

PERAN EKONOMI SYARIAH DALAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL PASCA PANDEMI COVID-19



Ditulis oleh

Pemenang Call For Paper The 2nd Islamic Economic Consortium
Himpunan Mahasiswa Program Magister Ekonomi Syariah (HMPM)
FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



PERAN EKONOMI SYARIAH DALAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL PASCA PANDEMI COVID-19

Hardiyono
Reni Furwanti
Dini Maulana Lestari
Muhammad Adam
Khairul Anwar
Maya Sari Harahap
Siti Ena Aisyah Simbolon
Siti Eni Aisyah Simbolon
Muhammad Zulfikar Yusuf
Hasnaul Afifah
Herianto
Tri Ulfa Wardani
Hasnidar Yuslin
Desy Ramadinah
Weri Mahendra
Riskiana Elina
Maftuhatul Faizah
Arini Almawaddah
Lestari Etika Suci
Arif Kuswanto

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2021

PERAN EKONOMI SYARIAH DALAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL
PASCA PANDEMI COVID-19

Hardiyono, Reni Furwanti, Dini Maulana Lestari, Muhammad Adam,
Khairul Anwar, Maya Sari Harahap, Siti Ena Aisyah Simbolon,
Siti Eni Aisyah Simbolon, Muhammad Zulfikar Yusuf, Hasnaul Afifah,
Herianto, Tri Ulfa Wardani, Hasnidar Yuslin, Desy Ramadinah, Weri Mahendra,
Riskiana Elina, Maftuhatul Faizah, Arini Almawaddah,
Lestari Etika Suci, Arif Kuswanto

Tim Ahli:

Dr. Muhammad Ghafur W.
Dr. Misnen Ardiansyah
Dr. Syafiq M. Hanafi
Dr. Ibnu Muhdir
Dr. Slamet Haryono
Dr. Abdul Haris
Dr. Joko Setyono
Dr. Sunaryati
Dr. Taosige Wau

Cetakan Pertama: 2021

16 x 23 cm; vi + 231 hlm.

Penerbit:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2021

ISBN: 978-623-97540-6-8

All Rights reserved. Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun
tanpa ijin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrahiim, Alhamdulillahilahi rabbil 'aalamiin.
Allahumma shalli 'ala sayyidina Muhammad wa 'ala ali sayyidina
Muhammad*

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Pertama, puji syukur atas nikmat dan karunia Allah yang tiada terbatas. Kedua, sholawat serta salam semoga selalu tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw. Buku Peran Ekonomi Syariah Dalam Pemulihan Ekonomi Nasional Pasca Pandemi Covid-19 ini merupakan buku hasil dari artikel terpilih yang diambil dari call for paper. Kegiatan ini bersamaan dengan diadakannya International Webinar The 2 Islamic Economic Consortium yang diadakan oleh Himpunan Mahasiswa Program Studi Magister Ekonomi Syariah FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada agenda call for paper ini, hasil penelitian dipresentasikan oleh para peneliti yang berasal dari berbagai instansi yang beragam. Hasil dari artikel tersebut kemudian didokumentasikan dalam buku ini. Namun, kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan buku ini, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan. Semoga buku ini memberikan manfaat bagi seluruh pihak.

Yogyakarta, November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
HALAL BRAND PERSONALITY, RELIGIUSITAS DAN LOYALITAS MEREK PADA INDUSTRI BUSANA SYAR'I DI KALANGAN KONSUMEN MILENIAL.....	1
<i>Hardiyono, Reni Furwanti, Dini Maulana Lestari</i>	
SHARIA E-WALLET USER'S INTENTION DETERMINANTS: DO ISLAMIC VALUES AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS MATTER?	27
<i>Muhammad Adam</i>	
PERAN ZAKAT, INFAK, SEDEKAH DI MASA PANDEMI COVID19 (Studi Kasus LAZIS Jateng Cabang Pekalongan)	55
<i>Khairul Anwar</i>	
FILANTROPI ZAKAT SOLUSI PEMULIHAN EKONOMI DI MASA PANDEMI COVID-19	83
<i>Maya Sari Harahap, Siti Ena Aisyah Simbolon, Siti Eni Aisyah Simbolon</i>	
PERAN E-COMMERCE DALAM PENGUATAN UMKM DI ERA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada UMKM Makanan Halal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)	101
<i>Muhammad Zulfikar Yusuf, Hasnaul Afifah</i>	

Reni Furwanti, dkk.

KEUANGAN SOSIAL ISLAM DAN PEMULIHAN EKONOMI
TERDAMPAK PANDEMI COVID-19: PENDEKATAN BULUK
SUMUR FRAMEWORK121

Herianto, Tri Ulfa Wardani, Hasnidar Yuslin

MODEL TRANSFORMASI DIGITAL PADA INDUSTRI
HALAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 149

Desy Ramadinah, Weri Mahendra

IMPLEMENTASI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH TERHADAP
PELAKU UMKM MENUJU GOOD CORPORATE
GOVERNANCE (Studi Kasus UD Petis HSN Konang Pamekasan)...167

Riskiana Elina, Maftuhatul Faizah, Arini Almawaddah

PERANAN PASAR MODAL SYARIAH DALAM PEMULIHAN
EKONOMI NASIONAL..... 185

Lestari Etika Suci

KIPRAH EKONOMI SYARIAH DALAM PEMULIHAN
EKONOMI NASIONAL PASCA PANDEMI COVID-19 207

Arif Kuswanto

HALAL BRAND PERSONALITY, RELIGIUSITAS DAN LOYALITAS MEREK PADA INDUSTRI BUSANA SYAR'I DI KALANGAN KONSUMEN MILENIAL

Hardiyono¹, Reni Furwanti², Dini Maulana Lestari³

¹Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin

^{2,3}Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: dyonsjr@gmail.com¹, renifurwanti96@gmail.com²,
maulanalestari87@gmail.com³

Abstract

This article aims to discuss and analyze the relationship between halal brand personality to brand loyalty through religiosity as the intervening variable on millennial Syar'i fashion consumers. This happens due to the trend of sharia fashion style and tremendous growth of competition in that industry. Thus, based on the phenomenon it is important for every entrepreneur to create such a different thing in order to characterize their own product. Building a great personality is one of the best ways to attract consumers to be loyal to their brand. Besides, religiosity as well has an important role to measure Muslim's rationality in order to consume the product. This is because religiosity becomes a benchmark for their ability to remain them regarding to sharia compliance. This is a quantitative research with survey method, using path analysis method with SPSS version 22 in order to obtain the purpose of this research. Further, this research picks millennial Syar'i fashion consumers in Indonesia as the population, reaching 116 samples through nonprobability sampling technique. The result revealed that five dimensions of halal brand personality factors directly have a positive significant effect on religiosity then, religiosity brings a positive significant effect as well to the brand loyalty. Further, religiosity can mediate by strengthening the relationship between five dimensions of halal brand personality to brand loyalty.

Keywords: *Islamic marketing, Islamic branding, Brand loyalty, Religiosity, Sharia Fashion Style*

PENDAHULUAN

Busana *syar'i* sedang menjadi *trend fashion* baru di kalangan muslim milenial. Hal ini didorong oleh adanya *trend of halal lifestyle* yang sedikit banyaknya mempengaruhi fenomena industri *fashion* khususnya di Indonesia. Dengan demikian, *fashion* busana *syar'i* dinilai sebagai *mode fashion* yang sedang berkembang dan mencoba memposisikan diri di industri *fashion* dan diharapkan lambat laun akan menjadi *trend center mode* busana. Berkembangnya *trend fashion* busana *syar'i* ini juga disebabkan para konsumen milenial mempercayai bahwa busana dan agama merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan (Teo et al., 2017). Data survey melaporkan bahwa di Indonesia, milenial dapat menghabiskan rata - rata US\$ 838 per bulan atau senilai dengan 11 juta rupiah untuk gaya hidupnya (Hasibuan, 2019). Fenomena ini mengindikasikan bahwa milenial cenderung membelanjakan uangnya guna pemenuhan gaya hidup, di mana *fashion* juga termasuk salah satu bagian dari *lifestyle*. Di samping itu, *trend* belanja *fashion* busana *syar'i* juga tidak lepas dari fenomena *trend* hijrah di kalangan milenial muslim yang dapat memicu perubahan gaya hidup dengan cukup signifikan terhadap cara mereka dalam memilih *style* atau tata cara berpakaian. Hal ini memicu timbulnya peluang dan kesempatan yang besar bagi para pelaku industri *fashion* khususnya *fashion designer* busana *syar'i* dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya. Dengan demikian, dinilai penting untuk memahami perilaku konsumen mengenai hal tersebut sebagai acuan bagi para pemilik *brand fashion* busana *syar'i* di Indonesia untuk menarik loyalitas konsumen muslim khususnya kaum milenial.

