

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pendampingan

1. Pengertian pendampingan

Menurut Miftahulkhair pendampingan adalah salah satu proses dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, melalui kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Pendamping hanya memberikan bimbingan, saran, dan bantuan konsultif tidak mempunyai kekuasaan lebih, sedangkan masyarakat yang didampingi dengan pendamping harus memiliki tujuan yang sama.¹

Menurut Sundari pendampingan adalah kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunitas, dan dinamisator yang menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat.²

Sedangkan menurut Wiryasaputra pendampingan adalah gambaran hubungan antar manusia yang sama dan

¹ Miftahulkhair Miftahulkhair, 'Pendampingan Sosial Terhadap Anak Jalanan Di Rumah Perlindungan Sosial Anak (RPSA) Kota Makassar', *Phinisi Integration Review*, 1.2 (2018), 223 <<https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6659>>.

² Susanti Sundari and others, 'Pendampingan Nelayan Skip Pada Penerapan Metode Budidaya Kerang Hijau Yang Tepat Di Bumi Waras Bandar Lampung', *selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6.1 (2022), 410 <<https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7907>>.

sederajat. Dalam pendampingan, orang yang didampingi adalah pemegang kendali utama sebab pendampingan yang dilakukan merupakan pertolongan antara pendamping dengan orang yang didampingi.³

Jadi dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pendampingan merupakan suatu proses kegiatan untuk membantu individu atau kelompok masyarakat dalam menentukan keberhasilan program yang dijalankan. Pendamping hanya berperan sebagai fasilitator, komunitor dan dinamisator, sedangkan individu atau kelompok masyarakat yang didampingi adalah pemegang kendali utama antara pendamping dengan orang yang didampingi.

2. Peran pendampingan

Peran pendampingan umumnya mencakup empat peran utama yaitu:⁴

a. Fasilitator

Peran fasilitator merupakan yang berkaitan dengan pemberian motivasi, kesempatan, dan dukungan bagi masyarakat. Beberapa tugas yang berkaitan dengan

³ Otoriteit Dachi and Bestarianni Telaumbanua, 'Peran Guru Mendampingi Siswa Korban Bullying', *SUNDERMANN: Jurnal Ilmiah Teologi, Pendidikan, Sains, Humaniora Dan Kebudayaan*, 15.2 (2022), 99–105 <<https://doi.org/10.36588/sundermann.v15i2.82>>.

⁴ M.AB Enza Resdiana, SE., 'Peran Pendamping Dalam Mensukseskan Program Keluarga Harapan Di Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep', 151.1995 (2015), 10–17.

peran ini antara lain menjadi model, melakukan mediasi, dan memberi fasilitator sebagai tanggungjawab untuk membantu yang didampingi menjadi mampu menangani tekanan situasi.

b. Pendidik

Pendamping berperan aktif sebagai agen yang memberi masukan positif dan direktif berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya serta bertukar gagasan dengan pengetahuan dan pengalaman masyarakat yang didempingnya.

c. Perwakilan masyarakat

Peran ini dilakukan dalam kaitannya dengan interaksi antara pendamping, lembaga-lembaga eksternal untuk kepentingan masyarakat dampingannya.

d. Peranan teknis

Peran ini dapat dilakukan oleh pendamping bersama individu atau kelompok masyarakat dalam mendapatkan informasi dan data yang dapat digunakan baik untuk mengundang perhatian dari masyarakat untuk mengembangkan potensi tetapi juga membantu mempromosikan.

B. Digital marketing

1. Pengertian Digital Marketing

Digital marketing saat ini menjadi salah satu media pemasaran yang banyak diminati oleh pembisnis karena,

pergantian dari pemasaran tradisional ke pemasaran digital secara bertahap membuat perusahaan atau pembisnis mudah menjangkau audiens pasar yang luas dan menarik pelanggan potensial.⁵ *Digital marketing* menurut Kotler adalah suatu sistem kinerja perusahaan yang berfokus pada penjualan barang, jasa, ataupun promosi yang menggunakan media internet sebagai kegiatan bertransaksi sehingga suatu kegiatan berbelanja lebih mudah dan efisien.⁶

Menurut Revaldo dan Rusmanto, *digital marketing* adalah salah satu bentuk usaha mempromosikan perusahaan, barang, maupun jasa untuk membentuk keputusan dalam memasarkan produknya dengan memanfaatkan teknologi digital melalui satu atau lebih bentuk media elektronik yang ada sekarang.⁷

Sedangkan menurut Chakti *digital marketing* merupakan segenap upaya yang dilakukan oleh suatu bisnis dalam hal pemasaran yang memiliki beragam

⁵ Suwarno Suwarno and Juven Gautama, 'Analisis Terhadap Peranan Digital Marketing Pada Media Sosial Perbankan: Studi Eksplorasi Penerimaan Konsumen', *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9.6 (2022), 2132 <<https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i6.5211>>.

