan Amparita, Tanggal 25 April 2022.

Sesuai dari hasil wawancara kepada pelaku UMKM mengatakan bahwa mayoritas pendapatan mereka dari konsumen sekarang meningkat setelah menerapkan sistem digital dan sebagian ada juga yang menyebutkan bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan yang akan diterima UMKM. Artinya semakin modern teknologi yang digunakan, maka pendapatan UMKM yang diterima juga akan semakin meningkat. Selain dampak positif ditimbulkan akibat digitalisasi oleh UMKM juga terdapat dampak negatif yang dialami oleh konsumen online.

Hal tersebut dijelaskan oleh Ibu Rasna:

“Jual beli online memang efektif tidak perlu keluar rumah barang sudah sampai rumah, tapi saya pernah tertipu oleh penjual online. Barang yang saya beli sedang booming penjual onlinenya mematok harga Rp. 65.000,- setelah saya membelinya ternyata saya cek kembali di ollshop lain ternyata harganya hanya Rp. 35.000,-. Jadi penjual onlinenya memainkan harga semaunya. Saya tidak menganjurkan untuk asal transfer di sistem COD karena maraknya penipuan”¹¹³.

Hasil wawancara mengatakan bahwa jual beli online yang dilakukan oleh beberapa ollshop itu memainkan harga dan tanpa kejujuran. Jual beli merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang mana sebuah kegiatan yang dilakukan antara penjual yang selaku penjual dengan pembeli dimana keduanya melakukan kegiatan pertukaran barang dengan barang lainnya. Dalam Islam jual beli termasuk salah satu bentuk muamalah yang mana dalam mekanisme di atur sesuai dengan landasan hukum Islam yakni al-qur'an dan hadits. Praktek jual beli yang telah disebutkan di atas dalam ekonomi Islam praktek jual beli harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam hukum Islam yakni orang yang melakukan akad harus telah *aqil baligh* (sudah baligh).

Kejujuran dalam bertransaksi dalam ekonomi Islam merupakan elemen prinsip yang sangat penting. Dimana seorang pedagang harus berlaku jujur,

¹¹³ Ibu Rasna, Konsumen, Wawancara dilakukan di Kelurahan Wette, 27 Juni 2022.

dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan kecacatan suatu barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena ada suatu *tadlis* (yang dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain). *Tadlis* dapat terjadi dalam 4 (empat) hal, yakni: kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan.

Hasil wawancara di atas yang mengeluhkan sistem COD karena maraknya penipuan tersebut dapat diadukan kepada pihak berwajib. Karena ada undang-undang perlindungan konsumen yang mengatur hal itu. Perlindungan hukum terhadap konsumen sangat penting ketika hak konsumen dilanggar dan pihak penjual tidak memenuhi kewajibannya. Perlindungan konsumen itu sendiri menurut Pasal 1 ayat (1) Undang – Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk menjamin perlindungan bagi konsumen. Undang - undang perlindungan konsumen ini dirancang sebagai aturan untuk kesejahteraan konsumen jual beli online. Namun, sejatinya para pihak transaksi jual beli online memiliki hak yang sama atas perlindungan hukum[9]. Dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang–Undang Perlindungan Konsumen terdapat dua pilihan, yaitu :

- a. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumendan pelaku usaha (dalam hal ini BPSK),atau
- b. Melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Mengajukan gugatan kepada pembeli, konsumen cukup menunjukkan bahwa produk yang diterima dari pembeli telah mengalami kerusakan pada saat

diserahkan oleh pembeli dan kerusakan tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen. Karena dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan, pihak yang dibebani untuk membuktikan ada atau tidaknya unsur kesalahan merupakan beban dan tanggung jawab pembeli. Alat bukti elektronik yang bisa digunakan dan sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat 1, 2 dan 3 Undang – Undang No. 19 tahun 2016 maka alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah :

- a. Bukti transfer atau bukti pembayaran.
- b. SMS atau *e-mail* yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian
- c. Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha

Maka dalam hal ini konsumen dapat mengajukan tuntutan berupa kompensasi atau ganti rugi kepada pembeli, kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat 2 Undang - Undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) meliputi pengembalian sejumlah uang, penggantian barang atau jasa sejenis atau yang setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan. Sedangkan, menurut Pasal 28 ayat (1) UU ITE jo Pasal 45 ayat (2) UU Nomor 19 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah)”.

Berbeda dari penjelasan Ibu Saidah:

“Saya tidak suka jual beli online, saya kurang setuju dengan sistem digital. Karena menurut saya itu berbahaya dan banyak penipuan benurut teman saya. Tapi pengalaman saya berbeda, saya pernah membeli barang dengan sistem COD melalui kurir. Barang memang cepat sampai tapi ongkos kirim

yang terlalu mahal, saya hitung jarak antara rumah saya ke Pangkajene itu memerlukan bahan bakar satu liter dengan harga Rp. 10.000,- kemudian ongkos kirim yang dipatok dengan harga Rp. 75.000,- bagi saya terlalu mahal. Sejak saat itu saya tidak melakukan sistem beli online. Pernah juga teman saya cefrita dia pernah membeli makanan dengan gambar yang sangat menggiurkan selera, ekpektasinya wah ini sangat lezat porsinya banyak ternyata di gambar memang begitu tapi kenyataannya gambar dibuat semenarik mungkin dan diperbesar agar terlihat porsinya banyak tapi masalah rasa tetap enak, di gambar merasa tertipu dan dirugikan”¹¹⁴

Penjelasan wawancara di atas menjelaskan bahwa transaksi online tidak selamanya baik, namun juga dapat menimbulkan dampak negatif. Berdasarkan penjelasan yang merasa penjual online telah mempermainkan harga barang itu adalah perbuatan yang melanggar aturan jual beli menurut Islam. Transaksi tersebut telah menyalahi prinsip jual beli karena merugikan orang lain. Umat Islam adalah umat yang bersatu-padu, sehingga mereka merasa bahwa penderitaan sesama muslim adalah bagian dari penderitaannya. Firman Allah SWT Q.S. Al-Hujurat[49]:10

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾

Terjemahnya

“Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.”¹¹⁵

Ulama` ahli fikih mengharamkan setiap perniagaan yang dapat meresahkan atau merugikan orang lain, terlebih-lebih masyarakat umum baik kerugian dalam urusan agama atau urusan dunia. Tidak ditemukan satu dalilpun yang membatasi keuntungan yang boleh direngguk oleh seorang pedagang dari bisnisnya. Bahkan sebaliknya, ditemukan beberapa dalil yang menunjukkan

¹¹⁴Ibu Saidah, Konsumen, Wawancara di Lakukan di Desa Wanio, Tanggal 28 Juni 2022.

¹¹⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 516.

bahwa pedagang bebas menentukan prosentase keuntungannya, selama tidak merugikan orang lain dan menimbulkan kemudharatan.¹¹⁶

Berdasarkan penjelasan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM diatas penerapan digitalisasi UMKM di wilayah Kab. Sidrap sangat membantu. Peningkatan pendapatan menjadi faktor utama yang menjadi dampak dari digitalisasi UMKM yang menjadi tujuan utama program Dinas Koperasi dan UMKM yang berkerjasama dengan Rumah BUMN dapat dikatakan efektif dengan menggunakan ukuran teori Efektivitas.

Program kerja Dinas Koperasi dan UMKM yang bekerjasama dengan Rumah BUMN dapat dikatakan efektif berdasarkan teori Efektivitas. Kesimpulan dari penelitian saat ini berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Arif Hodiono yang memiliki kesimpulan Ketepatan sasaran program yang ditujukan kepada masyarakat desa Samudra Kulon sebagai nasabah simpan pinjam BUMDesa. Pemantauan program yang dilakukan BUMDesa. Ketepatan penggunaan dana pada program pemberdayaan BUMDesa Arto Doyo melalui unit usaha simpan pinjam bisa dikatakan belum efektif.¹¹⁷ Penelitian ini searah dengan penelitian Cicik Indrianti yang meneliti zakat produktif Baznas memiliki kesimpulan bahwa zakat yang diberikan tepat sasaran kepada yang membutuhkan, kegiatan sosialisasi disambut baik oleh responden, kegiatan sesuai dengan visi dan misi Basnaz, kesimpulan penelitian mengatakan program Basnaz itu efektif.¹¹⁸

¹¹⁶Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), h. 199.