Namun demikian, di balik menarik dan kesempatan yang terbuka lebar di industri *fashion* busana *syar'i*, terdapat persaingan yang ketat antara satu merek dengan merek lainnya. Hal ini terjadi karena sejak maraknya industri *fashion* busana *syar'i* di Indonesia, banyak pemain baru yang mencoba peruntungan dengan membuka bisnisnya di bidang ini. Lebih

lanjut, persaingan menjadi semakin lebih ketat dengan bermunculannya *designer* lokal maupun *designer* internasional ternama yang memasuki pangsa pasar dan dapat mengakibatkan tidak sedikit pebisnis industri *fashion* busana *syar'i* yang memutuskan untuk menutup usahanya (Ishak, 2017). Agar dapat tetap bertahan dalam kondisi tersebut, suatu perusahaan harus dapat memastikan untuk mampu menjaga eksistensinya dalam jangka panjang dengan cara menciptakan identitas atas produknya (*brand personality*) yang dinilai dapat menarik konsumen baru, sekaligus mempertahankan konsumen lamanya (Thomas & Sekar, 2008). Hal ini dinilai penting, karena *brand personality* tidak hanya sekedar pembeda, namun strategi untuk menciptakan keunggulan produk yang kompetitif.

Dikarenakan *fashion* busana *syar'i* identik dengan masyarakat muslim, maka konsep *halal lifestyle* (Zainudin et al., 2020) sangat cocok diterapkan dalam konsep *brand personality* suatu produk busana *syar'i*, dikarenakan kaum muslim cenderung menganggap bahwa agama dan kehidupan merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Alserhan, 2010). Hal ini sejalan dengan pernyataan Wilson & Liu (2011) yang menyatakan bahwa kaum muslim dinilai sebagai konsumen yang mengutamakan kehalalan produk dan cenderung menghindari risiko terkait hal tersebut. Selain itu, merek *halal* dijadikan sebagai dasar pedoman yang dinilai komprehensif yang tidak hanya berfokus pada *fashion* saja, namun termasuk juga makanan, kosmetik, obat - obatan, dan layanan keuangan (Billaud, 2019). Di samping *halal brand personality*, religiusitas juga mempunyai kontribusi yang dinilai cukup signifikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa semakin religius seseorang, maka seseorang tersebut akan cenderung untuk memilih dan menggunakan produk yang tidak bertentangan dengan *syari'at* (Furwanti, 2021) yang dinilai sesuai dengan fungsi transformatif religiusitas untuk mempertahankan kesetiaan seseorang dalam melakukan segala sesuatu yang tidak bertentangan dengan ajaran

agama (Asyarie, 1988).

Berdasarkan uraian di atas, artikel ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa lebih dalam mengenai keterkaitan *halal brand personality* dan loyalitas merek pada industri busana *syar'i* melalui religiusitas sebagai variabel *intervening*. Hal ini dilakukan karena sejauh penelusuran peneliti, beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya hanya berfokus pada hubungan *halal brand personality* dan loyalitas merek, namun masih relatif jarang yang mengaitkan religiusitas dalam isu tersebut sebagai variabel *intervening*.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Purify, Safety, Righteousness, Excitement, Sophistication Terhadap Religiusitas

Konsep *halal brand personality* pertama kali dikemukakan oleh Ahmad (2015) yang mengungkapkan bahwa *brand personality* merupakan faktor yang dapat mendorong konsumen untuk membeli suatu produk dengan karakteristik tertentu yang melekat dengan tetap mempertimbangkan aspek syariah, di mana dalam hal ini tercermin dalam konsep *halal*. Lebih lanjut, Ahmad (2015) mengemukakan 5 dimensi utama dalam mengukur *halal brand personality* yang mengacu pada konsep *brand personality* yang dicetuskan oleh Aaker (1997) yakni, *purify* (kemurnian), *safety* (keamanan), *righteousness* (moralitas), *excitement* (ekspresi terkait merek) dan *sophistication* (keunggulan). Di samping itu, terdapat faktor lain yang dinilai dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, yakni religiusitas. Hal ini dikarenakan religiusitas memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempengaruhi rasionalitas seseorang dalam memiliki suatu produk. Hal ini dikarenakan religiusitas menjadi tolak ukur kemampuan seseorang untuk tetap taat terhadap ajaran agama baik dalam aspek ibadah maupun *muamalah* (Putriani, 2015).

Purify, dalam konteks *halal brand personality* dimaknai sebagai kemurnian (Ahmad, 2015). Makna murni di sini mengacu pada kata *fitrah*, di mana manusia sejatinya di lahirkan ke dunia adalah dalam keadaan *fitrah*. Apabila dikaitkan dengan konsep perilaku seorang konsumen muslim agar dapat kembali pada kondisi tersebut (*fitrah*), dianjurkan untuk menyeleksi produk apa saja yang dikonsumsi agar tidak bertentangan dengan ketetapan *syari'at*, sehingga hal ini juga menjadi suatu keharusan bagi seorang produsen untuk memastikan bahwa bahan yang digunakan untuk memproduksi suatu produk telah terjamin kehalalannya (Abdul et al., 2010). Dengan demikian, konsep kemurnian dalam hal ini dapat dimaknai sebagai suatu ketulusan yang tercermin dalam *brand* suatu produk untuk para konsumennya dengan mengedepankan aspek moralitas dalam hal ini ialah tingkat religiusitasnya. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H1: *Purify* berpengaruh positif signifikan terhadap religiusitas

Dalam teori pemasaran, seorang produsen perlu memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan sekaligus menjamin keamanan konsumen tersebut ketika mengkonsumsi produk yang ditawarkan (Kim & Chung, 2011). Makna *safety* (keamanan) dalam konteks ini adalah menjaga konsumen dari bahaya, penyakit, maupun kesulitan lainnya ketika mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk (Rajagopal et al., 2011). Hal ini dikarenakan dalam islam juga menganjurkan bahwa setiap aktivitas *mu'amalah* harus memperhatikan keselamatan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, dan yang demikian dinilai relevan dengan konsep *syari'at* yang tercermin dalam *maqāsid al-syariah* (Auda, 2019) yakni *hifdz al-nafs*. Lebih lanjut Ahmad (2015) mengatakan bahwa keamanan erat kaitannya dengan dengan konsep konsep jaminan konsumen dan ketergantungan merek untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga, jika konsumen merasa aman dalam mengkonsumsi atau

menggunakan suatu produk maka tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan suatu perilaku positif dalam pembelian merek terkait. Dengan menggunakan produk busana yang terjamin keamanannya dapat mempengaruhi tingkat religiusitas seseorang untuk tetap menggunakan produk busana yang sesuai *syari'at*. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H2: *Safety* berpengaruh positif signifikan terhadap religiusitas

Righteousness dalam hal ini didefinisikan sebagai suatu kebijakan moralitas dalam pandangan Islam (Ahmad, 2015). Di mana, hal ini memiliki peran penting dalam memberikan suatu kenyamanan bagi konsumen ketika menggunakan produk *fashion* busana *syar'i* yang dinilai menutup aurat dan dinilai relevan dengan prinsip *syari'at*, sehingga dapat menimbulkan suatu preferensi bahwa konsumen telah memilih produk yang tepat yang dapat mendukung aktivitas religiusitasnya. Dengan demikian, hal tersebut dinilai dapat meningkatkan tingkat religiusitas seseorang, Dengan kata lain, *righteousness* mungkin menjadi indikator hubungan yang baik antara brand dan konsumen (Djupe, 2000). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H3: *Righteousness* berpengaruh positif signifikan terhadap religiusitas

Excitement dimaknai sebagai suatu ekspresi emosional konsumen atas suatu merek (Sung & Kim, 2010). Maehle et al. (2011) mengungkapkan bahwa merek menjadi salah satu faktor yang memicu konsumen untuk bersemangat dan tertarik untuk membeli produk. Hal ini disebabkan karena merek yang menarik akan menggambarkan unsur-unsur kontemporer dan terkini yang pada akhirnya memiliki pengaruh positif pada sikap konsumen, dengan demikian, berpotensi menciptakan loyalitas merek di antara konsumen (Ahmad, 2015). Disamping itu

pemilihan kata yang berkonotasi dengan bahasa yang identik dalam Islam cenderung dapat meyakinkan konsumen muslim bahwa produk tersebut mencerminkan akan *sharia compliance* nya sehingga dapat mendukung aktivitas religiusitasnya. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H4: *Excitement* berpengaruh positif signifikan terhadap religiusitas

