

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri teknologi yang terus menerus bergerak mengakibatkan segala macam kegiatan harus ikut serta dalam pengaplikasiannya. Kegiatan perekonomian adalah salah satunya. Kegiatan semacam penjualan maupun produksi semakin dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang serba cepat. Perkembangan teknologi informasi yang terjadi memunculkan istilah *e-commerce* yaitu proses produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan komputer, dan jaringan yang digunakan adalah jaringan internet. Berdasarkan *Survey Global Web Index* menyebutkan bahwa Indonesia sudah banyak melakukan kegiatan layanan jual beli secara online. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa berbagai dampak positif bagi kegiatan bisnis. *E-commerce* merupakan solusi aplikasi bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan penjualan dan menekan biaya promosi penjualan. Belanja online menawarkan banyak keuntungan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam hal pemasaran dan penjualan (Labib 2018).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM merupakan upaya pengembangan berbagai sektor dan potensi (Wijoyo 2020). Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyatakan bahwa pada tahun 2019 dari 56 juta UMKM, hanya 3.75 juta atau sekitar 8 persen yang sudah memanfaatkan digital marketing. Pada tahun 2020, jumlah ini sudah meningkat menjadi 10,3 juta pelaku UMKM yang terjaring ke dalam bisnis digital. Pemerintah menargetkan sebanyak 30 juta UMKM masuk ekosistem digital pada tahun 2024. Digitalisasi UMKM tidak hanya bisa memasarkan produk dan layanan melalui *marketplace*. Pelaku UMKM yang sudah ada di *marketplace*

harus bertahan dan memiliki transaksi berkelanjutan. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Pendistribusian (DKUKMPP) Kota Cirebon Jawa Barat, mencatat baru 25% pelaku UMKM yang menerapkan digital.

Munculnya ekonomi digital tentu mempengaruhi eksistensi industri perdagangan di Indonesia, seperti UMKM. Pengembangan UMKM yang didasarkan pada penerapan teknologi digital akan meningkatkan akses, pengelolaan, integrasi, analisis, dan evaluasi informasi sehingga mempermudah pertukaran informasi dan jaringan. Hal ini berdampak pada optimalisasi kinerja dan jangkauan organisasi UMKM berbasis digital demi menunjang keberpihakan kepada masyarakat luas (Hotima 2020). Adanya transformasi digital akan meningkatkan efisiensi operasional bisnis, memberikan peluang bisnis baru bagi UMKM dan menghasilkan keuntungan yang besar. Namun, tidak semua UMKM mampu melakukan transformasi digital. Hal ini disebabkan oleh beberapa permasalahan yang dimiliki UMKM, seperti : tingkat penjualan yang tidak merata di Indonesia, kurangnya kesiapan untuk membuka pasar baru, produk yang belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat, produk yang belum cukup matang untuk mengelola permintaan yang besar, dan umpan balik manajemen yang tidak optimal. Permasalahan tersebut menjadi tantangan bagi UMKM dalam mewujudkan visi UMKM-nya (Ivana Tyora Oktavian, Asti Amalia Nur Fajrillah 2019).

Volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh UMKM dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan UMKM. Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, maka UMKM dapat menyusun harga serta menciptakan produk yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berbagai cara, sehingga UMKM dapat mencapai laba maksimal serta volume penjualan yang tinggi yang menjadi tujuan UMKM. Volume penjualan merupakan studi terinci dari "penjualan bersih" (*net sales*) dalam laporan laba rugi UMKM. Manajemen harus menganalisis volume penjualan dari produk dan segmentasi pasar.

