

**DAMPAK *GRAB-FOOD* TERHADAP UMKM KOTA BENGKULU  
DITINJAU DALAM EKONOMI ISLAM TAHUN 2021**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelara Sarjana ekonomi (S.E)**

**OLEH:**

**MUHAMAD KADIR YANTO**

**NIM. 1416132048**

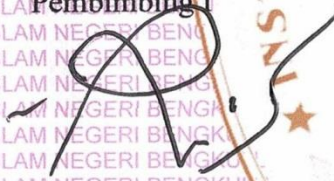
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
TAHUN 2021M/1444 H**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Muhamad Kadir Yanto, NIM 1416132048 dengan judul “Dampak Grab Food Terhadap UMKM Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”, Program Studi Ekonomi Syariah telah di dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.


Bengkulu, 28 Juli 2021 M  
18 Zulhijah 1443 H

Pembimbing I

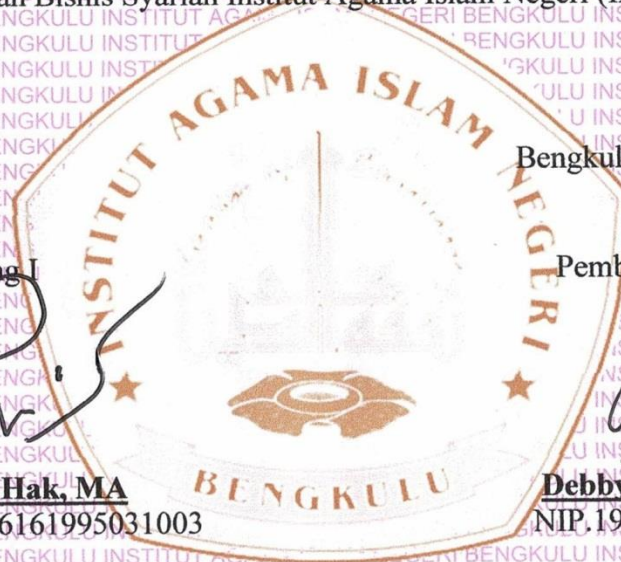


Dr. Nurul Hak, MA  
NIP.196606161995031003

Pembimbing II



Debby Arisandi, MBA  
NIP.198609192019032012





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51171-53879. Faksimili (0736) 51171-51172

Website: [www.iainbengkulu.ac.id](http://www.iainbengkulu.ac.id)

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul **“Dampak Grab Food Terhadap UMKM Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”** oleh **Muhamad Kadir Yanto**, NIM. 1416132048, Program Studi Ekonomi Syariah telah diuji dan

dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada:

Hari : **Jumat**

Tanggal : **06 Agustus 2021 M / 27 Zulhijah 1443 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang **Ekonomi Syariah** dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**.

Bengkulu, **06 Agustus 2021 M**

**27 Zulhijah 1443 H**

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**Desi Isnaini M.A**

NIP.197412022006042001

**Penguji I**

**Desi Isnaini M.A**

NIP.197412022006042001

**Sekretaris**

**Debby Arisandi, MBA**

NIP.198609192019032012

**Penguji II**

**Andi Harpepen, MKom**

NIDN. 2014128401

Mengetahui,

**Plt. Dekan**

**Dr. Isnaini, MA**

NIP. 197304121998032003



## MOTTO

*"Karena sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan."*

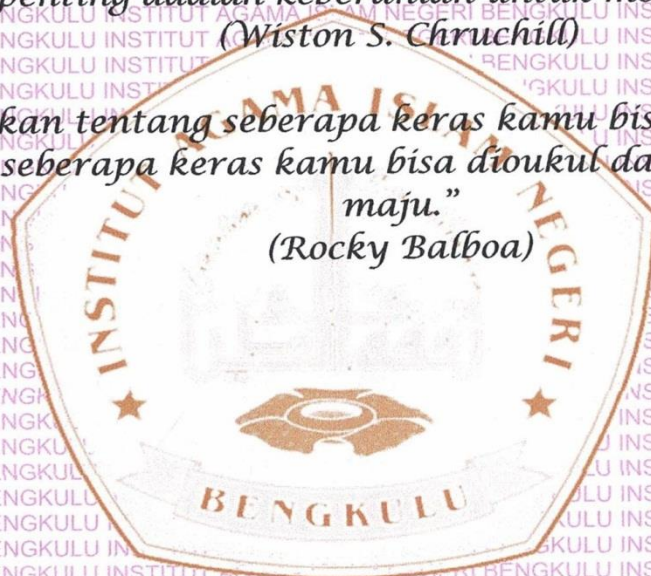
*(Q.S Al-Insyirah;6)*

*"Sukses bukanlah akhir, kegagalan tidak fatal, Yang terpenting adalah keberanian untuk melanjutkan."*

*(Wiston S. Chruchill)*

*"Ini bukan tentang seberapa keras kamu bisa memukul, ini tentang seberapa keras kamu bisa diukul dan terus bergerak maju."*

*(Rocky Balboa)*



## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT. Skripsi ini kupersembahkan teruntuk orang-orang tercinta yaitu:

➤ Ayah dan Ibu tercinta, Ayahanda Syamsurizal dan Ibunda Tri Murti yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta pengorbanan yang luar biasa besarnya, tidak ada kata yang dapat kuucapkan untuk rasa terima kasihku kepada Ayahanda dan ibunda. Semoga kelak bisa membahagiakan ayahanda dan ibunda dunia wal akhirat Amin.

➤ Untuk Bapak Dr. Nurul Hak, MA selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Debby Arisandi, M.BA selaku dosen pembimbing II, yang bersedia membimbing dan memberikan asukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

➤ Untuk dosen penguji I Ibu Desi Isnaini, MA dan dosen penguji II Bapak Andi Harpepen, MKom terima kasih untuk saran dan masukannya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

➤ Untuk yang selalu menemani kehidupan Seftya Dwi Shinta, SE., M.Ak yang selalu mendengar keluh kesah dan memberikan semangat dalam membuat skripsi ini terima kasih semoga selalu sukses kedepannya.

➤ Untuk sahabat-sahabat Mentari Gita Puspita, SE dan Enggy Mahliandony, ST dan Syaza Tri Opi Mesa terima kasih untuk dukungannya selama ini.

➤ Untuk teman seperjuangan grab yang tidak bisa disebutkan satu persatu terima kasih untuk dukungan serta semangat kalian selama ini.

➤ Agamaku, Bangsaku, Kampus tercinta dan Almamaterku yang telah mengiri langkahku dalam menggapai cita-cita.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Dampak *Grab Food* Terhadap UMKM Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi Lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 03 Agustus 2021M

24 Zulhijah1443 H

Penulis,



Muhamad Kadir Yanto

NIM 1416132048

## **ABSTRAK**

**Dampak *Grab Food* Terhadap UMKM Kota Bengkulu Dalam Ekonomi Islam**

**Tahun 2021 oleh Muhamad Kadir Yanto, NIM 1416132048**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan *Grab Food*, Laba penjualan sebelum dan sesudah bergabung dengan *Grab Food* serta keberadaan *Grab Food* dalam Ekonomi Islam. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Kota Bengkulu. Responden pada penelitian ini adalah pelaku UMKM yang bergabung di *Grab Food* Kota Bengkulu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat dampak positif terhadap pelaku UMKM yang bergabung ke dalam aplikasi *Grab Food*. Tingkat pendapatan pelaku UMKM mengalami kenaikan dalam penjualan setelah bergabung dengan *Grab food*, serta akad yang digunakan dalam transaksi jual beli melalui *Grab Food* menggunakan akad Ijarah, Mudharabha, Qard, Wakalah dan Kafalah dan keberadaan *Grab Food* adalah salah satu masalah yang tidak dijelaskan di dalam hukum Islam secara terperinci.

***Kata Kunci : Grab Food, UMKM, Ekonomi Islam***

## **ABSTRACT**

**The Impact of Grab Food on Bengkulu City UMKM in the Islamic Economy**

**Year 2021 by Muhamad Kadir Yanto, NIM 1416132048**

The purpose of this study is to find out how the impact of the existence of Grab Food, the profit of sales before and after joining Grab Food and the existence of Grab Food in the Islamic Economy. The type of research used is descriptive qualitative research. This research was conducted in Bengkulu City. Respondents in this study were UMKM actors who joined Grab Food in Bengkulu City. Data collection techniques used are interviews and documentation. The results of this study indicate that there is a positive impact on UMKM actors who join the Grab Food application. The income level of UMKM actors has increased in sales after joining Grab food, as well as contracts used in buying and selling transactions through Grab Food using Ijarah, Mudharabha, Qard, Wakalah and Kafalah contracts and the existence of Grab Food is one of the problems that is not explained in the law Islam in detail.

**Keywords: Grab Food, UMKM, Islamic Economy**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Dampak Grab Food terhadap UMKM Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”. *Shalawat* beriring salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi *uswatun hasanah* bagi kita semua. *Amiin*.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Dr. H. Zulkarnain Dali, M.Pd, selaku Plt. Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas guna dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu serta Eka Sri Wahyuni, SE., MM sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
4. Dr. Nurul Hak, M.A selaku pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Debby Arisandi, M.BA selaku pembimbing II, yang telah banyak membantu, mengoreksi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku yang selalu mendoakan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah IAIN Bengkulu yang telah mengajarkan dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

8. Staf dan karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Almamaterku IAIN Bengkulu
10. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 06 Agustus 2021 M  
27 Zulhijah 1443 H  
Penulis,

Muhamad Kadir Yanto  
NIM 1416132048

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Penelitian Terdahulu.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Teori Permintaan .....	15
B. Teori Ekonomi Islam.....	18
C. Peningkatan Penjualan.....	21
D. E- Commerce .....	25
E. Usaha Mikro dan Menengah (UMKM).....	31
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	44
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	45
C. Informan Penelitian .....	45
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	46
E. Tehnik Analisis Data .....	48
F. Pengujian Keabsahan Data .....	50
G. Validitas Internal.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Responden .....	54
B. Hasil Penelitian .....	56
C. Perbandingan Hasil Penjualan sebelum dan Sesudah bergabung dengan E Commerce Grab Food.....	60
D. Keberadaan E Commerce Grab Food dalam Ekonomi Islam .....	61
E. Pembahasan .....	65
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan.....	78

B. Saran.....	80
---------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Lembar ACC Judul
- Lampiran 2 : Bukti Tidak Plagiat Judul
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 4 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Halaman Pengesahan Penunjuk Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Penunjukan SK Pembimbing
- Lampiran 7 : Halaman Pengesahan Skripsi
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 10 : Lembar bimbingan Skripsi, Pembimbing I dan Pembimbing II
- Lampiran 11 : Dokumentasi

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan nama toko, Nomor Telpon dan Alamat .....	54
Tabel 4.2 Jumlah Responden Lama Usaha .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Perkembangan Layanan Grab Food Bengkulu dan Indonesia.....	9
Gambar 4.1	Skema Akad Melalui Grab food .....	61
Gambar 4.2	Tabel Promo .....	70

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia adalah salah satu negara yang mempunyai populasi penduduk terbesar di kawasan ASEAN. Masyarakat Indonesia adalah masyarakat heterogen dengan berbagai komposisi latar belakang jenis suku, bahasa dan adat istiadat yang terhampar dari Sabang sampai Merauke. Masyarakat yang heterogen ini membuat Indonesia memiliki banyak potensi sumber daya manusia yang dapat dikembangkan menjadi kekuatan ekonomi yang mumpuni. Namun pada globalisasi ini, tantangan angkatan kerja di Indonesia dihadapkan pada situasi perekonomian yang diprediksi pada tahun yang akan datang dipenuhi tantangan berat dengan adanya krisis dan konflik dari tahun 2014. Tantangan global semakin kompleks, sehingga diharapkan Indonesia dapat menghadapi hal ini melalui pemberdayaan sumber daya manusia.<sup>1</sup>

Sumber daya manusia memiliki peranan yang sangat penting, dalam interaksinya dengan faktor modal, material, metode, dan mesin. Kompleksitas yang ada dapat menentukan kualitas manusia. Oleh karena itu mengharuskan kita untuk selalu berhati-hati dan memperhatikan setiap aspeknya.

---

<sup>1</sup> Lihat, Alfi Kurniawati dan Sandy Arief, “*Pengaruh Efikasi Diri, Minat Kerja, dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK Program Keahlian Akuntansi*”. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj> (Februari 2016). (Diakses 22 Desember 2020)



program yang dapat menuntun pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif.” Hal ini bertujuan untuk mencapai kinerja sumber daya manusia yang semakin meningkat.

Indonesia memiliki banyak SDM namun tingkat SDM yang cukup tinggi tersebut tidak berbanding lurus dengan kemampuan yang dimilikinya terutama dalam hal memperoleh sebuah pekerjaan. Indonesia masih sangat kurang dalam hal memberdayakan SDM, ini dapat dilihat dari tingkat pengangguran di Indonesia yang cukup mengkhawatirkan. Pada tahun 2015, Indonesia menempati posisi ketiga dengan tingkat pengangguran tertinggi di antara anggota ASEAN. Tercatat tingkat pengangguran di Indonesia mencapai 6,2%, di bawah Filipina dan Brunei Darussalam yang masing-masing 6,5% dan 6,9%. Sementara negara dengan penyerapan angkatan kerja terbesar adalah Kamboja dan Thailand sehingga pengangguran kedua negara tersebut rendah. Menurut laporan World Economic Forum 2015, Indonesia saat ini sedang kekurangan akut sumber daya manusia (SDM) yang mampu menduduki kursi manajerial. Pada 2020, diproyeksikan Indonesia hanya mampu menyediakan 56% dari kebutuhan SDM untuk posisi manajer tingkat menengah.<sup>2</sup>

Istilah online seakan sudah melekat dalam jati diri masyarakat dunia. Internet bukan lagi sesuatu yang mewah karena akses terhadap dunia lain di luar sana menjadi sangat mudah, sehingga kebutuhan yang bisa dicapai di dalamnya juga sangat beragam. Salah satu perkembangan internet yang sangat

---

<sup>2</sup> Lihat, Lembaga ASEAN Secretary, “*Pengangguran Indonesia Tertinggi ke-3 di Asia Tenggara*”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/23/pengangguran-indonesia-tertinggi-3-di-asean> (23 November 2016), (Diakses 24 Desember 2020)

dimaksimalkan potensinya bisa kita lihat dari segi bisnis. Pesatnya perkembangan teknologi informasi, yang terlihat pada masifnya penggunaan jaringan internet, turut mendorong kebutuhan masyarakat untuk senantiasa melakukan transaksi dagang menggunakan jaringan internet.

Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara face to face mulai digantikan dengan perdagangan online berbasis internet. Transaksi melalui jaringan internet diyakini memudahkan pegiat ekonomi dalam melakukan transaksi serta menjadi solusi dalam terbatasnya ruang dan waktu. Bahkan dalam hal lain, bentuk transaksi ini dapat terjadi secara bersamaan tanpa harus ada pertemuan langsung dengan hitungan waktu yang begitu cepat. Penggunaan jaringan internet ataupun media elektronik sejenis untuk melakukan kegiatan transaksi lazim disebut dengan istilah *E-Commerce*. *E-commerce* merupakan wujud kemajuan teknologi pada aspek bisnis yang memadukan antara mekanisme konvensional dan digital. *E-commerce* pada transaksi bisnis berbasis individu ataupun perusahaan digerakkan sebagai medium pertukaran barang, jasa dan informasi baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*). Singkatnya, *E-commerce* saat ini bisa dilihat sebagai sebuah alternatif dalam menjalankan transaksi bisnis yang syarat dengan solusi berupa kemudahan yang selama ini menjadi persoalan dominan.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Lihat, Ashabul Fadhli, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi E-Commerce," *Mazahib*, Vol. 94 no. 3 (Juni 2016), h. 2. DOI: Error! Hyperlink reference not valid.. (Diakses 20 Desember 2020).

*E-commerce* (EC) merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi termasuk Internet. Association for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *E-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik.<sup>4</sup>

Perkembangan bisnis *E-commerce* atau jual beli online di Indonesia meningkat drastis sejak beberapa tahun belakangan. Hal ini karena Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Data dari Social Research & Monitoring soclab.co menunjukkan bahwa pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta dengan 77% diantaranya mencari informasi produk dan berbelanja online. Pada tahun 2016, jumlah online shopper mencapai 8,7 juta orang dengan nilai transaksi sekitar 4,8 miliar dolar AS. Agus Tjandra, Vice Chairman & Foreign Relation Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA) mengatakan tidak heran, potensi bisnis yang menggiurkan dari *E-commerce* ini membuat banyak orang mencoba peruntungan membangun bisnis online.<sup>5</sup>

Sultan and MD Nasir dalam tulisannya menyatakan sejauh ini secara global lebih dari 627 juta orang di dunia telah melakukan belanja online. Fenomena belanja online ini juga semakin ramai di Indonesia dengan semakin

---

<sup>4</sup> Misbahuddin, *E-Commerce dan Hukum Islam*, (Makassar: Alauddin University Press, 2012), h. 157

<sup>5</sup> Lihat, Tribun Bisnis, “Transaksi *E-Commerce* di Indonesia Pada 2016 Mencapai 4,89 Miliar Dolar AS”, *Tribunbisnis Online*. 20 Februari 2017. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commerce-di-indonesia-pada-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as> (Di akses pada 6 Desember 2020)

berkembangnya infrastruktur dan teknologi internet di Indonesia. Hal tersebut berimplikasi positif terhadap jumlah pengguna internet di Indonesia.

Berbagai macam fasilitas layanan online yang tersedia di masyarakat, mulai dari sarana pembayaran online, belanja online, hingga transportasi online dengan mudah dapat dinikmati melalui sarana *E-commerce* yang banyak tersedia saat ini. Adapun salah satu fasilitas layanan jasa transportasi online yang paling populer di masyarakat yaitu aplikasi *Grab*. *Grab* merupakan aplikasi yang menawarkan layanan jasa transportasi online dengan menyediakan berbagai fasilitas lainnya yang kesemuanya menawarkan layanan dibidang jasa.<sup>6</sup>

Alasan masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan *Grab* sebagai ojek online adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa ojek online lebih praktis dibanding ojek konvensional, para penggunanya dapat memesan via internet tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari ojek. Pelanggan juga merasa aman karena *Grab* ini telah terintegrasi dibawah naungan institusi sehingga kepercayaan pelanggan akan lebih besar, serta tarif yang telah terstandarkan sehingga pelanggan tidak perlu melakukan tawar menawar dengan driver.

Dikota-kota besar saat ini sudah tersedia banyak penyedia jasa transportasi ojek online yang tidak memiliki aturan tertentu, baik secara tarif, standar pelayanan, jam operasional,dll. Sehingga untuk mengubah pandangan

---

<sup>6</sup> Lihat, Muhammad Yunus, dkk. “*Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli dalam Transaksi Online pada Aplikasi Grab-Food*,” *Amwaluna*, Vol. 2 No.1 (Januari, 2018), h. 146. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/amwaluna/article/view/3363>. (Diakses 25 Desember 2020).

tersebut di mata pengguna jasa sebagai angkutan umum yang tidak resmi, maka PT. *Grab* Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2011 menyediakan jasa transportasi ojek online yang berbasis aplikasi dengan merk *Grab* yang dilengkapi dengan fasilitas, yaitu sepeda motor dengan minimal keluaran 2000, aplikasi yang terdapat nama, nomor telfon dan GPS untuk melacak keberadaan para drivernya, jaket, jas hujan, helm, asuransi, layanan order melalui aplikasi yang dapat digunakan dengan mudah, dan terdapat layanan pengaduan dan pada akhir pelayanan pelanggan dapat memberikan review dan ranting untuk driver tentang pelayanan yang sudah didapatkannya sehingga perusahaan dapat mengetahui pelayanan yang telah di dapatkan oleh konsumen dan perusahaan akan terus memperbaiki standar pelayanannya.<sup>7</sup>

*Grab* berdiri pada tahun 2011 yang didirikan oleh pemuda bernama Michaelonglo Moran dan Nadiem Karim. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengemudi/pengendara ojek dengan pelanggan. Perusahaan *Grab* didirikan bermula dari melihat kondisi para ojek pangkalan yang hanya menghabiskan waktu seharian dan minimnya pelanggan yang diperolehnya. Sehingga munculah inisiatif oleh Nadiem untuk membantu para tukang ojek mendapatkan penumpang dengan cepat dan efisien melalui akses teknologi *smartphone*. *Grab* kini telah tumbuh menjadi *on-demand mobile platform*

---

<sup>7</sup> Lihat, Nafisa Choirul Mar'ati. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya)". <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/viewFile/15757/14293>. (Diakses 25 Desember 2020)

dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan dibidang jasa. Jasa dan layanan *Grab* berkembang tidak hanya sebagai transportasi orang (transport), tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar barang, dokumen, ataupun paket (*instant courier*), sebagai mitra perusahaan online maupun offline yang membutuhkan pengantaran pada hari yang sama (shopping), bahkan yang terbaru dapat digunakan sebagai pengantar makanan yang dipesan (*food delivery*).<sup>8</sup>

PT. Grab Indonesia pada awalnya hanya bisa di akses di beberapa daerah saja tetapi seiring berjalannya waktu Grab mulai menyebarkan aplikasinya hampir keseluruhan daerah di Indonesia. Grab sekarang muncul di 139 kota di Indonesia. Bengkulu adalah salah satu daerah yang sudah menggunakan aplikasi Grab, Di kota Bengkulu sendiri Grab hadir pertama kali pada tahun akhir tahun 2017, Namun dengan cepat berkembang dan menumbuhkan minat masyarakat Bengkulu untuk menggunakan layanan berbasis aplikasi ini. Beberapa fitur keamanan kunci dan identitas pengemudi (nama, plat, dan jenis motor di sertai foto diri) yang dapat segera diketahui saat pengguna melakukan pemesanan. *GrabTaxi* merupakan layanan yang membantu penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dan memiliki jaringan armada taksi terluas yang menawarkan pengalaman berkendara yang paling efisiensi dan aman dengan tarif sesuai argo tanpa argo tembak<sup>9</sup>. *GrabCar* merupakan penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang

---

<sup>8</sup> Liana Mangifera dan Muzakar Isa “*Komitmen dan Kinerja Driver Ojek Online di Kota Surakarta*, Jurnal. (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017), h. 508.

<sup>9</sup> GrabTaxi, Aplikasi Pemesan Taksi Terpercaya, dikutip dari <http://www.grab.com/id/> pada hari Selasa, tanggal 25 Desember 2018, Pukul 21.30 WIB 4

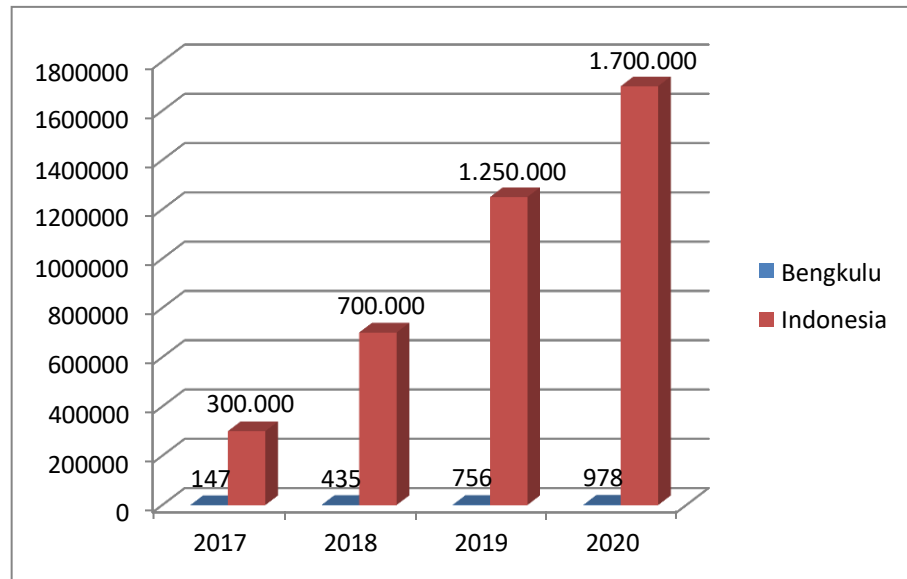
menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman, aman juga gaya dalam perjalanan dengan tarif pasti tanpa biaya pemesanan dan *GrabCar* juga menyediakan asuransi kecelakaan bagi maksimal 6 penumpang dalam 1 kendaraan. *GrabBike* merupakan layanan transportasi yang menggunakan kendaraan roda dua, serta memudahkan dalam melewati kemacetan dan dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen pada saat berkendara. *GrabExpress* adalah layanan kurir express berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian, dan yang paling utama adalah keamanan.

*GrabFood* adalah layanan food delivery yang memberikan kemudahan dalam proses pengiriman makanan serta telah berkerjasama dengan berbagai restoran atau tempat makan di daerah konsumen yang terdaftar di layanan *GrabFood*<sup>10</sup>. Layanan *Grab* belakangan ini semakin diminati, salah satunya yang paling diminati sekarang adalah *GrabFood*, Layanan yang seperti ini semakin diminati masyarakat karena masyarakat tidak perlu datang langsung ke tempat makan atau restoran yang diinginkan melainkan mereka hanya tinggal memesan makanan lewat aplikasi *Grab* dari smartphone mereka masing-masing. Layanan *GrabFood* merupakan salah satu aplikasi pemesanan makanan secara online yang terdapat di aplikasi *Grab*, serta menggunakan pengantaran yang mana barang yang dipesan nantinya akan diantarkan oleh kurir (orang bertugas mengantarkan barang) kepada pelanggan yang telah memesan.

---

<sup>10</sup> Dikutip dari, <http://www.grab.com/id/>. pada hari Selasa, tanggal 1 Januari 2019, Pukul 12.21 WIB

### Grafik Perkembangan Layanan Grab-Food Bengkulu dan Indonesia



Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil permasalahan tersebut untuk dijadikan penelitian skripsi. Judul dari penelitian ini yaitu, maka peneliti melakukan pembahasan tentang Dampak *Grab-Food* Terhadap UMKM di Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021.

#### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak keberadaan *Grab Food* terhadap Laba UMKM di Kota Bengkulu tahun 2021?
2. Bagaimana laba UMKM di Kota Bengkulu sebelum dan sesudah bergabung dengan *Grab Food*?
3. Bagaimana keberadaan *Grab Food* dalam Ekonomi Islam?



### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak keberadaan *Grab Food* terhadap Laba UMKMd Kota Bengkulu tahun 2021.
2. Untuk mengetahui bagaimana laba penjualan UMKM di Kota Bengkulu tahun 2021 sebelum dan sesudah bergabung dengan *Grab Food*.
3. Untuk mengetahui Bagaimana keberadaan *Grab Food* dalam Ekonomi Islam?

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat teoritis sebagai berikut :

#### **a. Manfaat teoritis**

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang akan memperkaya kajian Ilmu Ekonomi Islam, serta diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan ilmu sosial lainnya.

#### **b. Manfaat praktis**

- 1) Manfaat bagi perusahaan swasta (PT. *Grab* Indonesia Cabang Kota Bengkulu) : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan *Grab* agar tidak hanya memperhatikan bagaimana mendapatkan sebuah keuntungan dan memuaskan pelanggan, tetapi juga dapat memperhatikan bentuk transaksi yang digunakan dalam segala aplikasi yang ditawarkan agar semua pihak yang terlibat didalamnya dapat memperoleh kemaslahatan.

- 2) Manfaat bagi peneliti lain : Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian yang serupa.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Adapun yang menjadi acuan untuk pembahasan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Rr. Lulus Prapti dan Rahoyo 2018, melakukan penelitian terkait “Dampak bisnis kuliner melalui Go Food bagi pertumbuhan ekonomi di Kota Semarang.”<sup>11</sup> Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan informan kunci sebanyak 4 pelaku bisnis. Dari hasil survey yang didapatkan para pelaku bisnis kuliner online menyatakan bahwa omzet penjualan setelah bergabung dengan layanan Go Food meningkat dibandingkan dengan sebelum bergabung dengan layanan Go Food. Hal ini dikarenakan Go Food mempromosikan makanan yang diproduksinya. Selain itu penelitian ini menemukan fakta bahwa sektor perdagangan dalam hal ini adalah makanan dan minuman menyumbang kenaikan PDRB yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Arum Indraswari dan Hendra Kusuma 2018, melakukan penelitian terkait “Analisa pemanfaatan aplikasi Go Food bagi pendapatan pemilik usaha

---

<sup>11</sup> Rr. Lulus Prapti dan Rahoyo, *Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang*, dalam Jurnal Dinamika Sosial Budaya, Vol 20, No 2, Desember, 2018, h. 120-133.

rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kota Malang.”<sup>12</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pemilik usaha rumah makan di kelurahan Sawojajar kota Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan uji beda yang berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan pemilik usaha rumah makan di Kelurahan Sawojajar Kecamatan Kedungkandang Kota Malang sesudah dan sebelum menggunakan aplikasi Go Food. Sesuai dengan apa yang telah diujikan ditemukan hasil bahwa harga, jumlah order dan lama jam operasional secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dan ditemukan hasil bahwa terdapat perbedaan pendapatan sesudah dan sebelum menggunakan aplikasi Go Food.

3. Syarif Hidayatullah, dkk 2018, melakukan penelitian terkait “Eksistensi transportasi online Go Food terhadap omzet bisnis kuliner di Kota Malang.”<sup>13</sup> Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh eksistensi transportasi online dan pendapatan terhadap omzet bisnis kuliner di kota Malang. Penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah eksistensi transportasi online berpengaruh signifikan baik secara persial ataupun bersama-sama dengan pendapatan dalam meningkatkan omzet bisnis kuliner di kota Malang.

---

<sup>12</sup> Arum Indraswari dan Hendra Kusuma, *Analisa Pemanfaatan Aplikasi Go Food Bagi Pendapatan Pemilik Usaha Rumah Makan Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang*, dalam Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol 2, J.1, 2018, h. 63-73.

<sup>13</sup> Syarif Hidayatullah, et al, *Eksistensi Transportasi Online Go Food Terhadap Omzet Bisnis Kuliner Di Kota Malang*, dalam Seminar Nasional Sistem informasi, Malang, 2018, h. 1423- 1429.

Eksistensi Transportasi Online juga merupakan variabel dominan terhadap peningkatan omzet bisnis kuliner di Kota Malang.

4. Teguh Febrianto, Budi Suharjo dan Muhammad Syamsun 2018, melakukan penelitian terkait “Strategi pemasaran online UMKM Makanan di Kecamatan Cibinong.”<sup>14</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas pemasaran online dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, mendeskripsikan produk yang memiliki potensi pemasaran secara online, mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam menyusun strategi pemasaran online untuk diterapkan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasil telaah ini UMKM responden sudah mengetahui pentingnya menampilkan visualisasi produk secara menarik dengan menampilkan deskripsi dan gambar yang dapat mengundang konsumen untuk membeli.
5. Eska Nia Sarinastiti dan Nabila Kusuma Vardhani 2018, melakukan penelitian terkait “Co branding online food delivery perubahan model bisnis wisata kuliner lokal khas Yogyakarta.”<sup>15</sup> Penelitian ini mengkaji tentang implementasi co-branding oleh layanan food delivery dan pengaruhnya pada model bisnis wisata kuliner lokal khas Yogyakarta. Penelitian yang digunakan ialah kualitatif dengan metode eksploratory. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa co-branding dilakukan secara bersama-sama antara Go Food dan pelaku usaha wisata kuliner yang

---

<sup>14</sup> Teguh Febrianto, et al, *Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan Di Kecamatan Cibinong*, dalam Jurnal Manajemen IKM, Vol. 13, No 2, 2018, h. 116-126.

<sup>15</sup> Eska Nia Sarinastiti dan Nabila Kusuma Vardhani, *Co Branding Online Food Delivery Perubahan Model Bisnis Wisata Kuliner Lokal Khas Yogyakarta*, dalam Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 3, No. 3, 2018, h. 177-193.

bergabung dalam Go Food Partner, akan tetapi jika bergabung dengan Go Food Partnerco-branding dilakukan secara terpisah antara Go Food dan pelaku usaha wisata kuliner. Sementara untuk Grab Food juga demikian, co-branding dilakukan secara partial untuk pelaku usaha wisata yang bukan masuk dalam mitra kerjasamanya. Model bisnis wisata kuliner yang dilakukan terdapat perubahan dengan adanya layanan online food delivery. Perubahan tersebut terdapat pada tidak hanya Business to Costumer (B2C), akan tetapi model bisnisnya berkembang juga menjadi Business to Business (B2B) dan Business to Business to Costumer (B2B2C). Perubahan model bisnis tersebut mendorong perkembangan model bisnis culinary tourism menjadi model bisnis food tourism.

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **A. Teori Permintaan**

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dan pada waktu tertentu.

Menurut Pratama Rahardja Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.<sup>18</sup> Arif Rahman menjelaskan permintaan sebagai sejumlah barang yang diminta oleh konsumen pada tingkat harga tertentu, yang pada umumnya semakin rendah harga, permintaan akan mengalami kenaikan, sementara penawaran kebalikannya, yakni jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu.

Menurut Gilarso, permintaan adalah jumlah dari suatu barang atau jasa yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Permintaan adalah banyaknya jumlah komoditi yang diminta (keseluruhan jumlah komoditi yang diminta) pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.

##### **1. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

Hukum permintaan terutama memperhatikan sifat hubungan antara harga

sesuatu barang dengan jumlah barang yang diminta. Sedangkan dalam kenyataan sebenarnya banyaknya permintaan terhadap sesuatu barang juga ditentukan oleh banyak faktor lain. Oleh sebab itu untuk melengkapi analisis mengenai teori permintaan, adalah perlu untuk menganalisis bagaimana faktor penting lainnya dapat mempengaruhi permintaan.

a. Harga Barang itu sendiri

Jika harga barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Begitu juga sebaliknya. Hal ini membawa kita kepada hukum permintaan yang menyatakan “bila harga suatu barang naik, *ceteris paribus*, maka jumlah barang yang diminta akan berkurang dan sebaliknya.

b. Harga barang-barang lain

Hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat dibedakan kepada tiga golongan:

1) Barang Pengganti

Suatu barang dinamakan barang pengganti kepada barang lain apabila dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

2) Barang Pelengkap

Apabila sesuatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya maka barang tersebut dinamakan dengan barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Kenaikan atau penurunan permintaan

terhadap barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya.

## **2. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perilaku dan konsumen. Secara bahasa perilaku berarti tingkah laku, tindakan. Sedangkan secara terminologi perilaku adalah kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan, sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas manusia itu sendiri, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar dan mempunyai bentangan yang sangat luas, antara lain berjalan, berbicara, menangis, bekerja dan sebagainya.

Konsumen (*consumer*) berarti orang yang melakukan konsumsi. Secara bahasa konsumsi berarti merusak, menghabiskan, menyita, memakan atau meminum habis dan menghamburkan. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, konsumsi berarti pemakaian hasil barang produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya).

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*). Perilaku konsumen merupakan suatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa.

Perilaku masyarakat muslim dalam menentukan keputusan dalam pembelian ialah mengetahui kehalalan serta *thaibannya* suatu produk. Kata



halal diterjemahkan ke dalam tiga makna: 1) sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum karena menggunakannya. 2) sesuatu yang dibenarkan syara' dalam mengkonsumsinya. 3). Sesuatu yang *mubah* dan *jaiiz* dalam mengkonsumsinya.<sup>25</sup> Serta *thayyib* yaitu makanan yang baik (menyehatkan) karena tidak seluruh makanan yang halal dimakan ataupun dikonsumsi berarti baik dan menyehatkan bagi seseorang. Di antara seruan untuk memakan atau mengonsumsi makanan yang halal serta baik terdapat dalam Q.S Al-baqarah/2 ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ  
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik (*Thayyib*) dari apa yang terdapat di bumi ini dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah Syaitan karena sesungguhnya Syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

Wahbah Az-Zuhaili dalam Tafsir Al- Wasith menerangkan tentang ayat di atas bahwa Allah memerintahkan untuk memakan makanan yang ada di bumi, yang dihalalkan Allah lagi baik dengan tidak mengandung syubhat dan dosa, yang tidak bercampur dengan hak orang lain serta janganlah memakan makanan yang buruk yaitu yang berasal dari barang yang haram dan riba.

## **B. Ekonomi Islam**

### **1. Pengertian Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam

menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya.

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (apriory judgement) benar atau salah tetap harus diterima.

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah.

Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.

Ekonomi Syari'ah adalah ilmu yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara aktual dan empirikal, baik dalam produksi, distribusi, maupun konsumsi berdasarkan Syari'at Islam yang bersumber Al-Qur'an dan As-Sunnah serta Ijma' para ulama dengan tujuan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

## **2. Dasar Hukum Ekonomi Islam**

Sebuah ilmu tentu memiliki landasan hukum agar bisa dinyatakan sebagai sebuah bagian dari konsep pengetahuan. Demikian pula dengan

penerapan syariah di bidang ekonomi bertujuan sebagai transformasi masyarakat yang berbudaya Islami.

Aktivitas ekonomi sering melakukan berbagai bentuk perjanjian. Perjanjian merupakan pengikat antara individu yang melahirkan hak dan kewajiban. Untuk mengatur hubungan antara individu yang mengandung unsur pemenuhan hak dan kewajiban dalam jangka waktu lama, dalam prinsip syariah diwajibkan untuk dibuat secara tertulis yang disebut akad. ekonomi dalam Islam. Ada beberapa hukum yang menjadi landasan pemikiran dan penentuan konsep ekonomi dalam Islam.

Beberapa dasar hukum Islam tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

#### 1. Al-Quran

Al-Qur'an memberikan ketentuan-ketentuan hukum muamalat yang sebagian besar berbentuk kaidah-kaidah umum; kecuali itu jumlahnya pun sedikit.

#### 2. Hadist

Hadist memberikan ketentuan-ketentuan hukum muamalat yang lebih terperinci dari pada Al-Qur'an, hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad-Daruquthni, dan lain – lain dari Sa'id Al-khudri ra.

### **3. Karakteristik Ekonomi Islam**

Tidak banyak yang dikemukakan dalam alquran dan banyak prinsip-prinsip yang mendasar saja, karena dasar-dasar yang sangat tepat, alquran dan sunah banyak sekali membahas tentang bagaimana seharusnya kaum muslimin berperilaku sebagai konsumen produsen dan pemilik modal, tetapi hanya sedikit system ekonomi. Ekonomi syariah

menekankan kepada 4 sifat, antara lain: a. Kesatuan (unity) b. Keseimbangan (equilibrium) c. Kebebasan (free will) d. Tanggung Jawab (responsibility).

Al-Qur'an mendorong umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan sektor-sektor dan kegiatan ekonomi dalam skala yang lebih luas dan komprehensif, seperti perdagangan, industri, pertanian, keuangan jasa, dan sebagainya, yang ditujukan untuk kemaslahatan dan kepentingan bersama.

Dalam melakukan kegiatan ekonomi, Al-Qur'an melarang Umat Islam mempergunakan cara-cara yang batil seperti dengan melakukan kegiatan riba, melakukan penipuan, mempermainkan takaran, dan timbangan, berjudi, melakukan praktik suap-menyuap, dan cara-cara batil lainnya.

### **C. Peningkatan Penjualan**

Menurut Starmant pengertian penjualan adalah banyaknya jumlah omzet yang diterima akibat penawaran dan penjualan secara kontinyu dan menguntungkan, sehingga terjadi peningkatan nilai ekonomis dari suatu kegiatan jasa.

Menurut Tjiptono definisi mengenai penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu: pertama, tingkat penjualan yang ingin dicapai, kedua, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan ketiga adalah keuntungan atas penjualan. Ketiga esensi tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industri yang menawarkan pembelian kepada konsumen.

Penjualan dalam pandangan para ahli, secara eksplisit memberikan pengertian bahwa pemasaran suatu produk sangat berkaitan dengan besarnya jumlah penawaran yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai tingkat kepuasan atas produk yang digunakannya. Selain itu Basu Swastha juga dalam mengartikan penjualan sebagai salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan.

Penjualan di dalam suatu perusahaan merupakan kegiatan akhir setelah produk diproduksi. Penjualan akan mempengaruhi kelanjutan hidup perusahaan. Karena dengan penjualan maka perusahaan akan memperoleh keuntungan. Dalam melaksanakan penjualan diperlukan taktik penjualan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Diharapkan dengan kepuasan ini mereka akan menjadi langganan yang bersifat jangka panjang. Para penjual hendaknya mempunyai seni dan keahlian untuk mempengaruhi orang lain dalam penjualan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud sesuai yang diharapkan.

Basu Swastha juga menyatakan bahwa Para pengusaha dalam mencapai suatu tujuan harus memperhatikan dan membuat produk, kemampuan menentukan harga yang tepat, dan kemampuan memilih penyalur dan sarana promosi yang tepat. Jadi, dengan demikian tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan, apabila dilaksanakan dengan kemampuan yang memadai dari perusahaan.

Menurut Basu Swastha faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

antaratlain adalah sebagai berikut:

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk itu penjual harus memahami beberapa hal yaitu jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk dan syarat penjualan.

2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan.

Penjualan berkaitan erat dengan perdagangan. Dalam Islam Perdagangan yang baik ialah seseorang produsen ketika menjalankan produknya sejatinya tetap dalam bingkai keimanan dan ketakwaan kepada Allah Swt. Sebagai pedagang termasuk dari amal saleh jika ia mampu melayani dengan baik, memberikan produk yang terbaik dan menghindarkan dalam *mal bisnis*, seperti *gharar* dan batil. Sebagaimana Allah menyebutkan dalam firmanNya Q.S. An-Nisa/4: 29.

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.

Ayat di atas menerangkan tentang keharaman melakukan pelanggaran terhadap batasan-batasan harta dan jiwa, sehingga tidak halal memakan harta

orang lain secara batil. Yaitu cara yang tidak disyariatkan atau apa yang diambil dari materi harta atau manfaat barang secara zalim tanpa ada imbalan. Cara batil ini mencakup harta yang diambil sebagai alat tukar di dalam transaksi rusak atau batil. Seperti tindakan seseorang menjual barang yang tidak dimiliki, harga penjualan makanan yang rusak yang tidak bisa dimanfaatkan secara nyata misalnya makanan basi yang tidak bisa dikonsumsi lagi. Kemudian harga penjualan barang yang tidak memiliki nilai dan manfaat yang dianggap secara syar'i. Akan tetapi, boleh mengambil harta orang lain dengan kerelaan hati di dalam akad-akad yang sah secara syariat, misalnya pinjam meminjam, hibah, jual beli dan sewa menyewa melainkan harus dengan cara yang diizinkan oleh syariat.

Di dalam *Muqaddimah* pada pasal ke 9 di bawah judul pengertian, metode dan jenis-jenis perdagangan, Ibn Khaldun berkata, "Ketahuilah bahwa perdagangan adalah usaha manusia untuk memperoleh dan meningkatkan pendapatannya dengan mengembangkan proferti yang dimilikinya, dengan cara membeli komoditi dengan harga murah dan menjualnya dengan harga mahal, baik barang tersebut berupa tepung atau hasil pertanian, binatang ternak maupun lainnya.<sup>35</sup> Jumlah nilai yang berkembang itulah yang dinamakan dengan laba. Asal di dalam perdagangan itu tidak memiliki unsur riba di dalamnya. Allah berfirman dalam Q.S. Albaqarah/2: 275.

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Sebuah riwayat dari Imam Ghazali dalam kitabnya *Ihya' Ulumuddin* menganjurkan perilaku ihsan dalam berbisnis sebagai sumber keberkahan yakni

mengambil keuntungan rasional yang lazim berlaku pada bisnis di tempat itu. Beliau juga menyebutkan bahwa siapapun yang *qana'ah* (puas) dengan kadar keuntungan yang sedikit niscaya dia akan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, dengan meningkatkan volume penjualan dengan frekuensi yang berulang-ulang (sering) maka akan mendapatkan margin keuntungan yang banyak dan akan menimbulkan berkah.

#### **D. E-commerce**

##### **a. Pengertian E-Commerce**

*E-commerce* adalah model bisnis dimana produk dijual langsung ke konsumen (B2C) atau kepada bisnis lainnya (B2C). Berikut beberapa jenisnya:

###### **1. Perusahaan berbasis website**

Sebuah organisasi (perusahaan) yang memang mendesain web dengan tujuan utama memasarkan produk sehingga menghasilkan nilai tambah dengan memperoleh penjualan dari situs webnya. Amazon.com, tokobagus.com, blibli.com merupakan contoh pelaku bisnis yang orientasinya memasarkan produk dengan mendesain web.

###### **2. Afiliasi pemasaran**

Afiliasi pemas. aran adalah proses dimana suatu produk atau layanan yang dikembangkan dalam satu kesatuan (bisnis *e-commerce*, orang per orang, atau kombinasi) yang dijual oleh penjual aktif lainnya dengan pembagian keuntungan. Entitas produk dapat memberikan beberapa materi pemasaran (surat penjualan, link afiliasi, fasilitas pelacakan). namun sebagian besar hubungan pemasaran afiliasi berasal



dari bisnis *E-commerce* yang menawarkan program afiliasi, misalnya tokobagus.com, blibli.com, bekas.com, dsbg.

*E-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, service providers dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian dari *E-commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan /perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

*E-commerce* merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang menggeser paradigma perdagangan tradisional menjadi electronic commerce yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (Information and Communication Technology), atau dengan kata lain teknologi internet. Definisi *E-commerce* secara umum : “Proses membeli, menjual, baik dalam bentuk barang, jasa ataupun informasi yang dilakukan melalui media internet”.<sup>18</sup>

*E-commerce* merupakan perkembangan dan bagian dari era teknologi informasi yang menciptakan ekonomi baru. Internet saat ini sudah umum digunakan oleh dunia usaha dalam rangka mencari informasi dagang, promosi dagang., hubungan/kontak dagang secara internasional ke seuruh Negara/dunia. Srana ini walaupun pada tahap awal investasinya cukup mahal, namun proses bisnis selanjutnya akan lebih cepat dan sekaligus dapat mengakses data maupun informasi bisnis dalam tempo yang cepat. Usaha yang menggunakan *E-*

*commerce* yang dapat diakses menggunakan internet merupakan suatu usaha yang sangat unik, karena hanya menggunakan satu media, perusahaan dapat melakukan usaha/bisnis, baik dengan sesama perusahaan (*Business to Business/B2B*) atau dapat proses bisnis langsung antara pebisnis dengan konsumen atau penjual dengan pembeli (*Business to Consumer/B2C*). Mereka dapat melakukan proses bisnis, mulai dari promosi produk, penawaran dan permintaan produk, tanya jawab antara produsen dan konsumen atau antara penjual dengan pembeli dapat dilakukan secara aktif dengan *E-commerce*.

Meskipun teknologi ini telah menciptakan peluang besar untuk menjalankan perusahaan lebih efisien dan mengejar usaha bisnis baru, mereka juga menciptakan tekanan besar untuk memberikan produk- produk mutakhir kualitas unggul dan pelayanan serta menghasilkan lingkungan bisnis dengan perubahan cepat, berisiko tinggi, ketidakpastian, dan hampir tidak ada hambatan kompetitif yang masuk.

#### **b. Jenis-Jenis *E-commerce***

Perkembangan *E-commerce* di Indonesia memang sangat berkembang pesat. *E-commerce* adalah aplikasi belanja online yang menyediakan berbagai macam produk. Saat ini website *E-commerce* memang sudah banyak berkembang di Indonesia. Berikut di antaranya:

##### **i. B2B (*Business to Business*)**

Jenis *E-commerce* yang menggunakan model business to business biasanya mencakup barang penjualan ataupun jasa elektronik yang

dilakukan antar-perusahaan. Biasanya para distributor atau produsen mengirimkan ke toko-toko yang menjual barang sesuai dengan produk mereka. Contoh *E-commerce* yang menerapkan model business to business adalah Ralali.com dan juga Elevenia.

ii. B2C (*Business to Consumer*)

Maksud dari jenis *E-commerce* populer ini adalah bisnis ke konsumen yang terakhir. Biasanya konsumen terakhir itu adalah masyarakat atau perorangan langsung. Contoh *E-commerce* yang menerapkan model bisnis ini adalah Traveloka, Blibli, dan juga Lazada.

iii. C2C (*Consumer to Consumer*)

---

<sup>20</sup> Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi-Peluang Sukses Menghadapi Perubahan, (Yogyakarta: Andi, 2014), h. 146.

<sup>21</sup> Elly Muningsih, "Facebook Commerce ~ *E-commerce* Pada Media Sosial Facebook Yang Modern Dan Populer", Jurnal Bianglala Informatika Vol. Ii No. 1, Maret 2014, h. 48.

Konsumen ke konsumen biasanya mencakup semua perdagangan elektronik, baik barang ataupun jasa yang dilakukan antar-konsumen. Contoh *E-commerce* terpopuler yang menerapkan model bisnis ini adalah Bukalapak, Tokopedia, dan Shopee.

iv. Toko Online di Media Sosial

*E-commerce* di Indonesia yang menyediakan bentuk bisnis ini adalah facebook dan instagram. Keuntungan dari bentuk ini adalah dari segi pemanfaatan banyaknya konsumen yang berasal dari sosial media tersebut sehingga mencakup jangkauan yang luas, mulai dalam satu daerah, luar daerah, hingga luar negeri, dan juga kemudahan dalam pembuatannya. Berjualan di media sosial seperti Facebook ataupun Instagram bukan suatu hal yang baru lagi di Indonesia. Seiring pesatnya perkembangan inovasi media sosial, setiap orang memang berlomba-lomba berjualan lewat media sosial sebagai lapak mereka.

**c. Peluang dan Kelemahan Dari Penggunaan *E-commerce***

*i. Peluang Penggunaan *E-commerce**

*E-commerce* yang sudah mulai diakui oleh pelaku usaha, tetap harus ada strategi perdagangan internet yang tentu memiliki peran penting, seperti penelitian pasar, layanan pelanggan sebelum dan sesudah penjualan, analisis biaya manfaat, dan pengambilan atas investasi (ROI).<sup>22</sup>Berikut ini adalah poin-poin yang dapat menjadikan

*E-commerce* sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:

1. Memperluas area pemasaran produk;
2. Meningkatkan merk (brand);
3. Biaya hosting web (domain) yang jauh lebih murah daripada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional;
4. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsumen;
5. Kemudahan dalam hal pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai, melainkan pembayaran transfer via ATM (Automatic Teller Machine), menggunakan bantuan pihak ketiga, maupun penggunaan kartu kredit,
6. Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.
7. Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan).
8. Revenue Stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
9. Dapat meningkatkan market exposure (pangsa pasar).

**d. Kelemahan *E-commerce***

Meskipun *E-commerce* merupakan sistem yang menguntungkan karena dapat mengurangi biaya transaksi bisnis dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan terhadap para pelanggan.

Namun demikian, bukan berarti tidak terdapat kelemahan dalam sistem *E-commerce* itu sendiri. Berikut ini adalah poin-poin yang menjadi kelemahan dalam sistem *E-commerce* terutama dalam penerapannya di Indonesia:<sup>25</sup>

1. Munculnya modus kriminal atau tindak kejahatan baru yaitu penipuan online yang juga sangat marak beberapa tahun terakhir ini.
2. Masih terdapat perbedaan yang signifikan dalam hal infrastruktur teknologi dan transportasi, jika membandingkan kota-kota besar dengan kota-kota kecil di berbagai wilayah Indonesia.
3. Kepercayaan konsumen khususnya terhadap penggunaan teknologi *E-commerce* di Indonesia.
4. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
5. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak.  
Misalkan seorang peretas program (hacker) yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan lalu memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.

#### **e. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

##### **a. Pengertian Usaha**

Menurut besar Kamus Besar Bahasa Indonesia, Usaha adalah kegiatan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud;

perbuatan, pekerjaan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya untuk mencapai sesuatu. Usaha merupakan kegiatan di bidang perdagangan dengan mencari untung.<sup>1</sup> Dalam bahasa Inggris Usaha adalah business, yang mempunyai beberapa makna, yaitu *effort, mission, maximum, concern, occupation, trade, calling, affair, matter, action by an actor, etc.* Menurut Wasis dan Sugeng Yuli Irianto usaha adalah upaya manusia untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan tertentu dan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Usaha dalam sains adalah gaya yang diberikan oleh suatu benda sehingga bisa mengubah posisi benda tersebut.

Harmaizar mengatakan bahwa usaha bisa disebut perusahaan merupakan usaha yang melakukan kegiatan secara tetap atau terus menerus untuk mencapai tujuan dan memperoleh keuntungan. baik perorang maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbadan hukum.

Usaha merupakan kegiatan manusia untuk meraih keuntungan, dan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan perkembangan masyarakat, usaha terdiri dari usaha kualitatif dan kuantitatif, kualitatif dapat dilihat dari pendidikannya, sedangkan kuantitatif dari perkembangan masyarakat. Manusia yang unggul adalah manusia yang melakukan usaha dengan didasari ajaran agama Islam, dan taqwa kepada Allah dan membawa keseimbangan hidupnya seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, yang terdapat dalam Al - Qur'an dan As – Sunnah (Al Hadis).

Usaha merupakan jenis yang meningkatkan kesejahteraan hidup manusia, Islam telah memberikan petunjuk untuk berusaha, banyak hadis hadis Nabi Muhammad yang berhubungan dengan usaha, ketika seseorang melakukan aktivitas usaha diawali dengan membaca doa terlebih dahulu, maka muncul

kesadaran bahwa Allah Maha Kuasa.

Usaha adalah kegiatan ekonomi yang memiliki peranan vital untuk memenuhi kebutuhan manusia. Adapun salah satu usahanya antaranya seperti jual beli, memproduksi dan memasarkan, dan interaksi dengan manusia yang lain.

Adapun tujuan dari usaha yaitu:

1. Untuk memenuhi kebutuhan hidup
2. Untuk berusaha dan bekerja
3. Untuk memenuhi kebutuhan sosial
4. Agar memiliki jiwa kepemimpinan

Usaha dapat menjadikan diri menjadi pribadi yang mandiri, dengan usaha dapat menciptakan mesin uang sendiri. Usaha tidak sebatas mengenai penghasilan, bahkan dengan usaha bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain. Dan dapat membantu diri sendiri dan orang banyak. Kesuksesan dapat diraih jika seseorang bersungguh-sungguh dalam usahanya. Seperti, rasa ingin tahu, konsentrasi dalam segala hal, memiliki ketekunan, konsisten dan komitmen dalam melaksanakan usaha tersebut.

#### **b. Pengertian UMKM**

Berdasarkan literatur yang ada hingga kini terdapat beberapa pengertian yang didasarkan pada besar modal dan usaha serta jumlah tenaga kerja yang digunakan.<sup>26</sup> Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Adapun pembagiannya sebagai berikut<sup>27</sup>:

#### **c. Usaha Mikro**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20



Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

**d. Usaha Kecil**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria dari usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

**e. Usaha Menengah**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang

dan bangunan) lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).

**f. Ciri-Ciri UMKM**

Menurut Saifuddin Sarief, ciri-ciri UMKM dapat dijelaskan berdasarkan kelompok usahanya. Usaha mikro umumnya dicirikan oleh beberapa kondisi berikut:

- a. Belum melakukan manajemen/pencatatan keuangan, sekalipun yang sederhana, atau masuh sangat sedikit yang mampu membuat neraca usahanya.
- b. Pengusaha atau SDM-nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD, dan belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
- c. Pada umumnya, tidak/belum mengenal perbankan, tetapi lebih mengenal rentenir atau tengkulak.
- d. Umumnya, tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- e. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari empat orang. Anggota dari suatu koperasi tertentu biasanya berskala mikro.
- f. Perputaran usaha (turnover) umumnya cepat. Mampu menyerap dana yang relatif besar. Dalam situasi krisis ekonomi, kegiatan usahanya tetap berjalan, bahkan mampu berkembang karena biaya

manajemennya relatif rendah.

- g. Pada umumnya pelaku usaha mikro memiliki sifat tekun, sederhana, serta dapat menerima bimbingan (asal dilakukan dengan pendekatan yang tepat).

Ciri-ciri usaha kecil di antaranya ditunjukkan oleh beberapa karakteristik berikut:

- a. Pada umumnya, sudah melakukan pembukuan atau manajemen keuangan, walaupun masih sederhana, tetapi keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga dan sudah membuat neraca usaha
- b. SDM sudah lebih maju dengan rata-rata pendidikan SMA dan sudah memiliki pengalaman usaha.
- c. Pada umumnya, sudah memiliki badan usaha dan persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP.
- d. Sebagian besar sudah berhubungan dengan perbankan, tetapi belum dapat membuat business planning, studi kelayakan, dan proposal kredit kepada bank sehingga masih sangat memerlukan jasa konsultan atau pendamping.
- e. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki antara 5-19 orang.

Usaha menengah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Pada umumnya, telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran, dan produksi.
- 2) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan pengauditan dan penilaian atau pemeriksaan, termasuk yang dilakukan oleh bank.
- 3) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas, antara lain izin gangguan, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan, dan lain-lain.
- 4) Kualitas SDM meningkat dengan penggunaan sarjana sebagai manajer.

**g. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha mikro dan kecil bertujuan menumbukan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.<sup>29</sup> Dapat dikatakan UMKM memiliki peran dalam pembangunan perekonomian nasional, menciptakan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja.

Permasalahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai masalah. Beberapa masalah umum yang dihadapi UMKM yaitu keterbatasan modal, kesulitan bahan baku dengan harga terjangkau dan kualitas yang

baik, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia yang dengan kualitas baik, informasi pasar dan kesulitan pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk, atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar lokasi atau wilayah, sektor atau antar subsektor, antar jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan yang sama.<sup>30</sup>

Masalah terjadi karena tidak adanya keseimbangan. penyebab masalah UMKM tidak hanya berasal dari internal tetapi juga eksternal. Faktor eksternal secara umum bisa berasal dari kondisi lingkungan makro, lingkungan mikro, dan lingkungan industri itu sendiri. Lingkungan makro meliputi unsur-unsur pengaruh global seperti kondisi persaingan dagang antar Negara. Dewasa ini faktor keuntungan komparatif tidak lagi menjadi faktor yang dominan, yang justru lebih penting adalah faktor keuntungan bersaing dimana inti dari faktor tersebut adalah kemampuan sumber daya manusia yang menjadi penentu, maka tanggung jawab pengembangan lebih terletak pada lingkungan mikro. Faktor mikro yang dimaksud adalah faktor dalam negeri yaitu pemerintah. Pemerintah dalam membina usaha kecil baik pada rezim orde baru maupun pada rezim reformasi secara operasional organisatoris terus dilakukan. Namun selama itu pula perkembangan yang terjadi belum memberikan hasil yang diharapkan. Faktor lainnya adalah faktor lingkungan usaha, unsure-unsurnya meliputi ketersediaan bahan baku, bahan pembantu, sumber pendanaan, dukungan prasarana fisik (mesin dan suku cadangnya), dan apapun sarana yang mampu memberikan peluang

bagi perkembangan usaha kecil. <sup>31</sup> Permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu: <sup>32</sup>

### **1) Kesulitan Pemasaran**

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, cukup sulit bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

### **2) Keterbatasan Finansial**

Pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit maupun pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM.

### **3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)**

Salah satu kendala serius bagi banyak UMKM di Indonesia adalah keterbatasan SDM dalam aspek manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, organisasi bisnis, akuntansi data, teknik pemasaran dan lain sebagainya. Semua keahlian sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.

#### **4) Masalah Bahan Baku**

Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi UMKM di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan harga yang relatif mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomi lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku

#### **5) Keterbatasan Teknologi**

UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersigat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relatif rendah

#### **6) Kemampuan Manajemen**

Keterbatasan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas

## 7) Kemitraan

Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yang setara (sebagai mitra kerja). Pada dasarnya semakin luas jaringan yang dapat dibangun oleh usaha, dari mulai jaringan dengan pemasok, investor, pelanggan, hingga berbagai pihak terkait, semakin besar peluang untuk mengembangkan suatu usaha dalam jangka panjang.<sup>33</sup>

### f. *E-commerce* Untuk Pengembangan UMKM

Perkembangan sektor UMKM mempunyai beberapa kendala, salah satunya yaitu pada bagian pemasaran. Pemasaran yang telah bercampur dengan teknologi ini yang akan mampu bersaing dengan para UMKM. Karena itu, kunci salah satu usaha mikro, kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas untuk meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan perkembangan UMKM serta mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis dengan pemanfaatan perkembangan *Information and Communication Technology* (ICT).

Pemanfaatan ICT yang banyak digunakan adalah *E-commerce*, utamanya *E-commerce* Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi

---

<sup>33</sup> Ernie Tisnawati Sule, dan Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen Edisi Pertama, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), h. 416.



dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Meningkatkan volume penjualan, baik untuk penjualan online maupun konvensional. Di samping keuntungan tersebut, ternyata hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan *E-commerce* dalam mendorong peningkatan volume penjualan dan mempromosikan produk-produk industri cukup tinggi.<sup>34</sup>

Dalam hal ini perlu dilakukan pengembangan website dan *E-commerce* sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah tersebut.<sup>35</sup>

## **g. Laba**

### **a. Pengertian Laba**

Laba merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk berbagai kepentingan, laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan tersebut atas jasa yang diperolehnya. Menurut Nafarin laba adalah : “Perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu”.

Sedangkan menurut Supomo : “Laba merupakan pusat pertanggungjawaban yang masukan dan keluarannya diukur dengan menghitung selisih antara pendapatan dan biaya”.<sup>37</sup> Kuswadi juga menyatakan bahwa : “Perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya”.

Menurut Hanafi menyatakan bahwa : “Laba merupakan ukuran keseluruhan prestasi perusahaan, yang didefinisikan sebagai berikut : laba = penjualan – biaya”.

Berdasarkan hasil pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa profit / laba merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya. Profit / Laba juga dapat dikatakan sebagai kelebihan pendapatan diatas sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu melakukan penelitian berupa observasi dan wawancara dengan menghasilkan informasi lisan dengan tulisan dari apa yang menjadi objek penelitian yang diteliti.<sup>39</sup> Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>40</sup>

Menurut Denzin dan Lincoln mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bekerja dalam setting alami, yang berupaya untuk memahami, memberi tafsiran pada fenomena yang dilihat.<sup>41</sup>

Dengan demikian, penelitian kualitatif lebih memungkinkan untuk mendapatkan penjelasan yang lebih mendalam serta memperoleh deskriptif yang lebih jelas dan detail terkait fenomena yang diteliti.

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

<sup>39</sup> Lihat, Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007), h. 28.

<sup>40</sup> Lihat, Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 9.

<sup>41</sup> Sopanah, *Menguak Fenomena Penolakan Pembangunan Dengan Dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD): Sebuah studi Interpretif*. Makalah. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto, 2011, h. 49

1. Pendekatan Normatif, yaitu metode pendekatan terhadap suatu masalah yang didasarkan pada hukum Islam, baik yang berasal dari al-Qur'an, as-Sunnah, kaidah-kaidah fikih maupun pendapat ulama.<sup>42</sup>
2. Pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara melakukan observasi dan wawancara dengan tujuan untuk menghasilkan informasi lisan dan tulisan dari apa yang menjadi objek penelitian. Adapun data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Data yang diperoleh setelah dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain.<sup>43</sup> Melalui pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan data deskriptif kualitatif, berupa uraian tertulis dari sumber yang diteliti dan berupa informasi lisan dan tertulis dari sumber yang diteliti.

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian bertempat di PT. *Grab* Indonesia Cabang Kota Bengkulu di Jl Mayjen Sutoyo Tanah Patah Bengkulu pada bulan Februari sampai Juli 2021

## **C. Informan Penelitian**

Informan adalah sumber data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam sebuah penelitian. Informan dipilih guna mendapatkan informasi yang sesuai dengan permasalahan peneliti, dimana terlebih dahulu peneliti menetapkan siapa saja informannya dan kemudian memutuskan tugas dibidang

---

<sup>42</sup> Lihat, Kodrat Wahyudi, *Dampak Hedonisme Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar)*, h. 58.

<sup>43</sup> Lihat, Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 7.

sesuai dengan tema penelitian. Informan-informan tersebut akan diminta untuk bertukar pikiran dengan peneliti.<sup>44</sup> Untuk menentukan jumlah informan, Peneliti memilih informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria ini harus sesuai dengan topik peneliti Mereka yang dipilih pun harus dianggap kredibel untuk menjawab masalah penelitian. Melalui pertimbangan-pertimbangan diantaranya adalah:

- a. Orang bersangkutan memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti.
- b. Orang yang bersangkutan sehat jasmani dan rohani.
- c. Orang tersebut bersifat netral, tidak mempunyai kepentingan pribadi untuk menjelek-jelekan orang lain.
- d. Orang yang bersangkutan memiliki pengetahuan yang luas mengenai permasalahan yang diteliti.
- e. Jumlah informan yang akan diteliti berjumlah 30 (tiga puluh) yaitu pelaku UMKM, *merchant* (usaha yang bekerjasama dengan pihak perusahaan), dan pihak perusahaan.

## **D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer yakni data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat tulis atau alat pengambilan data

---

<sup>44</sup> Lihat, Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007), h. 40.

langsung pada subyek sebagai informasi yang dicari. Data primer untuk penelitian ini yakni tentang Peran *e-commerce* Grab-Food Kota Bengkulu dalam Meningkatkan Laba UMKM di Kota Bengkulu yang kemudian dirincikan dalam beberapa pandangan penelitian yaitu (1). Bagaimana model akad dalam transaksi pada aplikasi *Grab Food* di PT *Grab* Indonesia Cabang Kota Bengkulu. (2) Bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap transaksi melalui aplikasi *Grab Food* di PT *Grab* Cabang Kota Bengkulu.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder yakni data yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitian. Data sekunder berupa data dokumentasi atau data lain, data sekunder untuk penelitian ini adalah buku-buku, jurnal, atau dokumentasi yang berkaitan dengan Peran *e-commerce* Grab-Food Kota Bengkulu dalam Meningkatkan Laba UMKM di Kota Bengkulu.

Untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik- teknik pengumpulan data, sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu aktivitas pencarian data dengan melakukan serangkaian kegiatan pengamatan dilokasi penelitian di PT. *Grab* Cabang Kota Bengkulu.
2. Wawancara (Interview), teknik wawancara atau interview merupakan teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara bebas namun tetap terarah, maksudnya bahwa

dalam melakukan wawancara, penelitian tetap berpedoman pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan. Tidak terlepas dari itu, peneliti juga akan mengembangkan pertanyaan – pertanyaan dan juga bahan-bahan penelitian yang sifatnya spontan guna menunjang data – data yang diperlukan dalam penelitian ini.

3. Dokumentasi, yaitu dalam hal ini penulis menggunakan metode dokumentasi untuk mencari data-data otentik sebagai pelengkap.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Teknik menganalisis data umumnya dibagi menjadi 2 yaitu analisis sebelum di lapangan dan analisis selama di lapangan. Analisis sebelum di lapangan sendiri dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang digunakan dalam penentuan fokus penelitian. Tapi yang harus menjadi catatan utama adalah semua hal di atas masih bersikap sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki proses penelitian di lapangan.

Selama proses dilapangan, terdapat banyak model yang tersedia dalam teori. Namun, umumnya yang paling sering digunakan yaitu model Miles dan Huberman. Mereka mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sehingga data yang ada telah menjadi jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu : data reduction, data display, dan conclusion.

1. Data Reduction (Reduksi Data). Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci.

Mereduksi data berarti : merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data bisa dibantu dengan alat elektronik seperti : komputer, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka. Data yang tidak penting dibuang.

2. Data Display (Penyajian Data). Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah mendisplaykan data. Display data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk : uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sebagainya. Miles dan Huberman (2006) menyatakan : “the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text” artinya : yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan teks yang bersifat naratif.
3. Conclusion Drawing/verification. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah



didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data.

## **F. Pengujian Keabsahan Data**

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, credibility (validitas interval), transferability (validitas eksternal), dependability (realibilitas), dan confirmability (obyektivitas).<sup>45</sup> Adapun dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil beberapa pengujian keabsahan data diantaranya yaitu :

### **1. Validitas Internal (Credibility)**

Data yang valid dapat diperoleh dengan melakukan uji kredibilitas terhadap data hasil penelitian sesuai dengan prosedur uji kredibilitas data dalam penelitian kualitatif. Yakni melibatkan penetapan hasil kualitatif yang kredibel atau dapat dipercaya dari perspektif partisipan, partisipan merupakan satu-satunya orang yang dapat menilai secara sah kredibilitas suatu penelitian tujuannya untuk mendeskripsikan atau memahami fenomena yang menarik. Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan member check.

- a. Perpanjangan pengamatan hal ini dilakukan untuk menghapus jarak antara peneliti dan narasumber sehingga tidak ada lagi informasi yang disembunyikan oleh narasumber karena telah memercayai

---

<sup>45</sup> Lihat, Sugiyono, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 185-195

peneliti. Selain itu, perpanjangan pengamatan dan mendalam dilakukan untuk mengecek kesesuaian dan kebenaran data yang telah diperoleh. Perpanjangan waktu pengamatan dapat diakhiri apabila pengecekan kembali data di lapangan telah kredibel.

- b. Meningkatkan ketekunan pengamatan yang cermat dan berkesinambung merupakan wujud dari peningkatan ketekunan yang dilakukan oleh peneliti. Ini dimaksudkan guna meningkatkan kredibilitas data yang diperoleh.
- c. Triangulasi, merupakan teknik yang mencari penemuan pada satu titik tengah informasi dari data yang terkumpul guna pengecekan dan pembangding terhadap data yang telah ada.
  - 1) Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data tersebut kemudian dideskripsikan dan dikategorisasikan sesuai dengan apa yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut. Pada tahap ini peneliti akan melakukan pemilahan data yang sama dan data yang berbeda untuk dianalisis lebih lanjut.
  - 2) Triangulasi teori yaitu hasil akhir dari penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi yang didapatkan tersebut kemudian dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan.

- 3) Triangulasi data yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.
- d. Menggunakan bahan referensi, maksudnya adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Bahan yang dimaksudkan bisa berupa alat perekam suara, kamera dan lain sebagainya yang dapat digunakan oleh peneliti selama melakukan penelitian. Bahan referensi yang dimaksud ini sangat mendukung kredibilitas data.
- e. Diskusi yakni dilakukan dengan orang yang kompeten pada bidangnya dan mampu memberikan masukan ataupun sanggahan sehingga memperoleh kemandirian terhadap hasil penelitian. Teknik ini digunakan agar peneliti dapat mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran serta memberikan kesempatan awal yang baik untuk memulai menjejaki dan mendiskusikan hasil penelitian dengan orang yang dianggap kompeten.

## **2. Validitas Eksternal (Transferability)**

Nilai yang diperoleh dalam temuan penelitian kualitatif tidak bersifat universal tetapi dapat diterapkan apabila memiliki konteks dan situasi yang mirip dengan objek penelitian. Untuk mengetahui hal tersebut, maka pengujian transferability perlu dilakukan untuk memberikan uraian yang rinci, jelas dan sistematis, serta dapat dipercaya oleh pembaca mengenai hasil penelitian. Dengan demikian, generalisasi dapat dihindari oleh pembaca karena telah memahami seluk beluk data yang diperoleh

dalam penelitian. Pembaca akan bijak untuk menerapkan hasil penelitian tersebut sesuai dengan konteks dan situasi yang identik dengan penelitian yang dimaksud.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini memiliki deskripsi sebagai berikut:

1. Profil Responden Berdasarkan Nama Toko, Nomor Telepon dan Alamat

Deskripsi identitas responden berdasarkan nama toko, nomor telepon dan alamat bisa dilihat dalam table berikut ini:

**Table 4.1**  
**Profil Responden Berdasarkan Nama Toko, Nomor Telepon dan Alamat**

No	Nama Toko	No HP	Alamat
1	Xie Xie Boba	085378700082	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
3	Donat Mak Sulis	085253696629	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
4	Mbah Kung	081283706671	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
5	Carano Minang	082269017073	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
6	Sate Sakato Minang	08535823611	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
7	Heart Beat	085271639031	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
8	Inspirasi Coffe dan Food	085366640800	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
9	Sate Mak Nov	08975750464	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
10	Martabak Purnama	082289084996	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
11	Warung Pakde Abu	081272037664	Jl. Mahakam 4 Lingkar Barat
12	Rumah Makan Mba Tia	082282207722	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
13	Mbak Jogja Piyaman	089630565404	Jl. Mahakam 4 Lingkar Barat
14	Rumah Makan Mama Tailor	085267921882	Jl. Mahakam 4 Lingkar Barat
15	The Original Dorian	082378288321	Jl. Mahakam 4 Lingkar Barat
16	Syarah Bakery	082175619652	Jl. Mahakam 4 Lingkar Barat
17	Rumah Makan Uda Denai	082269945106	Jl. Adam Malik Pagar Dewa
18	Sate Subaidah	081278104167	Jl. Adam Malik Pagar Dewa

19	Nasi Goreng Mak Etek	081267070285	Jl. Adam Malik Pagar Dewa
20	Ayam Kremes	082299039964	Jl. Hibrida 4 sidomulyo
21	Lontong Tunjang Warjep	082280225949	Jl. Mangga Raya Sidomulyo
22	Lup Lup	0895800638064	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
24	The Sistet Kitchen	082279798206	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
25	Xi Nona Boba	089671380044	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
26	Rumah Makan Bunda	085783085250	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
27	Martabak Lentera	085273978318	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
28	Martabak Alim	082183914424	Jl. Mahakam Raya Lingkar Barat
29	Sate Pak Rahman	082176754294	Jl Kapuas raya Lingkar Barat
30	Pempek Dempo	082289559641	Jl Kapuas raya Lingkar Barat

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berdasarkan lama usaha, peneliti telah mengelompokkan 30 pelaku

UMKM yang dijadikan responden dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Lama Usaha**

Lama Usaha	Frekuensi
<1 tahun	5
1-5 tahun	15
>5 tahun	10
Total	30

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa 30 pelaku UMKM yang dijadikan responden, lama usaha 5 pelaku UMKM atau 16.66% yaitu <1 tahun, lama usaha 15 pelaku UMKM atau 50% yaitu 1-5 tahun, 10 pelaku UMKM atau 33.33% yaitu >5 tahun. Jadi, dapat disimpulkan bahwa UMKM terbanyak yang dijadikan responden yaitu UMKM yang lama usahanya 1-5 tahun.

## **B. Hasil Penelitian**

Dari 50 surat yang peneliti sebar hanya 30 responden yang berhasil diwawancarai. wawancara yang dilakukan terhadap responden yang bergabung dengan *e commerce Grab Food* bertujuan untuk mengetahui dampak keberadaan *e commerce Grab Food* dalam meningkatkan penjualan usaha yang sedang mereka tekuni.

Untuk mengetahui bagaimana dampak yang dirasakan pengusaha kuliner dengan keberadaan *grab food* dapat dilihat dari hasil wawancara di bawah ini:

- a. Salah satu responden yang berhasil peneliti wawancara ialah usaha kuliner Xie Xie Boba yang dikelola oleh Mentari Gita berdiri sejak tahun 01 Januari 2020. Menu utama Xie Xie Boba adalah minuman boba. Xie Xie Boba bergabung di *e commerce Grab Food* sejak Agustus 2020 beliau mengatakan bahwa:

“Keberadaan *e commerce GrabFood* sangat membantu usaha saya dan saya juga merasakan ada peningkatan dalam penjualan saya. Sebelumnya penghasilan kami Rp 250.000/hari setelah bergabung penjualan kami meningkat hingga rata-rata mencapai Rp 1.000.000/hari.”

- b. Donat Mak Sulis merupakan usaha yang dikelola oleh Ibu Sulis. Menu utama dari Donat Maksulis ini adalah donat dan roti goreng.

Usaha ini berdiri sejak tahun 2013 dan bergabung ke dalam aplikasi Grab Food 2021. Beliau mengungkapkan bahwa:

“Tbu sulis mengatakan bahwa dengan adanya grabfood penghasilan saya menjadi meningkat. Untuk kendala sampai saat ini saya belum mengalami kesulitan apapun itu.

- c. Syarah Bakery merupakan usaha yang dikelola oleh Syarah Haris yang berdiri sejak tahun 2012. Menu utama berupa dessert, olahan roti dan masih banyak lainnya. Beliau mengungkap bahwa:

“Syarah Bakery memulai usahannya dari berjualan di rumah yang beralamat di Jalan Parkit Lingkar Barat. Sejak memulai usaha Syarah Bakery sudah menggunakan e-commerce Grab Food sebagai bahan untuk melakukan promosi penjualan dan saat ini syarah sudah memiliki toko sendiri yang beralamat di Jalan Mahakam 4 Lingkar Barat. Lagian saat ini sangat banyak masyarakat yang menjalankan transaksi melalui *Grab Food* mungkin karena malas keluar, atau tempatnya jauh hingga ongkos lebih, kebanyakan masyarakat malas mengantri hingga keberadaan aplikasi ini tentu sangat membantu kami. Untuk menarik konsumen kami juga memberlakukan promo. Terkait hambatan, kami belum merasakan adanya hambatan sejak menjadi mitra *Grab Food*”.



d. Tomy selaku pemilik Mbah Kung yang telah membuka usaha sejak 2015 dan bergabung di aplikasi *grab food* sejak 2019-an. Mbah Kung merasakan dampak keberadaan *grabfood* beliau mengatakan bahwa:

“Usaha saya sangat terbantu dengan keberadaan aplikasi ini, penjualan saya juga Alhamdulillah ada peningkatan yang sebelum usaha saya bergabung ke dalam aplikasi *Grab Food* penghasilan yang paling tinggi kami dapatkan rata-rata sebesar Rp. 350.000/hari. Setelah bergabung ke dalam aplikasi *Grab Food* penghasilan yang kami dapatkan meningkat walau tidak terlalu signifikan kami mencapai rata-rata Rp.700.000/hari hingga Rp 1.000.000/ hari. *Grab Food* usaha saya bisa di promosikan tanpa mengeluarkan budget. Kalau ditanya adakah hambatan yang kami rasakan selama bergabung ke dalam aplikasi saya rasa tidak ada hambatan.”

e. Carano Minang, usaha yang telah berdiri dari tahun > 2010 hingga sekarang telah memiliki 2 lokasi usaha. Carano minang dikelola oleh Pak Darman dan memiliki 2 orang karyawan. Menu utama yang ditawarkan oleh Carano Minang merupakan nasi goreng dan lainnya. Carano Minang Buka dari Jam 19.00 s/d 02.00 malam. Pak Darman telah bergabung ke dalam aplikasi *Grab Food* sejak tahun 2020 beliau mengatakan:

“Keberadaan aplikasi ini sangat membantu pengusaha kuliner dalam bidang pemasaran. Usaha kuliner Pak Darman semakin dikenal

banyak orang dan membantu dalam meningkatkan yang biasa dalam sebulan kami mendapatkan 20 juta, sekarang kami bisa menghasilkan 40 juta sampai 50 jutaan dalam sebulan. Sekali-sekali kami mebeikan promo diaplikasi *grabfood*, saya rasa tidak ad hambatan sama sekali dan mudah-mudahan aplikasi ini akan semakin mengembangkan sayapnya sehingga semakin mampu membantu seluruh masyarakat dan Indonesia”.

