

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangunan dan perekayasaan industri. Kelompok industri adalah bagian-bagian utama kegiatan industri, yakni kelompok industri hulu atau juga disebut kelompok industri dasar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Sedangkan cabang industri merupakan bagian suatu kelompok industri yang mempunyai ciri umum sama dalam proses produksi.¹

Badan pusat statistik mengelompokan besar atau kecilnya suatu industri berdasarkan pada banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Dalam hal ini sektor industri pengolahan dibagi menjadi empat kelompok industri berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu :

1. Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang

¹Tulus T. H, Tambunan, *UMKM Di Indonesia*, (Bogor : Ghaha Indonesia, 2009), h. 18

2. Industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang
3. Industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang
4. Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang²

Definisi UMKM diatur dalam undang-undang republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.³

Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian Nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang makin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

²Badan Pusat Statistik Nasional 2017

³Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah

2. Klasifikasi Usaha Mikro

Dalam perspektif perkembangannya, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok usaha mikro kecil dan menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

1. *Livelihood activities*, merupakan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengerajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki

jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).⁴

3. Karakteristik Usaha Mikro Usaha Kecil

Di Indonesia UMKM mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti : perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengolah sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inofasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Menurut Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sector usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut :⁵

⁴ Ade Raselawati, "Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM DI INDOEESIA" (2011).

⁵Panji Anoraga, Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro, (Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana, 2010), h. 32

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diverifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana di pasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.⁶

4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah Perspektif Ekonomi Islam

Dalam islam berwirausaha adalah tidak asing lagi dimana nabi Muhammad sendirian yang pernah melakukan

⁶Ibid h.32

usaha perdagangan yang mencontohkan untuk berlaku jujur dalam melakukan usaha.

1. Pengertian Usaha Mikro persepektif Ekonomi Islam

Dalam islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan. Dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad pada awalnya adalah seorang pedagang atau wirausaha dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat Nabi di zaman dulu merupakan para pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Manusia diciptakan oleh Allah sejatinya adalah untuk menjadi seorang khalifah di muka bumi. Menjalankan hal tersebut tentu saja membutuhkan usaha yang keras dari manusia.

Dalam ekonomi Islam UMKM merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat, status jabatan seseorang dalam Al-Qur'an di jelaskan dalam QS At-Taubah (09), ayat 105.

وَقُلْ أَعْمَلُوا ۖ فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ

إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ ۖ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

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 yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”⁷

Rasullah memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan rasulnya sebagai amalan yang dipertanggung jawabkan pada akhir zaman.⁸ Menurut islam distribusi barang juga meluangkan suatu pekerjaan yang banyak menguntungkan pihak-pihak yang terkait dalam bisnis usaha tersebut, distribusi barang di anjurkan dalam islam dan melarang untuk menimbun barang dimana tujuan penjual yang menimbun barang ialah untuk menaikkan harga setelah barang tersebut menjadi sedikit hal ini yang akan merugikan pembeli, dan apabila barang di distribusikan secara baik maka banyak menimbulkan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya, banyak ayat Al-qur'an yang menjelaskan tentang distribusi barang QS. Al-Isro' Ayat 29-30.

⁷Kementrian Agama Republik Indonesia, Al-Quran Transiterasi Perkata Dan Terjemahan, (Jakarta : Cipta Bagus Sagara, 2012), h. 187

⁸Syaikh Abdurahman, “Tafsir Al-Kari, Rah-Rohman, Fi Tafsir Kalam” (Durul Haq, 2016)

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ
مَلُومًا مَّحْسُورًا

إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا

Artinya :

“dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal. Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya; Sesungguhnya Dia Maha mengetahui lagi Maha melihat akan hamba-hambanya.”⁹

Prinsip lain dari proses distribusi adalah jujur dalam melakukan distribusi wajib berlaku jujur, jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat dan tidak pernah mengingkari janji. Tindakan tidak jujur selain merupakan tindakan yang berdosa, jika dilakukan dalam berbisnis juga membawa pengaruh negatif pada kehidupan pribadi dan keluarga seseorang pembisnis itu sendiri bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan

⁹Departemen Agama RI, Al-qur'an Dan Terjemah, (Bandung : Yayasan Penyelenggara Terjemah Al-Qur'an), h. 284

seperti itu akan mempengaruhi kehidupan masyarakat secara luas.¹⁰

2. Karakteristik Usaha Mikro Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Menurut wahdino satro dalam islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah, aturan main yang berhubungan dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar seorang muslim dapat selalu menjaga prilakunya dan tidak terjerumus ke dalam kesesatan. Berikut adalah karakteristik Usaha Mikro menurut perspektif Ekonomi Islam:¹¹

- a. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyyun*), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan AS-sunnah.
- b. Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadunaqdiyyun*), mengingat

¹⁰Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, (Semarang : Walisongo Press, 2009), h. 154

¹¹Sastro Wahdino, Ekonomi Makro Dan Mikro Islam, (Jakarta : PT Dwi Chandra Wacan, 2001),h. 52

ekonomi islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dan akidah islamiah (al-aqidah al-islamiyyah) yang di dalamnya akan dimintakan pertanggung-jawaban terhadap akidah yang di yakini.

- c. Berkarakter ta'abbudi (*thabi'abbudiyun*). Mengingat usaha Mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdasarkan ketuhanan (nizam rabbani).
- d. Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-alhlaq*), islam tidak pernah mempredeksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah meletakkan pembangunan ekonomi dalam lindungan islam yang tanpa akhlak.
- e. Elastic (*al-murunah*), al-murunah didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun al-hadist, yang keduanya dijadikan sebagai sumber asasi ekonomi.
- f. Objektif (*almaudhu'iyah*). Islam mengajarkan umat supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktifitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membeda-bedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.

- g. Realistis (*al-waqii'yyah*). Perkiraan (*forecasting*) ekonomi khususnya perkiraan bisnis tidak selama sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.
- h. Harta kekayaan itu pada hakekatnya adalah milik Allah SWT. Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan orang terhadap harta kekayaan (*al-amuwal*) tidaklah bersifat mutlak.
- i. Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdamal-mal*).¹²

B. Era Society 5.0

1. Pengertian Society 5.0

Masyarakat 5.0 (*Society 5.0*) atau Masyarakat Super Pintar adalah konsep masyarakat masa depan yang diusulkan oleh Jepang. Masyarakat 5.0 merupakan masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang sangat mengintegrasikan dunia maya dan ruang fisik.¹³

Era *Society 5.0* muncul sebagai pengembangan dari revolusi industri 4.0 yang dinilai berpotensi

¹²Ibid h. 52

¹³ (Nastiti & Abdu, 2020). Menurut Nusantara, T. (2020), Salah Satu Ide Dasar Dari Konsep Ini Yaitu Diharapkan Produk Jurnal Pendidikan Dasar Setia Budhi” 4, no. 2 (2021): 63–79.

mendegradasi peranan manusia itu sendiri. Dalam *society 5.0*, manusia akan menjadi pusatnya (*human centered*) dengan tetap berbasis teknologi (*technology based*). Seperti dengan adanya aplikasi seperti WhatsApp dan Facebook. WhatsApp adalah sebuah aplikasi perpesanan (*messenger*) instan dan lintas platform pada smartphone yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan seperti SMS tanpa menggunakan pulsa melainkan koneksi internet. Sedangkan Facebook adalah layanan jejaring sosial media yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

Munculnya *society 5.0* dibutuhkan terobosan-terobosan yang paten dalam upaya menghadapi tantangan yang akan ditimbulkan *society 5.0*. Adany *Society 5.0* menimbulkan dampak secara tidak langsung dimana Indonesia sebagai negara berkembang berhak untuk berperan secara aktif dalam mempersiapkan *Society 5.0* kedepannya.¹⁴

2. Indikator Era *Society 5.0*

¹⁴ Pendidikan and Setiabudhi, "Education Curriculum For Society 5 . 0 In The Next Decade Dosen Program Studi Guru Sekolah Dasar STKIP Setiabudhi Jurnal Pendidikan Dasar Setia Budhi I . PENDAHULUAN Industri 4 . 0 Telah Menjadi Sebuah Revolusi Besar Dalam Perkembangan Kehidupan Manusia ."