¹¹⁷Arief Hodiono, "*Efektivitas Program Bumdesa Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa(Studi Kasus Bumdesa Arto Doyo Desa Samudra Kulon, Kecamatan Gumelar, Banyumas)*"(Skripsi Sarjana: Program Studi Ekonomi Syari'ah fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto, 2018), H. 65.

¹¹⁸Cicik Indriati, Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Ekonomi Di Baznas Provinsi Jawa Timur, *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 2 Nomor 3, Tahun 2019, H. 148.

Efektivitas dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat dijelaskan bahwa efektivitas merupakan taraf sampai sejauh mana peningkatan kesejahteraan manusia dengan adanya suatu program tertentu, karena kesejahteraan manusia merupakan tujuan dari proses pembangunan. Adapun untuk mengetahui tingkat kesejahteraan tersebut dapat pula dilakukan dengan mengukur beberapa indikator spesial misalnya: pendapatan, pendidikan, ataupun rasa aman dalam mengadakan pergaulan.

Berdasarkan pendapat dan teori efektivitas yang telah diuraikan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam mengukur efektivitas suatu kegiatan atau aktifitas perlu diperhatikan beberapa indikator, yaitu :1) Pemahaman program, 2) Tepat Sasaran, 3)Tepat waktu, 4) Tercapainya tujuan, 5) Perubahan nyata.¹¹⁹

Deskripsi di atas tentang efektivitas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas mengacu kepada pencapaian tujuan, yaitu pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dimana tujuan awal pemerintah mengeluarkannya kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam membantu pertumbuhan ekonomi di wilayah Kab. Sidrap. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat sampai sejauh mana efektivitas kebijakan digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam membantu pertumbuhan ekonomi di wilayah Kab. Sidrap.

C. Etika Bisnis Islam Terhadap Digitalisasi UMKM di Masa Pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral

¹¹⁹Dedi Amrizal, *Penanggulangan Golput Dalam Pelaksana Pemilu*, (Medan: Ilmiah Aqli, 2021), h. 43.

kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggung jawab dan bermoral.

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan maka akan dapat menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya.¹²⁰

Etika atau akhlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kejayaan, kemuliaan umat di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kebejatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlangsung. Agar kegiatan bisnis yang kita lakukan dapat berjalan dengan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka kita harus menjadikan bisnis yang kita lakukan terwarnai dengan nilai-nilai etika.

Etika bisnis Islam dengan etika bisnis konvensional yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini dipastikan lebih mengikat dan tegas sanksinya. Etika bisnis Islami memiliki dua cakupan. Pertama, cakupan internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif

¹²⁰ Abdul Asiz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Jakarta: Alfabeta, 2013), h. 97.

memandang tinggi pendidikan. Kedua, cakupan eksternal meliputi aspek transparansi, akuntabilitas, kejujuran dan tanggung jawab.¹²¹ Untuk menerapkan etika bisnis Islam ada beberapa aksioma (ketentuan umum) atau prinsip etika bisnis Islam yang melatarbelakangi keberhasilan seseorang individu dalam bisnis, prinsip-prinsip itu intinya merupakan fundamental *human ethic* atau sikap-sikap dasar manusiawi yang menunjang keberhasilan seseorang. Aksioma aksioma etika bisnis Islam yang dimaksud adalah :

1) Prinsip Tauhid (Kesatuan/Unity)

Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹²² Aktivitas muamalah merupakan aktivitas muslim yang tentunya tidak akan lepas dengan masalah pengabdian kepada Allah, hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam Q.S. Az-Zariyat [51]:56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Terjemahnya:

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”¹²³

Ayat di atas mengisyaratkan bahwa tindakan manusia dalam rangka pengabdian kepada Allah selalu mengandung nilai-nilai ketuhanan. Sebagaimana kesatuan yang telah terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik,

¹²¹Yusanto dan Wijajakusuma, *Menggasgas Bisnis Islami*, (Depok: Gema Insani, 2002), h. 21.

¹²²Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), h. 105

¹²³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 523.

sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam. Rahmat merupakan faktor untuk meraih kebahagiaan dan keselamatan manusia di dunia dan di akhirat, dan oleh karena itu, ia diartikan nikmat dan pertolongan serta ampunan dan karunia.¹²⁴

Penerapan konsep tauhid tersebut dalam melakukan strategi bersaing perspektif etika bisnis Islam paling tidak akan melakukan tiga hal yaitu : pertama, menghindari adanya diskriminasi baik terhadap pekerja, pembeli, penjual, mitra kerja lainnya atau siapapun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa untuk menaati Allah SWT. Ketiga, menghindari perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah SWT.

Dijelaskan oleh Ibu Isida UMKM dibidang kuliner, mengatakan:

“Usaha saya berlokasi di Kelurahan Massepe, saya memulai usaha dengan modal yang minim awalnya saya hanya menjual denagn brand roti maros, namun setelah berjalan beberapa tahun saya menjual beberapa macam kue yang sekarang menjadi brand kami yaitu bolu cukke. Dalam jual beli kami lebih mementingkan kepuasan pembeli terhadap produk kami maka dari itu kami memilih bahan yang berkualitas agar konsumen merasa puas.”¹²⁵

Teks wawancara di atas menjelaskan bahwa produsen lebih memilih memenuhi kepuasan konsumen dalam sistem pemasarannya, karena ini

¹²⁴Veitzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islami Ekonomi dan Finansial*, (Jakarta: Gramedia, 2012), h. 224

¹²⁵Ibu Isida, Bolu Cukke, Wawancara dilakukan di Kelurahan Massepe, Tanggal 25 April 2022.

merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan belanja konsumen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berbelanja online shopping yakni: 1) Kenyamanan. Faktor ini sangat penting mengingat sebagian besar masyarakat mulai berusaha menghindari keramaian hingga berdesak-desakan saat berbelanja di pusat- pusat perbelanjaan. Dengan demikian pilihan untuk berbelanja di online shopping menjadi alternatif baru yang bisa membuat lebih efektif. 2) Kelengkapan informasi. Hadirnya teknologi informasi membuat akses terhadap informasi begitu cepat dan mudah. Hal itu ditambah dengan banyaknya platform yang telah menyediakan beragam informasi, fitur rating dan review hingga memberikan ulasan tentang kualitas dan informasi sebuah produk. 3) Ketersediaan produk dan jasa. Hanya dengan mengakses website, masyarakat dapat dengan cepat mengetahui ketersediaan barang tanpa harus berkunjung ke toko tersebut. Hal ini juga dapat membantu calon pembeli yang berlokasi jauh dengan toko, dengan tidak perlu berkunjung namun tetap dapat membeli barang secara online. 4) Efisiensi Biaya dan Waktu. Beberapa website sering menawarkan kepada calon pembeli harga terbaik dengan membandingkan harga.

