

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskriptif Teori

Deskriptif teori disebut juga definisi konseptual, menjelaskan variabel yang diteliti, diperoleh dari ahli tertuang didalam buku atau jurnal penelitian. Deskripsi teori berisi tentang teori konsep Pengaruh, Pemberdayaan Masyarakat Islam, UMKM, jual beli *online*, sebagai berikut:

1. Konsep Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekuatan yang ada atau timbul dari sesuatu, seperti orang, benda yang turut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹ Influence atau pengaruh yaitu daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi, yang mampu membuat mereka melakukan atau tidak melakukan sesuatu.² Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada Pengaruh timbal balik atau Pengaruh sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang dipengaruhi.³ Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang untuk menuju arah yang lebih positif. Bila pengaruh ini adalah pengaruh yang positif maka, seseorang akan berubah menjadi lebih baik, yang memiliki visi misi jauh kedepan.

Pengaruh dibagi menjadi dua, ada yang positif, ada pula yang negatif. Bila seseorang memberi pengaruh positif kepada masyarakat, ia bisa mengajak mereka untuk menuruti apa yang ia inginkan. Namun bila pengaruh

¹ Departemen Pendidikan Nasional (2014) *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Cetakan ke Delapan Belas, Edisi IV*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 758.

² Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*. Bandung : PT. Mandar Maju, 176.

³ Suharno dan Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Semarang: Widya Karya, 2006), 243.

seseorang kepada masyarakat adalah negatif, maka masyarakat justru akan menjauhi dan tidak lagi mengahrgainya.⁴

Menurut teori diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh adalah daya yang muncul berdasarkan sesuatu baik berupa orang atau benda yang ikut menciptakan watak, agama atau perbuatan seseorang. Pengaruh juga terdapat suatu keadaan dimana interaksi timbal kembali atau interaksi sebab dampak antara apa yang mempengaruhinya.

2. Teori Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari Bahasa Inggris *power* diartikan daya atau kekuatan. Pemberdayaan diartikan pemberian kekuasaan untuk memengaruhi atau mengontrol. Manusia secara individu maupun kelompok memiliki hak untuk berpartisipasi dalam mencari solusi yang menyangkut permasalahan masyarakat. Sedangkan menurut Korten pemberdayaan adalah peningkatan kemandirian masyarakat melalui kemampuan dan kekuatan SDM baik material maupun non material melalui redistribusi modal.⁵

Konsep “pemberdayaan” berasal dari kata “daya” yang mengandung arti “kekuatan” dari terjemahan bahasa Inggris “*empowerment*”. Pemberdayaan adalah dukungan atau kekuatan kepada kelompok yang belum mampu menggali potensi diri agar bisa hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok/kebutuhan dasar hidupnya sehari-

⁴ Farida Noor Fitriani, Pengaruh Training Islamic Excellent Service Terhadap Kinerja Karyawan IAIN Walisongo, Diakses dari http://eprints.walisongo.ac.id/092411060_Bab2.pdf, pada tanggal 25 Maret 2022, pada pukul 00.27 WIB.

⁵Nuskhiya Asfi dan Holi Bina Wijaya, *Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengentasan Kemiskinan Pada Program Gerdu Kempling Di Kelurahan Kemuning Kota Semarang*, Jurnal Teknik Pwk Volume 4 Nomor 2:2015, 234

hari, seperti makan, pakaian/sandang, rumah/papan, pendidikan, dan kesehatan.⁶

Pemberdayaan merupakan usaha yang digunakan untuk memberdayakan dan mengajak masyarakat memenuhi kebutuhannya. Pemberdayaan dapat menumbuhkan semangat kemandirian untuk mengembangkan kreativitas tanpa bergantung pada bantuan. Meningkatkan kualitas hidup di masyarakat dengan menggunakan berbagai pendekatan dapat mengasah pola pikir dengan cara menggali potensi.

Pendekatan masyarakat merupakan salah satu bentuk alternatif pengembangan yang menuntun masyarakat agar memenuhi kebutuhan. Proses pembangunan yang harus diikuti masyarakat diawali proses kegiatan sosial untuk memperbaiki kondisi dengan pemberdayaan masyarakat. Menurut Sommerville, dalam Lawson dan Kearns, makna dari kontrol dapat diterapkan secara umum berarti pengambilan keputusan dan kebebasan tindakan dari subjek data.⁷

Pemberdayaan masyarakat dapat dicapai melalui metodologi penelitian yang memberikan sasaran untuk memberikan informasi menggunakan metode *participatory research appraisal* (PRA).⁸ Faktor-faktor penting dalam pemberdayaan suatu desa adalah sebagai berikut :

- a. Pemanfaatan sumber daya alam (SDA) dan sektor-sektor potensial secara produktif, efisien, dan pengaruh.

⁶ Muhammad Alhada Fuadilah Habib, Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif, Ar Rehla: Journal Of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, And Creative Economy, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/index>, Volume 1, Issue 2, November 2021, 107.

⁷Nuskhya Asfi dan Holi Bina Wijaya, *Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengentasan Kemiskinan Pada Program Gerdu Kempling Di Kelurahan Kemuning Kota Semarang*, Jurnal Teknik Pwk Volume 4 Nomor 2:2015, 256.