Pada Era *Society 5.0* ini terdapat beberapa indicator yang menjadi landasan. Landasan dari era *society 5.0* ini pun adalah sebagai berikut :

1. Teknologi

Tingkat perkembangan infrastruktur digital, seperti internet berkecepatan tinggi, jaringan yang mendukung integrasi teknologi. pengembangan untuk menciptakan teknologi dan solusi baru yang dapat mengatasi tantangan sosial, serta tingkat inovasi dan kewirausahaan di sektor swasta.

2. Inklusi Sosial

Sejauh mana teknologi maju dapat diakses dan terjangkau oleh semua anggota masyarakat, dan sejauh mana mereka berkontribusi terhadap inklusi sosial dan pengurangan ketidaksetaraan.

3. Lingkungan

Sejauh mana teknologi maju digunakan untuk mengatasi tantangan lingkungan, seperti perubahan iklim, penipisan sumber daya, dan polusi, dan untuk mempromosikan praktik dan gaya hidup berkelanjutan.

4. Kualitas Hidup

Sejauh mana teknologi maju meningkatkan kualitas hidup individu dan masyarakat, seperti dengan meningkatkan kesehatan, pendidikan, dan keamanan

publik, dan dengan menciptakan peluang baru untuk bekerja, rekreasi, dan kreativitas.¹⁵

3. Era *Society 5.0* dalam Pandangan Ekonomi Islam

Islam memberikan kerangka komprehensif untuk memahami hubungan antara teknologi, masyarakat, dan lingkungan. Masyarakat 5.0 dapat dilihat sebagai peluang untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan keadilan sosial, sekaligus memastikan kelestarian lingkungan. Prinsip utama Islam yang dapat menginformasikan perkembangan masyarakat 5.0, termasuk konsep tauhid (kesatuan Tuhan), fitrah (sifat bawaan), amanah (kepercayaan), dan khilafah (kepengurusan). Prinsip-prinsip ini menekankan pentingnya mengembangkan teknologi yang melayani kebaikan bersama, mempromosikan keadilan dan kesetaraan, dan menghormati hak semua makhluk hidup.¹⁶

Gambaran menyeluruh tentang implikasi *Society 5.0* dari perspektif Islam bahwa pandangan dunia Islam memberikan pendekatan holistik untuk memahami hubungan antara teknologi, masyarakat, dan lingkungan.

¹⁵Saeed, S., & Ahmed, M. , *Islam and the Fourth Industrial Revolution: A Conceptual Framework for Industry 4.0 and Society 5.0.*, Journal of Islamic Marketing, 2021

¹⁶Hasan, S., & Yusof, M. F, “*Islamic Perspectives on Industry 4.0 and Society 5.0*” , International Journal of Advanced Science and Technology, 2020

beberapa prinsip utama Islam yang dapat menginformasikan perkembangan adalah:

- a. Konsep Tauhid (kesatuan Tuhan)
- b. Adl (keadilan)
- c. Ihsan (keunggulan)
- d. Amanah (kepercayaan)¹⁷

Konsep ihsan dapat digunakan untuk mendorong perkembangan teknologi yang mendorong kemajuan manusia, sedangkan konsep adl dapat digunakan untuk mempromosikan keadilan dan pemerataan sosial. pentingnya memasukkan nilai-nilai Islam ke dalam rancangan dan pengembangan Masyarakat 5.0, seperti penghormatan terhadap martabat manusia dan lingkungan, serta promosi kohesi dan solidaritas sosial.¹⁸

Dalam pandangan ekonomi Islam, *Society 5.0* harus diarahkan pada tujuan yang selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yang mementingkan kesejahteraan umat manusia secara holistik dan berkelanjutan, serta menghargai keterkaitan antara manusia dan alam sekitarnya. Beberapa aspek penting yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan *Society 5.0* dalam pandangan ekonomi Islam antara lain:

- a. Keadilan social

¹⁷Syafitri dan Hamzah, “*Islamic Perspective on Industry 4.0 and Society 5.0: A Review*”, (2020)