Memilih bahan baku yang berkualitas merupakan kewajiban bagi produsen demi kesehatan konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Diki Setia Ningrat yang menjelaskan bahwa Berdasarkan data yang diperoleh dari mitra perajin makanan sehat, mitra ingin mengembangkan usaha yang sederhana ini dengan mengoptimalkan dalam manajemen produksi dari mulai proses pembuatan dan kemasan produk yang lebih menarik, dan manajemen pemasaran melalui penggunaan teknologi digitalisasi UKM yang tepat guna, efektif dan efisien (sehingga hasil produksi makanan sehat ini dapat menjadi nilai tambah bagi penghasilan keluarga umumnya dan masyarakat di Desa Sakhuda Bayu ini

khususnya). Kegiatan ini yang mengaplikasikan teknologi tepat guna digitalisasi UKM dalam proses produksi dan pemasaran makanan sehat akan meningkatkan kapasitas produksi yang lebih besar dan efisien dari segi waktu sehingga bisa meningkatkan daya saing bagi usaha mikro dan bagi masyarakat lain yang pekerjaannya juga sebagai perajin makanan sehat akan menjadi peluang untuk mengembangkan wirausaha secara bersama-sama karena peluang usaha pembuatan makanan sehat masih sangat terbuka lebar.¹²⁶

Lain hal yang dijelaskan oleh Fathima Tussuhara yang mengatakan:

“Saya menjual produk dari luar negeri yaitu Pizza, kemudian nama kedai saya La Pizza. Kata pizza berasal dari nama produknya kemudian kata La saya ambil dari awal nama seorang laki-laki di suku bugis yaitu La. Produk saya produksi sendiri menggunakan bahan yang halal. Ayam atau daging yang saya gunakan semuanya halal. Karena saya muslim jadi saya menghindari sesuatu yang haram dan akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak”¹²⁷

Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM menerapkan konsep kesatuan (tauhid) dalam berbisnis, karena dari dua UMKM yang keduanya memiliki brand tersendiri. Kedua UMKM tidak ingin melakukan diskriminasi terhadap pembeli dengan menggunakan bahan yang berkualitas selagi halal. Berdasarkan firman Allah Q.S. Al-Baqarah [2]:168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahnya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”¹²⁸

¹²⁶Diky Setya Diningrat, Bagoes Maulana, Endang Sulistriyani Gultom, Digitalisasi Umkm Akanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara, *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lpm Unimed 2017*, Isbn 978-602-50131-0-2. h. 141.

¹²⁷Ibu Fatimah Tussahrah, Lapizza Sidrap, Wawancara dilakukan di Riang Pitue, Tanggal 25 April 2022.

¹²⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.25.

Ayat di atas menjelaskan anjuran memakan makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, yaitu yang tidak haram, baik zatnya maupun cara memperolehnya dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagi ummat muslim. UMKM dalam hal minuman belum memiliki kreativitas dalam membuat flyer ataupun kemasan yang menarik, sehingga masih terkesan tradisional. Adanya perubahan aktivitas yang awalnya dilakukan secara konvensional dan interaksi secara tradisional, manusia bekerja lebih fleksibel dan terkoneksi tanpa batas di semua profesi dan kelompok masyarakat di belahan dunia. Digitalisasi juga mengganti banyak hal, termasuk pengembangan kesejahteraan karena mampu mengakses berbagai sumber informasi tanpa batas dan menjadikan media untuk memajukan kesejahteraan dan kemandirian

Indikator untuk mengetahui bahwa prinsip Tauhid diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dari kesiapan pengelola bisnis untuk senantiasa berusaha menjalankan semua aturan Allah swt yang berkenaan dengan bisnis.¹²⁹ Selain itu juga dapat dilihat dari sikap mereka yang selalu mengutamakan Allah swt, seperti ketika dihadapkan dengan dua pilihan, yaitu memilih untuk sholat atau tetap melanjutkan aktivitas bisnis. Pada saat datang waktu sholat dan mereka sedang menjalankan aktivitas bisnis yang bermacam-macam, mereka akan berusaha untuk menunaikan kewajiban sholat tersebut. Pada intinya mereka semua akan berusaha untuk mengutamakan kewajiban sholat.

2) Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Perilaku

¹²⁹Jubaedi, Ahmad Sobari, Syarifah Gustiawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor)," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (Juni 2018), h. 162.

keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang baik pula.¹³⁰

Muamalah sebagai hasil dari pemahaman terhadap hukum Islam tentulah dalam pembentukannya mengandung ciri intelektual manusia, maka dalam muamalah secara bersamaan terdapat unsur wahyu dan unsur intelektual, yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan umat dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip keadilan. Muamalah pada dasarnya dibolehkan selama tidak ada nash atau dalil yang menyatakan keharamannya. Menurut perspektif Al-Quran keadilan memiliki empat macam arti. Pertama adil berarti sama, kedua adil berarti seimbang, ketiga adil berarti memelihara hak individu dan memberikannya kepada yang berhak, keempat keadilan dinisbatkan kepada Allah swt, artinya memelihara hak berlanjutnya memiliki eksistensi.¹³¹ Konsep *equilibrium* juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan dalam bisnis yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.¹³² Manusia mempunyai kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas).

¹³⁰Umar Burhan, *Pelaku Rumah Tangga Muslim*, (Malang: UB Press, 2012), h. 6.

¹³¹Agus Efendi, *Asas Pandangan Dunia Islam*, (Bandung: Mizan, 2009), h. 60.

¹³²Budi Winamo, *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*, (Jakarta: PT Buku Kita, 2008), h.

Dijelaskan oleh Ibu Darma UMKM dbidang Kuliner, bahwa:

“Usaha saya jalankan tanpa intimidasi dengan tempat lain. Intimidasi sebenarnya banyak dilakukan dengan persaingan harga yang bersaing biar untung sedikit asal banyak yang laku menjadi prinsip beberapa penjual. Namun, saya dan teman-teman penjual lain bekerjasama menentukan harga bersama seperti minuman kami setuju dengan harga Rp. 10.000,- per gelas dan tidak bolh diantara kami menyeleweng dari harga tersebut misalnya menjual dengan harga dibawah perjanjian tersebut. Kemudian dalam proses produksi saya menggunakan takaran berupa gelas takaran agar menghasilkan rasa yang pas, saya tidak mengurangi takaran karena apabila takaran kurang rasa minumannya tidak enak dan konsumen merasa tidak puas dengan minuman dari kedai kami”¹³³.

Berdasarkan dari hasil wawancara keseimbangan atau keadilan yang berarti bahwa perilaku bisnis harus seimbang dan adil. Bahkan berlaku adil harus didahulukan. Perniagaan transaksi jual beli, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Keseimbangan berarti tidak berlebih dalam mengejar keuntungan ekonomi. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM tidak ada kecurangan dalam dalam menentukan harga berdasarkan mekanisme pasar yang normal. melakukan perjanjian kerjasama dengan menentukan harga jual produk tanpa diskriminasi satu sama lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka berhasil menerapkan prinsip keseimbangan. Firman Allah swt Q.S. Isra [17]:35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Terjemahnya:

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”¹³⁴

Ayat di menjelaskan mengenai prinsip keadilan diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dari tidak dilakukannya praktek kecurangan

¹³³Ibu Darma, Kedai Endut’s, Wawancara dilakukan di Kelurahan Wette, Tanggal 25 April 2022.

¹³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, h. 285.

dalam masalah takar menakar atau dalam menetapkan ukuran dan mereka sepakat berpendapat bahwa kecurangan dalam masalah takar menakar atau dalam menetapkan ukuran adalah perbuatan yang tidak diperbolehkan dan harus di jauhi dalam aktivitas bisnis mereka semua.¹³⁵ Selain itu juga dapat dilihat dari senantiasanya pengelola bisnis berusaha untuk berbuat adil dalam aktivitas bisnis mereka, seperti dalam masalah menetapkan takaran atau ukuran dan dalam menetapkan harga atau keuntungan.