⁸ Sri Handayani, *Penerapan Penelitian Participatory Research Appraisal dalam Penelitian Permukiman Vernakular Pemukiman Kampung Kota*,

- b. Pembangunan infrastruktur dan sarana pembangunan secara merata keseluruhan wilayah.
 - c. Peningkatan kemampuan sumber daya manusia (SDM) sebagai insan pembangunan dan pemberdayaan.
 - d. Penataan dan pemanfaatan ruang secara optimal⁹.
- b. Proses dan Tahapan Pengembangan Masyarakat

Pengembangan masyarakat sebagai tahapan awal menuju proses pemberdayaan masyarakat, pada umumnya dirancang dan dilaksanakan secara komprehensif dengan memiliki lima karakteristik sebagai berikut: berbasis lokal, berorientasi pada peningkatan kesejahteraan, berbasis kemitraan, secara menyeluruh, dan berkelanjutan.

Pengembangan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat berbasis lokal jika perencanaan dan pelaksanaannya dilakukan pada lokasi setempat dan melibatkan sumber daya lokal dan hasilnya pun dapat dirasakan oleh masyarakat setempat. Dengan demikian, prinsip daya saing komparatif akan dilakukan sebagai langkah awal untuk mencapai daya saing kompetitif. Pengembangan masyarakat dan pemberdayaan yang berbasis lokal tidak menjadikan penduduk lokal sekedar sebagai penonton dan pemerhati tetapi melibatkan peran serta mereka dalam program itu sendiri.

Pengembangan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat bersifat holistic berarti ia mencakup semua aspek sumber daya lokal yang ada. Hal ini untuk menghindari terjadinya sikap ketergantungan masyarakat terhadap segala sesuatu. Karena ketergantungan terhadap satu aspek sumber daya akan mengakibatkan terjadinya degradasi sumber daya dan penurunan produksi yang akhirnya berakibat pada penurunan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

⁹ Soetomo, *Strategi Pembangunan Masyarakat*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010,

Pengembangan masyarakat dan pemberdayaan sejalan dengan prinsip keberlanjutan jika program nya dirancang dan dilaksanakan dengan memperhatikan keberlanjutan dari sisi sosial maupun ekonomi. Keberlanjutan sosial berarti bahwa program pengembangan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat tidak melawan dan merusak sistem maupun nilai nilai sosial positif yang ada ditengah masyarakat. Sedangkan keberlanjutan ekonomi berarti tidak ada eksploitasi ekonomi dari pelaku ekonomi yang kuat terhadap yang lemah.¹⁰

Adapun menurut United Nations proses pemberdayaan meliputi beberapa hal antara lain :

a. *Getting to know the local community*

Yaitu mengetahui karakteristik masyarakat setempat (lokal) yang akan diberdayakan, termasuk perbedaan karakteristik yang membedakan masyarakat desa yang satu dengan yang lainnya.

b. *Gathering knowledge about the local community*

Yaitu mengumpulkan pengetahuan yang menyangkut informasi mengenai masyarakat setempat. Seperti umur, pekerjaan, tingkat pendidikan, status sosial ekonomi, serta faktor kepemimpinan baik formal maupun informal.

c. *Identifying the local leaders*

Yaitu segala usaha pemberdayaan masyarakat akan sia-sia jika tidak mendapatkan dukungan dari pimpinan/tokoh-tokoh masyarakat setempat. Karena mereka mempunyai pengaruh yang kuat di dalam masyarakat.

d. *Stimulating the community to realize that it has problems*

Yaitu didalam masyarakat yang terikat terhadap adat kebiasaan, sadar atau tidak sadar mereka tidak merasakan bahwa mereka punya masalah yang harus diselesaikan. Karena itu, masyarakat perlu pendekan persuasif agar mereka

¹⁰Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, 76-77.

sadat bahwa mereka punya masalah yang harus diselesaikan, dan kebutuhan yang perlu dipenuhi.

e. *Helping people to discuss their problem*

Yaitu bahwa memberdayakan masyarakat bermakna merangsang masyarakat untuk mendiskusikan masalahnya serta pemecahan masalah.

f. *Helping people to identify their most pressing problems*

Yaitu membantu dan merangsang masyarakat agar mampu mengidentifikasi masalah, terutama masalah yang paling menekan inilah harus diprioritaskan pemecahannya.

g. *Fostering self-confidence*

Yaitu bahwa tujuan utama pemberdayaan masyarakat adalah membangun rasa percaya diri masyarakat. rasa percaya diri inilah yang akan menjadi modal utama masyarakat untuk berswadaya.

h. *Deciding on a program action*

Yaitu bahwa masyarakat perlu diberdayakan untuk menetapkan suatu program yang akan dilakukan. Program *action* tersebut perlu ditetapkan menurut skala utama, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Tentunya program dengan skala utama paling tinggi yang perlu didahulukan pelaksanaannya.

i. *Recognition of strengths and resources*

Yakni membuat masyarakat mengerti bahwa mereka memiliki kekuatan-kekuatan dan sumber-sumber yang dapat dimobilisasi untuk memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhannya.

j. *Helping people to continue to work on solving their problems*

Yakni bahwa pemberdayaan masyarakat harus secara berkesinambungan agar mampu bekerja memecahkan masalah secara konsisten.

k. *Increasing people's ability for self-help*

Yaitu bahwa salah satu tujuan pemberdayaan masyarakat adalah tumbuhnya kemandirian masyarakat dan kemampuan menolong dirinya sendiri.¹¹

Dari beberapa proses pengembangan masyarakat yang digambarkan oleh United Nations diatas, pengembangan masyarakat ini memakai proses *recognition of strengths and resources* bahwa pada dasarnya pengembangan masyarakat merupakan kegiatan terencana dan kolektif dalam memperbaiki kehidupan masyarakat yang dilakukan melalui program pengolahan potensi lokal yang dimiliki baik potensi berupa sumber daya manusia maupun sumber daya alam, terutama pada kelompok lemah atau kurang beruntung agar mereka memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya.