⁶ Hawangga Dhiyaul Fadly and Utama Utama, 'Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19', *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5.2 (2020), 213–22 <<http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>>.

⁷ Onsardi Onsardi and others, 'Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu', *Creative Research Management Journal*, 5.2 (2022), 10 <<https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3096>>.

strategi dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet seperti media sosial dengan tujuan supaya dapat berkomunikasi dengan calon pembeli melalui jaringan komunikasi *online*.⁸

Jadi yang dimaksud dengan *digital marketing* adalah penggunaan teknologi internet dalam memasarkan produk, atau jasa melalui website, sosial media dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan melalui jaringan komunikasi *online*.

2. Manfaat Digital Marketing

Menurut Stocdale, penggunaan *digital marketing* memiliki manfaat untuk pembisnis yaitu sebagai berikut:⁹

- a. Terciptanya saluran pemasaran yang berkelanjutan.
- b. Kemudahan promosi lintas platform media sosial.
- c. Peningkatan popularitas merek dan produk.
- d. Pengenalan organisasi atau perusahaan ke masyarakat.

Sedangkan pendapat Pangestika, manfaat *digital marketing* bagi perusahaan atau pembisnis dapat dilakukan dengan sangat cepat, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui dan dievaluasi serta jangkauan grafis

⁸ Tati Handayani, Pusporini Pusporini, and Anggi Angga Resti, 'Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam', *Jesya*, 6.1 (2023), 209–20 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.889>>.

⁹ Arfan and Hasan.

dari *digital marketing* yang luas hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.¹⁰

Dapat diartikan pemanfaatan *digital marketing* ini sangat banyak menguntungkan bagi perusahaan maupun pembisnis dalam memasarkan produk dan jasa yang dijual bagi perusahaan atau pembisnis mmperecepat hasil dari kegiatan pemasaran melalui digital marketing dapat terjangkau luas hanya menggunakan internet.

3. Jenis digital marketing

Adapun jenis-jenis digital marketing sebagai berikut:

a. Media sosial

Menurut zarella, media sosial merupakan media yang bagus bagi dunia pemasaran karena kemudahan akses dengan menggunakan media sosial baik melalui blog, sosial *net working*, *Facebook* dan *WhatsApp*, merupakan langkah strategis dalam memasarkan hasil produk.¹¹

Sedangkan menurut Kapla dan Haenlin, media sosial adalah suatu grup aplikasi berbasis internet, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar

¹⁰ Pipih Sopiyan, 'Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian', *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13.2 (2022), 249–58 <<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>>.

¹¹ Jefry Romdonny and Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 'Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis', *Ikraith Ekonomika*, 1.2 (2018), 25–30 <<https://media.neliti.com/media/publications/267974-peran-media-sosial-dalam-mendukung-pemas-118e37b9.pdf>>.

informasi pada aplikasi tersebut. Beberapa media sosial yang sering digunakan oleh jutaan pengguna di Indonesia yaitu sebagai berikut:¹²

1. *Instagram*, layanan jejaringan sosial berbagi foto dan video dengan membagikan ke berbagai karyawan jejaringan sosial. Aplikasi ini juga sering digunakan untuk mempromosikan produk dan jasa yang dijual.
2. *Facebook*, merupakan aplikasi yang sama dengan Facebook yang dapat digunakan untuk berinteraksi antar satu dengan yang lain.
3. *Youtube*, merupakan aplikasi situs web berbagi yang memungkinkan pengguna menikmati layanan seperti menonton video, dan berbagai konten video yang dapat diunggah dalam aplikasi ini.
4. *Twitter*, merupakan layanan jejaringan sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca teks.

b. *E-mail*

Electronic mail (e-mail) merupakan layanan yang diberi oleh internet pada tahun 1960, e-mail adalah salah satu proses pengiriman singkat dan cepat.¹³

¹² La Moriannyah, 'Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents and Consequences', *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 2015, 187-96.