Sistem Ekonomi Syariah/Islam memungkinkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan jujur tanpa berlebihan dan saling membantu sesama manusia, sehingga diharapkan dengan menjalankan ekonomi Islam, manusia dapat menemukan sebuah kesetiaan dan kesejatian dalam Islam yang diharapkan hal ini dapat memberikan kesejahteraan bagi semua manusia. Oleh karena itu, jika ada yang mengatakan istilah “Manajemen Keuangan Syariah”, maka maksudnya adalah sebuah kegiatan manajerial keuangan untuk mencapai tujuan dengan memperhatikan kesesuaiannya pada prinsip-prinsip syariah. Lebih jauh perencanaan, pengorganisasian, penerapan dan pengawasan yang berhubungan dengan keuangan secara syariah dijelaskan mencakup beberapa hal sebagai berikut: (1) Setiap upaya- upaya dalam memperoleh harta semestinya memperhatikan cara-cara yang sesuai dengan syariah seperti perniagaan/jual beli, pertanian, industri, jasa-jasa; (2) Obyek yang diusahakan bukan sesuatu yang diharamkan; (3) Harta yang diperoleh digunakan untuk hal-hal yang tidak dilarang/mubah seperti membeli barang konsumtif, rekreasi, dan sebagainya. Digunakan untuk hal-hal yang dianjurkan/sunnah seperti infaq, waqaf, shadaqah. Digunakan untuk hal-hal yang diwajibkan seperti zakat. Dalam hal ingin

¹³⁵Iendy Zelviean Adhari, *Korelasi Sertifikasi halal pada Keberkahan Bisnis*, (Penerbit Insania, 2021), h. 35.

menginvestasikan uang juga harus memperhatikan prinsip uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditi yang diperdagangkan, dapat dilakukan secara langsung atau melalui lembaga intermediasi seperti bank syariah dan reksadana syariah.

Etika dalam manajemen keuangan syariah tidak bisa dilepaskan dari nilai-nilai ajaran Islam secara menyeluruh. Dalam Islam, perbuatan bisnis yang semata-mata didasarkan atas asas ekonomi sangat dicela oleh kaum Muslimin yang jujur. Bisnis sekalipun tujuannya untung, sekalipun telah dilakukan secara sukarela, namun tetap tidak dibenarkan jika melanggar. Aturan atau pengetahuan umum, antara lain pengetahuan tentang harga umum/wajar; sebagai contoh, perilaku menaikkan harga suatu barang kepada seorang pendatang dan kepada orang yang biasa ada di daerahnya, memberikan harga yang murah/wajar.

Dengan demikian, motif ekonomi yang sesuai dengan syariah/Islam adalah mencari keuntungan materi secara efisien dan cara-cara benar/etis lainnya yang menyebabkan mendapat keuntungan pada kehidupan sekarang dan kehidupan setelah mati. Sehingga menghemat biaya dalam mencapai keuntungan besar adalah suatu cara yang dibenarkan, karena berupa efisiensi. Sementara

Islam tidak melarang efisiensi/penghematan. Yang dilarang Islam adalah kikir dan pemborosan. Cara-cara yang benar itu dirumuskan menurut wahyu sekaligus pengalaman manusia dalam kehidupan ekonominya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 29:

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

Terjemahnya:

“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.”¹³⁶

Dari ayat diatas dijelaskan bahwasannya kita dilarang meraup keuntungan secara berlebihan. Maka dari itu, dalam memperoleh keuntungan para pelaku UMKM harus menggunakan cara-cara yang benar sesuai dengan yang diajarkan didalam Islam.

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk menegakkan keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam surah Al-Maidah ayat 8 Allah SWT berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha

¹³⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h.83.

mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹³⁷

Prinsip seimbang dan adil menjadi wajib bagi pelaku usaha, karena prinsip itu dapat membuat usaha dapat berlangsung lama dan memiliki pelanggan setia serta dapat dengan mudah menjalin kerja sama dengan sesama pelaku usaha lainnya. Terlebih lagi ketika menghadapi situasi sulit seperti di masa-masa pandemi, di mana moral ekonomi menjadi penting dan dipertaruhkan. Sehingga, pelaku usaha yang memiliki mental wirausaha yang islami dapat menghindari perbuatan-perbuatan yang merugikan orang lain.

3) Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Menurut pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam. Dalam aspek bisnis, kebebasan dapat dipahami bebas dalam membuat perjanjian. Namun, kebebasan tersebut bukan tanpa batas dan perjanjian yang dibuat harus perjanjian yang tidak melanggar syariat. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak.¹³⁸

Indikator untuk melihat prinsip kehendak bebas diterapkan dengan baik atau tidaknya dapat dilihat dalam bisnis tersebut, dalam bentuk pemberian

¹³⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 108.

¹³⁸ Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2010), h. 67.

kebebasan pada semua mitra bisnis untuk membuat perjanjian namun kebebasan tersebut bukanlah kebebasan yang tanpa batas, artinya responden tetap memberikan batasan atau perjanjian tersebut harus perjanjian yang sesuai dengan ketentuan syariat.¹³⁹

Kebebasan berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah kaidah Islam. Karena masalah ekonomi termasuk aspek muamalah, bukan ibadah, maka berlakunya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang”, yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

Aksioma kebebasan dalam prinsip etika bisnis disini yaitu konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerjasama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al akhirat* (berlomba lomba dalam kebajikan) dan menepati kontrak, baik kontrak kerja sama bisnis maupun kontrak kerja dengan pekerja. Sikap loyalitas juga diperlukan dalam perjanjian kerjasama seperti tidak bekerja sama dengan musuh-musuh Allah swt untuk melakukan hal yang membahayakan ummat Islam. Keyakinan yang kokoh diperlukanyang lebih besar daripada uang dan lebih mengakar daripada gunung.¹⁴⁰

Diungkapkan oleh Alfarizi Nur Syawal UMKM di bidang kuliner, mengatakan:

“Usaha saya mulai sejak tahun 2018, saya mulai dari usaha kecil kemudian lama kelamaan saya mulai bermitra dengan beberapa ojek online. Dan marketpalce yang berbasis aplikasi. Saya bermitra dengan mereka sangat

¹³⁹ Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Syariah*, (Sleman: CV Budi Utama, 2020), h. 49.

¹⁴⁰ Abdullah dan Shalah, *Fikih Ekonomi Islam*, Terj. Abu Umar Basyir, (Jakarta: Darul Haq, 2015), h. 21.

baik bagi ojek online yang tidak berbasis aplikasi memiliki orderan yang lebih dari lima porsi saya kasih bonus satu porsi agar ojek onlinenya merasa nyaman bermitra dengan kami. Bagi hal kedua yang kami lakukan yaitu memberikan potongan harga bagi produk kami kepada ojek online berbasis aplikasi maupun yang tidak. Kami juga melakukan perjanjian kepada konsumen apabila produk yang kami kirim tidak sesuai dengan gambar maka mereka dapat return kembali kami akan mengganti rugi”

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa pelaku bisnis menginginkan keseimbangan dan keadilan antara mereka dan konsumen. Bukan hanya dengan konsumen UMKM juga bermitra dengan ojek online dan memberikan diskon apabila driver online mendapat banyak pesanan. Aspek bisnis seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam hal membuat perjanjian, Pebisnis muslim yang percaya pada kehendak Allah akan selalu selalu menepati dan memuliakan janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja, stakeholder dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya. Sebagai seorang pebisnis ataupun wirausahawan sudah menjadi hal yang wajar bila memberikan sebuah perjanjian kepada konsumen. Janji adalah sebuah ikatan yang sudah di sepakati antara pihak penjual dan pembeli, Pelaku UMKM seharusnya berlaku adil terhadap pelanggan maupun pembeli di mana pun dan walaupun itu terdesak karena sesungguhnya Allah Maha mengetahui.