Kartasasmita mengatakan upaya pengembangan dan pemberdayaan harus dilakukan melalui tiga arah antara lain :¹²

Pertama, menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Artinya, bahwa setiap manusia atau setiap masyarakat mempunyai potensi yang bisa dikembangkan, sehingga pemberdayaan merupakan upaya membangun daa tersebut dengan mendorong, memberikan motivasi, dan membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengembangkan potensi yang dimilikinya.

Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Artinya, proses dan langkah pemberdayaan masyarakat diupayakan melalui aksi nyata seperti pendidikan, pelatihan,

¹¹ Mangatas Tampubolon, "Pemberdayaan Masyarakat Bidang Kesehatan di Era Ekonomi Daerah" dalam <https://media.neliti.com/media/publications/21179-ID-pemberdayaan-masyarakat-bidang-kesehatan-di-era-otonomi-daerah.pdf> diakses pada Tgl 2 Januari 2022 pada pukul 15:30 WIB.

¹² Ginanjar Kartasasmita, "Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan" (Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo, 1996), 159-160.

pemberian modal, sarana prasarana lainnya, serta sumber sumber informasi yang dapat diakses masyarakat lapisan bawah. Terbukanya akses akan membuka berbagai peluang yang akan menjadikan masyarakat semakin berdaya.

Ketiga, melindungi masyarakat (*protection*). Artinya, dalam pemberdayaan masyarakat perlu diupayakan langkah-langkah yang mencegah persaingan secara tidak seimbang serta praktik eksploitasi yang kuat terhadap yang lemah, melalui keberpihakan atau adanya aturan serta kesepakatan yang jelas dan tegas untuk melindungi golongan yang lemah.

c. Strategi Pengembangan Masyarakat

Proses kegiatan pengembangan masyarakat melalui beberapa langkah yang dilakukan secara bertahap sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Strategi yang dapat diterapkan dalam program pengembangan masyarakat meliputi enam tahap sebagai berikut :¹³

- 1) Tahap *problem posing* (pemaparan masalah). Tahap ini dilakukan dengan cara mengelompokkan dan menentukan masalah masalah atau problem yang dihadapi warga yang akan menjadi subjek dampingan. Pada tahap ini akan diberikan penjelasan, informasi dan fasilitas kegiatan musyawarah (diskusi warga) antar warga dari kelompok yang akan menjadi subjek damping.
- 2) Tahap *problem analysis* (analisis masalah) tahap ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai informasi mulai dari jenis, ukuran dan ruang lingkup permasalahan yang dihadapi warga, dan informasi informasi tersebut dapat diakses oleh pihak pihak yang berkepentingan.
- 3) Tahap penentuan tujuan (*aims*) dan sasaran (*objectives*). Penentuan tujuan merujuk pada

¹³ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*, 84-87.

visi, tujuan jangka panjang dan statmen tentang petunjuk umum.

- 4) Tahap *action plans* (perencanaan tindakan). Tahap ini dilakukan oleh pekerja sosial dengan kegiatan perencanaan berbagai aksi untuk mencapai tujuan. Dalam merencanakan aksi harus diperhatikan kesiapan tenaga kerja, peralatan, jaringan sosial, dana, waktu, tempat, informasi, faktor faktor penghambat maupun pendukung, permasalahan *stakeholder*, pihak-pihak yang terlibat baik secara individu atau kelompok, serta hasil yang telah dicapai.
- 5) Tahap pelaksanaan kegiatan. Pada Tahap ini dilakukan dengan mengimplementasikan langkah langkah pengembangan masyarakat yang telah direncanakan.
- 6) Tahap evaluasi. Tahap evaluasi dilakukan secara terus menerus baik secara formal, semi formal, maupun informal, baik pada akhir proses kegiatan pengembangan masyarakat maupun pada setiap tahapan proses yang dilakukan.

Siklus kehidupan pengembangan masyarakat dapat digambarkan pada empat tahapan sebagai berikut : *pertama, innovation stage* (tahap penemuan). Pada siklus ini merupakan salah satu kekuatan dan semangat besar dimana warga sebagai subjek sasaran mengakui dan mengalami adanya sebuah kebutuhan, adanya masalah dan adanya peluang. *Kedua, establishment stage* (tahapan penetapan). Pada tahap ini kelompok dan anggota sepakat untuk bekerjasama guna mewujudkan tujuan bersama, dengan mengidentifikasi dan menetapkan sumber daya yang diperlukan. *Ketiga, maintenance* (tahap pemeliharaan). Pada tahap ini difokuskan untuk dilakukan pemeliharaan dan perluasan fasilitas dengan semangat berprestasi. *Keempat, evaluation stage* (tahap penilaian). Pada tahap ini kelompok

mengevaluasi apakah mereka telah bekerja, mempelajari dan memulai perencanaan kedepan.¹⁴