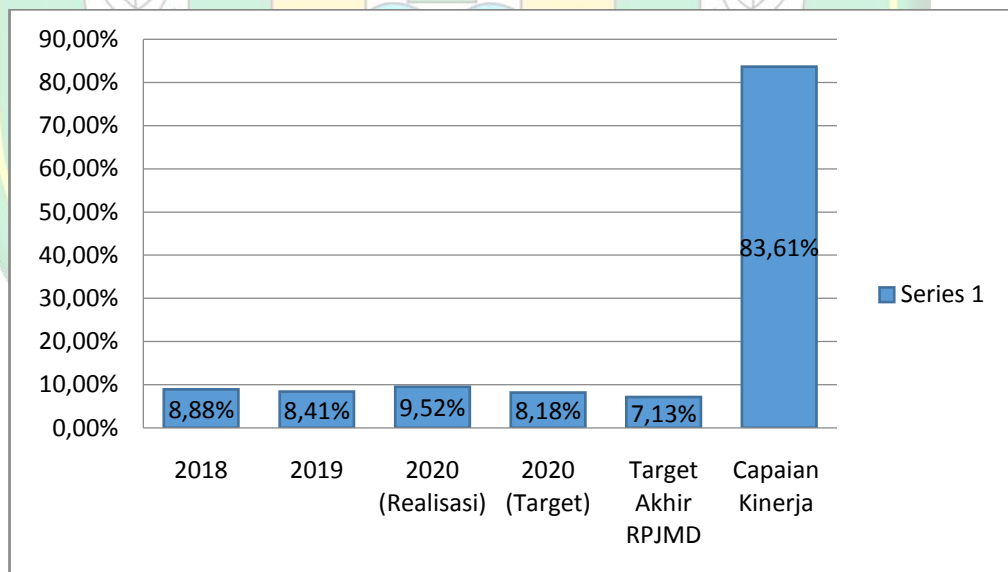
**Tabel 1.1**  
**Pendapatan Pelaku UMKM**  
**di Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon**

Nama Pedagang	Pendapatan/Tahun			
	2017	2018	2019	2020
Kursini	Rp. 30 Juta	Rp. 40 Juta	Rp. 50 Juta	Rp. 40 Juta
Hj. Sri	Rp. 98 Juta	Rp. 120 juta	Rp. 100 Juta	Rp. 90 Juta
Imam	Rp. 85 Juta	Rp. 85 Juta	Rp. 65 Juta	Rp. 60 Juta
Hj. Mumun	Rp. 350 Juta	Rp. 355 Juta	Rp. 350 Juta	Rp. 300 Juta
Aris	Rp. 150 Juta	Rp. 160 Juta	Rp. 175 Juta	Rp. 160 Juta
Suhati	Rp. 150 Juta	Rp. 160 Juta	Rp. 175 Juta	Rp. 160 Juta
Rifaldi	Rp. 7 Juta	Rp. 10 Juta	Rp. 10 Juta	Rp. 8 Juta
Rohayati	Rp. 20 Juta	Rp. 20 Juta	Rp. 15 Juta	Rp. 10 Juta
Dwi	Rp. 75 Juta	Rp. 75 Juta	Rp. 60 Juta	Rp. 50 Juta
H. Ibnu	Rp. 100 Juta	Rp. 100 Juta	Rp. 90 Juta	Rp. 85 Juta
Na'ah	Rp. 155 Juta	Rp. 160 Juta	Rp. 150 Juta	Rp. 140 Juta
Hj. Lifah	Rp. 350 Juta	Rp. 350 Juta	Rp. 400 Juta	Rp. 300 Juta
Hj. Masara	Rp. 150 Juta	Rp. 150 Juta	Rp. 130 Juta	Rp. 130 Juta
Ma'ani	Rp. 150 Juta	Rp. 150 Juta	Rp. 100 Juta	Rp. 100 Juta
Rohman	Rp. 8 Juta	Rp. 10 Juta	Rp. 15 Juta	Rp. 13 Juta
Asiti	Rp. 60 Juta	Rp. 70 Juta	Rp. 80 Juta	Rp. 90 Juta
Nina	Rp. 80 Juta	Rp. 80 Juta	Rp. 70 Juta	Rp. 50 Juta
Hardi	Rp. 70 Juta	Rp. 80 Juta	Rp. 80 Juta	Rp. 70 Juta
Hj. Satini	Rp. 75 Juta	Rp. 100 Juta	Rp. 95 Juta	Rp. 90 Juta
Hj. Yanti	Rp. 300 Juta	Rp. 350 Juta	Rp. 330 Juta	Rp. 300 Juta