Konsep keadilan bagi pebisnis dengan membedakan antara pelanggan dan pembeli biasa harusnya dihindari, karena dengan sikap tersebut bisa menimbulkan sebuah keirisan, seharusnya sebagai pebisnis tetap harus menghargai sebuah antrian yang sesuai dengan urutannya. Adil dihadapan dan

memperlakukan semua konsumen dengan sama. Dengan sikap adil, pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semuanya harus merasakan keadilan. Adapun tantangan yang sering yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM ialah melakukan keseimbangan di mana keinginan untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak, sehingga menjual produk yang didesain semenarik mungkin dan terlihat lebih bagus meski tidak sesuai dengan kualitas produk yang sebenarnya. Sehingga konsumen tidak memperoleh manfaat dari produk sesuai dengan harga yang telah di bayarkan. Apabila terjadi hal demikian berdasarkan penelitian Muthia, maka pelaku usaha bisa melakukan dengan cara *khiyar aibi*, di mana ketentuannya konsumen boleh mengembalikan barang yang dibelinya jika merasa tidak sesuai dengan pesanan. Atau solusi lainnya mengurangi kualitas barang atau harganya. Namun jika konsumen sudah mengetahui kekurangan produk tersebut dan ia rida, maka hal tersebut diperbolehkan.

Penjelasan di atas, diharapkan bagi pelaku UMKM dapat berlaku seimbang dan adil terhadap semua elemen, baik pembeli maupun sesama pelaku usaha, sehingga sudah selaknya bagi penjual harus menepati janjinya. Seorang dalam membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya satu dengan lainnya, serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati. Wirausahawan atau pebisnis sebagai seorang produsen, atau pun distributor harus senantiasa menepati janji pengiriman, menyerahkan barang dengan kualitasnya, warna, ukuran, dan atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semula, memberi layanan garansi atau sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati kepada sesama rekan bisnis misalnya pembayaran dengan jumlah

dan waktu yang tepat dan lain sebagainya. Kebebasan dalam memilih dijelaskan dalam QS. Ali Imran: 152:

وَلَقَدْ صَدَقَكُمُ اللَّهُ وَعْدَهُ إِذْ تَحُسُّونَهُمْ بِإِذْنِهِ ۗ حَتَّىٰ إِذَا فَشِلْتُمْ وَتَنَزَعْتُمْ فِي الْأَمْرِ وَعَصَيْتُم مِّن بَعْدِ مَا أَرْسَلْنَاكُمْ مَا تَحِبُّونَ ۗ مِّنكُمْ مَّن يُرِيدُ الدُّنْيَا وَمِنْكُمْ مَّن يُرِيدُ الْآخِرَةَ ۗ ثُمَّ صَرَفَكُمْ عَنْهُمْ لِيَبْتَلِيَكُمْ ۗ وَلَقَدْ عَفَا عَنْكُمْ وَاللَّهُ ذُو فَضْلٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ ﴿١٥٢﴾

Terjemahnya:

“Dan Sesungguhnya Allah telah memenuhi janji-Nya kepada kamu, ketika kamu membunuh mereka dengan izin-Nya sampai pada sa'at kamu lemah dan berselisih dalam urusan itu dan mendurhakai perintah (Rasul) sesudah Allah memperlihatkan kepadamu apa yang kamu sukai. di antaramu ada orang yang menghendaki dunia dan diantara kamu ada orang yang menghendaki akhirat. kemudian Allah memalingkan kamu dari mereka untuk menguji kamu, dan sesungguhnya Allah telah mema'afkan kamu. dan Allah mempunyai karunia (yang dilimpahkan) atas orang-orang yang beriman.”¹⁴¹

Ayata di atas menjelaskan bahwasanya manusia diperbolehkan memilih pilihan yang diinginkannya. Dalam hal jual beli pun pembeli memilih barang yang diinginkannya tanpa adanya paksaan dari penjual, begitu pula penjual dapat memilih pesanan mana yang bisa diproses dan mana yang tidak bisa diproses dan tanpa ada paksaan dari pembeli. Apabila landasan kehendak bebas ini diaplikasikan pada bisnis, maka kehendak bebasnya dapat berupa kebebasan pelaku bisnis untuk berinovasi produk. Selain itu, pelaku bisnis juga memiliki kebebasan menciptakan target pemasaran produknya sesuai dengan pangsa pasar produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, sebagai seorang pelaku UMKM dapat memahami dan menerapkan prinsip kehendak bebas. Bebas bukan bermakna semena-mena, tetapi tetap berpegang teguh terhadap ajaran islam, selalu selalu menepati dan memuliakan janjinya baik kepada pembeli, pemasok, rekan kerja,

¹⁴¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 69.

stakeholder dan tentunya menepati janji kepada Allah dalam bentuk melaksanakan semua perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Pelaku UMKM yang memiliki watak sesuai dengan prinsip kehendak bebas, akan mampu menjalankan usahanya dalam waktu yang lama, meskipun terjadi situasi yang pelik seperti di masa-masa Covid-19, karena baik pelanggan maupun stakeholder lainnya sudah memiliki kepercayaan terhadap pelaku usaha.

Dijelaskan oleh Lawardi UMKM di bidang kuliner, mengatakan:

“Yosha Chafe usaha saya berjalan di bidang kuliner kami menyiapkan makanan dan minuman. Mulai dari nasi, mie, cemilan dan masih banyak lagi. Saya bermitra dengan beberapa ojek online dan karyawan yang berjumlah 3 orang. Saya memiliki perjanjian atau kontrak kerja dengan karyawan saya yaitu mereka saya gaji perbulannya. Kewajiban mereka datang pukul 08:00-22:00 wita merupakan jam operasional chafe saya. Selanjutnya mereka dibebaskan makan menu yang kami sediakan saat jam makan siang, namun mereka yang harus masak sendiri. Saat waktu sholat tiba juga mereka dibebaskan untuk menunaikan tanpa meninggalkan tanggung jawab mereka”¹⁴²

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM telah menerapkan prinsip kebebasan dalam berbisnis. Terlihat dari sikap penjual ke mitra ojek online yang memberikan bonus dan potongan harga ojek online tersebut merasa nyaman bermitra dengan merek. Selain penjual ke ojek online, sikap penjual juga dapat dilihat dari perjanjian kerjasama dengan karyawannya yang mengizinkan untuk karyawan memasak bahan makanan yang disediakan sesuai di menu yang akan menjadi santapan makan siangnya, selanjutnya karyawan bebas melaksanakan sholat lima waktu dengan catatan kewajiban mereka tidak ditinggalkan sesuai perjanjian kerjasama. Hal tersebut pemilik lakukan didalam perjanjian agar semua partner kerjanya dapat mencanangkan dalam hatinya sikap *al-Wala'* (loyalitas) dan *al-Bara'* (sikap antipadi). Akar keyakinan semakin diperdalam oleh puluhan nash

¹⁴²Lawardi, Yosha Indonesia, Wawancara dilakukan di Pangajenne, Tanggal 25 April 2022

yang diriwayatkan berkaitan dengan sikap loyalitas.

4) Prinsip Tanggung jawab (*Responsibility*)

Tanggungjawab muslim yang sempurna tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas dalam menentukannya. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, Manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Prinsip tanggungjawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggungjawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis yang ia jalankan.

Berada dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Prinsip tersebut harus dijalankan dengan baik agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Hal ini sesuai dengan apa yang ada di dalam Q.S. Al-Mudatsir [74]:38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Terjemahnya:

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya,”¹⁴³

Maksud dari ayat di atas merupakan pernyataan kepada manusia seluruhnya dalam kaitan dengan kebebasan memilih yang telah ditegaskan pada ayat-ayat sebelumnya. Manusia mau maju meraih kebaikan atau mundur yang jelas setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya masing-masing, kecuali golongan kanan golongan inilah yang meraih keberuntungan karena memilih yang baik. Dalam ayat ini Allah menegaskan bahwa setiap jiwa manusia tergadai di sisi Allah.¹⁴⁴ Baik yang muslim maupun yang kafir, yang ingkar atau pun yang taat, semuanya tergantung kepada Allah. Tiap jiwa terikat dengan amal yang dikerjakan sampai hari Kiamat, kecuali golongan kanan. Artinya mereka dapat melepaskan keterikatan mereka di sisi Allah dengan amal-amal baik yang mereka kerjakan, sebagaimana halnya seorang dapat melepaskan diri dari status gadai karena telah membayarkannya. Golongan kanan yang dimaksudkan adalah orang-orang mukmin yang ikhlas, yang menerima buku amalan mereka di sebelah kanan di hari Kiamat. Akan tetapi, ada pula yang mengatakan golongan kanan dalam ayat ini adalah anak-anak yang memang belum diperhitungkan dosa dan kejahatannya. Bahkan ada yang berpendapat golongan kanan itu adalah para malaikat. Maka dari itu setiap transaksi jual beli yang dilakukan haruslah dengan tanggung jawab yang besar apakah itu dengan perhitungan atau pencatatan transaksi semua harus jelas dan akan dipertanggung jawabkan.

