

**PENGARUH EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN
PELAKU USAHA UMKM DI KOTA LHOKSUKON DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DENGAN EKONOMI
SYARIAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**RITA MAULINA
NIM. 190440070**



**universitas
MALIKUSSALEH**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di era revolusi industri 4.0 memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Perkembangan ini mampu menciptakan model bisnis dan pelaku ekonomi baru yang sangat dinamis, sehingga mampu menggeser praktik-praktik ekonomi tradisional yang eksis sebelumnya. Ekonomi inilah yang sekarang kita kenal dengan konsep ekonomi digital dimana terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Ekonomi global yang semakin maju serta didukung dengan adanya teknologi yang semakin canggih membuat terciptanya perekonomian digital yang memungkinkan kita mengendalikan segala hal dari satu tempat melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat gadget/smartphone.

Ekonomi digital merupakan suatu hal yang menandakan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pada masa yang akan datang, ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang menggunakan layanan internet sebagai media dalam berkomunikasi, kolaborasi dan bekerjasama antar perusahaan atau individu (Sayekti 2018). Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri multinasional mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk mendorong persaingan karena memungkinkan model bisnis yang inovatif dan memungkinkan perusahaan untuk meningkat

dengan cepat. Ekonomi digital merupakan bisnis yang dilakukan melalui media virtual, penciptaan dan pertukaran nilai, transaksi, dan hubungan antar pelaku ekonomi yang matang dengan internet sebagai media alat ukur.

Perubahan pola dan bentuk aktivitas kehidupan yang saat ini berlangsung dengan serba digital, semakin banyak memberikan bukti bahwa ekonomi Islam atau ekonomi syariah dengan konsepnya yang bersumber pada ajaran suci semakin menunjukkan kebenaran dan relevansinya dengan perkembangan tersebut salah satunya terlihat dari prinsip saling membutuhkan. Pada era digital kegiatan perdagangan atau jual beli yang dilakukan secara online. Hubungan saling membutuhkan dalam jual beli secara online terlihat dari sisi konsumen atau masyarakat, kebutuhan mereka adalah tersedianya barang yang tidak hanya memiliki kualitas baik, tetapi juga mudah didapatkan dan bisa diperoleh dengan efisiensi waktu, tenaga serta biaya. Keberadaan barang yang dapat dibeli secara online merupakan kebutuhan bagi konsumen atau masyarakat.

Namun Kehadiran ekonomi digital tidak hanya membawa dampak positif terhadap perekonomian Indonesia tetapi juga membawa dampak negatif. Ekonomi digital memungkinkan semua orang untuk memulai bisnis dengan mudah sehingga persaingan usaha menjadi semakin ketat. Untuk dapat bertahan di era digitalisasi dan menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat tersebut para pelaku usaha harus menguasai teknik-teknik dalam ekonomi digital agar mampu bersaing. Ekonomi digital dipercaya akan mampu menjawab tantangan pembangunan ekonomi yang belum stabil.

Menurut Anggota DPRD DKI Jakarta, Yuke Yurike, pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia didorong oleh banyaknya pengguna internet yang bertransaksi melalui daring. Bisnis pada era digital bukan lagi mempersoalkan produk apa yang dijual, melainkan bagaimana cara menjual dan mempromosikannya. Potensi bisnis pada era digital sangat lebar, terutama untuk industri kreatif. Berbagai platform perdagangan elektronik yang terus tumbuh menjadi angin segar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia untuk memasarkan produknya (Sayekti 2018).

Usaha mikro kecil dan menengah memiliki peranan yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan.

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

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik, baik layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan. Ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko online (baik itu marketplaces maupun platform online) yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia (Az'mi 2018).

Seiring berjalannya waktu, era ekonomi digital UMKM di Indonesia terjadi peningkatan, membuat banyak tatanan pola pikir masyarakat mengenai pendidikan, kesehatan, dan juga bisnis berubah. Digitalisasi UMKM penjualan yang dilakukan secara online melalui market place (Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dll) atau media social (Instagram, Whatsapp, Facebook, Line) menjadi solusi yang paling tepat bagi UMKM. Kemampuan digital harus di miliki oleh UMKM dalam menghadapi perubahan pola jual beli di era distupsi dan juga era modern.