¹⁸Abdullah and Shamsudin, “*Islamic Perspective on Society 5.0: The Challenges and Opportunities for Digital Society*”, 2020

- b. Inovasi
- c. Pemberdayaan Masyarakat
- d. Etika

Dalam pandangan ekonomi Islam, *Society 5.0* harus dilihat sebagai sebuah alat untuk mencapai kesejahteraan manusia dan bukan sebagai tujuan akhir di dalam dirinya sendiri. Oleh karena itu, pengembangan *Society 5.0* harus didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam yang mementingkan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta menghargai keterkaitan yang kompleks antara manusia, alam, dan Tuhan.¹⁹

Berikut adalah beberapa pandangan dan prinsip islam:

- a. Keadilan dan Etika Bisnis
- b. Transparansi
- c. Berbagi Informasi Bermanfaat
- d. Membangun Hubungan Pelanggan
- e. Memperhatikan Kemaslahatan Bersama

Oleh sebab itu perlu dilakukan rekonstruksi keberagaman, yaitu dengan menyesuaikan diri dengan era masyarakat 5.0, dengan maksud untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dimasa depan. Ditengah zaman yang terus berubah, nilai-nilai keislaman harus mampu

¹⁹ Shiddiq Sugiono and Innovation Agency, "Industri Konten Digital Dalam Perspektif Society 5 . 0 Digital Content Industry in Society 5 . 0 Perspective," no. December (2020).

bersaing di dalamnya. Dalam menyongsong era masyarakat 5.0, harus ada jalan keluar agar agama Islam tetap dapat diterima ditengah perkembangan zaman. Jika tidak, seorang Muslim akan kesulitan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, perlu adanya perubahan dan pembaharuan dalam segala aspek penerapan keberislaman.²⁰

C. Digital Marketing

1. Pengertian Digital Marketing

Menurut Dave Chaffey digital marketing atau pemasaran digital memiliki arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik (*e-marketing*), keduanya menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik, jadi yang dimaksud digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (channel online) ke pasar seperti website, e-mail, database, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya. Kemudian dengan memanfaatkan media digital seperti WA, FB dan E-Commerce.²¹

²⁰ Ahmad Afwan Yazid, "Existence of Islamic Education in the Era of Society Revolution 5 . 0" 1, no. March (2021): 13–15.

²¹ Dave Chaffey, *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. (England: Pearson Education Limited, 2015)

2. Pengertian Social Media

Social media adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi social yang bersifat interaktif dan dua arah. Media social berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens dan banyak audiens ke lebih banyak audiens lainnya.²²

Peran media social dalam pemasaran:

- a. Media social dapat memberikan identitas mengenai produk yang ditawarkan.
- b. Berperan sebagai penelitian pemasaran dalam mencari informasi kebutuhan konsumen.
- c. Dapat dijadikan penghubung komunikasi antara penjual dan pembeli.²³

3. Digital Marketing Dalam Perspektif Islam

Digital marketing atau Pemasaran digital merupakan perkembangan dari teknologi, yang digunakan sebagai promosi suatu barang atau jasa, untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Media

²²Cindy Rizal Putri Paramitha. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Palanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis. Semarang: fak. Ekonomi UNDIP.

²³Daniel Iman K dkk, "Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional", *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang*, Vol.24 No. 1

yang digunakan dalam pemasaran digital berupa iklan online, e-mail, sosial media, pesan teks, situs web, dan lain-lain.

Digital marketing dalam pandangan Islam, kegiatan yang berhubungan dengan teknologi tersebut harus berlandaskan hukum syariah. Dengan ini, bisnis atau usaha yang melakukan pemasaran digital harus mengetahui bagaimana permasalahan yang harus dihadapi ketika pembisnis ingin melakukan pemasaran digital berbasis Islam, permasalahan tersebut yaitu permasalahan dalam merek, halal haram suatu barang, dan permasalahan pada legalitas.²⁴ Seperti halnya transaksi jual beli lainnya, e-commerce juga merupakan transaksi jual beli, hanya saja sudah modern. E-commerce menggunakan teknologi dalam transaksinya. Jika transaksi jual beli dilakukan secara langsung dan barang berwujud, hal ini tidak berlaku untuk e-commerce. Dalam sistem e-commerce, penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung tetapi bertemu di dunia maya dengan barang yang akan diperdagangkan biasanya ditampilkan di katalog. Transaksi semacam ini sebenarnya cukup menguntungkan bagi pembeli dan penjual. Seorang pembeli bisa