¹⁴³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 576.

¹⁴⁴Baeti Rohman, *Al-Quran dan Civil Society*, (Cilandak: Tarbiyah Press, 2020), h. 45.

Diuungkapkan oleh Malomo Gallery bahwa:

“Saya Alisa bekerja sebagai kasir di Mallomo Galery tempat produksi makanan beku maupun non beku. Disetiap transaksi jual beli yang terjadi saya diwajibkan untuk mencatatnya agar tidak terjadi kesalahan dan dapat diketahui berapa keuntungan setiap hari dari transaksi jual beli. Setiap bulannya saya merekap hasil penjualan dan menghitung setiap gaji karyawan termasuk gaji saya perbulannya.”¹⁴⁵

Tanggung jawab adalah perbuatan yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan kewajiban. Tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku UMKM ditunjukkan dengan menepati janji, dan memberitahu ketika terjadi perubahan. Mengirimkan produk sesuai transaksi yang dilakukan sampai ke tangan konsumen, dan sebisa mungkin menyelesaikan complain yang ada.

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Manusia bebas untuk melakukan aktivitas bisnis kecuali dengan yang dilarang dan yang dilarang oleh islam adalah ketidakadilan dan riba. Dalam tataran ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tapi merupakan kebebasan yang bertanggung jawab dan berkeadilan. Pertanggung jawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab yang penuh kepada Allah atas perilaku bisnisnya. Harta sebagai komoditi bisnis dalam islam, adalah amanah yang diberikan oleh kita dan akan dimintai pertanggung jawaban

¹⁴⁵Ibu Asmiah, Malomo Gallery, Wawancara dilakukan di Desa Majelling, Tanggal 25 April 2022.

dihadapan Allah. Tanggung jawab manusia menurut Al-Qur'an, terdapat dalam QS. Al-Ahzab ayat 72:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ تَحْمِلَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا
الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu Amat zalim dan Amat bodoh.”¹⁴⁶

Ayat di atas mencakup Tanggung Jawab dari Allah Ta'ala dan Tanggung jawab antar sesama manusia, namun Amanah terbesar adalah Tanggung jawab yang Allah pikulkan di pundak manusia, yaitu syariat Islam. Kita dituntut untuk menjalankan Tanggung jawab ini sebagai khalifah (wakil Allah) di muka bumi; menjalankan syariat Islam dalam seluruh lini kehidupan kita.

Namun kenyataan yang kita saksikan banyak di antara manusia yang mengabaikan Tanggung jawab ini, berpaling darinya dan memilih agama selain Islam, atau tidak sempurna dalam menjalankannya. Terlihat dengan nyata masih banyak yang meninggalkan kewajiban agama seperti shalat, puasa, zakat dan haji, atau masih terbuai dalam kemaksiatan seperti zina, judi, konsumsi makanan dan minuman haram, serta maksiat lainnya.

Adapun bentuk tanggung jawab sosial UMKM yaitu:

- (1) pengolahan limbah,
- (2) bonus dan dana kesehatan karyawan,
- (3) sumbangan kegiatan masyarakat sekitar, dan
- (4) sumbangan pada tempat sosial.

¹⁴⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 427.

Bentuk pertanggungjawaban UMKM juga melalui Laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan catatan informasi keuangan suatu entitas yang dapat menggambarkan kinerja UMKM tersebut pada suatu periode akuntansi. Laporan keuangan dibuat untuk menyajikan informasi mengenai kinerja UMKM dan berguna untuk mengambil keputusan bisnis.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memenuhi etika bisnis dalam Usaha Mikro Kecil Menengah adalah bahwa promosi yang bertanggung jawab. Hal ini dapat dilakukan oleh para Usaha Mikro Kecil Menengah dengan menjelaskan kepada konsumen dalam promosinya mengenai detail produk tersebut misalnya mengenai bahan atau ukuran produk dengan melalui sosial media seperti Instagram dan facebook. Promosi para Usaha Mikro Kecil Menengah ini tentunya harus memperhatikan etika bisnis, yaitu suatu studi yang dikhususkan mengenai moral yang menunjukkan kebenaran dan salah. Dengan adanya etika bisnis para Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Instagram akan memberikan kepercayaan kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan sesuai dengan realitas produk. Konsumen juga tidak akan merasa ditipu, karena informasi yang ditampilkan sesuai dengan produk sesungguhnya.

Lain halnya dengan Ibu Nurdia UMKM yang bergerak di jual beli elpiji bahwa:

“Di tempat saya tidak mencatat hasil penjualan yang menyangkut uang hasil penjualan. Melainkan saya diwajibkan oleh agen untuk mencatat berapa yang saya jual di setiap harinya, melaporkan tabung yang sudah kosong dan tabung yang bocor juga sisa tabung gas yang belum laku, laporan tersebut diserahkan setiap bulannya.”¹⁴⁷

Kegiatan di atas seperti hal yang dilakukan UMKM dalam penelitian Ahmad Nur Zaroni yang mengatakan bahwa indikator untuk melihat prinsip

¹⁴⁷ Ibu Nurdia, Pangkalan Elpiji, Wawancara dilakukan di Desa Wanio, Tanggal 25 April 2022

tanggungjawab diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dalam bentuk melakukan pencatatan pada setiap transaksi keuangan yang terjadi dalam setiap aktivitas bisnis yang mereka.¹⁴⁸

Hasil dari penelitian kedua tempat UMK ini melakukan tanggung jawab mereka dengan mencatat transaksi setiap harinya dan di laporkan setiap bulannya sebagai bentuk tanggung jawab mereka, jadi penelitian ini dapat dikatakan berhasil menerepakan prinsip tanggung jawab.

5) Prinsip *Ihsan* (Kebajikan)

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.⁵⁷ Jika keadilan dapat menyelamatkan lingkungan social dari tindakan-tindakan yang tidak diinginkan dan kegetiran hidup, *keIhsanan* justru membuat kehidupan sosial ini menjadi manis dan indah. Perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma *Ihsan* dalam bisnis, yaitu :

1. Kemurahan hati (*leniency*).
2. Motif pelayanan (*Service motive*).
3. Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Dijelaskan oleh Bapak Antoni UMKM dibidang peralatan, mengatakan:

“Tempat saya berjualan ada tiga yaitu di rumah, di pasar dan di sosial media. Saya berintraksi dengan banyak orang disekitar saya mulai dari teman maupun pelanggan. Masalah ramah dengan semua orang apalagi

¹⁴⁸Ahmad Nur Zaroni, “Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan ekonomi),” *Mazahib Jurnal pemikiran Hukum Islam*, Vol. 4, No. 2 (Desember 2007).

degan pelanggan saya rasa itu sudah jelas dalam ajaran islam apalagi sesama ummat islam bukan hanya dengan pelanggan saja hal itu dilakukan.”¹⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara menggunakan indikator untuk melihat prinsip *Ihsan* diterapkan dengan baik atau tidak di dalam bisnis bisa dilihat dalam bentuk pelayanan yang terbaik dan optimal, yang diberikan kepada para konsumen mereka. Melayani konsumen dengan sikap yang ramah, sopan dan santun serta berusaha selalu menggunakan bahasa yang baik dan dengan muka yang tersenyum saat berkomunikasi atau bertransaksi secara langsung dengan konsumen mereka. Sedangkan ketika mereka berkomunikasi atau bertransaksi secara tidak langsung dengan konsumen, seperti bertransaksi melalui media sosial, mereka selalu mengawalinya dengan salam dan menyapa dengan sapaan yang menyenangkan hati konsumen.