Dilihat berdasarkan bandingannya antara pelaku UMKM yang belum menggunakan ekonomi digital dengan yang sudah menggunakan ekonomi digital terdapat perbedaannya. Hal ini dijelaskan dalam hasil penelitian (Ghalib and Setiawan 2019) bahwa penggunaan media sosial pada usaha catering di Kota Semarang menimbulkan perbedaan perkembangan usaha antara sebelum dan sesudah menggunakan media sosial. Hal ini dikarenakan ini terjadi adanya peningkatan jumlah omset rata-rata sebesar 148, peningkatan keuntungan rata-rata 151 persen, peningkatan jumlah produksi rata-rata sebesar 46 persen, dan peningkatan tenaga kerja rata-rata sebesar 3 orang. Peningkatan jumlah pada

keempat variabel tersebut terjadi karena dengan penggunaan media sosial dapat menjangkau pasar lebih luas daripada pemasaran melalui media cetak, sehingga lebih banyak menjangkau konsumen.

UMKM bisa bertahan karena UMKM dapat menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan masyarakat, pelaku UMKM memanfaatkan sumber daya lokal, manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan dengan artian barang UMKM tidak mengandalkan barang impor. Dan yang terakhir pelaku UMKM tidak ditopang dengan dana pinjaman dari bank, melainkan dari dananya sendiri. Dikutip dari (kompas.com), peran UMKM sudah diakui dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, oleh sebab itu UMKM menjadi sumber utama penciptaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan output hal ini di rasakan oleh negara berkembang bahkan di negara maju sekalipun (Kusasih5, 2021).

Ada pun kegiatan ekonomi digital yang berkembang telah banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia, yang ada di Kabupaten Aceh Utara khususnya dikota Lhoksukon. Saat ini banyak pelaku usaha UMKM masyarakat kota Lhoksukon menggunakan media sosial berbasis internet untuk berjualan atau biasa dikenal dengan perdagangan online. Dimana para pelaku usaha UMKM masyarakat Lhoksukon mempromosikan produk mereka melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smarphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak disosial media sekarang seperti yang sering kita lihat salah satunya digrup Lhoksukon dagang yang ada pada aplikasi Facebook adalah

tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain. Atau melalui tagar di isntagram yaitu #lhoksukon #kulinerlhoksukon dan lain-lainnya yang mencapai jumlah postingan ratusan hingga ribuan.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM, total jumlah UMKM yang ada di Aceh Utara sebesar 3.660. Sementara merujuk pada data UKM kota Lhoksukon, jumlah pelaku UMKM sejauh inisebanyak 339 orang yang bergerak pada beragam sektor.

Tabel 1 1
Jenis Usaha dan Jumlah Pelaku UMKM di Kota Lhoksukon

No.	Sektor Usaha	Jumlah	
1	Perdagangan	30	
2	Perdagangan	Bahan Makanan, Minuman dan lainnya	29
3	Perdagangan		89
4	Perdagangan		41
5	Perdagangan		87
6	Pertanian		8
7	Industri	55	
Total			339

Sumber Data: Dataukmkm Dinas Koperasi Dan UKM Aceh(2022)

Berdasarkan data diatas pelaku UMKM yang ada di kota Lhoksukon hanya berjumlah 339 berdasarkan sector usahanya. Pada sector Perdagangan terdapat 276 pelaku UMKM. Sementara pada sector Pertanian hanya terdapat 8 pelaku UMKM dan pada sector Industri hanya ada 55 pelaku UMKM.Di yakini bahwa jumlah pelakuUMKM di Lhoksukon akan terus meningkat sehingga diperkirakan hingga tahun 2023 nanti jumlah pelaku UMKM di Lhoksukon akan semakin mengalami pertumbuhan.

Tabel 1 2
Data UMKM Kota Lhoksukon

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Usaha Mikro	153
2	Usaha Kecil	169
3	Usaha Menengah	17
	Total	339

Sumber Data: Datakumkm Dinas Koperasi Dan UKM Aceh (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa terdapat sebanyak 153 jumlah usaha mikro, 169 jumlah usaha kecil, 17 usaha menengah yang ada di kota Lhoksukon. Pada saat ini para pelaku usaha telah banyak menggunakan teknologi informasi sebagai bagian dari usaha mereka, dengan kehadiran media sosial seperti *Facebook*, *Instragram*, dan *Whatsapp* dapat mempermudah para pelaku usaha untuk mempromosikan hasil produksi mereka secara lebih luas yang menghemat waktu dan biaya, serta mempermudah produsen berinteraksi dengan konsumen secara langsung.