c. *E-commerce*

e-commerce singkatan dari *Electronic Commerce* adalah sistem pemasaran untuk mencakup distribusi, menjual, membeli dan service dari sebuah produk barang dan jasa melalui media elektronik seperti internet. Layanan *e-commerce* bukan jasa maupun barang tetapi perpaduan antara jasa dan barang. *E-commerce* dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi dan mempercepat kegiatan produksi global karena, *e-commerce* akan menyempurnakan perdagangan, dengan menggunakan layanan ini calon pembeli dapat mengakses ribuan produk, pemasaran, pilih metode pengiriman yang diinginkan dan pembayaran dengan menggunakan atm, m-banking, atau swalayan dan lainnya.¹⁴

4. *Digital Marketing* Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan islam menggunakan *digital marketing* untuk menjual produk usaha harus berdasarkan hukum syariah yang memiliki ciri-ciri, yaitu pemasaran melalui media digital tidak mengandung *maisir* (judi),

¹³ Anhar Mawarsih, 'Pengaruh Electronic Mail Sebagai Media Komunikasi Terhadap Mengerjakan Tugas Kuliah Mahasiswa', *Ejurnal Ilmu Komunikasi*, 2.1 (2014), 334–48.

¹⁴ Y. L.R Rehatalanit, 'Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis', *Jurnal Teknologi Industri*, 5.0 (2021), 62–69 <<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>>.

kegiatan pembuatan dan penjualan produk usaha yang dilakukan secara haram dilarang, pemasaran yang mengandung unsur *gharar* (tidak pastian) dan *digital marketing* tidak mengandung *riba* (bunga), sebagaimana Allah SWT berfirman :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُزِيدُهُمْ إِلَّا كَمَا يُزِيدُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
 الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ
 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ
 فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ
 أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “ Orang- orang yang memakan *riba* tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan *riba*. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan *riba*. Barang siapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperoleh dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah [2]: 275)

Artinya *digital marketing* telah mendapatkan tempat dalam parspektif islam dengan syarat-syarat dan larangan *riba*, *maisir*, *gharar*, penjualan produk yang haram tersebut yang harus ditaati oleh pelaku usaha. Hal ini bertujuan untuk bisnis melalui *digital marketing* dalam mendapatkan

falah dan keuntungan yang maksimal dapat dicapai, memaksimalkan keuntungan dari *digital marketing* dapat dicapai dengan membedakan produk, kualitas, dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan melalui digital marketing.¹⁵

C. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

1. Pengertian BUMDe

Menurut Tama and Yanuardi BUMDes lahir sebagai kelembagaan atau badan usaha dimana semua bentuk kegiatan pengelolaannya yang dilakukan oleh masyarakat desa secara profesional. Kegiatan kerja BUMDes ialah dengan cara menampung kegiatan ekonomi masyarakat desa, tetapi tetap bersandar pada potensi asli desa dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa.¹⁶

Menurut Samjulaifi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa untuk memperkuat perekonomian desa yang berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Tak hanya sebagai lembaga usaha desa,

¹⁵ Malahayatie Malahayatie and Maryamah Maryamah, 'Etika Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, 3.1 (2019), 75–93 <<https://doi.org/10.52490/jeskape.v3i1.441>>.

¹⁶ Dantika Ovi Era Tama and Yanuardi, 'Dampak Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Bagi Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Karangrejek Kecamatan Wonosari Kabupaten Gunungkidul', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 1689–99.

BUMDes berperan sebagai lembaga sosial yang berpihak pada kepentingan masyarakat desa dalam penyediaan pelayanan sosial dan BUMDes juga sebagai lembaga komersial yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui penawaran sumber daya lokal ke pasar.¹⁷

Dapat diartikan bahwa BUMDes merupakan suatu lembaga atau badan usaha yang segala sesuatu kegiatannya dijalankan berdasarkan dengan seluruh potensi yang ada didesa untuk memperkuat perekonomian masyarakat desa. Kegiatan yang dijalankan oleh BUMDes bukan hanya untuk mendapatkan laba atau keuntungan saja, BUMDes juga sebagai lembaga sosial yang berpihak pada masyarakat desa untuk meningkatkan kesejahteraan kehidupan desa.

2. Undang –undang BUMDes

Upaya pemerintah pusat untuk meningkatkan peran Desa dalam meningkatkan perekonomian desa dengan melalui undang-undang No. 32 tahun 2004 yang mengatur hanya dalam satu pasal tentang BUMDes yaitu pasal 213, bahwa:¹⁸

¹⁷ Samjulaifi, Muhammdiah, and Jaelan Usman, 'Prinsip-Prinsip Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Ko'mara Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar', *Journal Unismuh*, 3.1 (2022), 49–63 <<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>>.

¹⁸ Zulkarnain Ridlwan, 'Urgensi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Pembangun Perekonomian Desa', *FIAT JUSTISIA:Jurnal Ilmu Hukum*, 8.3 (2015), 424–40 <<https://doi.org/10.25041/flatjustisia.v8no3.314>>.

