

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Bagian ini memuat uraian sistem mengenai hasil dari penelitian terdahulu (*prior research*) tentang penelitian yang akan dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya (Zuhairi et.al, 2013: 39).

Peneliti melihat beberapa penelitian yang berhubungan dengan tema yang akan dibahas dalam penelitian ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah (2020) pada Skripsinya di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen yang berjudul “Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Umkm Serta Strategi E-Marketing Umkm Di Indonesia”. Menemukan bahwa fenomena pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia tidak hanya menyebabkan penyerang kesehatan namun juga menyerang sisi perekonomian negara. UMKM sebagai sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah mengalami dampak terparah yang disebabkan oleh *pandemic* Covid-19. Sehingga, penelitian ini ditujukan untuk melihat sejauh mana perkembangan pandemi Covid-19 serta bagaimana dampaknya terhadap perekonomian di Indonesia khususnya bagi UMKM. Mengingat bahwa UMKM merupakan penopang perekonomian Indonesia lebih dari 90 persen. Penelitian ini juga ditujukan untuk memberikan gambaran solusi strategi e-marketing sebagai solusi jangka pendek dan jangka panjang bagi UMKM. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik studi *literature* dengan hasil bahwa pandemi Covid-19 berdampak terhadap penurunan pertumbuhan perekonomian di Indonesia (minus). Banyak pelaku UMKM yang harus menghentikan usahanya karena berbagai permasalahan yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Namun, pemerintah juga telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk menstimulus UMKM agar dapat bertahan di tengah pandemi Covid-19. Berbagai strategi dilakukan salah

satunya yaitu strategi e-marketing melalui sosial media dan *e-commerce*. Strategi *e-marketing* dinilai dapat membantu UMKM dalam kegiatan pemasaran dan memperluas pasar di tengah pandemi Covid-19.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan yaitu UMKM dan Covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah penelitian ini tidak hanya terfokus pada satu permasalahan, seperti permasalahan yang dapat kita lihat pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Aisyah (2020) dia hanya terfokus pada satu masalah yaitu terkait strategi E-Marketing dalam mengembangkan UMKM di tengah pandemi Covid-19 sedangkan penelitian ini mencakup seluruh aspek yang mungkin terdampak oleh Covid-19 ini seperti pendapatan, ketenagakerjaan dan pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Petri (2020) dari Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Bisnis UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)”. Skripsi ini menjelaskan bahwa ada beberapa pembahasan yaitu Strategi, Kendala dan Solusi. Strategi yang dilakukan Gallery Daisuki yaitu Bauran 4P (*Product, Promotion, Price, dan Place*). Strategi *product* berupa inovasi buket masker, strategi *promotion* berupa potongan harga, strategi *price* yaitu setiap pembelian buket mendapatkan bonus masker, dan strategi *place* berupa fleksibilitas dalam pengiriman produk, sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk. Meskipun ada kendala dalam keuangan dan bahan baku tetapi Gallery Daisuki masih bisa menemukan solusi dan alternatifnya yaitu dengan mengelola keuangan dan menggunakan bahan baku secara efisien. Kemudian, solusi UMKM Gallery Daisuki dalam menghadapi Covid-19 adalah dengan menjaga

cashflow, inovasi produk, memaksimalkan media sosial dan memaksimalkan layanan antar atau *delivery*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan yaitu UMKM dan Covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada variabel independen yang digunakan dimana dalam penelitian Petri (2020) membahas mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM di tengah pandemi Covid-19 sedangkan dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek independen yang mungkin terdampak oleh Covid-19 yaitu pendapatan, ketenagakerjaan dan pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahril (2020) dari Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai yang berjudul “Dampak Covid-19 Terhadap Tenaga Kerja di Indonesia”. Penelitian ini menjelaskan bahwa ketenagakerjaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan perburuhan sebelum, selama dan setelah selesai hubungan kerja, baik dalam pekerjaan yang menghasilkan barang maupun pekerjaan yang berupa. Dari aspek hukum ketenagakerjaan merupakan bidang hukum privat yang memiliki aspek publik, karena meskipun hubungan kerja didasarkan pada kebebasan para pihak, namun terdapat sejumlah ketentuan yang harus tunduk pada ketentuan pemerintah dalam arti hubungan kerja. hukum publik. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pandemi juga dapat memberikan dampak ekonomi yang tidak proporsional pada segmen penduduk tertentu, yang dapat memperburuk ketimpangan yang mempengaruhi sebagian besar kelompok pekerja, seperti: pekerja yang sudah memiliki gangguan kesehatan, kaum muda yang sudah menghadapi tingkat pengangguran dan pengangguran terselubung yang lebih tinggi, pekerja yang lebih tua yang mungkin berisiko lebih tinggi mengalami masalah kesehatan serius dan cenderung menderita kerentanan ekonomi, perempuan yang mewakili terlalu banyak

pekerjaan yang berada di garis depan dalam menangani pandemi dan yang akan menanggung beban ini. Jumlah tanggung jawab perawatan yang tidak proporsional terkait dengan penutupan sekolah atau sistem perawat, pekerja yang tidak dilindungi, termasuk wiraswasta, pekerja lepas dan pekerja manggung yang tidak memiliki akses ke mekanisme cuti dibayar atau sakit dan pekerja migran yang mungkin tidak dapat mengakses tempat kerja mereka di negara tujuan atau pulang ke keluarga masing-masing. Ketidakmenentuan dan kesulitan hidup menjadikan kelompok rentan ini memerlukan jaring pengaman sosial, seperti jaminan kesehatan dan jaminan sosial. Melalui penyediaan jaminan kesehatan dan jaminan sosial, maka kehidupan masyarakat yang paling rentan menjadi terlindungi, baik pada saat tidak ada krisis maupun pada saat krisis. Dengan adanya perlindungan sosial ini, pekerja rentan dapat tetap hidup dalam kondisi sehat dan tetap mampu bekerja untuk memenuhi kehidupan mereka dan keluarganya pada hari depan. Tanpa jaminan kesehatan dan jaminan sosial, maka krisis akibat pandemi Covid-19 ini akan merenggut harapan dan kehidupan kelompok rentan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan yaitu UMKM dan Covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada variabel independen yang diteliti, dalam penelitian yang dilakukan oleh Syahril (2020) hanya terfokus pada satu aspek yaitu tenaga kerja di Indonesia yang terdampak Covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2020) Fakultas Keguruan Ilmu pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat yang berjudul “Dampak Covid-19 Bagi kegiatan Ekonomi Masyarakat”. Menemukan bahwa pada tahun 2020 adanya Covid-19 yang datang di tengah-tengah masyarakat sungguh sangat menjadi perhatian belakangan ini, dampak yang terlihat tidak hanya mempengaruhi kesehatan masyarakat, akan tetapi turut mempengaruhi