²⁴Suci Hartini, Muhammad Iqbal Faza, Suharto, “*Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 2022

mendapatkan barang impiannya hanya dengan menggunakan smartphone, transaksi, kemudian barang dikirim. Di sisi penjual menguntungkan, penjual cukup membuka toko online dan menunggu pesanan dari pembeli, memproses produk, dan menerima hasil penjualan barang. Namun, dalam muamalah (hukum perdagangan Islam), proses transaksi jual beli umum yang diatur dalam Islam harus melibatkan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, barang yang akan ditransaksikan juga konkrit, sedangkan transaksi seperti ini tidak berlaku dalam perdagangan elektronik.

4. Peran Digital Marketing dalam Bisnis

Digital Marketing, atau pemasaran digital, adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam bisnis modern. Dengan berkembangnya teknologi digital, peran Digital Marketing semakin menonjol dalam mencapai tujuan bisnis. Perannya seperti membantu dalam pemahaman pasar dan pesaing. Menggali preferensi dan kebutuhan pelanggan. Menyediakan data yang dapat mendukung pengambilan keputusan bisnis.²⁵

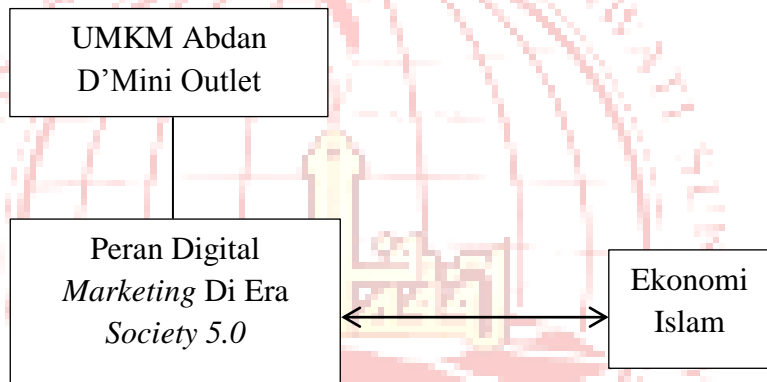
²⁵*Ibid...*

D. Kerangka Konseptual

Dalam pandangan Islam pemanfaatan teknologi harus digunakan untuk memperbaiki kualitas hidup manusia dan lingkungan namun harus dalam batas-batas yang ditentukan dalam agama. Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara kemajuan teknologi dan moralitas manusia. Pandangan Islam dapat memberikan arahan dan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan dalam era *society 5.0* dengan fokus pada kemajuan teknologi yang inklusif dan berlandaskan nilai-nilai kemanusiaan dan keislaman.

Digital Marketing mencakup berbagai strategi pemasaran yang menggunakan platform digital seperti media social. UMKM Abdan D'Mini Outlet adalah subjek penelitian yang mewakili bisnis skala kecil dan menengah yang beroperasi dalam konteks ekonomi Islam. Konsep ini mengeksplorasi bagaimana strategi pemasaran digital, ketika diterapkan dengan baik, dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Kerangka konseptual ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk merancang penelitian, mengumpulkan data, dan menganalisis hasil dengan fokus pada peran Digital Marketing dalam meningkatkan penjualan pada UMKM dalam konteks Era Society 5.0 dengan mempertimbangkan nilai-nilai ekonomi Islam.

Kerangka konseptual adalah suatu gambaran yang terstruktur mengenai konsep-konsep dan ide-ide yang menjadi dasar untuk sebuah penelitian. Berikut adalah kerangka konseptual yang dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian mengenai "Peran Digital *Marketing* di Era *Society 5.0* untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM Abdan D'Mini Outlet dalam Pandangan Ekonomi Islam":



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual