

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

B. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian dan Karakteristik UMKM

Dalam perekonomian negara-negara berkembang, termasuk Indonesia dan Malaysia, UMKM mempunyai peran yang strategis khususnya yang berkaitan dengan produksi barang konsumsi, penyerapan tenaga kerja, serta distribusi hasil perusahaan dan produk pembangunan. UMKM juga dikatakan sebagai salah satu elemen penting dalam menyelamatkan negara ketika mengalami inflasi, krisis moneter, atau guncangan ekonomi yang lain yang melambungkan harga barang keperluan rumah tangga atau pada saat negara dilanda pengangguran dan pemutusan hubungan kerja.

a. Usaha Mikro

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dijelaskan bahwa: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).¹³

b. Usaha Kecil

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dijelaskan bahwa: Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

¹³ A. Jalaluddin Sayuti, *Pengantar Bisnis dalam Perspektif Aktivitas dan Kelembagaan* (Jakarta: Alfabeta, 2015), h. 188.

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).¹⁴

Usaha kecil (bisnis kecil) adalah suatu usaha yang dimiliki dan dikelola secara bebas, dan bisnis kecil ini tidak mendominasi pasar. Bisnis kecil ini bukan merupakan bagian atau cabang dari perusahaan lain. Orang yang menjalankan bisnis ini adalah pemilik sendiri, bekerja bebas sesuai dengan kesanggupannya.¹⁵

c. Usaha Menengah

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah dijelaskan bahwa: Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua

¹⁴ *Ibid.*,

¹⁵ A. Jalaluddin Sayuti, *Pengantar Bisnis dalam Perspektif Aktivitas dan Kelembagaan* (Jakarta: Alfabeta, 2015), h. 188.

milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).¹⁶

Usaha mikro kecil dikenal juga dengan istilah ekonomi rakyat, perekonomian rakyat, ekonomi kerakyatan. Yang dimaksud dengan ekonomi rakyat adalah ekonomi seluruh rakyat Indonesia yaitu usaha ekonomi yang tegas-tegas tidak mengejar keuntungan tunai, tetapi dilaksanakan untuk (sekedar) memperoleh pendapatan bagi pemenuhan kebutuhan keluarga secara langsung untuk memenuhi kebutuhan pangan, sandang, papan, dan kebutuhan-kebutuhan keluarga lain dalam arti luas, yang semuanya mendesak dipenuhi.

Meskipun pelaku usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat dimasukkan dalam kategori ekonomi rakyat, namun bukan berarti bahwa sebagian besar kegiatan ekonomi rakyat tidak dapat disebut sebagai usaha atau perusahaan (*firm*) seperti yang dikenal dalam ilmu ekonomi perusahaan. Dengan demikian usaha mikro kecil adalah sebuah sektor usaha yang dijalankan oleh masyarakat kecil, memiliki jumlah yang sangat besar secara kuantitas, dikelola secara tradisional, sebahagian besar tidak memiliki legalitas sehingga pekerja-pekerjanya tidak memperoleh perlindungan yang memadai dari sisi perundang-undangan dan dianggap sebagai sektor ekonomi yang tidak memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional.¹⁷

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

2. Permasalahan UMKM

Pengembangan UMKM sesungguhnya merupakan sebuah keniscayaan mengingat peranan UMKM terhadap perekonomian sangat besar. Namun demikian pengembangan UMKM tidaklah mudah

¹⁶ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

¹⁷ Isnaini Harahap, *Analisis Dampak Penerapan Perbankan Syariah terhadap Sektor UMKM di Sumatera Utara*, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Tahun 2016), h. 76.

mengingat UMKM adalah sektor usaha yang cukup banyak menyimpan permasalahan. Dalam kepustakaan tentang UMKM dan persoalan, masalah pendekatan yang dilakukan sangat mempengaruhi cara pandang dan tawaran terhadap penyelesaian persoalan yang dihadapi UMKM.

Munizu Menjelaskan secara garis besar ada dua masalah yang dihadapi oleh UMKM yaitu masalah internal dan masalah eksternal.¹⁸ Faktor-faktor internal yang terdiri atas aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknik produksi/operasional dan aspek pasar dan pemasaran. Wirausahawan Indonesia 83% dihuni oleh lulusan SD. Usia pelaku UMKM ini sangat bervariasi, diketahui pelaku usaha Indonesia pada umumnya ada yang memulai usahanya di usia 17-20 tahun, sedangkan mayoritas pelaku usaha Indonesia memulai usahanya dari usia 31-45 tahun, sisanya pada usia 46-55 tahun. Hal ini menunjukkan kegiatan UMKM dilakukan bukan sebagai pilihan utama sebelumnya dan belum menarik banyak minat kelompok muda.¹⁹ Masalah pemasaran bersumber dari mutu kemasan, promosi, inovasi, dan penetapan strategi harga, ataupun pemanfaatan saluran pemasaran termasuk penguasaan teknologi informasi untuk kepentingan pemasaran.

Sedangkan faktor-faktor eksternal yang terdiri atas aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya dan ekonomi, dan aspek peranan lembaga terkait. UMKM saat ini masih sulit mengakses dana perbankan, saat ini UMKM masih dominan menggunakan modal sendiri daripada kredit/pembiayaan perbankan. Hambatan pembiayaan UMKM selalu berkisar pada dua hal, yakni *cost of fund* (biaya atas modal) dan *guarantee* (jaminan). Selain itu faktor eksternal lainnya adalah

¹⁸ Musran Munizu, *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 1, 2010), h. 33-41

¹⁹ Rio F. Wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA)*, (Bandung: Refika Aditama, 2016), h. 30.

infrastruktur. Infrastruktur mempunyai pengaruh positif terhadap gerak laju UMKM karena sarana dan prasarana infrastruktur mempunyai peran strategis dalam proses produksi, distribusi, ataupun pemasaran. Kendala yang dihadapi dalam pengadaan dan peningkatan infrastruktur adalah masalah pendanaan dan permasalahan hukum. Pertumbuhan infrastruktur jalan masih sangat kurang, jalan raya yang ada saat ini tidak memadai, sementara 90% barang dan jasa hasil UMKM dikirim lewat darat.²⁰ V. Wiratna Sujarweni dan Lila Retnani Utami dalam jurnalnya mengungkapkan bahwa permasalahan yang dihadapi UMKM meliputi:

a. Masalah Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang dianggap paling penting dalam dunia usaha. Kemampuan menghasilkan produk tetapi tidak disertai kemampuan memasarkan produk tersebut adalah sebuah kehancuran bagi usaha itu sendiri.

b. Masalah Sumber Daya Manusia

Permasalahan yang menyangkut sumber daya manusia biasanya terkait dengan struktur organisasi, pembagian kerja, masalah tenaga kerja serta kemampuan manajerial pengusaha.

b. Masalah Keuangan

Pelaku UMKM umumnya belum mampu melakukan permisahan manajemen keuangan perusahaan dan rumah tangga. Kondisi ini mengakibatkan pengusaha kecil sulit melakukan perhitungan hasil kegiatan usaha secara akurat dan akhirnya menghambat proses pembentukan modal usaha untuk menunjang pengembangan usaha.

Kegiatan bisnis atau Usaha Kecil dan Menengah yang banyak dalam masyarakat saat ini dengan kebebasan aktivitas bisnisnya ada sebagian yang tidak dapat bertahan atau gagal dalam menghadapi

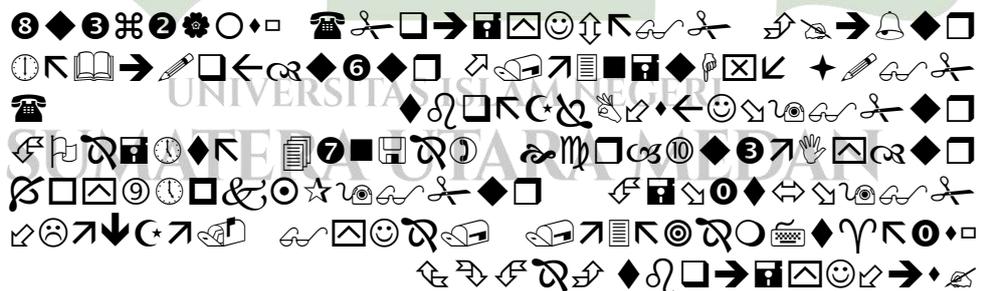
²⁰ Musran Munizu, *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan*, (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 1, 2010), h. 29.

pesaing bisnisnya, di antara sebab-sebab kegagalan bisnis kecil itu antara lain adalah:

- a. tidak mampu mengelola bisnis, dan kurang pengetahuan,
- b. terlalu santai menjalankan bisnis dan kurang perhitungan,
- c. tidak mampu melakukan pengawasan terhadap pegawai, dan
- b. modal sangat kecil sehingga sulit untuk ekspansi/investasi.²¹

3. UMKM Dalam Perspektif Islam

Dalam ekonomi Islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan. Melalui kisah-kisah nabi juga telah menegaskan bahwa Nabi Muhammad SAW awalnya adalah seorang pedagang atau wiraswasta dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat beliau dizaman dahulu merupakan pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. UMKM dalam ekonomi Islam merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah, menuju kesejahteraan social perintah ini berlaku untuk semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat, status dan jabatan seseorang dalam Al-Quran dijelaskan bahwa dalam surah At-Taubah (14), ayat 105 yaitu:



Artinya: *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan*

²¹ A. Jalaluddin Sayuti, *Pengantar Bisnis dalam Perspektif Aktivitas dan Kelembagaan* (Jakarta: Alfabeta, 2015).

yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan. (Q.S At-Taubah: 105)

Dalam surat tersebut dijelaskan bahwa Allah dan Rasulnya memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan Rasulnya sebagai amalan yang akan dipertanggung jawabkan pada akhir zaman. Islam telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia hubungan dengan Allah SWT, aturan yang berhubungan dengan hukum dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar seorang muslim dapat selalu menjaga perilakunya dan tidak terjerumus ke dalam kesesatan. Berikut adalah karakteristik menurut perspektif ekonomi Islam:²²

- a. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan, mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi pada Allah SWT
- b. Berdimensi akidah atau keakidahan, mengingat ekonomi Islam lahir dari akidah islamiah.
- c. Berkarakter ta'abbudi, yaitu merupakan aturan yang berdimensikan ketuhanan.
- d. Terkait dengan akhlak, segala kegiatan ekonomi harus dengan akhlak yang baik dan terpuji.
- e. Elastic, bahwa Al-Quran dan Hadist menjadi sebagai sumber asas ekonomi.
- f. Objektif, aktivitas ekonomi dilakukan tanpa adanya membeda-bedakan antar individu.
- g. Realistis, perkiraan ekonomi tidak semestinya selalu sesuai antara teori satu dengan lainnya.
- h. Harta kekayaan adalah hakekatnya milik Allah SWT, maka segala sesuatu bersifat tidak mutlak.

²² Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro dan Mikro Islam*, (Jakarta: Dwi Chandra Wacana, 2001), h. 52.

- i. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan.

4. Penyaluran Bantuan Modal

Penyaluran bantuan modal usaha merupakan salah satu solusi yang tepat dalam masalah pengurangan kemiskinan, karena modal adalah salah satu faktor yang sangat dibutuhkan dalam mengembangkan sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah), dimana sektor UMKM diyakini dapat membantu upaya pengentasan kemiskinan dikarenakan UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik tradisional maupun modern.²³

Pemerintah juga memperhatikan masalah penyaluran modal usaha, untuk mengembangkan usaha-usaha kecil dan mikro dalam rangka mengurangi kemiskinan, dengan mempermudah penyaluran modal dan menyediakan pembiayaan yang terjangkau. Seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 Pasal 21-22 berikut ini;

- a. Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.
- b. Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya.
- c. Usaha Besar nasional dan asing dapat menyediakan pembiayaan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil

²³ Tulus Tambunan, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996), h. 149.

dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah dan pembiayaan lainnya.

- d. Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Dunia Usaha dapat memberikan hibah, mengusahakan bantuan luar negeri, dan mengusahakan sumber pembiayaan lain yang sah serta tidak mengikat untuk Usaha Mikro dan Kecil.
- e. Pemerintah dan Pemerintah daerah dapat memberikan insentif dalam bentuk kemudahan persyaratan perizinan, keringanan tarif sarana dan prasarana, dan bentuk insentif lainnya yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan kepada dunia usaha yang menyediakan pembiayaan bagi Usaha Mikro dan Kecil.

Pasal 22 dalam rangka meningkatkan sumber pembiayaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil, Pemerintah melakukan upaya:

- a. Pengembangan sumber pembiayaan dari kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank;
- b. Pengembangan lembaga modal ventura;
- c. Pelembagaan terhadap transaksi anjak piutang;
- d. Peningkatan kerjasama antar Usaha Mikro dan Usaha Kecil melalui koperasi simpan pinjam dan koperasi jasa keuangan konvensional dan syariah; dan
- e. Pengembangan sumber pembiayaan lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.²⁴

Selain itu, UMKM mampu menjadi katup pengaman sosial ekonomi masyarakat untuk membantu mewujudkan perekonomian yang seimbang dan berkeadilan. Agar produktivitas UMKM semakin berkembang, dana bantuan modal usaha pemerintah ditinjau dari beberapa faktor yaitu modal usaha, tenaga kerja dan pemasaran melalui perspektif ekonomi islam.

²⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, “*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*”

5. Kriteria Penerima Bantuan Modal Usaha

Menurut Soemardjan, mendeskripsikan berbagai cara pengukuran kemiskinan dengan standar yang berbeda-beda, dengan tetap memperhatikan dua kategori tingkat kemiskinan, sebagai berikut; Pertama, kemiskinan absolut, yang berarti suatu kondisi dimana tingkat pendapatan seseorang tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan pokoknya seperti pangan, sandang, papan, kesehatan dan pendidikan; Kedua, kemiskinan relatif, yakni penghitungan kemiskinan berdasarkan proporsi distribusi pendapatan dalam suatu daerah. Kemiskinan jenis ini dikatakan relatif karena berkaitan dengan distribusi pendapatan antar lapisan sosial.²⁵

Moeljarto mengemukakan tentang *Poverty Profile* bahwa masalah kemiskinan bukan saja masalah *welfare* akan tetapi mengandung enam buah alasan antara lain:

- a. Masalah kemiskinan adalah masalah kerentanan.
- b. Kemiskinan berarti tertutupnya akses kepada berbagai peluang kerja karena hubungan produksi dalam masyarakat tidak memberi peluang kepada mereka untuk berpartisipasi dalam proses produksi.
- c. Masalah ketidakpercayaan, perasaan impotensi, emosional dan sosial dalam menghadapi elit desa dan para birokrat yang menentukan keputusan menyangkut dirinya tanpa memberi kesempatan untuk mengaktualisasikan diri, sehingga membuatnya tidak berdaya.
- d. Kemiskinan juga berarti menghabiskan sebagian besar penghasilannya untuk konsumsi pangan dalam kualitas dan kuantitas terbatas.
- e. Tingginya rasio ketergantungan, karena jumlah keluarga yang besar.
- f. Adanya kemiskinan yang diwariskan secara terus menerus.²⁶

²⁵ Gunawan Sumodiningrat, *Ekonometrika Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2007), h.81.

²⁶ Moeljarto Tjokrowinoto, *Politik Pembangunan Sebuah Analisis Konsep, Arah dan Strategi*, (Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1995), h. 98.

Selanjutnya, Supriatna mengemukakan lima karakteristik penduduk miskin, antara lain:

- a. Tidak memiliki faktor produksi sendiri;
- b. Tidak mempunyai kemungkinan untuk memperoleh aset produksi dengan kekuatan sendiri;
- c. Tingkat pendidikan pada umumnya rendah;
- d. Banyak diantaramereka tidak mempunyai fasilitas;
- e. Di antara mereka berusia relatif muda dan tidak mempunyai keterampilan atau pendidikan yang memadai.²⁷

Pemahaman terhadap karakteristik kemiskinan dimaksudkan agar dapat pula mengetahui strategi program yang bagaimana yang relevan dengan upaya penanggulangan kemiskinan tersebut.²⁸

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia dijelaskan bahwa salah satu sektor yang berperan dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan ialah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi lebih tepat jika mengarah atau mengambil sasaran sektor UMKM.

Adapun kriteria usaha yang termasuk dalam jenis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ialah sebagai berikut;²⁹

a. Kriteria Usaha Mikro:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempt usaha; atau

²⁷ Tjahya Supriatna, Strategi Pembangunan dan Kemiskinan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 125.

²⁸ Yulianto Kadj, *Kemiskinan dan Konsep Teoritisnya*, (Guru Besar Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG)

²⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, “*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.”

2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00

b. Kriteria Usaha Kecil:

1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00

c. Kriteria Usaha Menengah:

1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00.

C. Perkembangan UMKM

1. Pengertian perkembangan Umkm

Perkembangan usaha tidak hanya meliputi kenaikan pendapatan, tetapi juga dengan bertambahnya volume, laba, maupun tenaga kerja.³⁰ Maka dapat dikatakan bahwa perkembangan usaha menunjukkan perubahan dalam usaha tersebut, perubahan ini berupa usahanya sudah mengalami kemajuan. Perkembangan usaha merupakan pertumbuhan manajemen dan daya saing ekonomi perusahaan tersebut. Peningkatan daya saing ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan penghasilan yang lebih banyak sehingga mampu bertahan bahkan bersaing dengan perusahaan lain.

³⁰ Jennings, P. L., and Beaver, G, 1997, *The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective*, (International Small Business Journal, 15, 2, 1997), h. 63-75.

Perkembangan usaha biasanya dilihat dari segi pendapatan kotor (modal) yang diterima setiap bulannya. Menurut Inggarwati dan Kaudin, perkembangan usaha dapat diukur dengan melihat pertumbuhan penjualan, bertambahnya karyawan, peningkatan laba, dan peningkatan nilai aset. Apabila semua ini sudah terwujud, maka usaha tersebut dapat dianggap mengalami perkembangan.

Dari beberapa penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perkembangan usaha merupakan kenaikan pendapatan kotor perusahaan tersebut. Perkembangan usaha juga dapat diartikan sebagai suatu peningkatan volume, pendapatan, laba, dan tenaga kerja diimbangi dengan adanya kemajuan kinerja perusahaan tersebut.

Begitu juga dengan perkembangan UMKM, Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah dapat diukur dengan melihat bertambahnya tingkat pendapatan yang diterima.³¹ Sehingga untuk mengukur perkembangan UMKM dapat dilihat dari pendapatan yang diterima. Apabila mengalami kenaikan, maka dapat disebut mengalami pertumbuhan atau perkembangan. Jika mengalami penurunan pendapatan, maka dapat diartikan UMKM tersebut mengalami kemerosotan. Sedangkan menurut Purwanti, perkembangan UMKM merupakan kemampuan pengusaha untuk memenuhi permintaan pasar.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Menurut Alfina Dewi Ratnasari faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah:

- a. Modal usaha
- b. Pengalaman usaha
- c. Tingkat pendidikan

³¹ Sumardi dan Zulpahmi, *Peran baitul maal wat tamwil husnayain terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah*, (Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam, 2017), h. 68-89.

- d. Tenaga kerja³²

3. Indikator keberhasilan usaha

Menurut Suryana dalam Susi Sulastrri indikator keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

- a. Modal

Yaitu adanya peningkatan akan akumulasi modal

- b. Pendapatan

Yaitu pemasukan yang dihasilkan dari kegiatan usaha.

- c. Volume penjualan

Yaitu hasil penjualan yang berhasil dicapai suatu usaha atau yang ingin dicapai dalam waktu tertentu.

- d. Output produksi

Yaitu adanya produk barang yang dihasilkan suatu usaha.