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah :

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan dalam memberikan suatu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang

¹⁴⁹Bapak Antoni, Lapak Bugis Massepe, Wawancara dilakukan di Kelurahan Massepe, Tanggal 25 April 2022.

kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.¹⁵⁰

Al-Quran banyak menerangkan tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum yang ada dalam ajaran agama Islam unsur etikanya sudah sangat jelas. Dalam hubungan ini, Al-Quran dan Hadits sebagai sumber dari etika bisnis. Sumber etos kerja Islam telah memberikan Khitbah antara yang halal dan haram, antara yang terpuji dan tercela. Oleh karena itu, Islam mencegah suatu bisnis yang tidak jelas jenis dan sifatnya.⁶² Al-Quran mengisyaratkan bahwa pelaku bisnis cenderung saling bersaing dalam memperoleh keuntungan sebanyak mungkin. Padahal Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah [2]: 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Terjemahnya:

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”¹⁵¹

Ayat di atas menjelaskan dalam kata “diantara kamu” memberikan kesan bahwa harta benda adalah milik bersama, milik semua manusia dan Allah membaginya diantara mereka secara adil dan sesuai kebutuhan, berdasarkan kebijaksanaan-Nya melalui penetapan hukum dan etika sehingga perolehan dan pemanfaatannya tidak menimbulkan perselisihan dan perusakan. Hasil wawancara di atas dikatakan bahwa penjual memperlakukan pelanggan dengan baik, menyapa dengan ramah. Pemahaman mereka mengenai berperilaku baik dengan ummat Islam berdasarkan Firman Allah swt Q.S. Al-Baqarah [2]:83:

¹⁵⁰Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Sleman: Budi Utama, 2020), h. 8.

¹⁵¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 29.

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ
تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿١٧٢﴾

Terjemahnya:

“Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.”¹⁵²

Ayat di atas mensyariatkan untuk kaum muslim agar beribadah kepada Allah, dan berbuat baik kepada kedua orang tua serta sesama muslim. Selain itu juga anjuran untuk bersedekah kepada anak-anak yang bapaknya telah meninggal sebelum mereka berusia baligh, membantu orang-orang yang membutuhkan, bertutur kata yang baik dan melaksanakan sholat, serta membayar zakat.¹⁵³ Seperti dalam hal bertransaksi haruslah dengan baik kepada semua pelanggan.

Hasil penelitian dari peneliti menyimpulkan bahwa beberapa UMKM telah menerapkan lima prinsip etika bisnis Islam, namun masih ada yang beberapa belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islam dalam usaha mereka, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu Wahyu Mijil Sampurno bahwa menerapkan etika bisnis Islam pada setiap aspek perusahaan ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan (ihsan). Penerapan etika bisnis Islam menimbulkan dampak positif bagi seluruh proses operasional perusahaan. Hal tersebut ditandai dari hasil analisis terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, manajemen dan

¹⁵²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 12.

¹⁵³Wahbah az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir*, h. 162.

SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan aspek finansial.¹⁵⁴ Selanjutnya penelitian Noorma Yunia hasilnya menunjukkan bahwa Kampong Kreati, Bazar Madinah dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadits. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga.¹⁵⁵



¹⁵⁴Wahyu Mijil Sampurno ,Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga, *Journal Of Islamic Economics Lariba* (2016). Vol. 2, H. 13.

¹⁵⁵Noorma Yunia, Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menjalankan Usaha Kecil, *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh*, Vol.1, No.1, h. 77.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan analisis data penelitian yang berjudul “Efektivitas Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Pada Program Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan (Analisis Etika Bisnis Islam)”, maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Sistem digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di masa pandemi Covid-19 pada program Pemda Kab. Sidrap

Sistem digital yang menjadi program Dinas Koperas, UKM, dan Ketenagakerjaan bekerjasama dengan Rumah BUMN disosialisasikan melalui kegiatan seminar. Seminar tersebut di sambut baik oleh UMKM. UMKM di jelaskan, di iarahkan kemudian mempraktekkan sistem jual beli online yang dijelaskan oleh pemateri. UMKM di jelaskan strategi bisnis secara tidak langsung ,mengikuti tujuh siklus internet marketing meskipun tidak semuanya di jelaskan peluang bisnis online.

2. Dampak digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap kegiatan ekonomi di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap

Program digitalisasi UMKM di masa pandemi Covid-19 menimbulkan dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif yang ditimbulkan diantaranya UMKM melek teknologi, jual beli tidak memerlukan toko atau tempat, sistem promosi UMK lebih mudah, pendapatan UMKM dapat meningkat. Adapun dampak negatif yang ditimbulkan diantaranya maraknya praktek penipuan yang melibatkan pihak yang tidak bertanggung jawab dan ingin mendapat keuntungan

dari hasil menipu konsumen dampak negatif selanjutnya yaitu terdapat permainan harga yang dilakukan oleh UMKM yang ingin mendapat keuntungan dua kali lipat.

3. Digitalisasi UMKM di masa pandemi Covid-19 pada Kab. Sidrap perspektif etika bisnis Islam

Etika bisnis Islam memiliki 5 prinsip yaitu prinsip tauhid (kesatuan/unity), prinsip keseimbangan (*equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggung jawab (*responsibility*), prinsip *ihsan* (kebajikan). Berdasarkan kelima prinsip tersebut UMKM telah melaksanakan prinsip etika bisnis meskipun masih ada yang belum menaati etika bisnis islam seperti memperjual belikan sesuatu yang haram.

B. Saran

1. Bagi pemerintah setempat yaitu Dinas Koperasi, UKM, dan Ketenagakerjaan bekerjasama dengan Rumah BUMN program kerjanya harus tetap dijalankan agar mendapat hasil yang maksimal.
2. Bagi rumah BUMN Kab. Sidrap agar menambah anggota atau memperluas upaya sosialisasi digitalisasi UMKM karena masih banyak UMKM yang belum bisa menjangkau sistem digital karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki.
3. Bagi UMKM, sistem digital yang dipraktekkan harus dilakukan dengan jujur tanpa mengintimidasi pelanggan berdasarkan barang dan harga. Untuk UMKM yang telah menerapkan sistem digital agar tetap kreatif dan mempertahankan kualitas produk.
4. Bagi Pelanggan agar tidak kapok menggunakan sistem jual beli *online* karena masih banyak UMKM atau ollshop yang amanah dalam sistem jual beli *online* yang diterapkan.

Bagi peneliti selanjutnya:

Peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan metode penelitian campuran (*mixed method*) yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif untuk mengukur seberapa efektif program Dinas Koperasi, UKM dan Ketenagakerjaan yang bekerjasama dengan Rumah BUMN dalam program kerja digitalisasi UMKM di Kab. Sidrap dan menggunakan analisis kualitatif dengan teori etika bisnis Islam.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Abdullah, Boedi, and Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2014.

Ais, Rohadatul. *Komunikasi Efektif di Masa Pandemi Covid-19*. Banten: Makmodd Publishing, 2020.

Amrizal, Dedi. *Penanggulangan Golput Dalam Pelaksana Pemilu*. Medan: Ilmiah Aqli, 2021.

Amrizal, Dedi, and Yusriati. *Penanggulangan Golput dalam Pelaksanaan Pemilu Legislatif dan Pilkada*. Medan: Ilmiah Aqli, 2018.

Anisa, Nurul, and Fitri Yunarti. *Mengenal Covid-19*. Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021.