Dengan munculnya teknologi yang canggih di era-digital menjadi peluang untuk mendapatkan keuntungan, tetapi pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan peluang dengan maksimal. Hal ini dikarenakan belum semua wilayah dapat mengakses internet dengan mudah, dan masalah selanjutnya juga pengetahuan tentang era-digital ini belum merata disemua kalangan umur. Terutama pada pelaku UMKM, dimana masih banyak yang belum paham teknologi dan strategi digitalisasi pemasaran. Banyaknya pelaku UMKM yang berusia lanjut menyebabkan mereka sulit untuk mengikuti perkembangan digitalisasi pemasaran ini, ilmu tentang pengetahuan teknologi mereka pun belum cukup untuk ikut bergabung pada digitalisasi pemasaran ini. Sehingga pendapatan

mereka yang belum bergabung ke digitalisasi pemasaran itu menurun atau masih dibawah daripada yang ikut bergabung. Era-digital ini juga menimbulkan rasa malas bagi para pembeli keluar rumah untuk membeli produk, kebanyakan mereka sekarang lebih memilih untuk memesan produk secara online, meskipun produk yang mereka beli online itu kualitasnya tidak sebaik yang produk yang mereka biasa beli offline.

Dari semua kegiatan usaha yang mereka lakukan baik secara digital maupun tidak, pendapatan merupakan hasil yang di peroleh setiap pelaku UMKM dalam penjualannya. Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan.

Dalam teori Ekonomi oleh Samuelson dan Nordhaus (2002) menyatakan pendapatan merupakan kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Menurut (Hendrik 2011) pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit. Menurut (Sukirno 2000) pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut. Adapun indikator pendapatan menurut (Yuniarti 2019) yaitu modal, pengalaman, pendidikan, keberlanjutan usaha, lokasi usaha, tenaga kerja, dan teknologi.

Menciptakan lingkungan bisnis yang kreatif disertai dengan keamanan dan kenyamanan baik secara lahiriah maupun batiniah adalah keinginan semua orang. Terlebih untuk orang yang mempunyai rasa keimanan yang kuat akan merasakan beban yang berat disaat kegiatan bisnis yang dilakukannya bertolak belakang dengan keyakinannya. Hal ini terjadi karena lingkungan bisnis yang ada di sekitar kita masih terkontaminasi oleh transaksi-transaksi yang tidak sesuai dengan syariat islam. Padahal jika lingkungan bisnis sudah sesuai dengan aturan islam maka akan terjadi kemaslahatan di dunia dan akhirat (Falahuddin et al. 2021).

Dapat dilihat pula dengan majunya ekonomi digital dapat memakmurkan pedagang kecil yakni mereka yang tidak ada toko bisa berjualan melalui media sosial, dan hal amat penting berperan dalam keadilan manusia, yakni kembali lagi ke prinsip syariah yaitu segala usaha apapun boleh dilakukan oleh siapapun tanpa kecuali, mau itu yang punya toko maupun tidak sehingga setiap manusia dimuka bumi ini dapat membuat usaha sesuai dengan kemampuan dan kelebihan yang mereka miliki, dan semua itu dilakukan semata-mata untuk mencari ridha Allah SWT. yaitu dengan menjalankan prinsip kejujuran, adil dan beretika.

Dalam ekonomi Islam, mengembangkan UMKM tidak hanya skill yang dibutuhkan, melainkan bagaimana pengusaha bisa menerapkan prinsip-prinsip yang terbaik dalam membangun dan mengembangkan usaha, serta memudahkan para pelaku UMKM untuk dapat membangun aktifitas ekonomi.

Sistem ekonomi syariah merupakan cara dan pelaksanaan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dimana perkembangan ekonomi syariah

yang semakin marak ini merupakan cerminan kerinduan umat Islam dalam menjalankan bisnis secara Islami, pesatnya persaingan antara pembisnis mengakibatkan adanya persaingan yang tidak sehat demi mendapatkan keuntungan yang besar dalam aktifitas pengembangan usahanya. Sehingga banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan peraturan Allah SWT(Ayu 2018).

Di dalam ekonomi Islam, menjalankan aktifitas jual beli harus dengan aturan Islam yang mengutamakan keadilan bersama tanpa ada yang merasa terzalimi, baik dari pihak pelaku UMKM maupun pihak pembeli. Dalam menjalankan pengembangan usaha, para pelaku UMKM di Lhoksukon diharapkan untuk mampu mengelola dan mengembangkan UMKM secara profesional sesuai peraturan ekonomi Islam agar terhindar dari sistem penjualan kapitalis.