Tabel 1.1 Peneliti melakukan pra survey tentang volume penjualan UMKM di Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon pada 4 tahun terakhir, banyak UMKM yang mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2020 dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Wabah *Coronavirus Disease* (Covid-19) yang pertama kali terjadi di negara China menjadi pandemi baru yang menyebar di 27 Negara salah satunya Indonesia. Peneliti melakukan wawancara kepada salah satu pelaku UMKM Hj. Satini (65), menuturkan

bahwa pendapatan pedagang kain di Tegalgubug rata-rata pada tahun 2020 mengalami penurunan karena terjadinya pandemi Covid-19. Sebelum adanya Covid-19 dalam satu minggu bisa menghasilkan pendapatan sebesar Rp. 2.000.000, namun setelah adanya Covid-19 pendapatan menurun dalam satu minggu memperoleh Rp. 1.000.000, bahkan pernah mendapatkan Rp. 500.000 dalam satu minggu.

Peran penting UMKM dalam perekonomian nasional mencerminkan peran penting UMKM dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDG's) di Cirebon. UMKM dapat menjadi garda paling depan dalam pencapaian pilar ekonomi SDG's dengan penciptaan lapangan kerja, penciptaan kondisi kerja yang layak, inovasi bisnis, adaptasi dan mitigasi dampak negatif ekonomi, sosial dan lingkungan pada operasi bisnis untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif. *Sustainable Development Goals* (SDGs) merupakan upaya terpadu untuk mendorong keberlanjutan di tingkat desa untuk mewujudkan desa tanpa kemiskinan, kelaparan dan pertumbuhan ekonomi negara yang adil (AMELIA 2021).



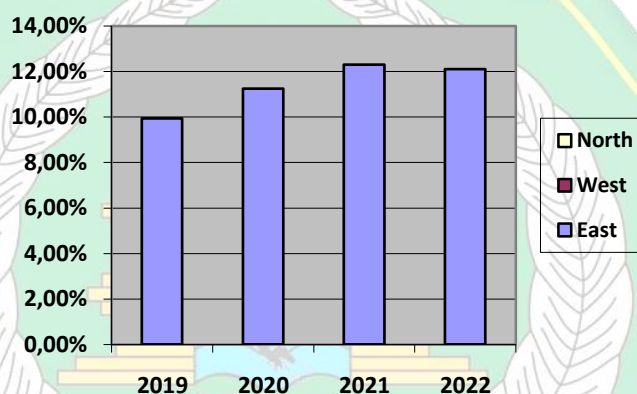
**Gambar 1.1**

**Capaian Sasaran Berkurangnya**

**Penduduk Miskin Tahun 2020**

Sumber : BPS Kota Cirebon 2020

Pemberantasan kemiskinan menjadi salah satu agenda prioritas dalam kebijakan pembangunan Pemerintah Daerah Kota Cirebon, hal ini senada dengan isu pada skala nasional bahkan global dimana saat pemberantasan kemiskinan menjadi salah satu isu utama dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs) sebagai pengganti *Millenium Development Goals* (MDGs) yang berakhir tahun 2015. Sebagai upaya pemberantasan kemiskinan tersebut Pemerintah Daerah Kota Cirebon menetapkan sasaran yaitu "Berkurangnya Penduduk Miskin" untuk mendukung misi ke-1. Sasaran tersebut memiliki tolok ukur pencapaian sebuah indikator kinerja "Presentase Penduduk Miskin" dimana dari tahun ketahun ditargetkan semakin menurun.