- e. Tenaga kerja

Yaitu adanya peningkatan akan karyawan di tempat usaha.³³

D. Pemasaran

1. Teori pemasaran

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata pasar yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah pemasaran yang berarti melakukan suatu

³² Alfina Dewi Ratnasari. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. Volume 5, Nomor 1. ISSN 2355-5408.

³³ Sulastrri Susi. 2017. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Susu Kedelai di Kecamatan Braja Selehah Lampung Timur. Jurnal DINAMIKA Vol.3 No. 2.

aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual. Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi.³⁴

2. Pemasaran Dalam Islam

Menurut Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, pemasaran Islami adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadis.³⁵ Menurut Kertajaya sebagaimana dikutip Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, bahwa secara umum pemasaran Islami adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.³⁶

Pentingnya pasar dalam Islam tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli.³⁷ Keberadaan pasar yang terbuka memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk ambil bagian dalam menentukan harga, sehingga harga ditentukan oleh kemampuan riil masyarakat dalam mengoptimalkan faktor produksi yang ada di dalamnya.³⁸ Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara

³⁴ Philip Kotler, A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001), h. 157.

³⁵ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, hlm. 340

³⁶ *Ibid*, h.343

³⁷ Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, hlm. 201

³⁸ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: UII, 2008, hlm. 229

efektif.³⁹ Pasar syari'ah adalah pasar yang emosional (emotional market) dimana orang tertarik karena alasan keagamaan bukan karena keuntungan financial semata, tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah ia mengandung nilai-nilai ibadah, sebagaimana firman Allah dalam surat Al-An'am ayat 162



Artinya: Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.

Dalam Syari'ah marketing, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah, maka bentuk transaksinya insyaAllah menjadi nilai ibadah dihadapan Allah SWT. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:

- a. Shiddiq (jujur atau benar) dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.
- b. Amanah (atau dapat dipercaya) saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun atau sisa barang.
- c. Fathanah (cerdas) dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.
- d. Tabligh (komunikatif) jika seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tetap sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.⁴⁰

³⁹ Mustafa Edwin Nasution, et. al., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Jakarta: Prenada Media Group, 2014, hlm. 160

⁴⁰ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, Syari'ah Marketing, Bandung: Mizan Pustaka, 2006, hlm. 28

3. Pengertian pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasi fungsifungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁴¹

Jadi, pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial dari perusahaan. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Namun demikian, pemasaran juga dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan, dan mendistribusikan program-program dan jasa yang disponsori oleh organisasi non-laba.

Menurut Kotler bahwa strategi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa

⁴¹ Basu Swastha, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 2005) hal. 5

yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.⁴²

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual
- b. Kondisi Pasar
- c. Modal
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan
- e. Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, yang sering mempengaruhi penjualan.⁴³

E. Modal Usaha

1. Pengertian modal usaha

Menurut ahli ekonomi modal adalah kekayaan perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi selanjutnya. Sedangkan pengusaha berpendapat bahwa modal adalah nilai buku dari surat berharga.⁴⁴

Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.⁴⁵

Menurut Meij modal adalah sebagai kolektivitas dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca sebelah debet, yang dimaksud dengan

⁴² Philip Kotler dan G. Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta; Erlangga, 1997) hal. 3

⁴³ Nissa Nurfitriya, *Analisis Perbedaan Omset penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu*, (Semarang: 2011), h. 4.

⁴⁴ Suyadi Prawirosentono, h.107.

⁴⁵ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 17.

barang-barang modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktifitasnya untuk membentuk pendapatan.⁴⁶

Para ekonom menggunakan istilah modal atau capital untuk mengacu pada stok berbagai peralatan dan struktur yang digunakan dalam proses produksi. Artinya, modal ekonomi mencerminkan akumulasi barang yang dihasilkan di masa lalu yang sedang digunakan pada saat ini untuk memproduksi barang dan jasa yang baru. Modal ini antara lain peralatan, mesin, angkutan, gedung dan bahan baku.⁴⁷

2. Modal menurut perspektif ekonomi Islam

Modal dalam konsep ekonomi Islam berarti semua harta yang bernilai dalam pandangan syar'ī, dimana aktivitas manusia ikut berperan serta dalam usaha produksinya dengan tujuan pengembangan. Uang merupakan modal serta salah satu faktor produksi yang penting, tetapi bukan yang terpenting karena manusia menduduki tempat di atas modal yang disusul oleh sumber daya alam. Pandangan ini berbeda dengan pandangan sementara pelaku ekonomi modern yang memandang uang segala sesuatu, sehingga tidak jarang manusia atau sumber daya alam dianiaya atau ditelantarkan.⁴⁸

Modal dalam sistem ekonomi Islam diharuskan terus berkembang agar sirkulasi uang tidak berhenti. Dikarenakan jika uang atau modal terhenti maka harta itu tidak akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, namun seandainya jika uang diinvestasikan dan digunakan untuk melakukan bisnis maka uang tersebut akan mendatangkan manfaat bagi orang lain, termasuk diantaranya jika ada bisnis yang berjalan maka akan bisa menyerap tenaga kerja.⁴⁹

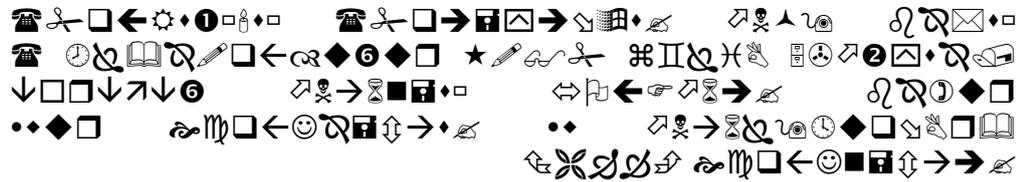
⁴⁶ Bambang Riyanto, *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. (Yogyakarta: BPFE, 20010, h. 18.

⁴⁷ Gregory N. Mankiw, *Principles of economics (Pengantar Ekonomi Mikro)* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 501.

⁴⁸ Gregory N. Mankiw, *Principles of economics (Pengantar Ekonomi Mikro)* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 501.

⁴⁹ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 122.

Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-baqarah: 279 yang berbunyi sebagai berikut:



Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

Ayat ini menjelaskan bahwa meneruskan hidup dengan riba setelah menjadi orang Islam, berarti memaklumkan perang kepada Allah Swt. dan rasul. Dengan ancaman yang keras itu, dapatlah dipahamkan bahwasanya seluruh harta yang diperibakan itu, baik dapatlah dipahamkan bahwasanya seluruh harta yang dipinjamkan, atau bunganya dari harta itu, semuanya menjadi harta yang haram kelanjutannya ialah bahwa daulah islamiyah berhak merampas seluruh harta itu, baik modal pokok, maupun bunganya. Tetapi kalau kamu telah taubat tidak hendak melanjutkan lagi kehidupan yang jahat itu, maka harta yang kamu pinjamkan sebanyak jumlah asalnya, bolehlah kamu ambil kembali.⁵⁰

Ekonomi Islam dalam konsep pengembangan modal memberikan ketentuanketentuan yang jelas dan terarah, antara lain konsep pengembangan modal yang ditawarkan adalah dengan menyerahkannya pada tiap individu sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Dengan catatan segala bentuk pengembangan yang akan dilakukan, harus memenuhi ketentuan-ketentuan syariah yang ada sebagaimana yang diatur dalam syariah muamalat. Dengan demikian, adanya pengembangan modal usaha yang dilakukan sesuai dengan sistem ekonomi Islam, diharapkan akan tercipta kondisi perekonomian masyarakat yang kondusif bagi pengembangan produksi.⁵¹

⁵⁰ Hamka., *Tafsir Al-Azhar* (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1982), h. 94.

⁵¹ Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2005), h. 57.

3. Modal menurut sumbernya

a. Permodalan Sendiri/Kekayaan Bersih/Sumber Intern.

Sumber ini berasal dari para pemilik perusahaan atau bersumber dari dalam perusahaan, misalnya penjualan saham, simpanan anggota pada bentuk usaha koperasi, cadangan. Kekayaan sendiri ini mempunyai ciri, yaitu terikat secara permanen dalam perusahaan.

b. Permodalan Asing/Kekayaan Asing/Sumber Ekstern.

Sumber ini berasal dari pihak luar perusahaan, yaitu berupa pinjaman jangka panjang atau jangka pendek. Pinjaman jangka pendek, yaitu pinjaman yang jangka waktunya maksimum satu tahun. Sedangkan pinjaman yang jangka waktunya lebih dari satu tahun, disebut kredit jangka panjang. Ciri dari kekayaan asing ini ialah tidak terikat secara permanen, atau hanya terikat sementara, yang sewaktu-waktu akan dikembalikan lagi kepada yang meminjamkan⁵²

4. Indikator Modal Usaha

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam cara memperoleh modal usaha, yaitu:

- a. Struktur permodalan : modal sendiri dan modal pinjaman
- b. Pemanfaatan modal tambahan
- c. Hambatan dalam mengakses modal eksternal
- d. Keadaan usaha setelah menanamkan modal.⁵³

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

F. Tenaga kerja

1. Pengertian tenaga kerja

Keberhasilan suatu pembangunan ekonomi dipengaruhi oleh faktor produksi. Faktor produksi sering didefinisikan sebagai setiap hal yang diperlukan secara teknis untuk memproduksi suatu barang atau jasa. Faktor-

⁵² Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), h.249.

⁵³ Kartika Putri, Dkk, Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, Dan Peran Business Development Service Terhadap Pengembangan Usaha, (Universitas Diponegoro : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis).

faktor produksi tersebut diantaranya yaitu bahan pokok peralatan gedung, tenaga kerja, mesin dan modal yang secara garis besar dapat dikategorikan menjadi input manusia dan non manusia.⁵⁴

Dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Tenaga Kerja memberikan pengertian tentang tenaga kerja yang terdapat dalam Pasal 1 ayat 2 bahwa tenaga kerja yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.⁵⁵

Menurut Simanjuntak, tenaga kerja mencakup penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan dan yang melakukan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Pencari kerja, bersekolah, dan mengurus rumah tangga walaupun tidak bekerja, tetapi secara fisik mampu dan sewaktu-waktu dapat ikut bekerja. Pengertian tentang tenaga kerja yang dikemukakan oleh Simanjuntak memiliki pengertian yang lebih luas dari pekerja/buruh. Pengertian tenaga kerja disini mencakup tenaga kerja/buruh yang sedang terkait dalam suatu hubungan kerja dan tenaga kerja yang belum bekerja. Sedangkan pengertian dari pekerja/buruh adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain. Dengan kata lain, pekerja atau buruh adalah tenaga kerja yang sedang dalam ikatan hubungan kerja.⁵⁶

Mulyadi juga memberikan definisi tenaga kerja sebagai penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu Negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktifitas tersebut.⁵⁷

⁵⁴ N. Gregory Mankiw, Makroekonomi, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 213.

⁵⁵ 2 Sendjun H. Manulang, Pokok-Pokok Hukum Ketenagakerjaan Di Indonesia, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 3.

⁵⁶ Hardijan Rusli, Hukum Ketenagakerjaan, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), h. 12-13.

⁵⁷ Mulyadi S, Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 71.

Menurut Murti, tenaga kerja adalah individu yang menawarkan keterampilan dan kemampuan untuk memproduksi barang atau jasa agar perusahaan dapat meraih keuntungan dan untuk itu individu tersebut akan memperoleh gaji atau upah sesuai dengan keterampilan yang dimilikinya.⁵⁸

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan tenaga kerja adalah setiap penduduk yang mampu menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan batas usia minimal angkatan kerja yaitu 15 tahun.

2. Teori ketenagakerjaan

Teori Keynes John Maynard Keynes (1883-1946) berpendapat bahwa dalam kenyataan pasar tenaga kerja tidak bekerja sesuai dengan pandangan klasik. Dimanapun para pekerja mempunyai semacam serikat kerja (*labor union*) yang akan berusaha memperjuangkan kepentingan buruh dari penurunan tingkat upah. Kalaupun tingkat upah diturunkan tetapi kemungkinan ini dinilai Keynes kecil sekali, tingkat pendapatan masyarakat tentu akan turun. Turunnya pendapatan sebagian anggota masyarakat akan menyebabkan turunnya daya beli masyarakat, yang pada gilirannya akan menyebabkan konsumsi secara keseluruhan berkurang.

Berkurangnya daya beli masyarakat akan mendorong turunnya harga-harga. Jika harga-harga turun, maka kurva nilai produktivitas marginal labor (*marginal value of productivity of labor*) yang dijadikan sebagai patokan oleh pengusaha dalam mempekerjakan labor akan turun. Jika penurunan harga tidak begitu besar maka kurva nilai produktivitas hanya turun sedikit. Meskipun demikian jumlah tenaga yang bertambah tetap saja lebih kecil dari jumlah tenaga kerja yang ditawarkan. Lebih parah lagi jika harga-harga turun drastis, ini menyebabkan kurva nilai produktivitas marginal

⁵⁸ Murti Sumarni & John Suprihanto, Pengantar Bisnis Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan, (Yogyakarta: Liberty, 2014), h. 5.

labor turun drastis pula dan jumlah tenaga kerja yang tertampung menjadi semakin kecil dan pengangguran menjadi semakin luas.⁵⁹