3. Pengertian UMKM

Definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal dari UU tersebut, dinyatakan bahwa “Usaha mikro kecil menengah adalah usaha produktif milik orang perseorangan yang memiliki standar usaha mikro yang ditetapkan dengan UU.” Menurut Sudarmawan, “Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah (1) komitmen, (2) pengalaman, (3) keuangan, (4) lokasi usaha, (5) motivasi, dan (6) usaha.” Faktor-faktor tersebut merupakan hasil penelitian yang dapat dijadikan tolak ukur dalam penelitian selanjutnya.¹⁵

Menurut Chaffey dan Smith, mengatakan terdapat lima macam dari bentuk pemasaran digital diantaranya¹⁶:

- a. Situs e-commerce transaksional, aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media online. Contoh Aplikasi Sarjek (sarang ojek).
- b. Situs pembangunan Pengaruh berorientasi layanan yaitu menginformasikan promosi untuk menarik minat pembeli serta mempermudah pembeli barang dan jasa secara *online*.
- c. Situs brand-building, strategi pemasaran yang digunakan sebuah produk atau jasa lewat iklan-iklan yang bisa menarik minat pembeli. Produk yang dijual melalui *online* bisa memberi skor kepuasan dengan berikan bintang melalui Aplikasi Sarjek (Sarang Ojek). Promosi yang ditawarkan lewat media sosial juga akan sangat membantu seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp* dan media *online* lainnya.

¹⁴ Susan Kenny, *Developing communities for the future* (Melbourne : An International Thomson Publishing Compan, 1994), 152.

¹⁵ Aidil Amin Effendy, Denok Sunarsi, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan PENGARUH Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan*, Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 4 No. 3, 2020,705.

¹⁶ Chaffey, D. & Smith, P, “*Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*”. Oxford: Elsevier. 2013, 12.

- d. Situs media, yaitu untuk informasikan dan konten. Mempermudah menjual/membeli barang dengan menggunakan Aplikasi Sarjek, yang bisa di akses melalui *handphone*, tanpa harus keluar rumah untuk membelinya.
- e. Jaringan sosial atau situs komunikasi, situs yang memudahkan berinteraksi dan komunikasi dengan konsumen tanpa harus bertemu langsung. Contohnya dengan memanfaatkan sosial media yang banyak digunakan untuk memasang iklan di *Instagram, facebook, whatsapp dan media online* lainnya.

Berwirausaha perlu mengambil langkah untuk mengatur seluruh tahap kegiatan dari proses hingga hasil suatu produk. Kewirausahaan ditujukan untuk meningkatkan pengaruh operasional usaha. Selama ini UMKM melakukan pemasaran secara *offline* dan *online*, karena keterbatasan di bidang teknologi pemasaran *online* belum optimal.

Kesulitan yang dihadapi oleh UMKM membuat pemerintah Indonesia mengambil strategi untuk mengurangi dampak negatif dari pandemi. Pandemi Covid-19 terjadi Wuhan, China pada Desember 2019 disebabkan bakteri yang ditularkan dari pasar hewan yang ada di Cina menyebar cepat ke seluruh dunia. Pandemi Covid-19 menyebar di Indonesia sejak 2 Maret 2020, dengan diikutinya 2 pasien yang positif virus Covid-19.¹⁷

Banyaknya masyarakat Indonesia yang dinyatakan positif Covid-19 pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dengan tujuan memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19. Strategi dan upaya Pemerintah Indonesia perlu difokuskan salah satunya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat luas khususnya di bidang ekonomi.¹⁸

¹⁷ Rachmad Gustomy, *Pandemi Ke Indo Demi: Polarisasi Politik Dalam Wacana Covid-19 Pengguna Twitter*, JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan), Vol 5, No. 2, 2020, 191.

¹⁸ Dani Sugiri, *Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19*, Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi Vol. 19, No. 1, 2020, 77, [Http://Journal.Stieptrabangsa.Ac.Id/Index.Php/Fokbis/Index](http://Journal.Stieptrabangsa.Ac.Id/Index.Php/Fokbis/Index)

Keberhasilan upaya strategi pemerintah sangat bergantung pada dukungan masyarakat. Pemerintah dan masyarakat terus bersinergi untuk meminimalisir dampak perekonomian di masa Covid-19.¹⁹ Pandemi Covid-19 membutuhkan strategi untuk menjangkau semua sektor kehidupan di Indonesia.

Dampak Covid-19 dirasakan oleh semua masyarakat di dunia dan menyebabkan penurunan ekonomi yang drastis. Pasca pandemi Covid-19 masuk Indonesia pada Maret, penjualan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) turun sebesar 75%. Mendorong para pelaku bisnis untuk berinovasi agar ekonomi tetap berjalan dengan tetap mematuhi peraturan pemerintah. Mengatasi pandemi dan bertahan dalam bisnis dengan memaksimalkan teknologi digital, dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha. Penggunaan teknologi digital bukan hal baru bagi pelaku bisnis. Banyak usaha kecil yang menjual produknya melalui iklan di media sosial.

Pada akhir tahun 2020, Sarjek (Sarang Ojek) hadir untuk pemberdayaan masyarakat melalui jual beli dalam Aplikasi Sarjek. Sarjek yang memuat banyak pedagang sekitar 1976, yang wilayah jualannya berada di Sarang, Kragan dan Bulu Bancar. Sarjek tidak hanya menyediakan lapak dagangan online tetapi juga dapat membuka lapangan pekerjaan di Sarang seperti *delivery* barang, ojek *online*, jual pulsa *online* dll. Sejak diluncurkan pada bulan Oktober 2020, masyarakat antusias bergabung di Sarjek dan banyak yang ikut berjualan *online*. Pesatnya *tren* belanja *online* diyakini berpotensi mampu meningkatkan pendapatan dengan cara berjualan UMKM *go online*.

4. Jual Beli Online

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi selalu di terima oleh Agama Islam. Era digital, masyarakat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi untuk mendukung ekonomi kreatif berbasis digital di masa

¹⁹Silpa Hanoatubun, Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia, Journal Of Education, Psychology And Counseling, Vol. 2, No 1, 2020, 147.

pandemi Covid-19. Jual beli atau perdagangan (*al-bai'*) secara bahasa artinya mengalihkan hak milik atas suatu barang melalui perjanjian saling tukar menukar. Secara istilah membeli berarti memiliki properti atau keuntungan selamanya dengan memberikan sejumlah uang yang telah disepakati kedua pihak.²⁰ Menurut Hukum Islam atau Syariat Islam maka jual beli adalah pemindahan barang secara sukarela atau tanpa paksaan serta tidak dilarang dalam hal ini bukan hibah.²¹

Menurut pengertian syariat, yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan (berupa alat tukar yang sah). Dapat disimpulkan bahwa jual beli dapat terjadi dengan cara:

- a. Pertukaran harta antara pihak atas dasar saling rela
 - b. Memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan
- Memasuki dunia digital dan perkembangan media sosial yang menyebabkan informasi dapat dideteksi dengan cepat dan mudah. Upaya pengalihan alternatif struktur mental ekonomi dalam budaya di era digital. Ketimpangan sosial yang dihadirkan oleh kuasa digitalisasi, mengajak memanfaatkan media online untuk berdagang dengan ikut bergabung di Aplikasi Sarjek.

Perkembangan zaman dapat dimanfaatkan secara maksimal salah satunya dengan memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di era digital dengan memberdayakan masyarakat Islam di Sarang. UMKM *go online* lebih efektif promosi melalui media sosial agar mudah dijangkau dan cepat tersebar melalui iklan. Mendirikan usaha dan mempromosikannya melalui *online* dengan lebih mengutamakan promosinya dalam media sosial seperti *Instagram, facebook, whatsapp* dan media *online* lainnya. Sekarang wilayah Sarang sudah mempunyai Aplikasi jualan *online* yang bernama Sarjek (Sarang Ojek) untuk

²⁰ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam* (Jakarta: Amzah, 2010), 23-25


²¹ Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012, 167-168.

mempermudah masyarakat dan UMKM berjualan/membeli dalam satu Aplikasi. Peningkatan ekonomi masyarakat di tengah pandemi, membuat produk dapat dikenal oleh masyarakat luas.

a) Dasar hukum jual beli

Pengembangan bertujuan untuk mengelola potensi desa secara bijak, berkelanjutan dalam merealisasikannya melalui pemberdayaan masyarakat. Potensi alam di desa harus digali, dikembangkan, dan dimanfaatkan sebaik-baiknya. Agama Islam mengajarkan bahwa kekayaan alam, seni budaya, tradisi masyarakat dan potensi yang ada dapat dimanfaatkan dengan baik ketika dikelola sesuai dengan agama, dapat menjadi modal dasar untuk pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan perkembangan zaman melalui media sosial.

Pemberdayaan masyarakat Islam akan memberikan manfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengurangi angka pengangguran, kemiskinan serta dapat melestarikan lingkungan.²² Kegiatan jual beli tidak lepas dari kebutuhan manusia. Salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti sandang, pangan dan papan. Allah Swt telah menghalalkan jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat, Dalil Al-Qur'an Surat Al- Baqarah ayat 275.

 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : ..Dan Allah telah menghalalkan praktek jual beli dan mengharamkan riba...(Q.S Al-Baqarah:275).²³

Dasar hukum jual beli adanya landasan syariat islam atau fiqih jual beli yang berasal dari tokoh-tokoh

²² "Tafsir Surat Al-Baqarah (2) Ayat 29" , Risalah Muslim, Diakses Pada 24 April 2021. <http://risalahmuslim.id/quran/baqoroh/2-29/>.

²³ Al-Qur'an Al-Baqarah Ayat 275, Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemah Bahasa Indonesia (Ayat Pojok) (Kudus:Menara Kudus,2006), 47.

ulama/keagamaan, yang berasal dari dalil hukum asal dalam jual beli, dengan boleh sampai ada dalil yang melarangnya, diantaranya:

- 1) Bersumber dari Al-Qur'an
- 2) Bersumber dari Al-Hadits
- 3) Bersumber dari ijma'

Jual beli bisa halal jika pembelian dan pedagang rela sama rela (tidak ada yang dirugikan). Berjualan online memiliki banyak dampak positif karena dengan berjualan online dapat memudahkan membeli/menjual barang. Berjualan online menurut syariah Islam harus memenuhi syarat, diantaranya tidak ada kecurangan dalam jual beli seperti monopoli dan penipuan, kesepakatan antara dua pihak (penjualan dan pembeli), adanya kontrol (saksi atau aturan hukum).

b) Akad As-Salam

Akad secara etimologi dipahami sebagai العَقْدُ yang berikatan, perjanjian dan pemufakatan. Sedangkan secara istilah akad adalah pernyataan melakukan ikatan/*ijab* dan menerima ikatan/*qabul* sesuai dengan syariat. Akad dilakukan dengan dua pihak yang tindakannya didorong dari hati nurani pelaku dan penerima. Menurut Ashabul Fadhlī, akad adalah pemindahan kepemilikan dan menerima kepemilikan dalam lingkungan yang disyariatkan.²⁴ Akan terbentuk dari rukun-rukun orang yang akad (*aqid*), benda-benda yang diakadkan (*mauquf 'alaih*), tujuan akad (*maudhu al 'aqd*), *ijab* dan *qabul*.

Akad as-salam secara etimologi artinya memberikan, meninggalkan dan mendahulukan. Secara istilah *as-salam* adalah menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda (membayar terlebih dahulu) setelah memesan barang. Sebab itu, aturan fikih jual beli menuntut agar cara pelaksanaan Aplikasi Sarjek harus sejalan dengan akad *as-salam*.

²⁴ Ashabul Fadhlī, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi E-commerce*, Mazahib, Vol XV, No. 1 (Juni 2016), <http://dx.doi.org/10.21093/mj.v15i1.589>.

Penerapan akad *as-salam* dalam Aplikasi Sarjek harus memenuhi rukun dan syarat *as-salam*. Rukun akad *as-salam* yaitu adanya pembeli, penjual, modal atau uang, barang, ucapan ijab qabul (rela sama rela). Sedangkan syarat akad *as-salam* yaitu pembayaran dilakukan terlebih dahulu, barang dapat diberikan sesuai dengan waktu perjanjian pengiriman barang, barang yang dijual jelas dan sesuai dengan kategori yang dijelaskan di Aplikasi Sarjek, menjelaskan dengan jujur sifat barang, barang diantar sesuai dengan kehendak pembeli barang.²⁵

Jual beli menggunakan akad salam berbeda dengan jual beli biasanya seperti dalam jual beli salam, perlu ditetapkan periode pengiriman barang, komoditas secara tepat dapat ditentukan kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan yang dihalalkan di Al-qur'an dan hadis, pembayaran pada akad salam dapat ditunda atau dilakukan ketika pengiriman barang berlangsung.

Aplikasi Sarjek memilih akad salam dalam berjualan *online* karena akad salam dapat memberi manfaat yang besar bagi kebutuhan manusia dalam berjualan untuk memenuhi kebutuhan. Akan salam ini dapat memberi keuntungan bagi pembeli diantaranya :

- 1) Pembeli mendapat jaminan barang sesuai kebutuhan dan waktu yang diinginkan.
- 2) Penjual mendapatkan modal dengan cara yang halal karena pembayaran dimuka.
- 3) Penjual dapat menyesuaikan permintaan pembeli sesuai dengan kesepakatan.

B. Penelitian Terdahulu

Dasar yang berupa teori atau temuan-temuan melalui hasil penelitian sebelumnya merupakan hal yang diperlukan sebagai acuan data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut penulis perlu dijadikan bagian tersendiri adalah

²⁵Sarpida, *Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli*, Mizan; Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor Vol. 4 No. 1 (2016), pp. 121-130, <https://www.academia.edu/31855597>.

hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Karena itu penulis melakukan langkah kajian terhadap beberapa hasil penelitian beberapa jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah yang akan penulis teliti.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
1.	2015	Nuskhiya Asfi dan Holi Bina Wijaya	Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengentasan Kemiskinan Pada Program Gerdu Kempling Di Kelurahan Kemuning Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang dikaji oleh Nuskhiya Asfi dan Holi Bina Wijaya pemberdayaan ekonomi nasional, dilihat dari tingkat kemiskinan yang tinggi, pemerintah mengupayakan untuk menanggulangi kemiskinan melalui strategi program gerakan terpadu di bidang kesehatan, ekonomi, pendidikan, infrastruktur, dan lingkungan. Dengan gerakan tersebut diharap dapat mengurangi angka kemiskinan. Dampak pelaksanaan program dalam mengkaji pemberdayaan masyarakat menjadi penanggulangan kemiskinan melalui program gerdu kempling di kota Semarang. • Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif. Pengaruh pemberdayaan masyarakat dalam mengatasi kemiskinan melalui program gerdu kempling dengan

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
				<p>mengajak masyarakat sebagai upaya pengentasan kemiskinan ternyata efektif dalam memandirikan masyarakat terlepas dari kemiskinan.</p> <p>Pemberdayaan dalam gerdu kempling di kelurahan Kemijen cukup efektif dari masyarakat miskin yang mendapatkan bantuan program dapat mengalami peningkatan kualitas hidup setelah mendapatkan program bantuan gerdu kempling.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang Pengaruh pemberdayaan masyarakat dalam mengentas kemiskinan. • Perbedaan penelitian ini adalah cara memberdayakan masyarakat tidak menggunakan Program Gerdu Kempling dan tempat penelitian.
2.	2020	Aidil Amin Effendi, Denok Sunarsi	Kemampuan dalam Mendirikan UMKM dan Pengaruh Promosi Melalui Online di Kota Tangerang Selatan	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang dikaji oleh Aidil Amin Effendi, Denok Sunarsi ingin mengkaji persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dalam mendirikan UMKM dan seberapa efektif promosi UMKM melalui online di kota Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan peneliti

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
				<p>menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara. Dan dokumentasi. Dalam mendirikan UMKM banyak faktor yang memengaruhi diantaranya keuangan/modal usaha dan mitra yang bekerjasama, lokasi/tempat usaha dengan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara, sehingga mendapat informasi yang berpengaruh dengan ilmu kewirausahaan. Faktor yang mempengaruhi dalam mendirikan UMKM diantaranya modal usaha, lokasi usaha, pengalaman berjualan, skill, motivasi, promosi melalui online yaitu dengan lebih mengutamakan promosinya dalam media sosial seperti <i>Instagram, facebook, whatsapp</i> dan media <i>online</i> lainnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang UMKM dan efektifitas promosi <i>online</i>. • Perbedaan penelitian ini adalah cara memberdayakan masyarakat tidak menggunakan Aplikasi

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
				<p>jual <i>online</i>, menggunakan metode kualitatif dan tempat penelitian.</p>
3.	2021	Imanuddin Abil Fida, Darius Sambiono, Fahmi Shiddiqi, Saiful Ukama	Transaksi E-Commerce sebagai Pertahanan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang dikaji oleh Imanuddin Abil Fida, Darius Sambiono, Fahmi Shiddiqi, Saiful Ukamah dalam menjalankan UMKM pelaku/pedagang diharap dapat memiliki strategi pemasaran untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid 19 yang terjadi di seluruh dunia. Peneliti menggunakan metode kualitatif. Pandemi Covid 19 memberikan dampak besar terhadap perekonomian tidak terkecuali di Indonesia baik dalam sektor ekonomi, sosial, dan budaya. UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produk. • Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang mempertahankan UMKM di masa pandemi Covid-19. • Perbedaan penelitian ini adalah cara memberdayakan masyarakat tidak menggunakan Aplikasi Transaksi <i>E-Commerce</i>, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan tempat penelitian.

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
4.	2019	Rio Febrian Nur Rahman	Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media Digital di Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang dikaji oleh Rio Febrian Noor Rachman kebijakan pemerintah Surabaya dalam mengatasi persoalan kemiskinan dengan memperluas lapangan kerja dengan cara meluncurkan KORIDOR, <i>Co-Working Space</i> untuk memfasilitasi pengembangan masyarakat dibidang industri kreatif berbasis digital. Program pemerintah yang menyediakan sarana dan fasilitas berupa tempat representatif, komputer, internet, dan pendamping bisnis digital untuk menggali potensi yang dimiliki masyarakat. Penelitian ini yang digunakan peneliti menggunakan metode kualitatif. • Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang Pengembangan industri kreatif berbasis media digital. • Perbedaan penelitian ini adalah cara memberdayakan masyarakat, menggunakan metode kualitatif dan tempat penelitian.
5.	2021	Muhamad Alhada Fuadilah Habib	Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian yang dikaji oleh Muhammad Alhada Fuadilah Habib ingin mengkaji tentang konsep

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
			Kreatif	<p>“pengembangan” yang paradigma ekonomi yang terbukti tidak mampu mensejahterakan masyarakat secara merata. Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Adapun setting waktu dalam penelitian ini dilakukan 2021. Penelitian ini bersifat <i>people centered</i> (berpusat pada manusia), <i>participatory</i> (partisipatif), <i>empowering</i> (memberdayakan), dan <i>sustainable</i> (berkelanjutan). Adapun tujuan utama pemberdayaan masyarakat seringkali untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Bentuk nyata pemberdayaan masyarakat dilakukan membentuk BUMDes diharap dapat memperkuat ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. kemudian selain itu dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode kuantitatif bukan metode kualitatif sebagai yang digunakan oleh Muhammad Alhada Fuadilah Habib.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pemberdayaan

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil, Persamaan dan Perbedaan
				masyarakat dan ekonomi kreatif. • Perbedaan penelitian ini adalah cara memberdayakan masyarakat melalui BUMDes dan tempat penelitian.

Sumber: hasil kajian penulis, 2021

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan dari hasil penelitian terdahulu relevan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian yang berjudul Pengaruh pemberdayaan masyarakat Islam gerakan UMKM *go online Sarjek*. Peneliti menemukan perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Karena penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu sama-sama meneliti tentang seberapa Pengaruh pemberdayaan masyarakat melalui gerakan UMKM *go online Sarjek*, dan perbedaan penelitian ini adalah cara pemberdayaan masyarakatnya melalui gerakan/program dan tempat penelitian yang berbeda.