**Gambar 1.2**

### **Presentasi Penduduk Miskin Kabupaten Cirebon**

Sumber : DP3AKB Jabar

Pada gambar menunjukkan penduduk miskin pada tahun 2019 sebesar 9,94%, penduduk miskin pada tahun 2020 sebesar 11,24%, penduduk miskin pada tahun 2021 sebesar 12,30%, dan penduduk miskin pada tahun 2022 sebesar 12,1%. Di Desa Tegalgubug jumlah penduduknya sebanyak 10.037 jiwa yang terdiri dari 4.122 laki-laki dan 5.915 perempuan. Sementara jumlah kepala keluarga sebanyak 3.735 KK dengan jumlah keluarga miskin 734 KK.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang

halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah Etika Bisnis Islam.

Etika Bisnis Islami adalah norma-norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, yang dijadikan pedoman dalam berperilaku, bertingkah laku, dan membedakan yang baik dan yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis yang beretika (Aklaq al-Islamiah) yang dibungkus dengan nilai-nilai. Nilai-nilai syariah mengutamakan tempat-tempat yang halal dan suci (Studies and Java 2021). Etika bisnis sering kali tidak dihiraukan oleh para pelaku bisnis. Dengan menerapkan etika bisnis seseorang pebisnis dapat memahami persaingan bisnis yang sangat sulit sekalipun, bagaimana menjaga sopan santun, bersikap ramah, bagaimana berpakaian dengan baik hingga cara betutur kata untuk menghadapi pelanggan (Fahmi 2019). Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam (Qordhowi 2019). Karena bisnis bukan hanya menyangkut persoalan mencari profit tetapi juga bersentuhan dengan aspek sosial dan Psikologi individu, maka dibutuhkan etika bisnis kuat agar perilaku praktisi bisnis (produsen, pedagang, sales, *advertising*, dan sebagainya) tidak merugikan secara sosial ekonomi (Badriyah 2020). Siapa yang tidak kenal mengenal kota Cirebon, kota yang dijuluki dengan kota udang dan kota wali. Cirebon cukup luas dan memiliki banyak Desa salah satunya yaitu Desa Tegalgubug, Desa yang berada di jalur Pantura (Pantai Utara) yang menghubungkan Jakarta ke Cirebon, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Seterusnya.

Desa Tegalgubug sebagai lokasi atau kawasan home industri dengan aktifitas sehari-hari sekitar 6.000 warga dari Desa Tegalgubug dan Desa tetangga sekecamatan yaitu 8.124 warga. Desa Tegalgubug lor selaku produsen atau pembuat barang-barang sandang. Kedua Desa tersebut tadi terbagi menjadi sebanyak lima blok, setiap bloknya membuat Produk unggulan. blok satu Produk unggulannya adalah pakaian jadi, blok dua Produk unggulannya adalah Produk kelambu untuk tempat tidur serta taplak meja, blok ke tiga Produk unggulannya adalah kerudung serta pakaian jadi, Blok keempat Produk unggulannya adalah penjual berupa bahan dasar pakaian, dan

yang terakhir adalah blok lima dengan Produk unggulannya adalah berupa celana panjang, sarung bantal, sprei, dan taplak meja. Keseluruhan Produk sandang yang dibuat oleh warga dari dua Desa tersebut selalu mengikuti kecenderungan atau trend terbaru yang sedang mengalami perkembangan ditengah kehidupan masyarakat ataupun sering mengikuti gaya hidup berpakaian yang dilakukan oleh para artis sinetron terkini yang sedang nge-Top atau naik daun permasalahan yang dihadapi UMKM adalah belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, banyak UMKM yang belum menerapkan digital, dan tingkat penjualan tidak merata. UMKM di Desa Tegalgubug sangat paham betul dalam menginovasikan produk untuk meningkatkan volume penjualan, hal ini dikarenakan konsumen selalu mencari pakaian muslim dan kekinian. Serta selalu mencoba produk yang baru. Oleh karena itu, UMKM di Desa Tegalgubug selalu meningkatkan kualitas produk dan harga yang terjangkau selalu mengutamakan dalam menginovasikan produk-produk baru (Aulia 2022).