perekonomian negara. Bahkan saat ini perekonomian dunia mengalami tekanan berat yang diakibatkan oleh Covid-19, topik kali ini akan membahas dampak global dari hadirnya virus corona atau bisa disebut sebagai Covid-19, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa melihat perkembangan dan pengaruh ekonomi tidak hanya sebatas lingkup ekonomi itu sendiri. Akan tetapi ekonomi juga bisa terdampak dari budaya dan kesehatan. Hal ini dibuktikan dengan menyebarnya Covid-19 turut membawa dampak negatif bagi perekonomian masyarakat. Berjalan dengan siringnya waktu Covid-19 yang telah menyebar luas, ke beberapa Negara sehingga menimbulkan sebuah pengaruh bagi Ekonomi termasuk di Indonesia, termasuk dalam sektor perdagangan di pasar dan jasa, pemasukan dari sektor cukai/pajak dan dari penjualan mempunyai daya tarik, yang cukup besar. Untuk data yang sudah didapat untuk ekspor gas dan no migas menurun yang disebabkan oleh China, karena China pemasok minyak yang cukup besar dan juga adanya penyebaran Covid-19 ini juga mengalami penurunan yang lumayan drastis, dikarenakan Negara China sumber dari pusat produksi barang, seluruh dunia, banyak sekali ketergantungan Indonesia, dalam memasok barang dari China seperti, tekstil, plastik, dan elektronik, Covid-19 juga menyebabkan dampak pada investasi di karenakan masyarakat kita akan lebih berjaga jaga dan berhati-hati ketika membeli suatu barang. Indonesia menjadi salah satu, yang memberikan larangan dalam melakukan aktifitas baik di dalam negeri maupun keluar negeri sebagai salah satu pencegahan Covid-19 memberlakukan adanya aturan ini mengakibatkan beberapa bandara menunda keberangkatannya, kecuali beberapa maskapai pesawat yang diperbolehkan dengan ijin tertentu.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan yaitu UMKM dan Covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang

dilakukan oleh Nugroho (2020) ini hanya terfokus pada masalah perekonomian yang dialami oleh masyarakat setelah pandemi Covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosita (2020) Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta yang berjudul “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk dan menganalisis sejauh mana pengaruh pandemi covid-19 terhadap UMKM yang ada di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang terkait langsung dengan penelitian ini. Sejak merebaknya virus corona atau yang dikenal dengan pandemi Covid-19 terjadilah penurunan omzet pelaku UMKM yang sangat signifikan. Terdapat beberapa lapangan usaha UMKM yang terkena dampak yang paling besar yaitu penyedia akomodasi, pariwisata, dan makan minum, perdagangan besar dan eceran, serta reparasi sepeda motor dan transportasi dan perdagangan. Berdasarkan data yang diolah P2E LIPI, dampak penurunan pariwisata terhadap UMKM yang bergerak dalam usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27%. Sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,77%, dan usaha menengah di angka 0,07%. Pengaruh virus Covid-19 terhadap unit kerajinan dari kayu dan rotan, usaha mikro berada di angka 17,03%. Untuk usaha kecil di *sector* kerajinan kayu dan rotan 1,77% dan usaha menengah 0,01%. Sementara itu, konsumsi rumah tangga juga akan terkoreksi antara 0,5% hingga 0,8%. Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM adalah jenis usaha perekonomian yang paling banyak terdampak dari *pandemic* Covid-19 meliputi industri otomotif, industri baja, peralatan listrik, industri tekstil, kerajinan dan alat berat, pariwisata. Sedangkan industri yang mampu bertahan di masa *pandemic* covid-19 adalah

1. UMKM yang mampu mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi, 2. Industri ritel yang mampu bertahan, hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital Industri lain yang mampu bertahan dimasa pandemi covid 19 adalah industri yang terkait dengan pemenuhan kebutuhan dasar, antara lain listik, air bersih, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, otomotif dan perbankan. Industri yang mengalami perkembangan selama masa *pandemic* covid-19 adalah pangan, farmasi, teknologi Informasi dan komunikasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan yaitu UMKM dan Covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada pokok bahasan atau pokok permasalahan yang di bahas dalam peneltian yang dilakukan oleh Rosita (2020), dalam penelitiannya dia hanya terfokus pada penurunan pendapatan yang dialami oleh UMKM di beberapa sektor seperti perdagangan, pariwisata, akomodasi dan lainnya setelah adanya pandemi Covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2020) dari Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai yang berjudul “Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor Umkm”. Menemukan bahwa dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah terbesar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Sehingga sangat penting untuk memperkuat kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM sudah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemerintah telah mengeluarkan beberapa kebijakan terkait perlambatan ekonomi akibat wabah Covid-19, yaitu dengan memberikan insentif di sektor pariwisata, menambah hari libur bersama, dan mengurangi pembayaran hutang bagi pelaku UMKM. Selain itu,

pemerintah membuka *call center* untuk menerima laporan dan pengaduan dari koperasi dan UMKM yang terdampak wabah Covid-19. DPR dengan fungsi pengawasan perlu mendorong pemerintah memanfaatkan keunggulan geografis ini menjadi peluang jika pemerintah membangun UMKM di kawasan bebas Covid-19, apalagi untuk tujuan ekspor. Selain itu, pemerintah juga perlu memberikan stimulus untuk menjaga daya beli masyarakat di tengah krisis agar manfaat yang diberikan bagi perekonomian dapat dirasakan. Stimulus tersebut dapat berupa penurunan tarif listrik dan penurunan harga BBM. Ketersediaan bahan produksi seperti bahan baku juga perlu dijamin agar kegiatan usaha UMKM tidak terganggu secara signifikan dan dapat kembali ke tingkat produksi normal secepat mungkin. Upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah nampaknya masih banyak yang menitikberatkan pada sektor pariwisata yang mempunyai pengaruh besar terhadap sektor UMKM, selain itu pemberian kredit juga dirasa tepat untuk meringankan beban UMKM. Namun pendampingan / insentif kepada UMKM khususnya usaha mikro dan kecil masih perlu diperhatikan terutama mengingat daya tarik social distancing saat ini yang berdampak besar pada usaha kecil dan mikro yang masih perlu tatap muka.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan dalam membahas pokok permasalahan yaitu UMKM dan Covid-19. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada independen yang digunakan, dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2020) membahas mengenai perlambatan perekonomian yang terjadi setelah adanya Covid-19 serta upaya pemerintah dalam mengatasinya.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Pertumbuhan Ekonomi

1. Teori Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan upaya peningkatan kapasitas produksi untuk mencapai penambahan output, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah. (Adisasmita, 2013: 4)

Secara umum teori pertumbuhan ekonomi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu teori pertumbuhan ekonomi klasik dan teori pertumbuhan ekonomi modern. Pada teori pertumbuhan ekonomi klasik, analisis didasarkan pada kepercayaan akan efektivitas mekanisme pasar bebas. Teori ekonomi klasik merupakan teori yang dicetuskan oleh para ahli ekonomi yang hidup pada abad 18 hingga awal abad 20. Para ekonom klasik tersebut antara lain Adam Smith, David Ricardo dan W.A Lewis (Oktari, 2016:14).

a. Adam Smith

Menurut Adam Smith, perekonomian akan tumbuh dan berkembang jika ada penambahan penduduk yang memperluas pasar dan mendorong spesialisasi. Agar memiliki punya gambaran lebih tentang teori dari Adam Smith, simak cerita berikut : Ada negara X yang punya sedikit penduduk, dan negara Y yang punya banyak penduduk. Kebutuhan hidup masyarakat di negara X lebih sedikit, sehingga tidak menciptakan permintaan barang/jasa yang banyak dan beragam di pasar. Hal ini akhirnya menyebabkan pekerjaan penduduk di negara X hanya seputar kebutuhan dasar. Lain dengan negara Y yang punya penduduk dengan jumlah jauh lebih banyak, kebutuhan penduduk yang lebih banyak menciptakan permintaan barang/jasa yang lebih banyak dan beragam juga. Hal ini tentunya mendorong adanya diversifikasi dan spesialisasi peran, sehingga semakin banyak barang/jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan penduduknya. Ala hasil meningkatkan

pertumbuhan ekonomi negara Y. Nah, inilah yang membuat Adam Smith berpikir jika pertambahan penduduk itu tinggi, secara tidak langsung akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Sakirno, 2007: 244).

b. David Ricardo

Kebalikan dengan Adam Smith, David Ricardo berpendapat bahwa pertumbuhan penduduk yang semakin besar akan menghasilkan tenaga kerja yang banyak, sehingga upah menurun dan perekonomian menjadi stagnan. Contohnya: di Tiongkok, upah tenaga kerja relatif lebih rendah dibandingkan dengan di Australia Utara. Ini karena Tiongkok memiliki jauh lebih banyak penduduk dibandingkan Australia Utara. Sehingga lebih mudah untuk mencari tenaga kerja di Cina, maka upahnya pun menjadi lebih murah. Kebalikan dengan Australia Utara. Karena susah nyari tenaga kerja karena jumlah penduduk yang sedikit, tenaga kerja di Australia Utara upahnya relatif tinggi, ini juga yang kadang menjadi alasan banyak calon pekerja mencari kerja di negara dengan penduduk yang sedikit (Sakirno, 2007: 243).

c. Harrod-Domar

Menurut Harrod-Domar, perlu adanya pembentukan modal atau investasi untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang teguh (*steady growth*). Semakin banyak modal maka produksi barang dan jasa juga makin banyak. Jadi menurut teori ini, ada syarat agar perekonomian negara dapat berkembang secara jangka panjang (*steady growth*). Harrod-Domar ini merupakan dua orang yang nama keduanya adalah R. F. Harrod dan Evsey Domar (Widjajanta. dkk, 2010: 10).

d. Schumpeter

Menurut Schumpeter, pertumbuhan ekonomi sangat ditentukan oleh kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Teori ini menekankan pada inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha, yang mana kemajuan teknologi sangat ditentukan oleh jiwa kewirausahaan masyarakat yang mampu melihat peluang

untuk membuka usaha baru maupun memperluas usaha yang telah ada. Dengan pembukaan usaha baru dan perluasan usaha, tersedia lapangan kerja tambahan untuk menyerap angkatan kerja yang bertambah setiap tahunnya (Widjajanta. dkk, 2010: 10).

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi

Berikut faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi:

a. Sumber Daya Alam (SDA)

Sumber daya alam Pada sumber alam atau tanah mencakup mengenai kesuburan tanah, letak dan susunanya, kekayaan alam. Selain itu mencakup mineral, iklim, sumber air, atau sumber lautan. Bagi pertumbuhan ekonomi ketersediaan sumber daya alam yang melimpah adalah sangat baik dalam menunjang pembangunan (Jhingan, 2014: 67).

b. Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM merupakan faktor yang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi tidak semata-mata tergantung pada jumlah SDM saja, tapi lebih menekankan kepada efisiensi mereka. Untuk mendorong agar SDM dapat bekerja secara efisien dan maksimal. Maka diperlukan pembentukan modal insani, yaitu proses peningkatan ilmu – pengetahuan, keterampilan dan kemampuan seluruh penduduk yang bersangkutan (Jhingan, 2014: 76).

c. Akumulasi modal

Modal berarti persediaan faktor produksi yang secara fisik dapat direproduksi. Apabila stok modal naik dalam waktu tertentu, maka disebut akumulasi modal atau pembentukan modal (Jhingan, 2014: 69).

d. Tenaga manajerial dan organisasi produksi

Organisasi produksi merupakan bagian penting dalam proses pertumbuhan ekonomi. Organisasi berkaitan dengan penggunaan faktor produksi dalam berbagai kegiatan perekonomian. Organisasi produksi dilaksanakan dan diatur oleh

tenaga manajerial dalam berbagai kegiatan sehari-hari (Jhingan, 2014: 71).

e. Teknologi

Perubahan teknologi dianggap faktor paling penting di dalam proses pertumbuhan ekonomi. Pengertian dan Elemen Pentingnya Perubahan dan kemajuan teknologi berkaitan dengan perubahan di dalam metode produksi sebagai hasil pembaharuan atau teknik penelitian baru. Pada perubahan teknologi menaikkan produktivitas buruh, modal, dan faktor produksi lainnya. Pembagian kerja dan perluasan skala produksi Pada bagian tersebut spesialisasi dan pembagian kerja menimbulkan peningkatan produktivitas (Jhingan, 2014: 72).

3. Indikator Pertumbuhan Ekonomi

Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Prof Rahardjo Adisasmita, dalam bukunya mengatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat pertumbuhan ekonomi suatu wilayah adalah sebagai berikut: (Adisasmita, 2014: 91).

a. Ketidakseimbangan Pendapatan

Dalam keadaan yang ideal, di mana pendapatan dengan mutlak didistribusikan secara adil, 80 persen populasi terbawah akan menerima 80 persen dari total pendapatan, sedangkan 20 persen populasi teratas 19 menerima 20 persen total pendapatan. Menurut Perserikatan Bangsa- Bangsa (PBB), susunan pengelompokan penduduk dibagi tiga, yaitu 40 persen populasi terendah, 40 persen populasi sedang, dan 20 persen populasi teratas. Indikator ketidakseimbangan pendapatan dapat diterapkan untuk menilai keberhasilan pembangunan ekonomi di suatu wilayah (Adisasmita, 2014:91).

b. Perubahan Struktur Perekonomian

Dalam masyarakat yang maju, pembangunan ekonomi yang dilaksanakan akan mengakibatkan perubahan struktur perekonomian, dimana terjadi kecendrungan bahwa kontribusi

(peran) sektor pertanian terhadap nilai PDRB akan menurun, sedangkan kontribusi sektor industri akan meningkat. Sektor industri memiliki peranan sangat penting dalam pembangunan nasional dan regional, sektor industri dapat menyediakan lapangan kerja yang luas, memberikan peningkatan pendapatan kepada masyarakat, menghasilkan devisa yang dihasilkan dari ekspor. Oleh karena itu, perekonomian suatu wilayah harus di orientasikan selain sektor pertanian, tetapi harus pula diorientasikan kepada sektor industri (Adisasmita, 2014:93).

c. Pertumbuhan Kesempatan Kerja

Masalah ketenagakerjaan dan kesempatan kerja merupakan salah satu masalah yang strategis dan sangat mendesak dalam pembangunan di Indonesia. Penduduk Indonesia yang berjumlah lebih dari 240 jiwa, tingkat pengangguran cukup tinggi dan cenderung bertambah luas akibat krisis financial Negara-negara di dunia. Untuk mengatasi krisis ekonomi 20 yang sangat luas tersebut, diperlukan peranan pemerintah. Salah satu langkah strategis yang ditempuh adalah pembangunan prasarana (misalnya jalan). Pembangunan jalan yang menjangkau ke seluruh kantong-kantong produksi, akan mendorong peningkatan produksi berbagai komoditas sektor pertanian dalam arti luas (meliputi tanaman pangan, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan) serta barang-barang hasil industri. Pembangunan prasarana dan sarana transportasi akan menunjang berkembangnya berbagai kegiatan di sektor-sektor lainnya (pertanian, perdagangan, industri, pariwisata dan lainnya) (Adisasmita, 2014:95).

d. Tingkat dan Penyebaran

Kemudahan Dalam hal ini “kemudahan” diartikan sebagai kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, baik pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (seperti sandang, pangan, papan, memperoleh pelayanan pendidikan dan kesehatan, kesempatan melakukan ibadah, rekreasi dan sebagainya), maupun pemenuhan kebutuhan untuk dapat melakukan kegiatan usaha

misalnya mendapatkan bahan baku, bahan penolong, suku cadang, listrik, air bersih, dan jasa-jasa seperti jasa angkutan, pemasaran, perbankan dan lainnya) (Adisasmita, 2014:96).

e. Produk Domestik Regional Bruto

Salah satu konsep yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi regional (wilayah) adalah konsep Produk Domestik Regional 21 Bruto (PDRB). PDRB merupakan ukuran prestasi (keberhasilan) ekonomi dari seluruh kegiatan ekonomi. Salah satu indikator untuk melihat pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah adalah dengan menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Menurut definisi, PDRB adalah jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi di suatu wilayah (regional) tertentu dalam waktu tertentu tanpa melihat faktor kepemilikan. Pertumbuhan ekonomi suatu wilayah diperoleh dari kenaikan PDRB atas dasar harga konstan yang mencerminkan kenaikan produksi barang dan jasa dari tahun ke tahun (Adisasmita, 2014:97).

4. Pengaruh Covid-19 pada Perekonomian Indonesia

Kegiatan perekonomian di Indonesia mencakup seluruh kegiatan dan kondisi ekonomi Indonesia. Sistem perekonomian yang dianut oleh Indonesia adalah sistem ekonomi Pancasila, yaitu sistem ekonomi yang dijiwai oleh ideology Pancasila yang merupakan usaha bersama berasaskan kekeluargaan dan kegotongroyongan nasional. Sistem perekonomia adalah sistem yang digunakan oleh suatu negara untuk mengalokasikan sumber daya yang dimilinya baik kepada individu maupun organisasi di negara tersebut. Indonesia memiliki potensi pekerbangan perekonomian yang tinggi dan memiliki sejumlah karakteristik yang menempatkan negara iini untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat (Zulkipli, 2021:9).

Perkembangan perekonomian dewasa ini khususnya dalam memasuki akhir dari kuartal I di tahun 2020 menjadi fenomena horor bagi seluruh umat manusia di dunia. Mengapa tidak,

organisasi berskala internasional bidang keuangan yaitu *International Monetary Fund* dan *World Bank* memprediksi bahwa hingga di akhir kuartal I di tahun 2020 ekonomi global akan memasuki resesi yang terkoreksi sangat tajam (Liu et.al, 2020:12).

Pertumbuhan ekonomi global dapat merosot ke negatif 2,8% atau dengan kata lain terseret hingga 6% dari pertumbuhan ekonomi global di periode sebelumnya. Padahal, kedua lembaga tersebut sebelumnya telah memproyeksi ekonomi global di akhir kuartal I tahun 2020 akan tumbuh pada persentase pertumbuhan sebesar 3% (Larco & Cara, 2020:212).

Fenomena horor tersebut terjadi karena munculnya virus baru yang menjangkit dunia saat ini yaitu *Coronaviruses* (CoV). Organisasi internasional bidang kesehatan yaitu *World Health Organization* menyatakan bahwa *Coronaviruses* (Cov) dapat menjangkit saluran nafas pada manusia. Virus tersebut memiliki nama ilmiah Covid-19. Covid-19 dapat memberikan efek mulai dari flu yang ringan sampai kepada yang sangat serius setara atau bahkan lebih parah dari MERS-CoV dan SARS-CoV COVID-19, disebut juga sebagai *zoonotic* yaitu penularannya ditularkan melalui manusia dan/atau hewan (Kirigia & Muthuri, 2020:224).

Di awal insiden *lock down*, kota Wuhan dengan berbagai kejadian yang dilaporkan berdampak negatif terhadap berita dan interaksi bisnis bagi warga dan jaringan kota Wuhan, Provinsi Hubei, China dan juga ketika virus menyebar ke seluruh penjuru dunia (Rosita, 2020:11).

Baldwin dan Mauro menyatakan bahwa dalam perkembangan Covid-19 selanjutnya, tidak hanya akan berdampak negatif pada wilayah dan negara yang terkena Covid-19, tetapi juga berdampak lebih jauh ke negara lain karena terkait dengan rantai nilai ekonomi (*value chain economic*). Ketika virus menyebar ke luar daratan China (China Daratan). Batasan sosial yang ketat di wilayah tersebut merupakan antisipasi penyebaran virus yang sangat cepat (Baldwin & Mauro 2020:111).

Dampak ekonomi Covid-19 terhadap perekonomian Tiongkok melalui penelitian di beberapa jurnal dan laporan yang membahas studi mengenai tema terkait. Temuan dalam penetapan ini menjelaskan bahwa akibat Covid-19 yang diikuti dengan kebijakan *lockdown* Kota Wuhan dan dilanjutkan dengan karantina kota dan provinsi lain, telah mengurangi bahkan menghentikan berbagai aktivitas masyarakat, pelajar, pelajar, pekerja. di tempat umum, penghentian produksi, transportasi darat, rute penerbangan. dan banyaknya pembangunan dan penundaan investasi, serta kegiatan di sektor keuangan, perbankan dan ekspor-impor menyebabkan penurunan laju pertumbuhan (*decline*) sebesar 2% dari posisi 6% sebelum pandemi Covid-19 (Khan dan Faisal, 2020:31).

Baldwin dan Tomiur menemukan tren pandemi Covid-19 itu. Dampak wabah virus corona (Covid-19) tidak hanya merugikan dari sisi kesehatan, virus ini bahkan telah melanda perekonomian negara-negara di dunia, termasuk Indonesia. Perekonomian global semakin melambat dan mempengaruhi dunia usaha. Di Indonesia pemerintah melakukan berbagai upaya untuk mengurangi dampak virus corona terhadap industri, semua pihak diminta untuk melakukan *social distancing*, *work from home (WFH)* dan memutuskan untuk menutup kegiatan perkuliahan dan belajar mengajar. Sektor ekonomi merupakan sektor yang terkena dampak pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 terjadi di Indonesia sejak awal Maret 2020 memaksa sebagian besar masyarakat membatasi aktivitasnya agar penyebaran virus corona dapat dicegah. Hal ini mengakibatkan berbagai sektor terpengaruh (Baldwin dan Tomiura, 2020:210).

Himanshu Koshle, dkk yang meneliti dampak virus Corona terhadap dunia usaha di india, menemukan bahwa sektor perdagangan menyebabkan kerugian tidak kurang dari USD348 juta akibat perlambatan ekonomi dan konsekuensi kebijakan (Koshle et.al,2020:112).

Elisa M. Maffioli mengungkapkan keepatan dan skala penyebaran Covid-19 melebihi kasus wadah virus pada dekade sebelumnya seperti virus H1N1 pada 2002-2010, virus Ebola 2014 dan virus Zika Amerika latin pada 2015-2016 (Maffioli, 2020:212).

Panji Anoraga menjelaskan karakteristik UMKM secara umum yaitu: sistem pembukuan yang sederhana, margin usaha yang cenderung tipis dengan modal terbatas, pengalaman manajerial yang kurang dalam mengelolah perusahaan dengan skala ekonomo yang telalu kecil, kemampuan pemasaran dan negosiasi yang terbatas (Anoraga, 2010:64).

2.2.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis berdasarkan jumlah pekerjanya, yaitu: 1. Usaha mikro memiliki 10 pegawai; 2. Usaha Kecil memiliki jumlah karyawan 30 orang); 3. Usaha Menengah memiliki jumlah pegawai hingga 300 orang. Dalam beberapa literatur disebutkan bahwa 166 kontribusi UMKM mampu menyumbang sebesar 57-60% *Produk Domestik Bruto* (PDB) dengan penyerapan tenaga kerja pada tingkat 97% dari keseluruhan tenaga kerja di Indonesia (Prasetyo, 2018:25).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pengertian UMKM adalah sebagai berikut: (Radhi, 2008: 3)

a. Pertama, Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan / atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.

b. Kedua, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari suatu perusahaan. Bisnis Menengah atau Besar. kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 hingga maksimum Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan untuk bisnis Anda, atau memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 hingga maksimum Rp5.000.000.000.

c. Ketiga, Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang bersifat mandiri, dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung dengan Usaha Kecil atau Besar dengan jumlah kekayaan bersih. atau hasil. penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 hingga maksimum Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan untuk bisnis Anda, atau memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 hingga maksimum Rp50.000.000.000 (Tambunan, 2012: 12).

2. Klasifikasi UMKM

Di Indonesia, Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Undang-undang tersebut menjelaskan UMKM sebagai: “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah : (Ainuri, 2009: 21)

a. *Livelihood Activities*, adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan usaha membuat kesempatan

kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Seperti contoh pedagang kaki lima.

b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang pelaku usahanya memiliki ketrampilan pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor dan sudah memiliki jiwa kewirausahaan.

d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB) dan memiliki jiwa akan usaha yang baik (Resalawati, 2011:92)

UMKM dalam perspektif usaha, diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu (Profil Bisnis UMKM, BI 2015).

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
- b. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar (Jufra, 2020:121).

3. Karakteristik UMKM

Menurut Sri Winarni, Pada umumnya usaha kecil mempunyai ciri antara lain sebagai berikut :

- a. Biasanya berbentuk usaha perorangan dan belum berbadan hukum perusahaan.
- b. Aspek legalitas usaha lemah.
- c. Struktur organisasi bersifat sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku.

- d. Kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan dan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan.
- e. Kualitas manajemen rendah dan jarang yang memiliki rencana usaha.
- f. Sumber utama modal usaha adalah modal pribadi.
- g. Sumber Daya Manusia (SDM) terbatas.
- h. Pemilik memiliki ikatan batin yang kuat dengan perusahaan, sehingga seluruh kewajiban perusahaan juga menjadi kewajiban pemilik (Winarni, 2006).

2.2.3 Covid-19

Virus corona atau dikenal juga dengan nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus2* (SARS-CoV-2) merupakan virus baru yang menginfeksi sistem pernapasan orang yang terjangkit, virus ini umumnya dikenal sebagai Covid-19. Virus ini bahkan membuat kita melakukan kebiasaan baru bahkan di Lembaga peradilan dan dunia Pendidikan (Aji, 2020:182).

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh *sindrom pernapasan akut coronavirus2* (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2). Virus ini merupakan keluarga besar *coronavirus* yang dapat menyerang hewan. Ketika menyerang manusia, *coronavirus* biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). Covid-19 sendiri merupakan *coronavirus* jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Hui et.al, 2020:110).

Karena itu, Coronavirus jenis baru ini diberi nama *Coronavirus disease-2019* yang disingkat menjadi Covid-19. Covid-19 sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini. Gejala Covid-19 umumnya berupa demam 38°C, batuk kering, dan

sesak nafas serta dampak paling buruk untuk manusia ialah kematian. Sampai 19 April 2020 pukul 10:38:37 WIB, dilaporkan terdapat 2.329.539 kasus terkonfirmasi dari 185 negara yang 160.717 orang diantaranya meninggal dunia serta 595.229 orang bisa disembuhkan (Hopkins, 2020:117).

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menyebutkan bahwa pandemi ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, China yaitu pada tanggal 30 Desember 2019 yang ketika itu memberikan informasi berupa “pemberitahuan segera tentang pengobatan pneumonia dari penyebab yang tidak diketahui”. Covid-19 menyebar begitu cepat ke seluruh penjuru dunia dan berubah menjadi pandemi yang horor bagi masyarakat dunia. Hingga penelitian ini ditulis ditemukan 93 negara yang telah terjangkit Covid-19. Pandemi Covid-19 yang telah menyebar pada akhirnya membawa risiko yang sangat buruk bagi perekonomian dunia termasuk Indonesia khususnya dari sisi pariwisata, perdagangan serta investasi (Mentri Kesehatan RI, 2020).

Pandemi global yang terjadi pula di Indonesia membuat banyak pihak berupaya ikut berperan serta dalam mengatasi. Para dokter umum dan spesialis angkat bicara bersama guna memberi penjelasan singkat kepada masyarakat maupun imbauan agar menjaga kebersihan diri dan lingkungan sekaligus tak banyak keluar rumah (Irene et.al, 2020:26).

Grace Natalie Louisa sebagai tokoh politik ikut mengucapkan tanggapan secara lisan berupa usulan kepada *government* Indonesia agar memberikan Bantuan Langsung Tunai (BLT) kepada warga yang menggantungkan hidup pada pendapatan harian serta melakukan tes Covid-19 secara gratis (Louisa, 2020:73).