- a. Desa dapat mendirikan badan usaha desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa.
- b. Badan usaha milik desa berpedoman pada peraturan perundang-undangan.
- c. Badan usaha milik desa dapat melakukan pinjaman sesuai peraturan perundang-undangan.

Adapun UU nomor 6 tahun 2014 mengatur lebih terperinci tentang BUMDes pada bab X kedalam empat pasal:

- a. Pasal 87 ayat (1) Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa. ayat (2) BUMDes dikelola dengan samangat, kekeluargaan, dan gotongroyong. ayat (3) BUMDes dapat menjalankan usaha di bidang ekonomi dan pelayanan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Pasal 88 ayat (1) pendirian BUMDes disepakati melalui musyawarah Desa, ayat (2) pendirian BUMDes, ayat (3) ditetapkan dengan peraturan Desa.
- c. Pasal 89 hasil usaha BUMDes dimanfaatkan untuk:
 1. Pembangunan usaha
 2. Pembangunan desa, pemberdayaan masyarakat Desa dan pemberian bantuan untuk masyarakat miskin melalui hibah, bantuan sosial, dan kegiatan dana bergulir yang ditetapkan dalam anggaran pendapatan dan belanja desa.

- d. Pasal 90, pemerintahan daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten/kota, dan pemerintahan desa mendorong perkembangan BUMDes dengan :
1. Memberikan hibah dan akses permodalan
 2. Melakukan pendampingan teknis dan akses ke pusat
 - a. Memprioritaskan BUMDes dalam pengelolaan sumber daya alam di desa.

Undang-undang No. 32 tahun 2004 diatas dapat diartikan bahwa pemerintah pusat ingin meningkatkan peran desa dalam peningkatan perekonomian desa melalui Badan Usaha Milik Desa untuk mengatur perekonomian desa dan kebutuhan serta menggali potensi desa sesuai dengan perundang-undangan. Pada bab X UU No. 6 tahun 2014 pendirian BUMDes dilakukan melalui musyawarah desa yang ditetapkan dengan peraturan desa. BUMDes dikelola dengan semangat dan gotongroyong oleh masyarakat desa sehingga BUMDes dapat menjalankan usaha dibidang ekonomi dan pelayanan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hasil dari usaha BUMDes nantinya dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, pembangunan desa, dan pemberdayaan masyarakat desa.

3. Tujuan pendirian BUMDes

- a. Meningkatkan perekonomian desa.
- b. Meningkatkan pendapatan asli desa.
- c. Meningkatkan pengelolaan potensi desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Menjadi tulang punggung pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa.

Untuk mencapai tujuan tersebut BUMDes harus memenuhi kebutuhan produktif dan konsumtif masyarakat melalui pelayanan barang dan jasa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa. BUMDes juga dituntut mampu memberikan pelayanan kepada pihak luar desa dengan menempatkan harga dan pelayanan sesuai standar pasar.

4. Jenis usaha BUMDes

Menurut Lewaherilla BUMDes memiliki 6 jenis usaha sebagai berikut:¹⁹

- a. *Serving*, kehadiran BUMDes untuk memberikan manfaat positif kepada masyarakat dan bukan hanya untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang besar.
- b. *Banking*, BUMDes menjalankan bisnis uang untuk memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat desa dengan bunga yang rendah dari pada lembaga

¹⁹ Novalien Carolina Lewaherilla, Fransiska Natalia Ralahallo, and Lilian Sonya Loppies, 'Revitalisasi Tata Kelola Menuju Bumdes Produktif Pada Bumdes Tanjung Siput Ohoi Lairngangas Di Kabupaten Maluku Tenggara', *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3.2 (2022), 331–41 <<https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.1899>>.

keuangan atau rentenir desa. Contoh jenis usaha *banking* yaitu, seperti koperasi atau lembaga mikro desa.

- c. *Renting*, untuk melayani masyarakat BUMDes juga memiliki kegiatan usaha penyewaan kebutuhan masyarakat setempat dan sekaligus untuk memperoleh pendapatan desa.
- d. *Brokering*, kehadiran BUMDes sebagai “lembaga perantara” yang menghubungkan produk pertanian dengan pasar agar petani tidak kesulitan menjual produk mereka ke pasar.
- e. *Trading*, usaha yang dijalankan BUMDes yaitu memproduksi atau menjual barang tertentu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau memasarkan ke pasar yang lebih luas.
- f. *Holding*, BUMDes sebagai induk dari unit-unit usaha Desa, dimana BUMDes mengatur untuk menggabungkan semua unit maniri tersebut untuk menumbuhkan usaha bersama.