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

وَقَدْ فَاتَ الْشَّرُّوَافِ الْأَرْضُ وَأَبْتَخُنُ الْأَيَّامَ
كَرُّوا وَاللَّهُ كَثِيرٌ رَأْفًا نَعَاهُ كَيْ تَفْهَرُوا حُرًى

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

Al-Syaukani menjelaskan makna ayat ini dengan mengatakan, apabila engkau telah selesai melaksanakan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi untuk perdagangan (tijarat) dan melakukan transaksi-transaksi lainnya, sesuai dengan apa yang engkau butuhkan untuk memenuhi urusan kehidupanmu. Dan carilah karunia Allah dalam bentuk rizqi yang memang dikaruniakan Allah buat

hambanya. Dalam konteks ayat, fadhl Allah adalah keuntungan-keuntungan (alarbah) di dalam mu'amalat dan usaha-usaha (makasib) yang telah kita lakukan (Tarigan 2012).

Menurut MY Bahtiar (2017) bahwasanya tips-tips praktis Rasulullah dalam berdagang adalah mencintai konsumennya. Rasulullah saw pernah bersabda bagaimana cara mencintai konsumennya, diantaranya:

لِلرَّجُلِ سَحَرٌ إِذَا وَاعَدَ، أَشْتَرَوْا وَلَوْ ذَا
أَقْتَضَ

Artinya: *"Allah itu mengasihi orang yang bermurah hati, ketika menjual, ketika membeli dan ketika menagih."* (HR. Bukhari dari Jabbir bin Abdullah no. 2076).

يَا وَيْلَا يَا حَرَمٌ نَسُوءُ هَرِيٍّ بَاعَ يَوْمَ خِيَرَةٍ
يَوْمَ عَيْبُ الْبُؤْ لَابِيَهُ نَهْ.

Artinya: *"Seorang muslim adalah saudara muslim lainnya, tidak halal bagi seorang muslim menjual barang kepada saudaranya yang di dalamnya ada cacat, kecuali ia menerangkan cacat tersebut."* (Hadits riwayat Ibnu Majah, 2/754; Shahihul Jami', 6705.)

Dalam dunia bisnis kejujuran ditampilkan dalam bentuk ketepatan baik ketepatan waktu, janji, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan produk dari sikap berbohong. Setiap usaha dan ikhtiar dalam memenuhi kebutuhan hidup hendaklah diawali niat untuk Allah SWT. Seseorang pedagang menjajahkan dagangannya di pasar menaruh harapan agar mendapat rezeki yang banyak, pegawai yang bekerja di kantor berharap mendapatkan hasil yang diharapkan, jadi dimana setiap orang yang berusaha agar mendapatkan rezeki Allah maka akan dijanjikan pahala baginya apapun profesinya.

Berdasarkan uraian masalah di atas, alasan peneliti melakukan penelitian ini karena masih terdapat pelaku UMKM melakukan kecurangan dalam jual beli online yang tidak sesuai dengan ketentuan yang telah di buat dalam syariah islam. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam dengan Ekonomi Syariah Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Seberapa pengaruh ekonomi digital terhadap Ekonomi Syariah di Kota Lhoksukon?
2. Seberapa pengaruh ekonomi digital terhadap Pendapatan UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam?
3. Seberapa pengaruh ekonomi syariah terhadap Pendapatan UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam?
4. Apakah ekonomi syariah memediasi ekonomi digital dan pendapatan UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh ekonomi digital terhadap Ekonomi Syariah di Kota Lhoksukon

2. Untuk mengetahui pengaruh ekonomi digital terhadap Pendapatan UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam.
3. Untuk mengetahui pengaruh ekonomi syariah terhadap Pendapatan UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam.
4. Untuk mengetahui ekonomi syariah memediasi ekonomi digital dan pendapatan UMKM di Kota Lhoksukon dalam Perspektif Ekonomi Islam

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Praktis

1. Bagi penulis, dari segi manfaat untuk penulis yaitu dapat memperbanyak referensi karya ilmiah dengan tujuan pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Bagi pembaca, untuk sumber inspirasi dan juga referensi bagi mahasiswa Universitas Malikussaleh khususnya prodi S1 Ekonomi Islam.
3. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat memperkenalkan Ekonomi Digital kepada masyarakat luas khususnya bagi pelaku usaha UMKM, sehingga dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan guna untuk meningkatkan usaha secara syariah.

1.4.2 Secara Teoritis

1. Untuk menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dan pembaca.
Sebagai rujukan untuk penelitian yang dilakukan yang selanjutnya akan diserahkan kepada Dinas Koperasi dan UMKM Aceh sebagai bentuk terima kasih terkait dengan penelitian yang dilakukan dengan judul

—Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Lhoksukon dalam perspektif Ekonomi Islam.

2. Penelitian ini akan dapat digunakan sebagai informasi bagi UMKM di Lhoksukon serta bagi pembaca lainnya terkait dengan Ekonomi Digital terhadap pelaku usaha UMKM.