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi tenaga kerja

Permintaan tenaga kerja berkaitan dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan atau terserap oleh perusahaan atau instansi tertentu. Menurut Sumarsono, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tenaga kerja adalah:

- a. Perubahan tingkat upah
Perubahan tingkat upah akan mempengaruhi tinggi rendahnya biaya produksi perusahaan. Apabila digunakan asumsi tingkat upah naik maka akan terjadi hal-hal sebagai berikut:
- b. Naiknya tingkat upah akan menaikkan biaya produksi perusahaan selanjutnya akan meningkatkan pula harga per unit produksi. Biasanya para konsumen akan memberikan respon yang cepat apabila terjadi kenaikan harga barang, yaitu mengurangi konsumsi atau bahkan tidak membeli sama sekali. Akibatnya banyak hasil produksi yang tidak terjual dan terpaksa produsen mengurangi jumlah produksinya. Turunnya target produksi mengakibatkan berkurangnya tenaga kerja yang dibutuhkan. Penurunan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan karena pengaruh turunnya skala produksi disebut dengan efek skala produksi atau scale effect.
- c. Apabila upah naik dengan asumsi harga dari barang-barang modal lainnya tidak berubah, maka pengusaha ada yang lebih suka menggunakan teknologi padat modal untuk proses produksinya dan menggantikan kebutuhan akan tenaga kerja dengan kebutuhan akan barang-barang modal seperti mesin dan lain-lain. Penurunan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan karena adanya penggantian atau

⁵⁹ Hadi Setiawan, Analisis Pengaruh Upah Minimum Provinsi, Tenaga Kerja, Dan Infrastruktur Terhadap Penanaman Modal Asing Di Provinsi Dki Jakarta, (Jurnal Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

penambahan penggunaan mesin-mesin disebut efek substitusi tenaga kerja atau substitution effect.

- d. Perubahan permintaan hasil akhir produksi oleh konsumen Apabila permintaan akan hasil produksi perusahaan meningkat, perusahaan cenderung untuk menambah kapasitas produksinya, untuk maksud tersebut perusahaan akan menambah penggunaan tenaga kerjanya.

Harga barang modal turun Apabila harga barang modal turun maka biaya produksi turun dan tentunya mengakibatkan harga jual barang per unit ikut turun. Pada keadaan ini perusahaan akan cenderung meningkatkan produksinya karena permintaan hasil produksi bertambah besar, akibatnya permintaan tenaga kerja meningkat pula.⁶⁰

4. Hak-hak tenaga kerja dalam Islam

Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sebuah ethical economy. Sangat berbeda dengan sistem lain, baik kapitalisme maupun sosialisme. Berikut ini adalah beberapa konsep buruh dalam perspektif Islam, akan diuraikan sebagai dibawah ini:

- a. Buruh adalah Saudara Buruh sebagai manusia memiliki kehormatan asasi yang langsung diberikan oleh Allah. Jika buruh dianggap sebagai alat produksi sebagaimana yang terjadi dalam sistem ekonomi kapitalis maka dalam hal ini kehormatan manusia sudah disamakan dengan mesin-mesin produksi lainnya yang akan berimbas pada pengerukan keuntungan sebesar-besarnya oleh sebuah perusahaan dengan tanpa memperhatikan manusia buruh tersebut karena mereka dalam hal ini sudah dianggap sebagai alat produksi.

⁶⁰ Sonny Sumarsono, Teori Dan Kebijakan Publik Ekonomi Sumber Daya Manusia, h.

- b. Perintah Memperlakukan Buruh dengan Baik Tidak bisa dipungkiri bahwa Islam sangat menjunjung tinggi kehormatan masing-masing individu. Sehingga dalam persoalan pekerjaan juga tidak bisa dibenarkan jika seorang majikan menjadikan buruh atau pegawainya sebagai manusia yang kurang terhormat. Islam sangat concern terhadap buruh. Buruh mendapat tempat yang sangat tinggi sebagai seorang pekerja sebagaimana seorang majikan juga bekerja dengan mempekerjakannya.
- c. Pemberian Beban Kerja Tidak Boleh Melebihi Kemampuan Islam mengharuskan manusia untuk bekerja dengan tujuan untuk mendapatkan upah.
- d. Upah yang Layak dan Tepat Waktu Dalam teori ekonomi, upah secara umum dimaknai sebagai harga yang dibayarkan kepada pekerja atas jasanya dalam produksi kekayaan seperti faktor produksi lainnya.
- e. Kewajiban Buruh Terhadap Majikan Sebagai wujud komitmen Islam terhadap keadilan, maka Islam juga melindungi majikan dengan memberikan kewajiban moral kepada para pekerja atau buruh.⁶¹

G. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa hasil penelitian-penelitian terdahulu yang akan menjadi basis atau dasar penelitian ini.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Helmalia dan Afrinawati. Yang mana, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang dibantu oleh BNI di Kota Padang. Penelitian ini membuktikan bahwa bantuan dana e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM binaan RKB BNI Padang. Selain itu, penelitian yang dilakukan Marcelina membuktikan bahwa kredit mikro dari

⁶¹ Nurma Nugraha, Hak Buruh Dalam Undang-Undang dan Perspektif Islam, (El-Arbah, Vol. 4, No. 1, 2020).

Koperasi Enkas Mulia dapat meningkatkan modal usaha, tenaga kerja, omzet penjualan, dan keuntungan Usaha Mikro.

Menurut penelitian Fitanto pada UKM sepatu di Mojokerto, faktor-faktor yang mempengaruhi modal secara signifikan adalah tenaga kerja, modal dan keunggulan jaringan usaha. Keseluruhan variabel tersebut berkoefisien positif yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif variabel tersebut terhadap modal. Semakin tinggi jumlah tenaga kerja maka akan semakin tinggi pula modal yang diperoleh. Begitu pula semakin tinggi jumlah modal awal dan keunggulan jaringan usaha yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula modal usaha.

Selanjutnya, Zuliastri melihat dampak perguliran dana simpan pinjam khusus perempuan (SPP) PNPM Mandiri Perdesaan terhadap perkembangan UMKM: studi kasus Kecamatan Cimarga Kabupaten Lebak Provinsi Banten. Penelitian ini menganalisis dampak perguliran dana Simpan Pinjam khusus Perempuan (SPP) terhadap perkembangan UMKM yang dilihat berdasarkan indikator modal usaha, keuntungan dan penyerapan tenaga kerja. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, metode regresi linear berganda dengan menggunakan persamaan simultan dan untuk menduga parameter regresi menggunakan *Two-Stage Least Squares* (2SLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pinjaman bergulir SPP berhasil meningkatkan pendapatan pelaku usaha dengan meningkatkan modal usaha sebesar 36.05%. Selain modal, keuntungan usaha juga mengalami peningkatan sebesar 36.08%. Pinjaman dana bergulir SPP berpengaruh positif dan signifikan terhadap modal usaha. Besarnya jumlah pinjaman yang diperoleh UMKM dipengaruhi oleh jumlah guliran dan modal usaha. Semakin besar nilai modal yang diperoleh, maka semakin besar pula keuntungan usaha. Modal usaha selanjutnya berpengaruh nyata terhadap keuntungan yang diperoleh dan keuntungan usaha berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja.