- f. Sate Sekato Minang yang dikelolah Uda Roni. Usaha yang berdiri sejak tahun 2009 hingga sekarang. Usaha yang menjual sate padang. Usaha ini dilakukan bersama sang istri dan sejak tahun 2020 beliau mengungkap bahwa:

“Sebenarnya kami belum terlalu merasakan sekali dampak menjadi mitra *grabfood*, kerana kami mulai bergabung menjadi mitra *grabfood* sejak tahun 2020. Meskipun begitu karena kami telah masuk kedalam aplikasi *grabfood* sejak tahun 2020 kami juga merasakan ada peningkatan penjualan selama menggunakan aplikasi *grabfood* walaupun kenaikannya tidak secara signifikan.

- g. Heart Beat yang dikelolah oleh oleh Mba Rini berdiri sejak 2018 hingga sekarang. Usaha ini memiliki 6 orang karyawan. Menu yang ditawarkan yaitu Rice Bolw, bebek goreng dan masih banyak lainnya. Selain itu Herat Beat juga menawarkan berbagai jenis minuman. Heart Beat bergabung di aplikasi *Grabfood* sejk tahun 2019. Hasil

wawancara peneliti kepada mba Rini selaku pemilik usaha mengatakan bahwa:

“ Mulanya pada tahun 2018 pihak Grabfood mendatangi kami dan menawarkan kami untuk bergabung ke dalam aplikasi. Mereka mengungkapkan segala kelebihan dan keuntungan kami jika bergabung ke dalam aplikasi salah satunya ialah kenaikan pendapatan penjualan dan kami pun ikut bergabung. Karena kami merasakan pendapatan yang cukup signifikan.”

- h. Lontong Tunjang Warjep yang dikelola oleh ibu Eviyanti berdiri sejak tahun 2016. Lontong Tunjang Warjep masuk ke dalam aplikasi grab sejak tahun 2020. Lontong Tunjang Warjep menawarkan berbagai jenis lontong dan gorengan. Ibu Eviyanti mengatakan bahwa:

“ Sebelumnya saya mengetahui adanya grabfood dari anak saya, tetapi saya tidak mengetahui bagaimana cara mendaftarkan Lontong Tunjang Warjep di aplikasi grabfood. Setelah itu anak saya mendaftarkan usaha saya. Saya sangat merasakan dampak yang sangat signifikan terhadap hasil jualan saya. Terkait hambatan saya tidak merasakan hambatan apapun selama menggunakan grabfood.”

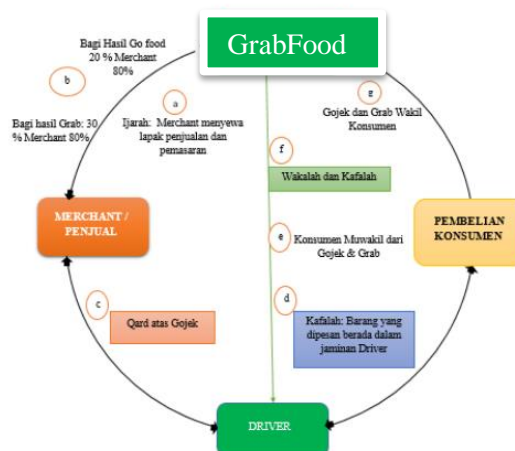
### **C. Perbandingan Hasil Pendapatan Sebelum dan Sesudah Bergabung dengan *E Commerce Grab Food***

Berdasarkan hasil wawancara pendapatan rata-rata dalam sehari pengusaha kuliner sebelum dan sesudah bergabung ke dalam aplikasi

*Grab Food*. Dimana seluruh responden mengalami kenaikan setelah bergabung ke dalam aplikasi bahkan dari data di atas bahwa selama bergabung pernah naik hingga melebihi 100%. Data di atas menunjukkan bahwa keberadaan *Grab Food* sangat membantu usaha kuliner dalam memasarkan produk yang dijual. Selanjutnya perbandingan pendapatan responden dalam sebulan.

#### D. Keberadaan *E Commerce Grab Food* Dalam Ekonomi Islam

Dari berbagai literatur yang peneliti temukan dan ditarik kesimpulan bahwa akad yang digunakan dalam transaksi jual beli melalui *Grab Food* menggunakan akad Ijarah, Mudharabah, Qard, Wakalah dan Kafalah lebih lanjut penulis menjelaskan melalui gambar di bawah:



**Gambar 4.1**  
**Skema Akad Jual Beli Melalui Grab Food**

Berdasarkan gambar skema Akad Grab Food, proses bisnis dari Grab Food ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Ijarah:

Menurut Nasrun Harun yang dikutip dalam bukunya Fiqh Muamalah, “lafal Ijarah dalam bahasa Arab berarti upah, sewa, jasa atau imbalan”. Dalam syara’ ijarah merupakan akad yang digunakan untuk mendapatkan kemaslahatan dengan adanya penyalin, jika akad ijarah telah dilaksanakan, orang yang menyewakan berhak mengambil upah dan penyewa juga berhak mengambil manfaat atas akad ini karena akad ini adalah mu’awadah.

Ijarah adalah transaksi terhadap memakai manfaat tertentu yang dibolehkan dan dapat digunakan dengan imbalan atau bayaran tertentu<sup>1</sup>. Dasar hukum Ijarah atau sewa menyewa dalam alquran adalah sebagai berikut:

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآوِهِنَّ أَجُورَهُنَّ

t

Artinya: “jika mereka telah menyusukan anakmu, maka berilah upah mereka” (Al-Thalaq:6).

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجِرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muammalah: Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer (Jakarta: Prenada Media Group,2019),h.. 115

Artinya: “Salah seorang dari wanita itu berkata: “Wahai bapakku, ambilah dia sebagai pekerja, kita karena orang yang paling baik untuk dijadikan pekerja adalah orang yang kuat dan dapat dipercaya” (Al-Qashash:26).

Dasar hukum ijarah dari al-hadist sebagai berikut:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ

“Berikanlah olehmu upah orang sewaan sebelum keringatnya kering” (HR. Ibnu Majah).

Akad ijarah melibatkan beberapa pihak yaitu, penyedia layanan grabfood dengan penyedia layanan atau pengemudi, kemudia antara perusahaan Grab dengan penjual makanan yang ada pada daftar layanan Grabfood, dan antara perusahaan Grab dengan pengguna layanan atau jasa. Perusahaan Grab membuat aplikasi yang memungkinkan merchant (penjual) memajang produk di dalam aplikasi dan memfasilitasi terjadinya jual beli antara konsumen dengan merchant, dan pada waktu yang sama konsumen juga mendaftar ke Grab untuk mengakses aplikasi Grab Food. Sebelum merchant dan produknya muncul di aplikasi Grab Food, merchant akan mendaftar ke aplikasi Grab Food, di Verifikasi dan disetujui Grab Food melalui

kontrak yang di klaim sebagai Ijarah (yakni sewa lapak dan fasilitas pemasaran).

- b. Mudharabah (Bagi Hasil): Mudharabah adalah kesepakatan dua pihak, yaitu salah satu pihak mengeluarkan hartanya dan pihak lain menyumbangkan tenaga dan pengetahuannya dalam suatu usaha dan keuntungan dibagi diantara mereka sesuai dengan kesepakatan bersama, baik setengah, sepertiga dan sebagainya.<sup>22</sup> Dalam transaksi Grab Food Setiap pemesanan yang dilakukan oleh konsumen penjual dan 20% untuk Grab Food dari hasil penjualan dari merchant.
- c. Qard (Pinjaman): Qard adalah transaksi pinjam meminjam dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.<sup>3</sup>  
<sup>3</sup>Makanan dan minuman yang dipesan oleh konsumen ke merchant tentu belum diserahkan biayanya, sehingga driver yang bertindak sebagai wakil dari grab meminjamkan uangnya dan setelah pesanan diberikan ke konsumen makanan dan minuman tersebut akan dibayar oleh si pemesan bersamaan dengan ongkos kirim pesan.
- d. Kafalah (Jaminan): Kafalah adalah menjamin tanggungan orang yang dijamin dalam melaksanakan hak yang wajib baik seketika maupun

---

<sup>2</sup> Marliyah. Disertasi: Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM): Studi Kasus Perbankan Syariah Di Sumatera Utara. (Medan: UINSU 2016), h. 19

<sup>3</sup> A. Wangsawidjaja Z, Pembiayaan Bank Syariah, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.222.

akan datang.<sup>44</sup> Dalam transaksi jual beli melalui aplikasi Grab Food juga ada jaminan yaitu driver atau pihak Grab sebagai Kafil yang menjamin berupa biaya dari pesanan konsumen kepada merchant.

e. Wakalah:

Wakalah adalah akad perwakilan antara dua pihak, dimana pihak pertama mewakilkan suatu atau beberapa urusan kepada pihak kedua guna bertindak atas nama serta mewakilkan pihak pertama.<sup>55</sup> Melalui transaksi melalui kedua aplikasi ini terjadi juga akad wakalah antara konsumen dengan Grab untuk membelikan produk makanan atau minuman ke merchant, di mana pihak pertama konsumen sebagai muwakil (مُؤَوَّلٌ) Grab sebagai wakil. Driver sebagai wakil dari maupun Grab kemudian mengantarkan makanan atau minuman tersebut kepada konsumen untuk memenuhi akad wakalah antara Grab dan konsumen dengan status sebagai wakil dari Grab, dan driver menerima pembayaran dari konsumen sejumlah harga makanan atau minuman yang tertera di struk/nota, dan ongkos kirim.

## E. PEMBAHASAN

### 1. Keberadaan *Grabfood* Dalam Meningkatkan Pendapatan

Menjalankan sebuah usaha semakin menarik perhatian berbagai kalangan beberapa tahun belakangan. Usaha kuliner merupakan usaha yang

---

<sup>4</sup> Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h.305

<sup>5</sup> Daeng Naja, Fiqh Akad Notaris, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.), h.242.



menjanjikan jika dikemas dengan ide dan konsep yang menarik. Salah satu cara terampuh dalam menarik pelanggan baru adalah dengan membuat promo. Promo merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi adalah suatu kegiatan memberitahukan (information), membujuk (persuasion), dan mempengaruhi (influence).

Sekarang ini, dalam mempromosikan dan memasarkan sebuah produk yang dijual sangat mudah dilakukan melalui aplikasi Grab Food dan aplikasi dinilai sangat membantu dan mempermudah usaha kuliner yang sedang dijalankan cukup dengan cara bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra Grab Food. Merupakan layanan dari Grab Food merupakan layanan dari Grab yang melayani food delivery service di Indonesia.

Layanan ini dibuat sebagai sesuatu layanan promosi, seperti yang diketahui sebagai kegiatan menginformasikan sebuah produk yang disajikan oleh produsen tertentu dalam hal ini adalah pengusaha kuliner. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Grab Food ialah memberikan informasi serta pengenalan sebuah produk.

Menurut hasil riset Nielsen, 84% masyarakat telah menggunakan lebih dari satu aplikasi pesan antar makanan. Dengan melakukan kerja sama dengan Grab. Beberapa keuntungan bisa didapatkan. Karena sistem pemesanan makanan yang ditawarkan keduanya sangat baik. hanya dengan modal kecil saja sudah bisa menjalankan bisnis kuliner. Selain bisa menguntungkan secara

finansial.

Pengusaha kuliner pun bisa mendapatkan keuntungan lainnya. Jika sebelumnya pengusaha kesulitan dalam memasarkan produk kini hal tersebut bisa iatasi. Berikut beberapa keuntungan bergabung dengan Grab Food:

a. Meningkatkan Popularitas

Sebuah popularitas restoran atau produk itu penting, dengan terdaftar pada aplikasi Grab Food, pengusaha kuliner bisa meningkatkan popularitas restoran atau brand dengan peluang yang telah disediakan oleh aplikasi ini. Sehingga restoran atau produk yang disediakan langsung bisa dilihat pengguna yang otomatis akan meningkatkan eksposur produk.

b. Ongkos Antar Lebih Murah

Bagi sebagian masyarakat sangat memperhitungkan berapa biaya atau ongkos untuk antar makanan ke para pengguna atau pelanggan. Dengan mendaftarkan restoran atau usaha kuliner ke Grab Food, masalah tersebut telah teratasi. Karena, pembayaran bisa dilakukan dengan menggunakan OVO sehingga biaya yang dikeluarkan lebih murah.

c. Menjangkau Konsumen Lebih Luas

Hal yang sering menjadi hambatan dalam mengembangkan bisnis kuliner atau produk makanan itu biasanya karena terbatas jangkauan. Namun, hal tersebut tidak menjadi suatu hambatan. Sebab jika pengusaha kuliner

menjadi mitra dengan aplikator Grab Food akan secara otomatis dibantu menjangkau para konsumen secara luas. Karena ada ratusan ribu driver yang siap mengantar makanan dan minuman ke pelanggan

d. Memberikan Kemudahan bagi Pelanggan

Beberapa kategori di dalam layanan Grab Food akan mempermudah pelanggan untuk menemukan restoran atau bentuk usaha kuliner lainnya. Masyarakat tidak akan merasa kesulitan menemukan restoran, sebab berbagai hal penunjang pun sudah dilengkapi secara otomatis salah satunya GPS dan alamat lengkap, berapa jarak tempuh pun bisa langsung dilihat. Kemudian restoran atau kuliner yang didaftarkan akan masuk ke kategori Near Me. Artinya, para pengguna aplikasi yang berada di sekitar, akan dapat melihat restoran pada daftar kategori tersebut.

e. Kemudahan Mempromosikan Menu

Dengan banyaknya fitur dari aplikasi Grab Food, kamu dapat menampilkan menu-menu terbaik yang ada di restoran. Hal tersebut bisa memberikan pilihan-pilihan menu kepada para pelanggan. Jika menu tersebut menarik, orang-orang akan tertarik untuk membelinya.

f. Tidak Memerlukan Kurir Sendiri

Hal menguntungkan lainnya yaitu pengusaha kuliner tidak perlu kurir antar. Sebab para driver siap kapan saja melayani. Jadi bagi pengusaha tidak perlu merasa khawatir dalam mencari gojek atau kurir karena layanan Grab

Food satu paket dalam aplikasi Grab. Bagi pengusaha hanya perlu fokus memunculkan berbagai inovasi dengan yang akan ditawarkan kepada pelanggan dan hanya perlu untuk menunggu orderan.

g. Meningkatkan Omzet Penjualan

Jika restoran, cafe atau jenis usaha kuliner lainnya sudah berjalan cukup

lama, tentu saja akan banyak pelanggan khusus dan bisa lebih banyak menjangkau pelanggan dengan bergabung ke dalam Grab Food, pangsa pasar semakin meluas dan mudah dalam memesan tentu akan meningkatkan penjualan.

h. Membantu Meningkatkan UMKM Kuliner

Tidak hanya bisa membantu usaha Waralaba besar, layanan pesan antar dari aplikasi online dalam hal ini *Grab Food* bisa membantu mempromosikan makanan hasil karya pelaku UKM. Warung makan biasa yang ada di pinggir jalan pun bisa sukses bersama *Grab Food*.

i. Bagi Pengusaha Kuliner Memiliki Akses Ke Pelanggan melalui marketing channel *Grab Food*, pengusaha kuliner dapat menginformasikan berbagai produk unggulan langsung ke jutaan pengguna Grab.