Sophistication sangat penting bagi perusahaan mode *fashion* busana *syar'i* untuk mendiskusikan keunggulan produk mereka dengan konsumen sehingga mereka mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang dibutuhkan konsumen sebenarnya. Mengacu pada *fashion* busana *syar'i*, keunggulan dalam hal gaya, pilihan warna, desain pakaian, kemudahan pembayaran, serta penggunaan *e-commerce* sebagai media pemasaran produk menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan selama sesuai dengan hukum Islam (Syariah) (Ahmad, 2015). Hal ini dianggap relevan dikarenakan kaum milenial cenderung gemar berbelanja di situs *e-commerce* (Hasibuan, 2019), dimana hal tersebut merupakan kesempatan baik bagi para pengusaha *fashion* busana *syar'i* untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya. Dengan adanya *e-commerce* yang selanjutnya dikolaborasikan dengan *e-wallet* syariah maka produk *fashion* busana *syar'i* akan mudah untuk didapatkan, mengingat jenis *fashion* tersebut sedang banyak digandrungi sebagai efek dari adanya gerakan hijrah dan dapat memicu semangat ibadah konsumen muslim milenial. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H5: *Sophistication* berpengaruh positif signifikan terhadap religiusitas

Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalty Merek

Religiusitas memiliki peran yang cukup signifikan dalam mempengaruhi rasionalitas seseorang dalam memiliki suatu produk. Hal

ini dikarenakan religiusitas menjadi tolok ukur kemampuan seseorang untuk tetap taat terhadap ajaran agama baik dalam aspek ibadah maupun *muamalah* (Putriani, 2015). Berkaitan dengan hal tersebut dapat diindikasikan bahwa memiliki cakupan makna tolok ukur yang luas. Konsumen memiliki peran vital dalam meningkatkan kualitas merek dalam industri *fashion* busana *syar'i*. Dengan kata lain, religiusitas dapat menjadikan seseorang termotivasi untuk melakukan tindakan pembelian secara berulang selama hal tersebut tidak bertentangan dengan agama (Ma'zumi & Najmudin, 2017; Khotimah, 2018). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H6: Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek

Pengaruh Purify, Safety, Righteousness, Excitement, Sophistication Terhadap Loyalitas Merek Melalui Religiusitas Sebagai Variabel Intervening

Brand loyalty merefleksikan suatu komitmen konsumen untuk kembali membeli dan menggunakan merek yang sama di masa yang akan datang (Oliver, 1999). Di samping itu, S. Lee et al., (2010) dan Lee & Kang (2012) juga menyatakan bahwa *brand loyalty* dapat dimaknai sebagai keterikatan seorang konsumen dengan suatu merek tertentu, di mana hal tersebut dikategorikan sebagai suatu sikap dan perilaku loyal (Fournier, 1998). Lebih lanjut loyalitas merek muncul ketika seorang konsumen telah merasakan dampak dari apa yang telah mereka konsumsi atau gunakan. Sedangkan, untuk dapat mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk konsumen cenderung akan memperhatikan aspek-aspek penting dalam produk tersebut seperti keamanan, keunggulan, dan lain sebagainya. Dengan demikian, meningkatkan kualitas merek yang berdasar pada preferensi konsumen akan mengarah pada pembentukan sikap loyal terhadap ekstensi merek tersebut (Aaker, 1997).

Halal brand personality merupakan salah satu faktor yang dinilai dapat meningkatkan loyalitas konsumen atas suatu merek tertentu. Di mana, hubungan keduanya telah disampaikan di dalam pembahasan sebelumnya. Namun, loyalitas konsumen tidak serta merta didapat berdasar pada *halal brand personality* saja, akan tetapi adanya peran religiusitas yang memiliki peran penting bagi konsumen khususnya muslim untuk dapat loyal terhadap suatu *brand*. Hal ini dikarenakan religiusitas menjadi tolak ukur kemampuan seseorang untuk tetap taat terhadap ajaran agama baik dalam aspek ibadah maupun *muamalah* (Putriani, 2015). Dengan demikian, berdasarkan hal tersebut, maka dapat di rumuskan suatu hipotesis sebagai berikut:

H7: *Purify* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui religiusitas sebagai variabel intervening

H8: *Safety* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui religiusitas sebagai variabel intervening

H9: *Righteousness* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui religiusitas sebagai variabel intervening

H10: *Excitement* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui religiusitas sebagai variabel intervening

H11: *Sophistication* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek melalui religiusitas sebagai variabel intervening

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori mengenai tolak ukur loyalitas generasi milenial di Indonesia dalam menggunakan *brand fashion busana syar'i*. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Di mana peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian guna mendapatkan data.

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Indonesia, di mana generasi milenial (yang lahir di tahun 1981-1996) sejumlah 69,38

juta jiwa atau 25,87% dari total keseluruhan penduduk Indonesia (BPS, 2020). Adapun kriteria sampel pada penelitian ini yakni masyarakat generasi milenial, perempuan, konsumen fashion busana *syar'i*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling.

Dalam menganalisis data, peneliti mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data untuk memberikan gambaran yang jelas tentang masalah yang sedang diteliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan alat analisis jalur (*path analysis*) yang diproses menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistic 22. Adapun serangkaian uji yang akan dilakukan meliputi uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, uji *path analysis* dan interpretasi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Sebelum memulai pembahasan lebih lanjut, berikut penulis paparkan mengenai deskripsi terkait responden penelitian sebagai berikut:

Tabel 1: Deskripsi Responden

Kategori	Indikator	frekuensi	(%)
Based on Age	< 18 tahun	13	11.2
	18-28 tahun	53	45.7
Pendapatan Bulanan	29-40 tahun	50	43.1
	< Rp. 500.000	7	6.0
	Rp. 500.001- Rp. 1.500.000	23	19.8
Frekuensi Pembelian	Rp. 1.500.001 – Rp.	29	25.0
	3.000.000	36	31.1
Fashion Busana <i>Syar'i</i>	Rp. 3.000.0001- Rp.	28	24.1
	4.500.000	4	3.4

Kategori	Indikator	frekuensi	(%)
	> Rp. 4.500.0001	13	11.2
	Satu kali per minggu	24	20.7
	Satu kali per bulan	75	64.7
	Satu kali per tahun		
	Ketika membutuhkan		

Sumber: Data Primer 2021

Berdasarkan table 1, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berdasarkan usia berada pada rentan usia 18-29 tahun (54,7%). Adapun berdasarkan pendapatan bulanan, mayoritas pendapatan bulanan responden berada di skala Rp. 3.000.000 – Rp. 4.500.000. (31,1%) Lebih lanjut, berdasarkan frekuensi pembelian fashion busana *syar'i*, frekuensi mayoritas responden dalam membeli fashion busana *syar'i* yakni disesuaikan dengan kebutuhan (67,7%).

Hasil Uji Kualitas Instrumen

Setelah mengumpulkan data dilapangan melalui kuesioner, maka langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah menguji kekuatan instrumen penelitian yang digunakan. Di mana kekuatan instrumen dalam penelitian ini akan diuji menggunakan uji validitas dan reabilitas yang diolah menggunakan aplikasi IMB SPSS Statistics 22. Dengan demikian, diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa semua indikator penelitian dinyatakan valid di level 5% dengan kriteria nilai p-value < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini dapat digunakan dan diuji tingkat reliabilitasnya. Sedangkan untuk uji reliabilitasnya, kriteria yang ditetapkan adalah melihat nilai *Cronbach's alpha*, jika nilai *Cronbach's alpha* $\bar{0},60$ maka instrumen dapat dinyatakan reliabel atau konsisten (Sujarweni, 2014). Merujuk pada Tabel 3, maka

dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's alpha* dari masing- masing variabel yang diteliti 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan telah reliabel.

Tabel 2: Output Uji Validitas Instrumen

Description	Indikator	Probability	Keterangan
Halal Brand Personality	1. Purity (Fitrah)		
	• Sesuai dengan syariat Islam	.412**	Valid
	• Menutup aurat	.432**	Valid
	• Bahan yang digunakan dijamin kehalalannya	.266**	Valid
	2. Excitement (Ekspresi terkait merek)		
	• Merek/Logo yang menarik	.330**	Valid
	• Desain merek yang memiliki ciri khas	.417**	Valid
	3. Safety (keamanan)		
	• keamanan dari segi kesehatan	.386**	Valid
	• kenyamanan dalam menggunakan produk	.470**	Valid
	4. Sophistication (Keunggulan)		
	• Desain produk yang <i>up to date</i>	.654**	Valid
	• Pemasaran melalui e-commerce	.623**	Valid
	• Metode pembayaran yang mudah	.705**	Valid
	5. Righteousness (moralitas)		
• <i>Syar'iah</i> yang telah aqil baligh wajib menutup aurat	.175*	Valid	
Religiusitas	• Aurat wanita adalah muka dan telapak tangan	.667**	Valid
	• Busana <i>syar'i</i> yang baik adalah yang tidak membentuk lekuk tubuh	.692**	Valid
	1. Keyakinan akan adanya Allah SWT sang Maha Pencipta	.655**	Valid
	2. Kepatuhan akan mengerjakan kegiatan Ibadah yang diperintahkan Agama	.628**	Valid

Description	Indikator	Probability	Keterangan
Brand Loyalty	3. Perasaan akan nikmat dan rasa syukur terhadap Allah SWT	.716**	Valid
	4. Pengetahuan dan pemahaman yang berlandaskan Al-Qur'an	.725**	Valid
	5. Kepatuhan seorang <i>Syar'i</i> dalam mengerjakan kegiatan Ibadah yang telah diperintahkan dan menjauhi segala larangannya	.815**	Valid
	6. Selalu berusaha untuk memahami dan mengamalkan apa yang telah dianjurkan oleh Agama Islam	.734**	Valid
	7. Keyakinan akan nilai-nilai dan norma-norma hidup yang harus dipegang teguh dan ditaati.	.699**	Valid
		.739**	Valid
		.731**	Valid
	1. Membeli merek yang sama secara terus menerus ketika membutuhkannya	.653**	Valid
		.694**	Valid
	2. Merekomendasikan kepada orang lain		
	3. Kekebalan terhadap merek lain		
	4. Puas dengan manfaat yang diberikan		

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Tabel 3: Output Uji Reliabilitas

No	Variabel	Crombach's alpha	No of items	Keterangan
1	<i>Halal Brand Personality</i>	.674	14	Reliabel
2	Religiusitas	.775	8	Reliabel
3	<i>Brand Loyalty</i>	.779	5	Reliabel

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, linearitas dan heteroskedasitas (Tabel

4). Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang dilakukan, dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini memenuhi uji asumsi klasik dan dapat diproses ke tahap selanjutnya.

Tabel 4: Hasil Uji Asumsi Klasik

No	Uji Asumsi Klasik	Kriteria	Nilai	Keterangan	
1	<i>Uji Normalitas</i>	Nilai Sig > 0.05	0.367 > 0.05	Data berdistribusi normal	
2	<i>Uji Multikolinearitas</i>	Nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10.00	Pure -> BL Exc -> BL Safe -> BL Shophis -> BL Right -> BL Rel -> BL	Tolerance <u>VIF</u> .669 1.494 .677 1.477 .759 1.317 .651 1.536 .617 1.622 .466 2.145	Tidak terdapat multikolinearitas
3	<i>Uji Linearitas</i>	Nilai Sig > 0.05	Pure * BL Exc * BL Safe * BL Shophis * BL Right * BL Rel * BL	.889 > 0.05 .491 > 0.05 .319 > 0.05 .414 > 0.05 .598 > 0.05 .326 > 0.05	Terdapat hubungan linear secara signifikan

No	Uji Asumsi Klasik	Kriteria	Nilai	Keterangan
4	Uji Heteroskedasitas	Nilai Sig > 0.05	Pure -> .441 > 0.05 BL .949 > 0.05 Exc -> .767 > 0.05 BL .742 > 0.05 Safe -> .507 > 0.05 BL .080 > 0.05 Shophis -> BL Right -> BL Rel -> BL	Tidak Terjadi Heteroskedasitas

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Tabel 5: Output Model *Summary Path Diagram I*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.703	.690	1.719

a. Predictors: (Constant), Shopis, Pure, Exc, Right, Safe

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Berdasarkan output tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai R-square dari model path diagram I adalah sebesar 0.534, dimana hal tersebut bermakna bahwa besar proporsi variabel religiusitas dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni sebesar 53.4%. Sedangkan 46.6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian.

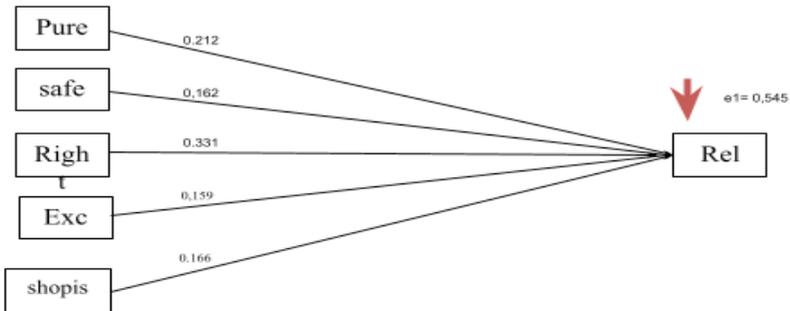
Tabel 6: Coefficient Model Path Diagram I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.662	1.816		3.119	.002
Pure	.497	.167	.212	2.984	.004
Safe	.414	.204	.162	2.028	.045
Right	.716	.160	.331	4.472	.000
Exc	.354	.150	.159	2.364	.020
Shopis	.290	.130	.166	2.233	.028

a. Dependent Variable: Rel

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Gambar 1: Coefficient Model Path Diagram I



Berdasarkan *output coefficient model path diagram I*, maka dapat digambarkan model Path Diagram Analisis I sebagai berikut:

Tabel 7: Output Model Summary Path Diagram II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.784	.772	.730

a. Predictors: (Constant), Rel, Exc, Pure, Shopis, Right, Safe

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Berdasarkan output tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai R-square dari model path ditagram II adalah sebesar 0.476, dimana hal tersebut bermakna bahwa besar proporsi variabel religiusitas dapat dijelaskan oleh variabel independen dan variabel religiusitas sebagai variabel intervening yakni sebesar 47.6%. Sedangkan 52.4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian.

Tabel 8: *Coefficient Model Path Diagram II*

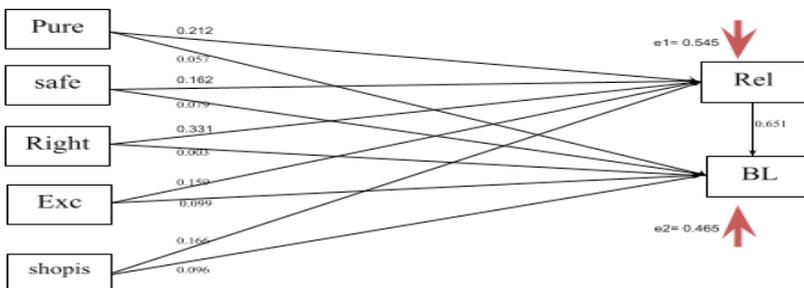
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.921	.805		4.873	.000
Pure	.066	.074	.057	.893	.374
Safe	.101	.088	.079	1.141	.256
Right	.003	.074	.003	.046	.963
Exc	.109	.065	.099	1.672	.097
Shopis	.083	.056	.096	1.475	.143
Rel	.322	.041	.651	7.955	.000

a. Dependent Variable: BL

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Berdasarkan output coefficient model path diagram I, maka dapat digambarkan model Path Diagram Analisis I sebagai berikut:

Gambar 2: *Coefficient Model Path Diagram II*



Setelah melakukan uji path analisis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan uji hipotesis. Adapun hasil uji hipotesis pada penelitian ini telah dirangkum pada tabel 9.

Tabel 9: Uji Hipotesis

	<u>Coefficient</u>	<u>Sig</u>	<u>Pengaruh</u>	<u>Keterangan</u>
Pure-> Rel	.212	.004	Positif Signifikan	Diterima
Safe-> Rel	.162	.045	Positif Signifikan	Diterima
Right-> Rel	.331	.000	Positif Signifikan	Diterima
Exc-> Rel	.159	.020	Positif Signifikan	Diterima
Shopis-> Rel	.166	.028	Positif Signifikan	Diterima
Rel-> BL	.651	.000	Positif Signifikan	Diterima
	<u>Direct Effect</u>	<u>Indirect Effect</u>		
Pure-> Rel->BL	.057	.138	Positif Signifikan	Diterima
Safe-> Rel->BL	.079	.105	Positif Signifikan	Diterima
Right-> Rel->BL	.003	.215	Positif Signifikan	Diterima
Exc-> Rel->BL	.099	.101	Positif Signifikan	Diterima
Shopis-> Rel->BL	.096	.108	Positif Signifikan	Diterima

Sumber: Data diolah (SPSS, 2021)

Pengaruh Purify, Safety, Righteousness, Excitement, Sophistication Terhadap Religiusitas

Halal brand personality, merupakan faktor penting atas produk-produk penunjang *halal lifestyle*, tak terkecuali *fashion busana syar'i*. Hal ini dikarenakan konsumen, khususnya muslim akan cenderung memperhatikan aspek kehalalan suatu produk sebelum dikonsumsi, di mana fenomena ini erat kaitannya dengan religiusitas seorang muslim dalam mengkonsumsi suatu barang yang sesuai dengan ketentuan *syari'at*. Berdasarkan Tabel 6 dan 9 dapat diketahui bahwa faktor *purify, safety, righteousness, excitement, dan sophistication* yang merupakan proksi dari *halal brand personality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap

religiusitas. Berdasarkan hal tersebut, *halal brand personality* dinilai memiliki potensi besar untuk meningkatkan religiusitas seorang muslim milenial. Hal tersebut relevan dengan apa yang dikemukakan oleh Abdul et al. (2010), Ahmad (2015) yang mengemukakan bahwa *halal brand personality* memiliki peran penting untuk meningkatkan religiusitas. Ini terjadi dikarenakan faktor-faktor pembentuk *halal brand personality* mencerminkan tingkat religius konsumen milenial ketika mengkonsumsi suatu produk, khususnya busana *syar'i*.

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 6 dan 9, diketahui bahwa *purify* memberikan efek positif signifikan terhadap religiusitas. Berkaitan dengan hal ini, sebagai seorang konsumen *syar'i*, mengkonsumsi sesuatu atau barang yang tidak bertentangan dengan *syari'at* adalah sebuah keharusan dan dianggap penting, hal ini dilakukan untuk menjaga *fitrah* seorang muslim. Adapun tolok ukur suatu produk atas kesesuaian dengan *syariat* ialah ke *halalan* nya (Abdul et al., 2010; Ahmad, 2015). Begitupun dengan faktor *safety* yang dinilai tidak kalah penting untuk dipertimbangkan bagi seorang muslim baik konsumen maupun produsen dalam memproduksi dan mengkonsumsi produk. Di mana dalam hal ini ialah *fashion* busana *syar'i* sehingga, bahan baku dari pembuatan busana tersebut harus betul-betul diperhatikan oleh produsen (Ahmad, 2015; Kim & Chung, 2011).

Hal ini penting dikarenakan menyangkut kemaslahatan jiwa dari konsumen tersebut, sehingga apabila konsumen tersebut terancam jiwanya ketika menggunakan produk tersebut, maka hal ini juga akan berpengaruh terhadap aspek religiusitasnya seperti aktifitas ibadahnya (Aulia, 2018; Widyanto & Irfanur, 2019). Jika konsumen tersebut menggunakan busana yang bahan bakunya mengandung hal-hal yang dilarang *syari'at* maka akan dianggap tidak sah ibadahnya karena hal tersebut. Sedangkan *righteousness* dinilai memiliki peran penting dalam memberikan suatu kenyamanan bagi konsumen ketika menggunakan

produk *fashion* busana *syar'i* yang dinilai menutup aurat dan dinilai relevan dengan prinsip *syari'at*, sehingga dapat menimbulkan suatu preferensi bahwa konsumen telah memilih produk yang tepat (Imamuddin et al., 2020). Dimana hal tersebut mencerminkan pesan moral bagi seorang konsumen milenial muslim bahwa menutup aurat adalah suatu hal yang positif dan perintah agama.

Lebih lanjut, *Excitement* dan *sophistication* juga memberikan pengaruh positif signifikan terhadap religiusitas. Di mana temuan ini sejalan dengan harapan peneliti, dan juga dinilai relevan dengan apa yang dikemukakan oleh Ahmad (2015) dan Aaker (1997) mengenai dimensi *halal brand personality*. Berdasarkan hasil uji, kedua hal tersebut berpengaruh terhadap religiusitas seorang muslim milenial dikarenakan mereka mempunyai tendensi bahwa kedua hal tersebut dinilai mempengaruhi tingkat religius mereka, hal ini dikarenakan kedua faktor tersebut yakni ikon yang ke *arab-araban* cenderung dapat meyakinkan konsumen muslim bahwa produk tersebut mencerminkan akan *sharia compliance* dan penggunaan teknologi serta desain-desain dari *fashion* busana *syar'i* memberikan kesan tersendiri sehingga membuat konsumen muslim milenial menjadi semangat melakukan aktivitasnya dengan menggunakan pakaian tersebut.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Merek

Selain *halal brand personality*, faktor lain yang dinilai dapat membentuk loyalitas konsumen adalah tingkat religiusitas. Hal ini dikarenakan religiusitas memiliki peran penting dalam memberikan preferensi seseorang dalam memiliki atau menggunakan suatu produk. Hal ini dikarenakan religiusitas menjadi tolak ukur kemampuan seseorang untuk tetap taat terhadap ajaran agama baik dalam aspek ibadah maupun *muamalah* (Furwanti, 2021; Putriani, 2015). Berkaitan dengan produk *fashion* busana *syar'i*, religiusitas memberikan pengaruh

positif signifikan berdasarkan tabel 8 dan 9. Dengan demikian dapat diindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang akan semakin loyal untuk menggunakan produk *fashion* busana *syar'i* dengan merek yang mencitrakan bahwa produk tersebut telah mematuhi *sharia compliance*. Lebih lanjut, dengan adanya trend gerakan hijrah di kaum milenial semakin memperkuat fakta bahwa religiusitas dapat meningkatkan loyalitas terhadap merek *fashion* busana *syar'i*.

Pengaruh Purify, Safety, Righteousness, Excitement, Sophistication Terhadap Loyalitas Merek Melalui Religiusitas Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil uji, Tabel 8, Tabel 9 dan Gambar 2 menjelaskan bahwa variabel religiusitas dapat memediasi hubungan antara hubungan antara 5 dimensi *halal brand personality* terhadap loyalitas merek. Hal ini dikarenakan nilai pengaruh tidak langsung masing-masing dimensi *halal brand personality* lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsungnya terhadap loyalitas merek. Temuan ini dinilai sejalan dengan apa yang diharapkan oleh peneliti, dan juga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zainudin et al. (2020), di mana dimensi *halal brand personality* dapat mempengaruhi loyalitas konsumen milenial terhadap suatu merek. Lebih lanjut, dikemukakan oleh Chui et al. (2017) bahwa konsumen *modest fashion* milenial di Malaysia percaya bahwa konsumsi *fashion* dan keyakinan agama tidak dapat dipisahkan dan harus dipadu padankan. Sehingga dimensi *halal brand personality* dapat meningkatkan religiusitas kaum milenial (dalam hal ini konsisten dalam mengenakan busana yang sesuai dengan *syari'at* Islam) yang akan memicu loyalitasnya terhadap suatu merek busana *syar'i*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti secara langsung kelima faktor dari *halal brand personality* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap religiusitas konsumen milenial muslim.

Hal senada juga terjadi dimana variabel religiusitas secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek dan dapat memediasi (memperkuat) pengaruh dimensi *halal brand personality* terhadap loyalitas merek. Dengan demikian, para pelaku usaha busana *syar'i* diharapkan untuk memperhatikan dimensi- dimensi *halal brand personality* dalam memenuhi keinginan milenial muslim terkait kebutuhan akan busana *syar'i* agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen milenial menggunakan merek yang sama dalam memenuhi kebutuhannya terkait busana *syar'i*.

Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya berfokus pada satu generasi sehingga tidak hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke segmen pasar lainnya. Lebih lanjut, dalam penelitian ini hanya menguji pengaruh langsung dan tidak langsung melalui path analysis sehingga *confirmatory factor analysis* dirasa perlu untuk dilakukan oleh peneliti selanjutnya untuk menghasilkan model yang benar- benar telah terkonfirmasi dengan baik. Di samping itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan menggunakan metode kualitatif atau campuran agar dapat menyempurnakan konsep *halal brand personality*.

REFERENSI

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.2307/3151897>
- Abdul, J., Shaari, N., & Shahira, N. (2010). Dimension of Halal Purchase Intention : A Preliminary Study Shaari & Arifin. *International Review of Business Research Papers*.
- Ahmad, M. F. (2015). Antecedents of halal brand personality. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2014-0023>
- Alserhan, B. A. (2010). Islamic branding: A conceptualization of related terms. *Journal of Brand Management*. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.18>

- Asyarie, M. (1988). *Agama, Kebudayaan dan Pembangunan Menyongsong Era Industrialisasi*. IAIN Sunan Kalijaga Press.
- Auda, J. (2019). *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law A Systems Approach*. In *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law*. The International Institute of Islamic Thought.
- Aulia, A. N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal. *Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Religiusitas, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Kemasan Berlabel Halal*.
- Billaud, J. (2019). Marriage “sharia style”: everyday practices of Islamic morality in England. *Contemporary Islam*. <https://doi.org/10.1007/s11562-018-0430-1>
- Djupe, P. A. (2000). Religious brand loyalty and political loyalties. *Journal for the Scientific Study of Religion*. <https://doi.org/10.1111/0021-8294.00007>
- Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/10.1086/209515>
- Furwanti, R. (2021). PENGARUH RELIGIUSITAS, ISLAMIC SOCIAL REPORTING, DAN LOCAL WISDOM TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS MASYARAKAT BUGIS SYAR'I DI KAWASAN BOSOWASI). UIN Sunan Kalijaga.
- Hasibuan, L. (2019). *Survey: Milenial Bisa Habiskan Rp11 Juta/Bulan Demi Lifestyle*.
- Imamuddin, M., Syahrul, S., & Dantes, R. (2020). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat. *KABILAH: Journal of Social Community*. <https://doi.org/10.35127/kbl.v5i1.3884>
- Ishak. (2017). *Butik Terpaksa 'Gulung Tikar'?* www.sinarharian.com.my/bisnes/butikterpaksa-gulung-tikar-1.657051
- Kim, H. Y., & Chung, J. E. (2011). Consumer purchase intention for organic personal care products. *Journal of Consumer Marketing*. <https://doi.org/10.1108/07363761111101930>
- Lee, H. J., & Kang, M. S. (2012). The effect of brand experience on brand relationship quality. *Academy of Marketing Studies Journal*.
- Lee, S., Shin, H., Park, J.-J., & Kwon, O.-R. (2010). A Brand Loyalty Model Utilizing Team Identification and Customer Satisfaction in the Licensed Sports Product Industry. *ICHPER-SD Journal of Research*.
- Maehle, N., Otnes, C., & Supphellen, M. (2011). Consumers' perceptions of the dimensions of brand personality. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.355>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification: Implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/17590831111139857>
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sung, Y., & Kim, J. (2010). Effects of brand personality on brand trust and brand affect. *Psychology and Marketing*. <https://doi.org/10.1002/mar.20349>
- Teo, B. C. C., Nik, N. S., & Azman, N. F. (2017). Making sense of fashion involvement among Malaysian Gen Y and its implications. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v5i4.6236>

- Thomas, B. J., & Sekar, P. C. (2008). Measurement and validity of Jennifer Aaker's brand personality scale for colgate brand. *Vikalpa*. <https://doi.org/10.1177/0256090920080304>
- Widyanto, H. A., & Irfanur, M. K. (2019). FAITH-BASED MARKETING: ANTECEDENTS OF PURCHASE INTENTION FOR HALAL-CERTIFIED PERSONAL CARE PRODUCTS. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.7338>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/17590831111115222>
- Zainudin, M. I., Haji Hasan, F., & Othman, A. K. (2020). Halal brand personality and brand loyalty among millennial modest fashion consumers in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1277-1293. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0187>

SHARIA E-WALLET USER'S INTENTION DETERMINANTS: DO ISLAMIC VALUES AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS MATTER?

Muhammad Adam

Magister Sains Ekonomi Islam Universitas Airlangga
muhammad.adam-2019@feb.unair.ac.id

Abstract

The emergence of sharia-based E-Wallet is a new thing in digital economy development. So, academic response is needed for this. This article is intended to measure the level of individual acceptance of Sharia E-Wallet by looking at the relationship between factors related to Intention, by using multiple Regression Analysis model. This study found that factors such as Performance Expectancy, Attitude and Anxiety have a significant impact on Intention to Use Sharia E-Wallet. Meanwhile, User Value and Effort Expectancy do not have a significant relationship. This research provides advice in building a digital economy in Indonesia through a program of strengthening Literacy, Socialization, Regulation, and Fatwa in utilizing the potential of Muslims and preferences in using sharia products in Indonesia in accordance with the grand plans in Building Sharia Economic and Finance 2019-2024

Keywords: *Sharia E-Wallet, Intention Behavior, User Values, Multiple Regression Analysis*

A. INTRODUCTION

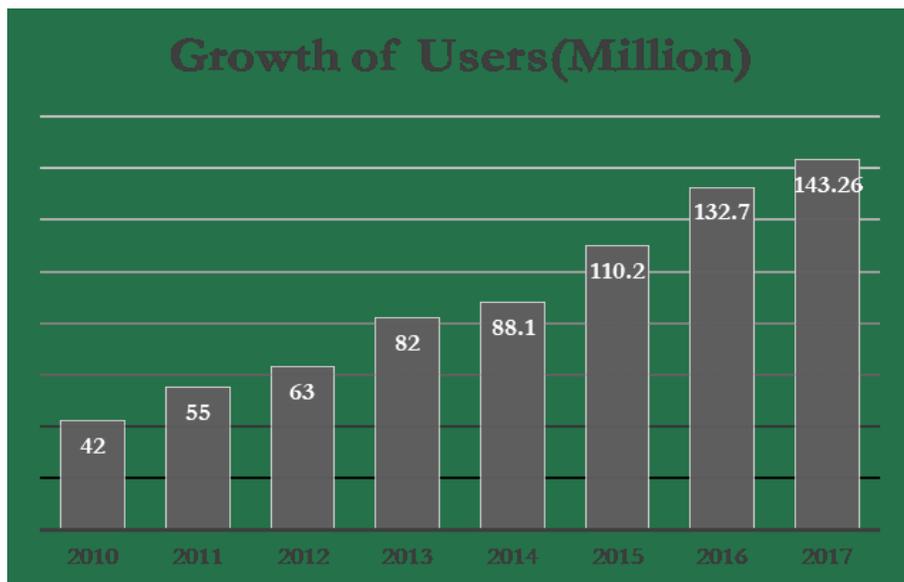
The development of global economic life which is increasing digital continues to develop very rapidly. The digital economy as a combination of technology and economy at a global level based on data released by BAPPENAS in the 2019-2024 Indonesian Sharia Economic Architecture Master Plan has a market share of Rp 27.550 trillion in 2014,

in 2020 it is estimated that the value of transaction growth will reach 15% of the data. Meanwhile, Muslim consumers are very potential and strategic consumers so that they are estimated to be able to meet the digital economy market share of Rp 4.016 trillion in 2020 (BAPPENAS, 2019).

Based on data, the number of access to the internet as a pillar of digital economic growth In Indonesia is also quite surprising, in Southeast Asia, the growth in the number of internet users in Indonesia is among the most significant. In a span of 8 years from 2010 to 2018 according to BAPPENAS, the increase in internet users in Indonesia has recorded more than 3 times from a total of 42 million users in 2010 to 143.26 million users in 2018 with various kinds of transaction activities, such as looking for price information (45.14%), work affairs (41.40%), looking for information to purchase goods (37.82%), online purchase transactions (32.19%), looking for vacancies work (26.19%) and conduct financial and banking transactions (16, 83%).

From policymakers' point of view, strengthening the digital economy is one of the main agendas in developing the Islamic economy in Indonesia. E-Commerce and *Fintech* are two sectors that are used as instruments to evaluate the growth of the digital economy. However, in the researcher's opinion, the essential aspect is to pay attention to the two sectors' growth aspects and pay attention to other elements such as the development of innovations inherent in the tools used in these digital transactions. Suppose E-commerce and Fintech are model institutions that build digital economic infrastructure. In that case, one of the media or tools that can make these institutions run well and have smooth transactions is E-Money on the E-Wallet platform. Thus, the process of deepening and research in E-Wallet's field is an important activity that supports and encourages the master plan that has been prepared by the Government in developing the environment and climate of the digital economy.

Figure I. Growth of Internet users in Indonesia
(Association of Indonesian internet service providers, 2018)



In the Indonesian digital economy situation, the Islamic E-Wallet platform's existence is very new because, until 2019, the only E-Wallet-based E-money platform that clearly and boldly declared itself as a sharia platform was the *LinkAja Syariah*. The existence of this sharia E-Wallet refers to the fatwa issued by the Indonesian Islamic Scholars Council (MUI) in 2017 regarding Islamic Electronic Money with Fatwa number 116 / DSN-MUI / IX / 2017.

The novelty phenomena of the sharia E-Wallet innovation in the author's view are the starting point for examining how technology users' trend based on sharia transactions moves. Thus, the context of the behavior of users as sharia E-Wallet consumers from various perspectives, especially aspects of acceptance of this digital economic innovation, needs to be further investigated. In the researcher's study, in the context

of approval of previous technological innovations, it focused more on existing technologies in financial institutions, especially banking institutions such as Internet Banking (Monilakshmane & Rajeswari, 2019; Yosita *et al.*, 2016) and Mobile Banking (Asmy *et al.*, 2019; Fernandez & Pujani, 2019; Gupta & Arora, 2020; Raza *et al.*, 2020; Rema & Setyohadi, 2016; Reza, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019) Meanwhile, in the Indonesian context, E-Wallet research only focuses on technology objects that are general and are not yet tied to specific characteristics, such as Sharia E-wallets (Reza, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019).

The concept that was mostly researched before the development of E-Wallet as a digital economic instrument was the concept of E-Payment. Tella (2012) concluded that the critical determinants in influencing consumer satisfaction on technology-based financial platforms are aspects of security, speed, and suitability. Meanwhile, Reza (2019) inferred that the elements of connectivity, efficiency, promotion, profit, and safety are factors that influence the interest in using E-Payment. Salloum *et al.* (2019) describe that the most influential factor is the expectation of the benefits and performance that will be obtained by users when using this technology. Meanwhile, according to him, the aspect of trust is not an important thing to take into account. On the other hand, the obstacles in deciding the use of technology come from factors - factors such as privacy and risk when using technology. Different from the empirical research conducted by Ridaryanto *et al.* (2019) with the object of study in Indonesia which states that internal aspect such as trust is the most influential thing on the decision to use technology compared to social factors such as the influence of the social environment. From several previous studies, it can be seen that the diversification of research results still occurs when examining matters that affect the decisions of technology users in adopting digital economic innovations.

Furthermore, in addition to differences in research results in assessing the determinants of digital economy technology users' decisions,

it is known that research variations on the types of E-Wallet innovations themselves also vary. From the aspect of acceptance of E-Wallet innovation, Chawla & Joshi (2019) with the UTAUT research model found that factors such as perceived ease of use, perceived benefits, trust, safety, facility conditions, and its suitability to lifestyle have a significant effect on user behavior and attitudes in using E-Wallet.

As for the innovation aspect of the E-Wallet model, Agbarevo & Ukagha, (2018) found that one of the advantages of E-Wallet is that it provides benefits and conveniences in economic sectors such as agriculture. Sharia E-Wallet as a new model that embeds the nature and values of sharia into the system and transaction model as far as the author's observation has not been done much, especially in Indonesia, which has the largest Muslim market for the use of Sharia E-Wallet, given the emergence of sharia E-Wallet innovations this is indeed something new. So, through this study, the researcher tries to explore and answer the most critical aspects of the emergence of the E-Wallet sharia, namely the extent to which the user's internal factors such as values (beliefs and faith) as well as to what extent psychological aspects such as Anxiety affect the decision to use this emerging Sharia E-Wallet platform. Besides, whether the effort expectancy, performance expectancy, and attitudes towards technological innovation also affect the decision of the E-Wallet technology users to adopt the Islamic E-Wallet. With this aim, researchers hope to provide deeper insights as strategic input for both platform developers and regulators in developing a digital economic climate based on strategies that are born from the point of view of technology users.

B. THEORETICAL

1. E-Wallets

Conceptually, an E-Wallet's nature is no different from a physical wallet (Chawla & Joshi, 2019; Ridaryanto *et al.*, 2019). By definition,

E-Wallet is part of prepaid transaction activities with a security system feature both in the form of a user id and password in use. Following the term used, E-Wallet is used in electronic transactions such as online shopping because it is not limited to financial activities such as transfers of funds between banking accounts (Chandra *et al.*, 2018). The highlight of the existence of E-Wallet in digital economic transactions is its efficiency and effectiveness (Junadi & Sfenrianto, 2015) and ease of use (Ali & Gopalan, 2018). In the author's view, one of the advantages is the ability to record electronic data and its system under the development of automation in the Industrial Revolution Era 4.0.

Sharia E-Wallet as innovation does not yet have a standard agreed definition, but if you refer to its characteristics, it can be concluded that Islamic E-Wallet is a platform used in transactions using an E-Money basis and runs based on principles and rules. Sharia LinkAja Platform as the first Islamic E-Wallet platform states that Islamic E-Wallet is run with sharia contracts and does not contain elements of uncertainty (*Gharar*), gambling (*Maysir*), Riba, *dzalim*, and non-halal goods. Another basic principle is the Islamic financial system, such as Islamic banking affiliated with the existing structure on the Islamic E-Wallet platform, especially those related to payment transactions. In the case of LinkAja Syariah, there are Islamic social activities such as waqf and zakat, besides mosque-based economic development, pesantren digitization programs, sharia micro, small and medium enterprises (SMEs) development, investment, sharia insurance, and hajj financing are programs included in the program.

2. Theory of Reasoned and Planned Behavior (TRA and TPB)

The fundamental theories that build this research are the Theory of Reasoned Action (TRA) and the Theory Planned Behavior (TPB). TRA theory points to clarify the relationship between states of mind and practices inside human activity. It develops to foresee how people will carry on based

on their pre-existing demeanors and behavior eagerly. An Individual's choice to lock in a specific action based on the results the person expects will come as a result of performing the behavior (Ajzen & Fisbbein, 1974),

In short, TRA assumes that every Intention of behavior has a reason that comes from the human side. However, one of the things that develop from this assumption is that human behavior born from certain reasons can certainly be controlled by humans who do it (control beliefs) based on values and attitudes born from what they believe. So, the so-called Theory of Planned Behavior (TPB) was born so that there is a sense of confidence in controlling behavior and the power over the act itself. (Ajzen & Fisbbein, 1974; Ajzen, 2012)

In this study, Intention Behavior is the degree of a person's Intention to perform a behavior, as explained in Theory of Reasoned Action (TRA), that other factors and specific reasons influence a person's preferences to do something. A sense of confidence in the values held was also highlighted in this study. Based on this belief, humans can plan activities that will be carried out in the future based on what is described in the Theory of Planned Behavior (TPB). This Intention will lead someone to do something (Ajzen, 2012). Previous studies with various models generally made this variable the dependent variable (Junadi & Sfenrianto, 2015; Madan & Yadav, 2016; Mazhar *et al.*, 2014; Mukhtar & Butt, 2012; Reza, 2019; Ridaryanto *et al.* , 2019; Shin, 2009) and is a variable studied in human behavior theory. Therefore, this study is also social research in the context of measuring the Intention of human behavior in adopting technology, namely the Islamic E-Wallet.

3. Hypotheses development

a. User Values and Behavioral Intention

Mukhtar & Butt (2012) explains that religiosity is a combination of rules and principles that have a transcendent and sacred nature that

affects the understanding and association of people who hold them and their social obligations in the community with others. Furthermore, Worthington *et al.*, (2003) describe that the center of religiosity is the awareness of religious commitments. In other words, the value of religiosity is a degree that explains the extent to which a person uses or adheres to matters of religion, beliefs, and practices and uses them in everyday life. On this basis, religion is a value that limits a person's behavior in order to remain in the right values that he believes. Al-Hyari *et al.* (2012) concluded that the relationship between religious values and behavior is solid and repeatedly influences the choices made by the perpetrators of actions. In addition, in the context of a new product or innovation, these values will influence 'what product' and 'how' they adopt and accept (Ateeq-ur-Rehman & Shabbir, 2010) and based on the TPB, this user value will be a decisive factor in providing the rules for using technology, in other words, based on their beliefs and their rationality, a person will tend to decide very carefully in adopting emerging technological innovations.