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian judul **"Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMK Muntuk Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals (Studi Kasus di Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon)"**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada persoalan di atas, agar pembahasan ini tidak meluas maka pada skripsi ini penelitian akan memfokuskan masalah penelitiannya, hal ini bertujuan agar penelitian tidak terkesan tidak jelas, dari pemfokusan masalah ini akan terlihat manfaat yang diambil dari suatu penulisan yang dilakukan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulisan akan membatasi pada pengaruh etika bisnis islam dan transformasi digital UMKM dalam meningkatkan volume penjualan untuk mendukung ketercapaian *sustainable development goals* dengan menitikberatkan kepada beberapa etika dan transformasi digital dalam meningkatkan volume penjualan umkm untuk mendukung ketercapaian *sustainable development goals* pada UMKM di desa tegalgubug kecamatan arjawinangun kabupaten cirebon.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di temukan maka dapat di rumuskan permasalahan utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon ?
- b. Apakah Transformasi Digital berpengaruh terhadap Peningkatan Volume Pejualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon ?
- c. Apakah Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital berpengaruh simultan terhadap peningkatan Volume Penjualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon ?
- d. Apakah Volume Penjualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon berpengaruh terhadap Ketercapaian *Sustainable Development Goals* ?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon
2. Untuk mengetahui pengaruh Transformasi Digital terhadap Peningkatan Volume Pejualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon
3. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital secara simultan terhadap peningkatan Volume Penjualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon
4. Untuk mengetahui pengaruh Volume Penjualan UMKM Desa Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun Cirebon terhadap Ketercapaian *Sustainable Development Goals*

### E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis



- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan untuk Mendukung Ketercapaian *Sustainable Development Goals*
- b. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu, guna menjadikan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian lanjutan terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Peneliti dapat menimba ilmu tentang pengaruh Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan untuk Mendukung Ketercapaian *Sustainable Development Goals* serta menyelesaikan tugas sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah

b. Bagi Institut Agama Islam Syekh Nurjati Cirebon

Kampus dapat memperoleh referensi baru untuk acuan bagi mahasiswa dalam mencari sebuah informasi serta menambah koleksi bagi perpustakaan kampus.

c. Bagi pemerintah

Pemerintah setempat terbantu oleh mahasiswa yang melakukan penelitian dalam kepastian data mengenai dampak-dampak dari kegiatan tersebut

d. Bagi masyarakat luas

Masyarakat mengetahui seberapa pentingnya Etika Bisnis Islam dan Transformasi Digital UMKM yang berbasis syariah serta menjadi referensi bagi para pebisnis lainnya dalam meningkatkan serta menerapkan strategi yang baik dan syariah.

**F. Sistematika Penulisan**

Pada penelitian ini, untuk mendapatkan gambaran yang bersifat menyeluruh serta keterkaitan antara pembahasan pada bab yang dibuat satu sama lain, dan untuk mempermudah peneliti dalam proses penulisan skripsi. Maka perlu sistematika penulisan. Dalam hal ini peneliti mengelompokkan skripsi penelitian ini menjadi 5 (lima) sub bab. Adapun sistematika pada penulisan skripsi, antara lain :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

**BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Berisi tentang: landasan teori, kerangka pemikiran teoritik dan kerangka berfikir

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang : Pendekatan Penelitian, Desain Penelitian, Data dan Sumber Data Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Pemeriksaan Keabsahan Data, Teknik Analisis Data.

**BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang : Hasil Penelitian, dan Pembahasan

**BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan ini dimaksudkan untuk mengetahui isi skripsi secara ringkas, sedangkan saran-saran digunakan sebagai suatu usaha menemukan program-program selanjutnya.