Selain itu, Melalui promo yang berupa potongan harga atau gratis ongkos kirim tentu sangat menghemat biaya pengeluaran yang digunakan oleh pengguna sehingga pengguna lebih senang memesan makanan melalui juga



Grab Food. Berikut contoh promo yang diberikan layanan Grab Food.



Promo yang diberlakukan Grab Food sangat bervariasi baik promo dalam pembelian paketan, pemotongan minimum belanja bahkan pemotongan dari segi ongkos kirim. Di antara promo yang diberlakukan ialah berbentuk Voucher, Cashback, Buy One Get One atau potongan harga. Promo Voucher merupakan metode promosi di mana pengusaha kuliner memberikan

potongan harga ke pelanggan. Berdasarkan riset tim, promo ini telah terbukti mendatangkan kenaikan transaksi hingga 105% dan kenaikan pendapatan penjualan hingga 150%. Segala promo yang ditawarkan oleh *Grab Food*, tentu sangat menarik minat konsumen dalam menggunakan aplikasi berbasis internet ini sehingga pengguna lebih suka memesan makanan dan minuman melalui aplikasi selain mempermudah juga menghemat pengeluaran.

Dalam meningkatkan penjualan dibutuhkan sesuatu yang menarik minat beli konsumen. Salah satunya dengan cara penggunaan deskripsi yang menarik, tampilan produk secara visual/gambar juga menentukan keberhasilan pemasaransuatu produk secara online. Dalam periklanan, Bahasa dan gambar saling berkaitan erat dan saling menjelaskan. Dalam buku Zielke yang dikutip oleh Ira Indah Permatasari bahwa selain unsur-unsur verbal dalam iklan terdapat unsur-unsur nonverbal yang berperan penting dalam komunikasi dengan klasifikasikan berikut:<sup>6</sup>

1. Key Visual, gambar produk utama yang ingin ditampilkan, biasanya terletak di bagian paling depan gambar atau diposisikan lebih mencolok. Sebagai contoh pada produk makanan yang akan dijual.
2. Catch Visual, gambar pendukung, memberikan asosiasi tambahan tanpa menutup daya tarik gambar utama tampilan.

---

<sup>6</sup> Ira Indah Permata Sari, Analisis Sembilan Iklan Produk Makanan-Minuman Organik di Jerman. Depok (ID): Penerbit Nuansa,h. 12

3. Focus Visual, gambar dalam potongan kecil yang berdiri sendiri dan merupakan bagian penting sebuah produk.

Sesuai dengan penjelasan di atas, unsur-unsur tersebut juga ada di dalam aplikasi Grab Food di mana makanan yang paling diminati terletak di paling atas menu makanan dan ditandai dengan sebutan menu favorit yang ke semua itu bertujuan untuk menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan. Di dalam kedua aplikasi juga dicantumkan keterangan jumlah ranting untuk mempermudah konsumen dalam memilih menu makanan yang akan di pesan.

## **2. Keberadaan Grab Food dalam Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Sistem ekonomi Islam tentu berbeda dengan sistem ekonomi kapitalisme dan sosialisme, di mana sistem ekonomi Islam menentang adanya eksploitasi oleh pemilik modal terhadap para pekerjanya dan melarang menumpuk kekayaan tanpa ada manfaatnya. Selain itu, ekonomi Islam ada dimensi ibadah yang terapkan dalam tujuan syari'ah dan moral pada setiap kegiatan ekonomi.<sup>7</sup>

Tujuan ekonomi Islam adalah terpenuhi dan terpelihara maqasid syariah sehingga tercapai fahlah atau kesejahteraan dunia dan akhirat. Beberapa pengertian maqasid syariah yang dikemukakan oleh Imam al-Ghazali:

---

<sup>7</sup> Muklis dan Didi Suardi, Pengantar Ekonomi Islam, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2018), h. 29.

Penjagaan terhadap maksud dan tujuan syariah adalah upaya mendasar untuk bertahan hidup, menahan faktor-faktor kerusakan dan mendorong kesejahteraan.

Maqasid adalah tujuan atau maksud yang terkandung di balik sebuah hukum Islam. Dalam rangka pemahaman dan dinamika ekonomi Islam, maqasid memiliki cakupan yang sangat luas dan mencakup masalah duniawiyah (tujuan kemaslahatan dunia). Namun secara umum, kedua kemaslahatan tersebut dimaksudkan untuk terpeliharanya agama (hifzaddin), jiwa (nafs), akal (aql), keturunan (nasab), dan harta (mal) yang biasa disebut dengan maqasid syariah.<sup>8</sup>

Pada asas pemenuhan kebutuhan manusia, ekonomi Islam sejatinya sama dengan ekonomi konvensional. Bedanya, ekonomi Islam tidak hanya mendasarkan kebutuhan manusia di dunia, namun juga diakhirat. Dimensi dunia dan akhirat inilah yang membedakan dengan ekonomi konvensional. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia ekonomi Islam lebih menekankan kepada masalah serta keadilan yang dijadikan sebagai prinsip ekonomi Islam. Masalah adalah mengambil manfaat menolak mudharat (bahaya) dalam rangka memelihara tujuan syara'.<sup>9</sup> Mewujudkan manfaat, kebaikan dan kesenangan untuk manusia disebut dengan membawa manfaat. Kebaikan dan kesenangan yang dirasakan langsung oleh orang melakukan sesuatu perbuatan

---

<sup>8</sup> Isnaini Harahap & M. Ridwan, *The Handbook*..h.28

<sup>9</sup> Harun, *Pemikiran Najmudin at-Thufi tentang konsep masalah sebagai teori Istinbat Hukum Islam*, Jurnal digital Ishraqi, Vol.5, 1, (2009),h. 24



yang di perintahkan, tetapi ada juga kebaikan dan kesenangan dirasakan setelah perbuatan itu dilakukan, atau dirasakan dikemudian hari.

Dari segi kemaslahatan Grab bisa terbilang ikut andil dalam mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia, dengan sistem mitranya yang dapat merekrut driver dari segala kalangan usia asal sudah lebih dari 17 tahun, hal ini tentu saja dapat membantu perekonomian dan meningkatkan Pertumbuhan ekonomi suatu negara. Karena berkurangnya pengangguran yang ada di masyarakat. Bagi UMKM yang memiliki permasalahan dengan tidak memiliki budget yang lebih, dengan keberadaan Grab Food akan mempermudah dalam mengatasi masalah tersebut.

Kemaslahatan/manfaat bagi penjual diantaranya yaitu:

- a. Menaikan tingkat penjualan
- b. Memasarkan produk tanpa biaya
- c. Meningkatkan popularitas
- d. Menjangkau konsumen lebih luas
- e. Mempromosikan produk
- f. Dll

Kemaslahatan bagi pengguna Grab Food diantaranya yaitu:

- a. Dinilai sangat praktis dan mudah
- b. Pelayanan yang sangat baik
- c. Tariff urah

- d. Efisien waktu
- e. Aman
- f. Cepat
- g. Dll

Kemaslahatan/ Manfaat Bbgi driver diantaranya yaitu:

- a. Pekerjaan tidak terikat dengan perusahaan
- b. Pendapatan lebih menguntungkan
- c. Bisa digunakan sebagai pekerjaan smapingan
- d. Pekerjaan tidak terlalu sulit
- e. Mengurangi pengangguran
- f. Dll

Dalam permasalahan keberadaan Grab Food adalah salah satu masalah yang tidak dijelaskan di dalam hukum Islam secara terperinci. Namun dalam Qaidah Ushul Fiqh ada dijelaskan bahwa *“pada dasarnya semua bentuk mua’ammalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”*.

<sup>10</sup>Keberadaan Grab Food tentu sangat membantu masyarakat luas, baik bagi pengusaha kuliner, Driver dan konsumen, maka keberadaan Grab Food termasuk mendatangkan Masalah Mursalah. Masalah Mursalah adalah masalah di mana syar’i tidak mensyari’atkan hukum untuk mewujudkan masalah, juga tidak terdapat

---

<sup>10</sup> Ismail Nawawi, Fiqih Muamalah: Klasik dan Kontemporer, (Bogor: Penerbitan Ghalia Indonesia, 2012), h. 91.

dalil yang menunjukkan atas pengakuannya atau pembatalannya.<sup>11</sup> Dalam hal ini, masalah yang di temukan akan keberadaan Grab Food adalah Masalah Daruriyah, dengan pemenuhan kebutuhan ini secara tidak langsung akan memenuhi lima unsur pokok kemaslahatan dengan memberi kemudahan bagi pemenuhan kebutuhan hidup manusia.

Kemaslahatan manusia itu mempunyai tingkatan-tingkatan. tingkat yang paling utama ialah tingkat dharuriyah, tingkat ini terdiri atas lima tingkatan pula. Tingkatan utama lebih utama dari pada tingkatan kedua dan seterusnya. Tingkatan itu ialah:

1. Memelihara agama
2. Memelihara jiwa
3. Memelihara akal
4. Memelihara keturunan
5. Memelihara harta<sup>12</sup>

Kemaslahatan yang didatangkan oleh *Grab Food* jika ditinjau dari kemaslahatan manusia, maka memenuhi tingkat dharuriyah yang kedua dan ke lima yaitu memelihara jiwa dan memelihara harta, dengan keberadaan kedua aplikasi ini tentu akan membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup seperti makan, bagi driver keberadaan aplikasi ini menghasilkan penghasilan dalam

---

<sup>11</sup> Abdullah Wahab Khallaf, Ilmu Ushul Fiqh. Ter. Noer Iskandar Al-Bansany, Kaidah-Kaidah Hukum Islam, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Cet-8,2002), h. 123

<sup>12</sup> Isnaini Harap & M.Ridwan, The Handbook...,h. 28.

menafkahi kebutuhan keluarga agar bisa mendapatkan makanan dan pakaian yang cukup, begitu juga dengan pengusaha kuliner juga terbantu dalam peningkatan penjualan, di mana hasil dari penjualan tentu di gunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sama halnya juga bagi pengguna grab Food juga terbantu dalam menghemat biaya pengeluaran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Dampak *Grab Food* terhadap UMKM dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak keberadaan *Grab Food* dalam meningkatkan penjualan bahwa keberadaan *Grab Food* jelas membawa dampak positif kepada pelaku usaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi dan menjadi mitra. Pengusaha kuliner yang bergabung ke dalam aplikasi rata-rata mengungkapkan kepuasan mereka semenjak bergabung ke dalam aplikasi selain memberi dampak dalam meningkatkan penjualan, mempromosikan produk yang dijual tanpa mengeluarkan budget, mempermudah transaksi memasarkan produk walau tanpa dapur bahkan salah satu responden hanya menggunakan gerobak sebagai lapak penjualan.
2. Tingkat penjualan usaha kuliner Seluruh pelaku usaha mengalami peningkatan dalam penjualan setelah bergabung dan menjadi mitra dari *Grab Food* bahkan salah satu pengusaha yang berada di kelurahan tersebut ada yang mengalami peningkatan secara signifikan hingga melebihi 100% .

3. Keberadaan *Grab Food* dalam ekonomi Islam bahwa akad yang digunakan dalam transaksi jual beli melalui *Grab Food* menggunakan akad Ijarah, Mudharabah, Qard, Wakalah dan Kafalah dan keberadaan *Grab Food* adalah salah satu masalah yang tidak dijelaskan di dalam hukum Islam secara terperinci.

Namun dalam Qaidah Ushul Fiqh ada dijelaskan bahwa “pada dasarnya semua bentuk mua’ammalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya” Keberadaan *Grab Food* tentu sangat membantu masyarakat luas, baik bagi pengusaha kuliner, driver dan konsumen, maka keberadaan *Grab Food* termasuk mendatangkan masalah mursalah. Dalam hal ini, masalah yang di temukan akan keberadaan *Grab Food* adalah masalah daruriyah, dengan pemenuhan kebutuhan secara tidak langsung akan memenuhi lima unsur pokok kemaslahatan dengan memberi kemudahan bagi pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Kemaslahatan yang didatangkan oleh *Grab Food* jika ditinjau dari kemaslahatan manusia, maka memenuhi tingkat dharuriyah yang kedua dan ke lima yaitu memelihara jiwa dan memelihara harta karena tujuan dari mendatangkan masalah agar seluruh manusia bisa merasakan Falah.

## B. Saran

Setelah mengadakan penelitian Dampak *Grab Food* terhadap UMKM ditinjau dalam ekonomi islam (Studi Kasus: Pelaku UMKM di Kota Bengkulu) peneliti ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat memberikan manfaat dan masukan dari pihak yang terkait.

1. Untuk Pelaku Usaha Kuliner Pelaku usaha kuliner harus lebih bisa memanfaatkan peluang dengan keberadaan aplikasi *Grab Food* agar usaha yang telah ditekuni semakin berkembang dan maju sehingga bisa meningkatkan penjualan.
2. Untuk penelitian selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya agar bisa menyempurnakan peneliti sebelumnya dengan cara memuat data yang lebih lengkap dengan jumlah responden yang lebih banyak serta meneliti pemahaman responden terhadap keberadaan *Grab Food* dalam ekonomi Islam.

3. Untuk Grab

Kepada kedua perusahaan yaitu Grab yang telah sangat membantu banyak masyarakat dan Indonesia dengan memunculkan berbagai fitur termasuk *Grab Food* diharapkan kepada kedua perusahaan agar tetap mempertahankan keberhasilan dan semakin mengembangkan sayap hingga ke berbagai Negara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana, 2005)
- Asmawi, Ahmad Nuryadi. “*Akad dan Fiqih Maghrib*”, (Diklat Kuliah Informal Ekonomi Islam FEUI Semester Genap tahun 2002)
- Fadhli, Ashabul. “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi E-Commerce*,” *Mazahib*, Vol. 94 no. 3 (Juni 2016), h. 2. DOI: Error! Hyperlink reference not valid.. (Diakses 20 Desember 2020).
- Fauzia, Ika Yunia dan Riyadi, Abdul Kadir. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari’ah*, (Jakarta: Kencana, 2014),
- Ghazaly, Abdul Rahman. *Ihsan, Ghufron dan Shidiq Sapiudin*. (Fiqh Muamalat)
- <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commerce-diindonesia-pada-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as> (Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adilatuhu Jilid 4*, (Cet. 1, Jakarta: Gemainsani, 2011)
- Harahap, Isnaini dan Ridwan, Muhammad. *The Handbook*.h.28
- Harun, Pemikiran Najmudin at-Thufi tentang konsep masalah sebagai teori Istinbat Hukum Islam, *Jurnal digital Ishraqi*, Vol.5, 1, (2009),h. 24
- <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/viewFile/15757/>. (Diakses 25 Desember 2020)
- <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/amwaluna/article/view/3363>. (Diakses 25 Desember 2020).
- Khallaf, Abdullah Wahab. Ilmu Ushul Fiqh. Ter. Noer Iskandar Al-Bansany, Kaidah-Kaidah Hukum Islam, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, Cet-8,2002), h. 123
- Kementerian Agama RI, *Syamil quran Yasmina Al-Qur’an* Terjamahan dan Tajwid, (Bandung: Sygma, 2014), h.465



- Kurniawati , Alfi dan Arief, Sandy. “*Pengaruh Efikasi Diri, Minat Kerja, dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa SMK Program Keahlian Akuntansi*”. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj> (Februari 2016). (Diakses 22 Desember 2020)
- Lembaga ASEAN Secretary, “*Pengangguran Indonesia Tertinggi ke-3 di Asia Tenggara*”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/23/pengangguran-indonesia-tertinggi-3-di-asean> (23 November 2016), (Diakses 24 Desember 2020)
- Mangifera, Liana dan Isa, Muzakar “*Komitmen dan Kinerja Driver Ojek Online di Kota Surakarta*, Jurnal. (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta,2017),
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta, Kencana, 2011
- Marliyah. Disertasi: Strategi Pembiayaan Mudharabah Sektor Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM): Studi Kasus Perbankan Syariah Di Sumatera Utara. (Medan: UINSU 2016), h. 19
- Mar’ati, Nafisa Choirul. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya)*”.
- Misbahuddin. *E-commerce dan Hukum Islam*. Skripsi Makassar: Alauddin University Press, 2012.
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2007
- Mughniyah, Muhammad Jawad. *Fiqh al-mam Ja’far ash-Shadiq Juz 384*, (Jakarta: Lentera, 2009)
- Muklis dan Suardi, Didi. Pengantar Ekonomi Islam, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2018), h. 29.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Mu’amalah Kontemporer* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2015),
- Naja, Daeng. *Fiqh Akad Notaris*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia,

2019.),  
h.242.

Nasution, Mustafa Edwin dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 16.

Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012)

Nuruddin, Mohammad. Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Melalui Jasa Online *Grab Food* Pada Aplikasi *Grab* Di Kota Surabaya. Skripsi

Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunah*. terj. *Mujahidin Muhayan* (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2008),

Sahroni, Oni dan Hasanuddin, “*FIKIH MUAMALAH Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*”. (Jakarta: Raja Wali Pers 2016), 45

Sari, Ira Indah Permata. Analisis Sembilan Iklan Produk Makanan-Minuman Organik di Jerman. Depok (ID): Penerbit Nuansa, h. 12

Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muammalah: Di Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), h. 115

Sopannah, *Menguak Fenomena Penolakan Pembangunan Dengan Dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD): Sebuah studi Interpretif*. Makalah. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto, 2011,

Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, (Bandung : Alfabeta, 2017

Suhendi, Hendi. *Fikih Muamalah* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2008), h. 44-45 <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-muamalah-dalam-bidang-ekonomi/> (Diakses pada 6 Desember 2020)

Supriyatna, Iwan. “*BPS Sebut “Ojek Online” Mampu Tekan Angka Pengangguran*”. Error! Hyperlink reference not valid. 2016/ 11/ 07/

175237426/ bps. sebut. ojek. online. mampu. tekan. angka.  
pengangguran  
(Kompas.com 07 November 2016). (Diakses 24 Desember 2020)

Susanto, Burhanuddin. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta:  
UII Press, 2008

Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqh Muamalah* (lirboyo: Laskar Pelangi  
Press,  
2013),

Tribun Bisnis, “*Transaksi E-commerce di Indonesia Pada 2016 Mencapai  
4,89  
Miliar Dolar AS*”, Tribunbisnis Online. 20Februari 2017.

Wahyudi, Kodrat. *Dampak Hedonisme Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa  
dalam  
Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam  
UIN Alauddin Makassar*

Yunus, Muhammad dkk. “*Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual  
Beli  
dalam Transaksi Online pada Aplikasi Grab-Food*,” *Amwaluna*, Vol. 2  
No.1 (Januari, 2018), h.146.

# **LAMPIRAN**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu  
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

LEMBAR PENGESAHAN JUDUL

I. IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : Muhammad Kadir Yanto  
N I M : 1416132048  
PRODI : Ekonomi Islam  
SEMESTER : 13 (Tiga Belas)

II. JUDUL YANG DIAJUKAN (Disertai Latar Belakang Masalah dan Rumusan Masalah):

(a) Judul 1 :

**Akad Dalam Transaksi Pada Aplikasi Grab-Food Di PT Grab Indonesia Cabang Bengkulu Dalam perspektif ekonomi Islam Kota Bengkulu**

b. Judul 2 :

**Analisis Tingkat Kecurangan Dalam Timbangan Bagi Pedagang Sembako Dalam Tinjauan Ekonomi Islam Di Pasar Panorama Kota Bengkulu**

III. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan

Judul di Acc judul 1

" Akad Dalam Transaksi Pada Aplikasi Grab - food di PT Grab Indonesia -  
Cabang Bengkulu dalam perspektif ekonomi Islam Kota Bengkulu

Pengelola Perpustakaan

Esti Aqilah ME

IV. Persetujuan Judul oleh Kaprodi

Catatan

Bisa dilanjutkan, objeknya tentukan masalah apa pada  
tulang objeknya, anda ceritakan di latar belakang.

Kaprodi

V. JUDUL YANG DISAHKAN

Judul 1

Mengetahui  
Ket. Ekis/ Manajemen

Bengkulu, 28 - Januari - 2021

Mahasiswa

  
M. KADIR YANTO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Muhamad Kadir Yanto  
NIM :1416132048  
Program Studi :Ekonomi Islam  
Judul Skripsi :Dampak Grab-Food Terhadap UMKM Kota Bengkulu  
Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021

Telah dilakukan verifikasi plagiat melalui <http://plagiarism-chcker.com/> , skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, dan untuk penggunaan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, 28 Juli 2021 M

Yang Membuat Persetujuan

Mengetahui Tim Verifikasi



Dr. Nurul Hak, M.A.  
NIP. 196606161995031002



Muhamad Kadir Yanto  
NIM. 1416132048

Plagiarism Checker X

← Back

### Summary

Scanned content overall summary report. [View Report](#)

**Share Score with Friends**

[Share on Facebook](#) [Tweet](#)



■ Plagiarized (11%) ■ Unique (89%)

Date	Jul 28, 2021.
Words	13 Words Plagiarized / Total Words 123.
Source	1 Source(s) Identified.
Remarks	Low similarity detected, check your supervisor if changes are required.

**FREE**  
Evaluation Version  
[Upgrade To PRO](#)





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Rabu, 24 Maret 2021  
Nama Mahasiswa : Muhamad Kadir Yanto  
NIM : 1416132048  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Dampak Keberadaan Grab-Food Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Laba Umkm Di Kota Bengkulu	 Muhamad Kadir Yanto.	 Yetti Afrida Indra, M.Ak

Mengetahui,  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I,



**Dr. Nurul Hak, M.A.**  
**NIP 196606161995031003**

*Catatan:  
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola  
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap*



## CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MUHAMAD KADIR YANTO  
NIM : 1416132048  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
1,	Latar Belakang	Menarik benang merah latar belakang ke judul penelitian
2.	Judul diganti	Dampak Keberadaan Grab-Food Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Laba Umkm Di Kota Bengkulu
3.	Latar Belakang	Efektifkan halaman 1
4.	Fakta Ekonomi	Ke UMKM khususnya kuliner
5.	Data UMKM	Dilampirkan data grabfood
6. 7	Jurnal internasional Perbaiki metodologi	

Bengkulu,  
Penyeminar,

  
**Yetti Afrida Indra, M.Ak**  
**NIDN. 0214048401**

## HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul "Dampak Keberadaan Grab-Food Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Laba UMKM di Kota Bengkulu" yang disusun oleh

Nama : Muhamad Kadir Yanto  
NIM : 1416132048  
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 24 Maret 2021

Dan telah diperbaiki sesuai dengan sasaran-sasaran dari penyeminan. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk tim pembimbing skripsi.

Bengkulu, 21 April 2021 M  
9 Ramadhan 1442 H

Mengetahui,  
Ketua Kaprodi Ekonomi Syariah



Eka Sari Wahyuni, S.E., M.M  
NIP. 197705092008012014

Penyeminan 

Yetti Afrida Indra, M.Ak  
NIDN. 0214048401



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

JalanRaden Fatah Pagar Dewa Bengkulu  
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor : 0636/In.11/F.IV/PP.00.9/04/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Nurul Hak, MA  
NIP. : 196606161995031003  
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Debby Arisandi, M.BA  
NIP. : 198609192019032012  
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N a m a : Muhammad Kadir Yanto  
Nim. : 1416132048  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul Tugas Akhir : DAMPAK KEBERADAAN GRAB-FOOD KOTA BENGKULU  
DALAM MENINGKATKAN LABA UMKM DI KOTA  
BENGKULU.  
Keterangan : Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 26 April 2021  
Dekan.  
  
Dr. Asnaini, MA  
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211  
Telepon (0736) 51276-51171-51171-53879. Faksimili (0736) 51171-51172  
Website: www.iainbengkulu.ac.id

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul "Dampak *Grab Food* Terhadap UMKM Kota Bengkulu Ditinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021" oleh Muhamad Kadir Yanto, NIM 1416132048, Program Studi Ekonomi Islam telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 06 Agustus 2021 *M/ - - - - H*

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Islam dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

*Syariah* Bengkulu, 06 Agustus 2021 M -  
27 Zulhijah 1442 H -

Tim Sidang *Munaqasah*

Ketua

*Desi Isnaini*

Desi Isnaini M.A  
NIP.197412022006042001

Sekretaris

*Debby Arisandi*

Debby Arisandi, MBA  
NIP.198609192019032012

Penguji I

*Desi Isnaini*

Desi Isnaini M.A  
NIP.197412022006042001

Penguji II

*Andi Harpepen* 29/8/2021

Andi Harpepen, MKom  
NIDN. 2014128401

Mengetahui,  
Plt/Dekan

*Dr. Asnaini*

Dr. Asnaini, MA.  
NIP. 197304121998032003

*Acc telah dg syarat  
perbaiki yg  
sudah*  
3/9

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Idarman  
Jabatan : Pemilik UMKM

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhamad Kadir Yanto  
NIM : 1416132048  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Islam

Bahwa nama tersebut adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Telah melakukan penelitian untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Dampak Grab Food Terhadap UMKM Kota Bengkulu Di Tinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”.

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Bengkulu, Agustus 2021

Owner UMKM



## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mentari Gita Puspita  
Jabatan : Pemilik UMKM

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhamad Kadir Yanto  
NIM : 1416132048  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Ekonomi Islam

Bahwa nama tersebut adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Telah melakukan penelitian untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Dampak Grab Food Terhadap UMKM Kota Bengkulu Di Tinjau Dalam Ekonomi Islam Tahun 2021”.

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Bengkulu, Agustus 2021



Mentari Gita Puspita

**PEDOMAN WAWANCARA  
PERAN *E-COMMERCE* GRAB-FOOD KOTA BENGKULU  
DALAM MENINGKATKAN LABA UMKM DI KOTA BENGKULU**

Nama : Muhammad Kadir Yanto  
Nim : 1416132048  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

---

Nama :  
Alamat :  
Usia :  
Pekerjaan :

- A. Wawancara Kepada Mitra UMKM Pengguna *E-Commerce* Grab-Food
1. Makanan atau minuman apa saja yang bapak/ibu jual?
  2. Sudah berapa lama bapak/ibu berjualan?
  3. Siapa yang menjadi target pasar usaha bapak/ibu?
  4. Sudah berapa lama bergabung dengan Grabfood?
  5. Bagaimana dampak penjualan bapak/ibu sebelum menggunakan e-commerce dan sesudah menggunakan *e-commerce* dalam menghasilkan laba pada usaha yang bapak/ibu punya?
  6. Apakah sejak menggunakan *e-commerce* bapak/ibu merasakan dampak positif dalam penggunaan *e-commerce* terhadap laba usaha yang bapak/ibu miliki?
  7. Apakah bapak/ibu mudah mempelajari aplikasi *e-commerce*?
  8. Apakah bapak/ibu merasakan kemudahan dalam mengatur usaha bapak/ibu?
  9. Apakah dengan menggunakan *e-commerce* menjadikan usaha bapak/ibu dapat di cari dengan secara cepat?
  10. Apakah dengan menggunakan *e-commerce*, interaksi dan komunikasi yang dilakukan dalam aktivitas penjualan jelas dan mudah?
  11. Apakah dengan menggunakan *e-commerce* dapat meningkatkan efektivitas penjualan?
  12. Apakah dengan menggunakan *e-commerce* dapat menarik pengunjung (konsumen)?
  13. Apakah dengan menggunakan *e-commerce* meningkatkan efisiensi kerja?
  14. Apakah bapak/ibu menggunakan *e-commerce* sepenuhnya dalam control usaha?
  15. Apakah bapak/ibu menyukai ide menggunakan *e-commerce* untuk transaksi jual beli?
  16. Berapakah % ( persentase ) laba yang meningkat di restoran bapak/ibu dihitung dari perbulan?
  17. Berapakah total omset restoran bapak/ibu sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*?

Sumber: Wahyuni, 2020

Bengkulu, Juli 2021  
Penulis

Muhamad Kadir Yanto  
NIM. 1416132048

**Pembimbing I**



**Dr. Nurul Hak, M.A.**  
**NIP. 199606161995031003**

**Pembimbing II**



**Debby Arisandi, MBA**  
**NIP. 198609192019032012**





LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa: Mohamad Fadliyanto Program Studi: Ekonomi Islam  
 NIM: 1416132048 Pembimbing I/II: penimbing I  
 Judul Skripsi: Peman E-commerce Stab-food Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Laba UMKM di Kota Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Prat
	22 Juli 2021	no pedoman wawm carn	-> penambahan pertanyaan & perbaikan setiap kata	R
		no pengurangan di kalimat grafik	no di tambah kata? myx	R

Bengkulu, 30-juli-2021

Pembimbing I/II


(Dr. Nuzul Hak MA)

NIP. 196606161995031003

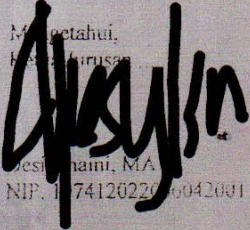
Mengetahui  
 Dekan Jurusan  
  
 Dr. Ismail MA  
 NIP. 19741222006042091

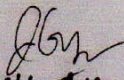
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa: Mohamad Kadir Yanto Program Studi: Ekonomi Islam  
NIM: 1416132048 Pembimbing I/II: pembimbing II  
Judul Skripsi: Dampak Keberadaan Grab-food Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Laba UMKM di Kota Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
	<u>24 Juni 2021</u>	<u>- subul masih umum, / - tinjauan pustaka berisi tentang variabel yg dipuratakan,</u>	<u>- kaitkan dg ekonomi Islam</u>	

Bengkulu, 29 Juli 2021

M. Setiawan,  
Ket. Jurusan  
  
Desi Rahmi, MA  
NIP. 1741202206042001

Pembimbing I/II  
  
Debby Anisandi, M. BA  
NIP. 198609192019032012



LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa: Muhammad Kadir Yanto Program Studi: Ekonomi Islam  
 NIM: 1416132048 Pembimbing I/II: pembimbing II  
 Judul Skripsi: Dampak Keberadaan Grab-food Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Laba UMKM di Kota Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Praf
	18 Juni 2021	- Judul awal di ganti  - gunakan data dari BPS	- Dampak diganti peran, karena kata dampak terdengar negatif  - website, bukan koran atau berita online  - buat table	<i>Jbm</i>
		- apa hubungannya dgn laba UMKM	- cantumkan link  - fokus ke UMKM / owner	<i>Jbm</i>

Bengkulu, 29 Juli 2021

Mengetahui,  
Ketua Jurusan .....

Pembimbing I/II

Desi Isnaini, MA  
NIP. 197412022006042001

*Jbm*  
(Deby Anisandi, M.Eng)  
NIP. 198609192019032012



**Foto Bersama Pemilkn Xie Xie Boba**



**Foto Bersama Pemiliki Carano Minang**