Nahdatul Ulama (NU) sebagai organisasi kemasyarakatan juga turut beraksi menanggapi dengan membentuk Satuan Tugas PBNU Cegah Covid-19. Salah satu hasil kerja yang dilakukan satgas ini ialah protokol di lembaga NU setiap tingkatan guna diberlakukan di setiap lembaga yang berafiliasi dengan NU.

Protokol ini disiapkan sebagai upaya agar warga NU dan masyarakat secara luas dapat memahami tentang Covid-19, bisa mencegahnya agar tidak terinfeksi, serta tidak panik dalam menanggapi (Ilmiyah, 2020:20).

2.2.4 Konsep Pendapatan

1. Penegrtian Pendapatan

Pendapatan dapat diartikan sebagai jumlah uang yang diterima atau diperoleh pelaku usaha atau perusahaan yang dari kegiatan aktivitasnya, seperti penjualan produk barang atau jasa. Konsep Pendapatan Keadaan ekonomi dalam suatu masyarakat sangat ditentukan oleh tinggi rendahnya pendapatan, jenis pekerjaan dan jumlah tanggungan dalam keluarga. Pendapatan sering dijadikan tolak ukur dalam mengukur tingkat kesejahteraan suatu masyarakat dan keberhasilan perekonomian suatu negara. Manusia sebagai makhluk sosial, disamping harus mengadakan interaksi dengan orang lain juga harus berusaha seoptimal mungkin untuk memenuhi kebutuhannya sendiri maupun keluarganya. Seseorang yang bekerja untuk memperoleh pendapatan senantiasa mengharapkan agar pendapatan yang diterimanya sesuai dengan tingkat pengorbanan yang telah diberikan, sedangkan pemberi kerja mengharapkan hasil pekerjaan yang lebih memuaskan dengan kata lain tenaga kerja tentu mengharapkan pendapatan besar sebaliknya bagi pengusaha pendapatan harus ditekan sedemikian rupa sehingga laba yang diperoleh semakin besar guna mengembangkan usahanya dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya. Pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Pada dasarnya pendapatan adalah kenaikan laba. Laba pendapatan adalah proses arus penciptaan barang atau jasa oleh suatu perusahaan selama suatu kurun waktu tertentu. Pendapatan dinyatakan dalam satuan moneter (Todaro, 1997: 114).

Menurut Sunuharyo, pendapatan usaha adalah total penerimaan seseorang atau suatu rumah tangga selama periode

tertentu. Dalam mengukur ekonomi seseorang atau rumah tangga, salah satu konsep pokok yang paling sering digunakan adalah melalui tingkat pendapatannya. Pendapatan menunjukkan seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi (Sunuharyo, 1982:126).

Penghasilan atau pendapatan adalah segala bentuk balas karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balasan jasa atas sumbangan seseorang terhadap proses produksi. Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan (Sumardi, 1991:95).

Meydianawati mengatakan bahwa pendapatan diartikan sebagai keseluruhan penghasilan atau penerimaan yang diperoleh para pemilik faktor produksi dalam suatu masyarakat selama kurun waktu tertentu. Pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh seseorang dari usaha atau kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu yang dapat berupa barang dan jasa (Meydianawati, 2007: 11).

Supartha mengatakan “pendapatan merupakan semua penerimaan seseorang sebagai balas jasanya dalam proses produksi. Balas jasa tersebut bisa berupa upah, bunga, sewa, maupun, laba tergantung pada faktor produksi pada yang dilibatkan dalam proses produksi” (Supartha, 2006: 70).

Tambusai mendefinisikan pendapatan sebagai berikut: Pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki. Sumber pendapatan tersebut meliputi: 1) Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah, tanah. 2) Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain ataupun menjadi pegawai negeri. 3) Bunga karena menanamkan modal di bank ataupun perusahaan, misalnya mendepositokan uang di bank dan membeli saham. 4)

Hasil dari usaha wiraswasta, misalnya berdagang, bertenak, mendirikan perusahaan, ataupun bertani (Tambusai, 2006: 69).

2. Pendapatan Menurut Islam

Pendapatan dalam Islam telah disebutkan dalam al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

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

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2000: 83).

3. Jenis-Jenis Pendapatan

Jenis - Jenis Pendapatan, Rahardja dan Manurung (2001) membagi pendapatan menjadi tiga bentuk, yaitu:

a. Pendapatan Ekonomi

Pendapatan ekonomi adalah pendapatan yang diperoleh seseorang atau keluarga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan tanpa mengurangi atau menambah asset bersih. Pendapatan ekonomi meliputi upah, gaji, pendapatan bunga deposito, pendapatan transfer dan lain-lain.

b. Pendapatan Uang

Pendapatan uang adalah sejumlah uang yang diperoleh seseorang atau keluarga pada suatu periode sebagai balas jasa terhadap faktor produksi yang diberikan. Misalnya sewa bangunan, sewa rumah, dan lain sebagainya.

c. Pendapatan Personal

Pendapatan personal adalah bagian dari pendapatan nasional sebagai hak individu-individu dalam perekonomian, yang

merupakan balas jasa terhadap keikutsertaan individu dalam suatu proses produksi.

2.2.5 Tenaga Kerja

1. Penegrtian Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan penduduk yang berada dalam usia kerja. Menurut Undang-Undang No 13 Tahun 2003 Bab I Pasal 1 ayat 2 disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat (UU No. 13, 2003).