Selain itu, menurut Arinda dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh Modal Awal Terhadap Modal usaha Mikro di Dramaga, Bogor menjelaskan bahwa Jumlah modal awal berpengaruh secara nyata terhadap

peningkatan modal usaha. Walaupun berpengaruh nyata, tidak selalu modal awal yang besar memberikan modal yang besar pula. Hal ini terlihat bahwa 53% responden yang memiliki usaha mikro modal awalnya lebih besar daripada modal usaha. Sisanya 47% responden modal awal usaha lebih kecil daripada modal usaha. Dapat disimpulkan bahwa modal awal yang besar tidak menjamin akan mendapat modal usaha yang besar pula. Hasil regresi linier menunjukkan jumlah modal awal berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan modal usaha. Modal dan modal saling berhubungan dalam suatu usaha. Modal diperlukan untuk mengembangkan usaha yang nantinya akan meningkatkan omset, sehingga modal awal harus dapat digunakan secara optimal agar omset terus berkembang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Jumlah modal awal berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan omset.

Menurut Karini, lewat penelitian yang berjudul *Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha Terhadap Peningkatan usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam* membuktikan bahwa pemberian pembiayaan modal kerja usaha sangat berpengaruh dalam meningkatkan Usaha Mikro di pasa Tempel. Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui pelaksanaan pemberian pembiayaan usaha mikro pada BTM Muhammadiyah Sukarame. Selain itu juga dalam rangka memahami hambatan-hambatan dalam perkembangan Usaha Mikro di Kecamatan Sukarame.

Penelitian yang berjudul “*Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Dan Pengangguran Daerah di Kabupaten Ngawi*” oleh Hasri, Sigit, & Santoso membuktikan bahwa pengembangan UMKM di Kabupaten Ngawi mampu menjadi faktor pendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Yang mana hal ini akan meminimalisir kemiskinan di Kabupaten Ngawi. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menjelaskan peran pengembangan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ngawi.

Selanjutnya, penelitian yang berjudul “*Pengaruh Pinjaman Modal dan Teknologi Terhadap Perkembangan UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Kota Bandar Lampung*” membuktikan bahwa Pinjaman Modal dan Pinjaman teknologi berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM. Kedua variabel tersebut berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Perkembangan UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Apriwiyanti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pinjaman modal, teknologi terhadap perkembangan UMKM.

Selain itu, penelitian yang berjudul “*Analisis Peran Perempuan dan Pemerintah Dalam Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” membuktikan bahwa peran perempuan dalam hal ini yang paling signifikan adalah para perempuan yang berada pada katagori dewasa sampai pada usia lanjut. Selain itu, pemerintah berperan aktif dalam membangun UMKM di kota Banda Aceh yang bertujuan mengangkat derajat kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Audira membuktikan bahwa dengan adanya pelatihan dapat meningkatkan perkembangan UKM dan dapat membuat mitra UKM mampu bersaing bahkan lebih unggul dibanding pesaingnya. Penelitian ini berjudul “*Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan pelatihan program kampung UKM digital dalam meningkatkan perkembangan UMKM di Kota Bandar Lampung.

Handani membuktikan bahwa Bantuan Modal Usaha berpengaruh terhadap UMKM Binaan, walaupun demikian Pendampingan tidak berpengaruh. Penelitian yang berjudul “*Pengaruh Bantuan Modal Usaha dan Pendampingan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Binaan Badan Amil Zakat Nasional Kota Jambi*” dilakukan dalam rangka mengetahui pengaruh bantuan modal dan pendampingan terhadap UMKM binaan Badan Amil Zakat Nasional Kota Jambi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Prabawati, & Handayani juga membuktikan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, orientasi pasar, dan inovasi produk terbukti berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain, orientasi pasar, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terbukti berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Penelitian yang berjudul “*Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kecamatan Kaliwate*” ini, dilakukan dalam rangka untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening.

Terakhir, Novianingrum membuktikan bahwa orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha berpengaruh. Selain itu, orientasi pasar terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing tidak berpengaruh. Penelitian ini berjudul “*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Daya Saing Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”.

Selain penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada tabel 2.1 juga dirangkum penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini.

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hipotesis/Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Endang Purwanti (2012)	<i>Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran</i>	penelitian untuk mengetahui apakah ada pengaruh karakteristik wirausaha, modal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara

		<i>Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga</i>	usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Desa Dayaan dan Kalilondo di Salatiga.	bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan
2	Helmalia & Afrinawati (2018)	<i>Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang dibantu oleh BNI di Kota Padang	e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM binaan RKB BNI Padang.
3	Marcelina (2012)	<i>Analisis Dampak Kredit Mikro Terhadap Perkembangan Usaha</i>	Penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis perkembangan dan perbedaan	Penelitian ini membuktikan bahwa kredit mikro dari Koperasi Enkas Mulia dapat meningkatkan

		<i>Mikro di Kota Semarang</i>	Usaha Mikro antara sesudah dan sebelum memperoleh kredit mikro dari Koperasi Enkas Mulia Kota Sumarang	modal usaha, tenaga kerja, omzet penjualan, dan keuntungan Usaha Mikro
4	Arinda (2014)	<i>Analisis Pengaruh Modal Awal Terhadap Modal usaha Mikro di Dramaga, Bogor</i>	Penelitian ini dilakukan dalam rangka menganalisis karakteristik sosial ekonomi pengusaha mikro serta pengaruh kuantitas dan sumber modal terhadap modal usaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendidikan, status pernikahan, komoditas usaha, jumlah modal awal, lama usaha, sumber modal awal, dan total biaya berpengaruh terhadap omset usah
5	Karini (2017)	<i>Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha Terhadap Peningkatan usaha Mikro Kecil Menengah</i>	Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui pelaksanaan pemberian pembiayaan usaha mikro pada BTM Muhammadiyah	Penelitian ini membuktikan bahwa pemberian pembiayaan modal kerja usaha berpengaruh terhadap peningkatan Usaha Mikro di pasa Tempel.