D. Pendapatan masyarakat

1. Pengertian pendapatan masyarakat

Menurut Fitri and Setiyono pendapatan merupakan hak seseorang untuk mendapatkan hasil atas pengorbanannya dalam kegiatan usaha seperti, seseorang

bekerja akan mendapatkan imbalan berupa upah atau gaji, modal akan memperoleh balas jasa dalam bentuk bunga modal, serta perusahaan akan memperoleh imbalan dalam bentuk laba.²⁰

Menurut Pinilas pendapatan masyarakat adalah mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat melalui penghasilan yang diterima masyarakat atas kinerja yang telah dijalankan dalam periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan.²¹

Sedangkan menurut Sairin pendapatan adalah pemasukkan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.²²

Dapat diartikan bahwa pendapatan masyarakat merupakan penerimaan hak seseorang berupa gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh seseorang atau kelompok rumah tangga dalam periode tertentu baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Pendapatan sangat penting bagi kelangsungan kehidupan sehari-hari

²⁰ Fatmawati Fitri and Imam Setiyono, 'Perbedaan Pendapatan Masyarakat Sebelum Dan Sesudah Adanya Industri Kecil Rambak Di Desa Kauman Kecamatan Bangsal Kabupaten Mojokerto', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1.3 (2013), 1–15.

²¹ Arjuna Pinilas, Anderson Kumenaung, and Ita Rorong, 'Pengaruh Dana Desa Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Kabupaten Kepulauan Talaud', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.03 (2019), 85–96.

²² Sairin and others, 'Peningkatan Pendapatan Masyarakat Dengan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Di Kampung Sengkol RT06/02 Kelurahan Muncul Kecamatan Setu Tangerang Selatan', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.2 (2020), 337–46.

masyarakat. Kondisi pendapatan seseorang sering dipandang sebagai salah satu ukuran kesejahteraan sosial keluarga, semakin besar pendapatan yang diperoleh oleh seseorang dipandang memiliki kesejahteraan yang lebih baik dan status sosial yang lebih tinggi dari pada berpendapatan yang rendah.

2. Pendapatan dalam islam

Dalam pandangan islam pendapatan adalah penghasilan dari usaha yang jelas dan halal. Penghasilan halal bisa mendatangkan berkah yang diberikan Allah SWT. Pemanfaatan tenaga manusia identik dengan kerja dan upah yang diberikan oleh perusahaan. Upah merupakan sumber penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang maupun keluarga serta cerminan kepuasan kerja. Upah dalam islam sering disebut *jaza'* (balasan atau pahala) dijelaskan pada surat An-Nahl ayat 97 :²³

كَانُوا مَا بِأَحْسَنِ آخِرَتِهِمْ وَلَنُحْيِيَنَّهُمْ طَيِّبَةً ۚ حَيَوَةٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُ ۚ مُؤْمِنٌ وَهُوَ أَنَّثَىٰ أَوْ ذَكَرٍ مِّنْ صَالِحٍ أَعْمَلٍ مِّنْ يَّعْمَلُونَ

Artinya : *“Barang siapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka pasti akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan kami berikan balasan dengan pahala yang*

²³ Armansyah Waliam, ‘Upah Berkeadilan Ditinjau Dari Perspektif Islam’, 5.2, 265–92.

lebih baik dari apa yang telah mereka berikan.” (QS. An-Nahl [16]: 97)

Pada ayat ini menegaskan bahwa Allah nanti akan memberikan balasan atau imbalan bagi mereka yang menyerahkan tenaganya untuk bekerja baik diperusahaan maupun perorangan dikategorikan sebagai amal sholeh sebab bermanfaat bagi dirinya, keluarga dan masyarakat banyak yang tidak bertentangan dengan ketentuan *syara*'.

3. Faktor penghambat mempengaruhi pendapatan

Pada kenyataannya pendapatan yang diterima oleh seseorang maupun kelompok dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Usia
- b. Tingkat pendidikan
- c. Pengalaman
- d. Modal kerja
- e. Produktivitas atau jam kerja

Pelamar kerja untuk memasuki lingkungan kerja selalu menghadapi faktor-faktor tersebut. Pendapatan masyarakat secara umum bisa dipengaruhi oleh tingkat pendidikan kepala keluarga, pekerjaan kepala keluarga, umur kepala keluarga, jumlah anggota keluarga, aset yang dimiliki rumah tangga dan lain sebagainya.