2. Dampak Covid-19 Terhadap Tenaga Kerja

Menteri Ketenagakerjaan Ida Fauziyah mengatakan telah meminta para pelaku usaha agar menjadikan PHK menjadi opsi terakhir mereka. Para pengusaha diminta untuk lebih dulu mengurangi gaji pokok mereka dan fasilitas bagi pekerja tingkat atas, mengurangi jam kerja, menghapuskan kerja lembur, mengurangi hari kerja, dan merumahkan para pekerja secara bergantian. Tidak hanya itu dalam surat edarannya No. M/3/HK.04/III/2020 secara ringkas meminta gubernur daerah untuk memerintahkan para pendiri usaha untuk melakukan 3 hal pokok yakni :

a. Pertama, dengan mengantisipasi penyebaran Covid-19, para pekerja atau buruh melakukan perilaku hidup bersih dan sehat serta program keselamatan dan kesehatan kerja (K3).

b. Kedua, membuat rencana kessiagaan dalam menghadapi pandemi viruscorona, dengan tujuan mengurangi resiko penularan ditempat kerja seerta menjaga kelangsungan usaha.

c. Ketiga, mengambil langkah penanganan risiko terhadap viruscorona sesuai standar penanganan kementerian kesehatan (Fauziyah, 2020).

2.2.6 Konsep Pemasaran

1. Penegrtian Konsep Pemasaram

Konsep pemasaran adalah suatu konsep bisnis yang menekankan bahwa strategi pemasaran yang berhasil adalah strategi yang dibangun berdasarkan kepada pemahaman yang lebih baik dari perilaku konsumen. Pemahaman yang baik kepada perilaku konsumen akan membantu para manajer pemasaran untuk melakukan hal-hal yaitu sebagai berikut: (Rahayu, 2020:13)

a. Analisis Lingkungan

Para manajer dapat mengevaluasi faktor kekuatan luar yang berpengaruh terhadap perusahaan dan pelanggannya, serta yang menciptakan tantangan dan peluang.

Faktor yang harus diamati dan dievaluasi adalah sebagai berikut: a) Demografis, yang termasuk lingkungan ini adalah keadaan penduduk, jumlahnya, komposisi umurnya, gaya hidup, dan lain sebagainya. b) Ekonomi, yang termasuk lingkungan ini adalah faktor-faktorekonomi seperti inflasi, daya beli masyarakat, pola pengeluaran konsumen, dan lain sebagainya. c) Alam, yang menyangkut alam adalah ketersediaan bahan baku, tingkat pencemaran, dan lain sebagainya. d) Teknologi, faktor ini sangat berpengaruh, misalnya dengan adanya internet maka pola kehidupan masyarakat berubah. e) Politik, kondisi politik juga berpengaruh terhadap kegiatan suatu perusahaan. Misalnya keadaan politik Indonesia yang tidak stabil sengan berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan. Salah satu contohnya yang paling signifikan adalah krisis moneter yang terjadi ditahun 1997, dimana nasabahnya menjadi panik dan berramai-ramai menarik perbankan. f) Budaya, budaya merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan (Priansa, 2020:47).

b. Riset Pasar

Para manajer dapat mengumpulkan data dan informasi mengenai perilaku konsumen, seperti bagaimana konsumen mencari informasi, membeli, mengkonsumsi, dan melakukan

keputusan dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Data tersebut dibutuhkan oleh manajemen perusahaan agar dapat menyusun strategi pemasaran dengan lebih baik (Sumarwan, 2011:65).

Riset pasar dilakukan sebagai berikut: a) Menentukan topik riset pasar, riset pasar diawali dengan cara menentukan topik riset pasar. Topik riset perlu ditentukan sejak awal agar riset akan menjadi fokus. b) Perumusan masalah, perumusan masalah menjadi langkah selanjutnya setelah topik riset ditentukan. c) Perumusan hipotesis, hipotesis ini merupakan pernyataan bersifat sementara sehingga harus dilakukan pengujian melalui uji statistik, apakah hipotesis yang diajukan benar atau tidak. d) Menentukan metode riset, menentukan riset diperlukan untuk membantuk memecahkan permasalahan dalam topik. e) Menentukan data riset, menentukan data dilakukan untuk mengetahui data-data yang dibutuhkan dalam pelaksanaan riset pasar. f) Metode pengumpulan data, metode pengumpulan data dalam riset pasar ini dilakukan dengan cara mewawancarai subjek yang kita teliti. g) Pengolahan data, pengolahan menjadi tahap selanjutnya setelah data-datayang dibutuhkan terkumpul. h) Analisis data, analisis ini dapat memeriksa apakah hipotesis yang dibuat sebelumnya telah valid, jika hipotesis belum valid maka perlu dilakukan pengumpulan data ulang (Aditama, 2018:72)

2. Pemasaran Syariah

Pemasaran dalam perspektif syariah adalah segala aktifitas manusia yaitu bisnis dalam kegiatan penciptaannya, penawarannya, dan perubahan *value* yang dapat memungkinkan pelakunya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan, keikhlasan sesuai proses yang bersprinsip pada akad bermuamalah islami. Allah mengingatkan agar kita senantiasa menghindari perbuatan dzalim dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaanya, penawarannya, dan proses perubahan nilai dalam memasarkannya (Anggraini, 2017:18)

Allah SWT berfirman dalam Q.S. Shaad [38]: 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكِ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنبَت

Terjemahnya: “Sesungguhnya Dia telah berbuat dzalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat ini sebahagian mereka berbuat dzalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh; dan amat sedikitlah mereka ini”. Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.” (Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahannya. 2000: 454).

2.2.7 Konsep Strategi

1. Pengertian strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategoia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Konsep strategi militer seringkali diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi (Petri, 2020:19).

Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Sedangkan Hamel dan Prahalad menyatakan

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremential* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi (Harahap & Hasim, 2021:126).

Jack trout dalam Setryaningsih (2020) inti dari strategi adalah bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen menjadi berbeda. Mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing menjadi spesialisasi, menguasai suatu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik. Strategi dalam hal ini ialah merencanakan penjualan kepada pasar dengan perencanaan dan pelaksanaan pemasaran yang baik dan tepat uuntuk mencapai penjualan yang maksimal demi tercapainya misi perusahaan untuk menguasai pasar (Setyariningsih, dkk, 2020:107).