		<i>(UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam</i>	Sukarame. Selain itu juga dalam rangka memahami hambatan-hambatan dalam perkembangan Usaha Mikro di Kecamatan Sukarame.	
6	Hasri, Sigit, & Santoso (2020)	<i>Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Dan Pengangguran Daerah di Kabupaten Ngawi</i>	Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan peran pengembangan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ngawi	Penelitian ini membuktikan bahwa, pengembangan UMKM di Kabupaten Ngawi mampu menjadi faktor pendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Yang mana hal ini akan meminimalisir kemiskinan di Kabupaten Ngawi
7	Apriwiyan	<i>Pengaruh Pinjaman</i>	Penelitian ini bertujuan untuk	Penelitian ini membuktikan

	(2019)	<i>Modal dan Teknologi Terhadap Perkembangan UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Kota Bandar Lampung</i>	mengetahui pengaruh pinjaman modal, teknologi terhadap perkembangan UMKM.	bahwa Pinjaman Modal dan Pinjaman teknologi berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM. Kedua variabel tersebut berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Perkembangan UMKM
8	Murni, & Humaira (2021)	<i>Analisis Peran Perempuan dan Pemerintah Dalam Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam</i>	Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui apakah peran perempuan dan pemerintah dapat memperkembangkan UMKM di Kota Banda Aceh	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran perempuan dalam hal ini yang paling signifikan adalah para perempuan yang berada pada katagori dewasa sampai pada usia lanjut. Selain itu, pemerintah berperan aktif dalam membangun UMKM di kota Banda Aceh yang bertujuan mengangkat derajat

				kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui UMKM.
9	Audira (2018)	<i>Analisis Peranan Pelatihan Program Kampung UKM Digital Terhadap Perkembangan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam</i>	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peranan pelatihan program kampung UKM digital dalam meningkatkan perkembangan UMKM di Kota Bandar Lampung.	Penelitian ini membuktikan bahwa dengan adanya pelatihan dapat meningkatkan perkembangan UKM dan dapat membuat mitra UKM mampu bersaing bahkan lebih unggul dibanding pesaingnya.
10	Handani (2019)	<i>Pengaruh Bantuan Modal Usaha dan Pendampingan Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Binaan Badan Amil Zakat</i>	Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui pengaruh bantuan modal dan pendampingan terhadap UMKM binaan Badan Amil Zakat Nasional Kota Jambi	Bantuan Modal Usaha berpengaruh terhadap UMKM Binaan, walaupun demikian Pendampingan tidak berpengaruh.

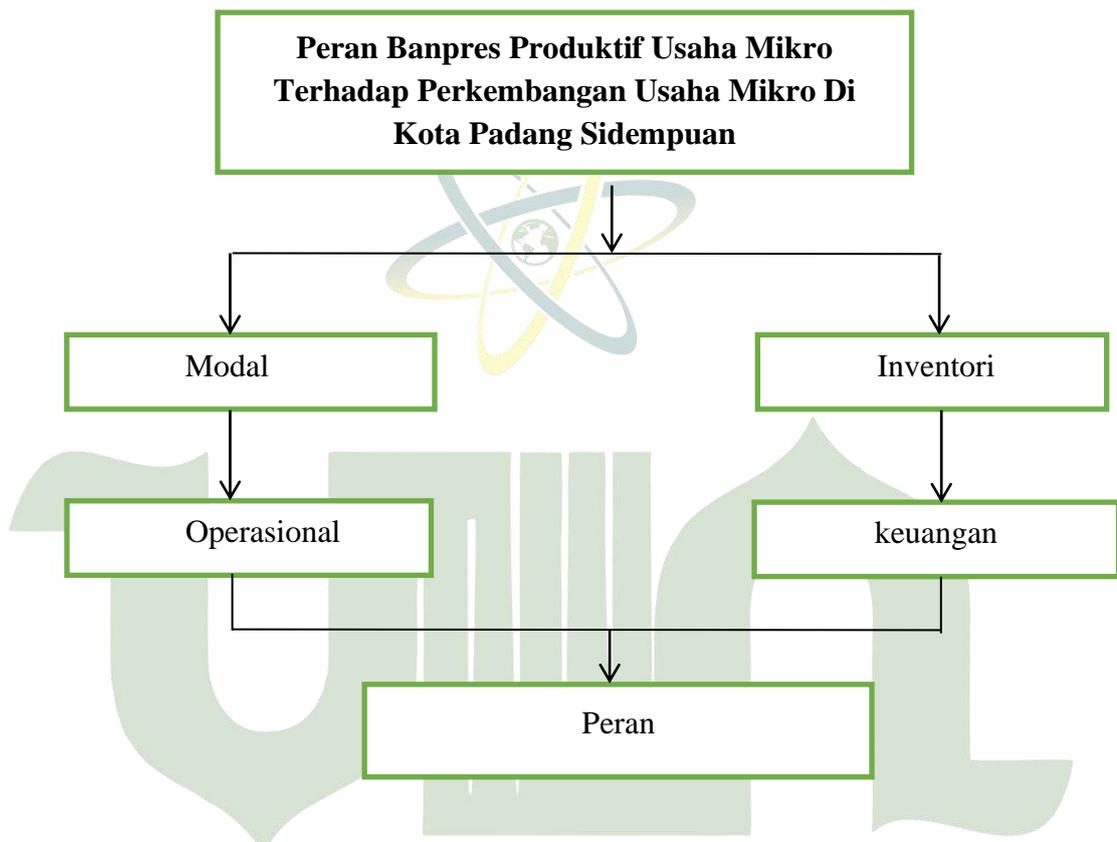
		<i>Nasional Kota Jambi</i>		
11	Prabawati, & Handayani (2019)	<i>Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kecamatan Kaliwates</i>	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening.	Penelitian ini membuktikan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, orientasi pasar, dan inovasi produk terbukti berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain, orientasi pasar, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terbukti berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.
12	Novianingrum (2020)	<i>Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha</i>	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh langsung orientasi pasar	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa, orientasi pasar terhadap keunggulan

		<p><i>Terhadap Daya Saing Dalam Perspektif Ekonomi Islam</i></p>	<p>dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Selain itu juga akan diteliti pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM yang dimoderasi oleh keunggulan bersaing</p>	<p>bersaing dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha berpengaruh. Selain itu, orientasi pasar terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing tidak berpengaruh</p>
--	--	--	---	---

H. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara terperinci dan kerangka yang lebih luas lagi.⁶² Berdasarkan kajian teori di atas peneliti mengkaji dan meneliti apakah bantuan produktif usaha mikro memberi dampak atau tidak terhadap perkembangan UMKM yang dilihat dari aspek modal usaha dan tenaga kerja.

⁶² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 76.



Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa Peran Banpres Produktif Usaha Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kota Padang Sidempuan mencakup implementasi dan kendala dalam pelaksanaan, setelah diketahui kendala dan implementasi pelaksanaannya, langkah selanjutnya baru bisa menentukan solusi dalam perkembangan umkm di Kota Padang Sidempuan.