Program pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu usaha untuk mengurangi kemiskinan dengan cara melibatkan masyarakat secara langsung. Gerakan UMKM *go online Sarjek* menjadi nilai tambah dalam meningkatkan ekonomi dan berinovasi dalam memasarkan produk khas yang diproduksi sehingga ekonomi masyarakat Sarang akan tetap meningkat meskipun di masa pandemi Covid-19.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model dari bagaimana fokus yang akan diidentifikasi sebagai masalah yang saling berPengaruh dengan sebuah teori yang membahas tentang Pengaruh peningkatan ekonomi pada pedagang UMKM dan masyarakat di Sarang yang akan diurai sebagai berikut :

Fokus penelitian yaitu penulis menggunakan teori pengaruh merupakan sebuah cara untuk memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk yang dimiliki dimasa

pandemi Covid-19. Penelitian ini penulis menggunakan teori pengaruh pemberdayaan masyarakat Islam terhadap gerakan UMKM *go online Sarjek*.

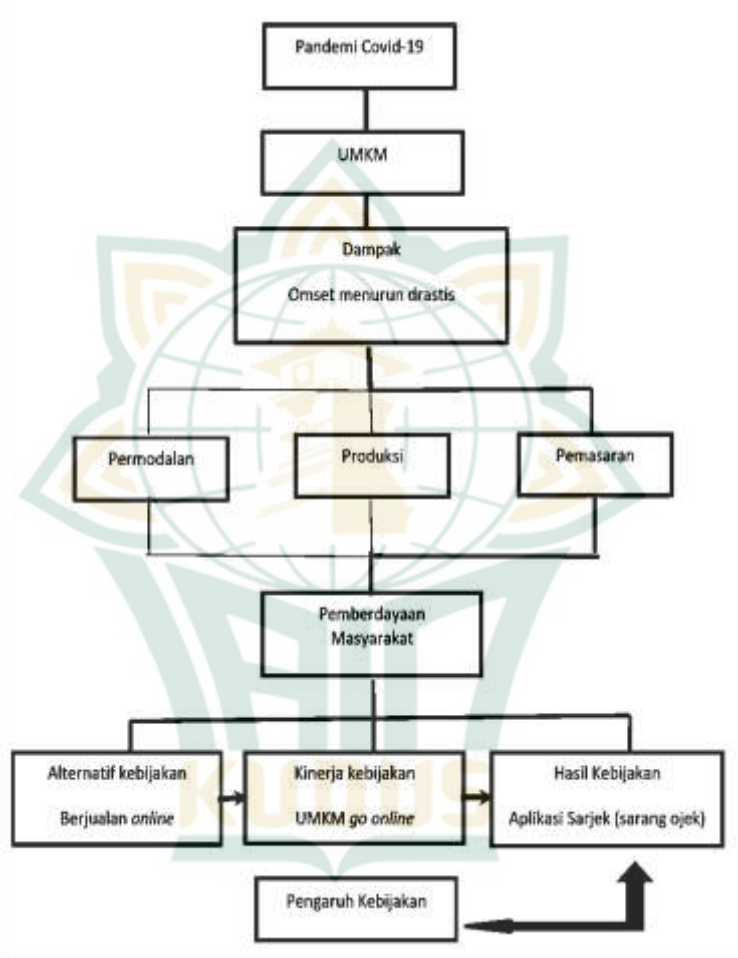
Pengaruh pemberdayaan masyarakat Islam melalui gerakan UMKM *go online Sarjek* merupakan sebuah cara pemasaran produk karena pendapatan masyarakat yang menurun drastis di masa pandemi Covid-19, agar dapat bertahan dibutuhkan inovasi dan kreasi agar produk dapat laris terjual dipasaran. Mengembangkan keterampilan dalam membantu ekonomi, kelompok pemuda yang mengerti mengolah potensi dengan cara mengembangkan usaha mikro kecil menengah sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat.

Program pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu usaha untuk mengurangi kemiskinan dengan cara melibatkan masyarakat, khususnya di Sarang. Melejitnya *tren belanjaonline* selama pandemi Covid-19 diyakini dapat meningkatkan jumlah pendapatan yang ikut berjualan UMKM *go online*. Melibatkan masyarakat yang ikut bergabung di Sarjek yang ikut berjualan *online*.

Program gerakan UMKM *go online* melalui Aplikasi Sarjek sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Sarang. Salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti sandang, pangan dan papan. Allah Swt telah menghalalkan jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat. Islam tidak mengharamkan jual beli, pandangan Islam dalam berbisnis melalui *online* diperbolehkan jika tidak terdapat unsur-unsur riba, kedzoliman, monopoli dan penipuan.

Peneliti menyimpulkan tentang kerangka berfikir diatas, dapat dikatakan bahwa pola Pengaruh pemberdayaan masyarakat melalui gerakan UMKM *go online Sarjek* yang tepat dilakukan pedagang terhadap penanggulangan menurunnya omset karena pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan teknologi digital dalam menciptakan Aplikasi Sarjek (Sarang Ojek). Pemilihan pola pemberdayaan yang baik juga sangat menentukan keberhasilan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat Islam.

Bagan 2.2 Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Bertolak dari rumusan landasan teori, terdapat pengaruh dari pemberdayaan pedagang di Daerah Sarang (X) terhadap gerakan UMKM go online Sarjek (Y) Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang. Beberapa kajian

teoritis dan kerangka berfikir dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_a : Ada pengaruh dari pemberdayaan pedagang di Daerah Sarang (X) terhadap gerakan UMKM *go online Sarjek* (Y) Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang.

H_0 : Tidak ada pengaruh dari pemberdayaan pedagang di Daerah Sarang (X) terhadap gerakan UMKM *go online Sarjek* (Y) Kecamatan Sarang, Kabupaten Rembang.