Aprianto, Iwan. *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Sleman: Budi Utama, 2020.

Ariyanto, Aris. *Strategi Pemasaran UMK di Masa Pandemi*. Solok: CV Insani Cendekia Mandiri, 2021.

Asiz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Jakarta: Alfabeta, 2013.

az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Munir*. Depok: Gema Insani, 2016.

Adzkiya, Abbadul. *Etika Bisnis Nabi Muhammad*. Semarang: CV Lawwana, 2021.

Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jawa Barat: CV Jjejak, 2019.

Anwar, Choiroel. *Metodologi Kulitatif*. Sidoarjo: Sitafama, 2015.

Brahim, Muh. Nur Eli. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2021.

Burhan, Umar. *Pelaku Rumah Tangga Muslim*. Malang: UB Press, 2012.

Chamid, Nur. *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.

- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2002.
- Efendi, Agus. *Asas Pandangan Dunia Islam*. Bandung: Mizan, 2009.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Hamdani. *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Mnenengah (UMKM) Lebih Dekat*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020.
- Harmayani, and Durahman Marpaung. *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Huda, Nurul. *Pemasaran Syariah*. Kencana: Depok, 2017.
- Indriati, Cicik. "Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Ekonomi Di Baznas Provinsi Jawa Timur." *Jurnal Ekonomi Islam*, 2019: Volume 2 Nomor 3.
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008.
- Karim, Adimarwan A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.
- Kartajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2010.
- L, Sudirman, Damirah, and I Nyoman Bidiono. "Pengembangan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare." *Jurnal Diktum*, 2018: Vol. 16, No. 1.
- Lazuardi, Dedi. *Konsep Dasar Pemasaran di Era Digita*. Kita Menulis, 2022.
- Maidin, M. Rusdi. *Model Kepemimpinan Uwatta Dalam Komunitas Tolotang Benteng*. Makassar: CV Sah Media, 2017.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Muhammad. *Manajemen Dana*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011.
- Mulyono, Sri. *Etika Bisnis Islam*. Lombok: CV Alliv Renteng Mandiri, 2021.
- Mardia. *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Muhjadi. *Etika dan Komunikasi Bisnis Islam*. Jakarta: Salembadiniyah, 2019.

- Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- no.1058., Ibnu Hibban Hadist Shohih dalam Ash. Shahihah.
- Nogi, Hessel. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2013.
- Rivai, Veitzal, and Antoni Nizar Usman. *Islami Ekonomi dan Finansial*. Jakarta: Gramedia, 2012.
- Rohman, Baeti. *Al-Quran dan Civil Society*. Cilandak: Tarbiyah Press, 2020.
- Sampurno, Wahyu Mijil. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga." *Journal Of Islamic Economics Lariba*, 2016: Vol. 2.
- Saripah, Debi S Fuad, and Ade Sadikin Akhyadi. "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial." *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 2021: Nomor: 1 (volume: 5).
- Semaun, Syahriyah. "Eksistensi Koperasi Wanita Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat." *Jurnal Al-Maiyyah*, 2018: Vol 11, No. 2.
- Shalah, Abdullah dan. *Fikih Ekonomi Islam*. Jakarta, Terj. Abu Umar Basyir: Darul Haq, 2015.
- Shaleh, Muhammad Yusuf, and Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Sobana, Dadang Husain. *Manajemen Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Subagyo, P Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Sudaryo, Yoyo, and Nunung Ayu Sofiati. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeth, 2015 .

- Siswoyo, Agung. *Strategi Sukses*. Jawa Tengah: Lakeisha, 2019.
- Tambunan, Tulus. *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Prenada, 2021.
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalah Kontemporer*. Bogor: PT Berkat Mulia Insani, 2017.
- Wijajakusuma, Yusanto dan. *Menggagas Bisnis Islam*. Depok: Gema Insani, 2002.
- Wijoyo, Hadion. *Digitalisasi UMKM*. ICM Publisher: Selayo, 2020.
- Winamo, Budi. *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. PT Buku Kita: 2008, Jakarta.
- Yulianto, Edy. *Bisnis Online dan E-Commerce*. Malang: PT Cita Intrans Selaras, 2020.
- Yunia, Noorma. "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Menjalankan Usaha Kecil." *Jurnal Aksioma Al-Musaqoh* Vol.1, No.1.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Ekonomi Mikro Islam*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2016.
- Yusanto, and Wijajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Depok: Gema Insani, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*. Edited by Cet. XIII. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Daymon, Christine, and Immy Holloway. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Jakarta: Benteng Pustaka, 2007.
- Faizal, Sanafiah. *Format-format Penelitian Sosial*. Edited by (Cet. V. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Wijaya, H. *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi* . Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018.
- Salim, and Haidir. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan , dan Jenis*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Spiegel, Murray R., and Larry J. Stephens. *Statistik*. Edisi Ketiga: PT. Gelora Aksara Pratama, 2004.

- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media, 2016.
- Adhari, Iendy Zelvian. *Korelasi Sertifikasi halal pada Keberkahan Bisnis*. Penerbit Insania, 2021.
- Aidah, Siti Nur. *Kitab Sejarah Covid-19*. Jogjakarta: KBM Indonesia, 2020.
- Karim, Bustanul. *Prinsip Membangun Ekonomi Ummat*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018.
- Nugroho, Riant. *Dampak Covid-19 pada Ekonomi: Pendekatan Strategi Ketahanan Pangan*. Jakarta: Yayasan Rumah Reformasi Kebijakan, 2020.
- Rustandi, Ahmad Deni. *Tafsir Toleransi Dalam Gerakan Islam di Indonesia*. Tasikmalaya: Zakimu.com, 2022.
- Ya'qub, Hamzah. *Etos Kerja Islami: Petunjuk pekerjaan halal dan haram dalam syari'at Islam*. Bandung: Pedoman Ilmu Jaya.
- Tandra, Hans. *Virus Corona Baru Covid-19*. Yogyakarta: Rapha Publishing, 2020.
- Zaid, Zainal. "Aksiologi Budaya Bugis Makassar Terhadap Produk Peraturan Daerah di Sulawesi Selatan." *Jurnal Hukum Diktum*, 2011: Vol. 9, No. 1.
- Kautsar Ahmad dan Iwan Krisnadi, "Digitalisasi Koperasi dalam Penyempurnaan Konsep Pasar Digital Nasional sebagai Penangkal Resesi Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19", Thesis Program Pasca Sarjana, Program Studi Magister Teknik Elektro, Universitas Mercu Buana, 2021.
- Moh. Musfiq Arifqi, "Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19", Thesis Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Ulum (STAIM) Terate Sumenep.
- Yoanna Martina, "Analisis Dan Perancangan Sistem Internet Marketing Pada Pt Indoarta Systemindo Hotel (Indotel)" (Skripsi Sarjana: Manajemen Fakultas Sistem Informasi Universitas Bina Nusantara, 2018).
- Arief Hodiono, "Efektivitas Program Bumdesa Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa (Studi Kasus Bumdesa Arto Doyo Desa Samudra Kulon, Kecamatan Gumelar, Banyumas)" (Skripsi Sarjana: Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto, 2018).

Diky Setya Diningrat, Bagoes Maulana, Endang Sulistriyani Gultom, Digitalisasi Umkm Akanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara, *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lpm Unimed 2017*, Isbn 978-602-50131-0-2.

Nizam Zakka Arrizal, S Sofyantoro, Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi, *Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah*, Vol. 2, No. 1, Juni 2020.

Jubaedi, Ahmad Sobari, Syarifah Gustiawati, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor),” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 2 (Juni 2018).

Ahmad Nur Zaroni, “Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan ekonomi),” *Mazahib Jurnal pemikiran Hukum Islam*, Vol. 4, No. 2 (Desember 2007).

<https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm> , akses 25 Agustus 2021.

<https://www.diskop.id/umkm-2/>