H1: There is a positive relationship between User values towards the Intention to use Sharia E-Wallet

b. Performance Expectancy and Intention

Venkatesh *et al.* (2012) emphasize the definition of Performance Expectancy as a person's understanding and beliefs to what extent a system or technology helps him or her in certain activities (Venkatesh *et al.*, 2012) or, more specifically in their job performance (Venkatesh *et al.*, 2003). Because of the context of this study, the understanding and expectation of the benefits that will be obtained when adopting sharia E-Wallet will affect the behavior to use. Still, researchers assume that this understanding is also influenced by other factors, such as the user's internal and external values. In the context of its influence on behavior, it will have a positive effect on technology adoption if they have a high understanding of expectations

and guarantees that technology has benefits and the benefits are useful for them. In the context of technology adoption, previous studies (Lai *et al.*, 2009; Mazhar *et al.*, 2014) explain that Performance Expectancy is part of understanding and expectations of satisfaction, and of course it is also influenced by other factors (Tella, 2012).

H2: There is a positive relationship between Performance Expectancy towards the Intention to use Sharia E-Wallet

c. Effort Expectancy and Intention

Effort Expectancy is the degree of ease of use of the system expected by technology users (Venkatesh *et al.*, 2003; 2012). H. F. Lin (2011) describes that the ease of use of technology will encourage users' desire to adopt the new technology. Because the level of convenience creates positive expectations for the existence of the technology in question (Mazhar *et al.*, 2014)

H3: There is a positive relationship between Effort Expectancy towards the Intention to use Sharia E-Wallet

d. Attitudes towards technology and Intention

Based on the theory developed by Ajzen (2012), Attitude is interpreted as "the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation of the behavior in question" (Ajzen, 2012). Meanwhile, Leonard *et al.* (2004) argued that attitude is the Standard in determining whether a "behavior" decision should be made or not. Furthermore, attitude is also used as a standard whether the behavior is bad or good. Several previous studies have explained the effect of Attitude on the Intention to consume halal products, as explained by Abd Rahman *et al.* (2015) that the Intention to consume halal products is very much determined by the positive attitude that appears towards these products, even Rajagopal *et al.* (2011) emphasizes that the higher the reasons

for legitimizing a product that is good and halal, the higher the tendency for a person to consume it, this legitimacy can be obtained, for example, with a halal certificate or halal logo on the product. Based on this, in the author's hypothesis that the more an E-Wallet platform technology has sharia legitimacy, the higher the user's attitude towards the platform will be, which in turn will be positively correlated with the Intention to use the platform.

H4: There is a positive relationship between Attitudes towards the Intention to use Sharia E-Wallet

e. Anxiety and Intention

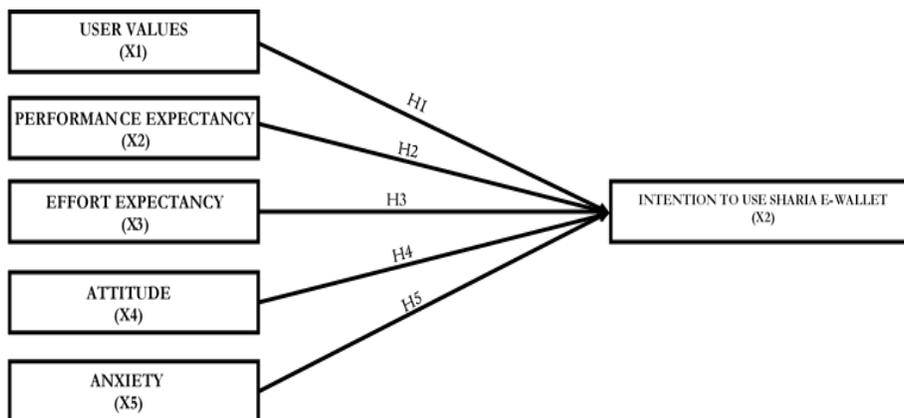
In social psychology, as expressed by Arkin & Rucks (2007) Anxiety is an unpleasant emotional state, characterized by tension, apprehension, and worry so that uneasiness is a negative feeling that arises from uncertainty in the future (DEDEOĞLU & KABASAKAL, 2019). In the explanation of Lin *et al.*, (2020) Anxiety is a feeling that appears as anticipation of things that might happen and is contrary to the original purpose of the behavior, which in their research explained that if it stands alone, Anxiety will be contrary to the user's good expectations, but when viewed comprehensively together, these feelings will still stimulate someone to decide to do something. So, in this research Anxiety is a psychological aspect in the form of fear and worry when making mistakes in doing a planned activity where the result of the error results in something that is beyond the control and strength of the Sharia E-Wallet user.

H5: There is a negative relationship between Anxieties towards the Intention to use Sharia E-Wallet

f. Conceptual framework

Based on the literature review that has been previously described and constructed on existing hypotheses, a conceptual framework for this study is compiled as follows:

Figure 2. Conceptual Framework of research (Authors contribution)



C.

METHODOLOGY

1. Research Approach

This research was conducted using a quantitative research approach with data sourced from primary data and obtained by distributing E-Survey to respondents with the criteria as an active internet user and having used E-Wallet in various economic transactions. Based on the data, there were 138 respondents, but after being re-elected and make data be more precise with the research criteria, as many as 121 respondents were selected for research observations.

This number has met the requirements for research with the survey method as disclosed by Delİce (2010) that in the survey method, a sample size of between 30-500 samples is sufficient in the view of many researchers. Respondents' answers were collected and measured using a 5-point Likert scale and then processed using the SPSS Version 25 application to obtain research output by first ensuring the validity and reliability of the research instrument followed by analyzing the data and building an econometric model with multiple regression analysis models.

2. Econometric Modelling

Intending to measure the level of determination of the independent variable on the dependent variable with a correlation model and explain how much the independent variables are able to define the dependent variable, this study builds an econometric model by combining economic theory, statistics, and mathematics with multiple regression analysis models (Cohen *et al.*, 2003). The research model can be seen from the following equation:

$$Y = \alpha + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + 4X_4 + 5X_5 + e$$

Information:

Y = Intention to Use Sharia E-Wallet

1,2,3,4,5 = Coefficient of Independent variables

X_{1,2,3,4,5} = Independent variables (X₁ = User values; X₂ = Performance Expectancy;

X₃ = Effort Expectancy; X₄ = Attitudes; X₅ = Anxiety)

E = Standard of error

D. RESULT AND DISCUSSION

1. Respondent Demographics

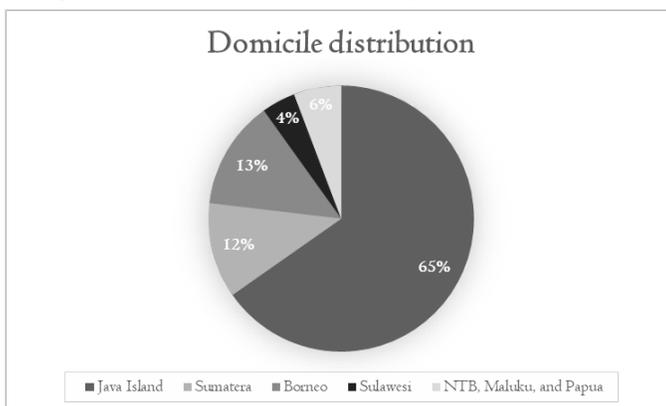
Based on the results of the E-Survey collection using an online questionnaire with G-Form, 121 respondents were selected with the following demographic details:

Table 1. Demographics of Respondents

No	Respondent Demographics	Numbers	Percentage	No	Respondent Demographics	Numbers	Percentage
1	Gender			4	Education		
	Men	54	44,63%		Senior High school (SMA/ MA)	9	7,44%
	Women	67	55,37%		Diploma (D1/ D2/D3)	3	2,48%
	Total	121	100%	Bachelor Degree	58	47,93%	
2	Age			Master Degree	45	37,19%	
	Under 20 years old	3	2,48%	Doctoral Degree	6	4,96%	
	21 – 30 years old	87	71,90%	Total	121	100%	
	31 – 40 years old	24	19,83%	5	Job		
	41 – 50 years old	7	5,79%		Housewife	4	3,31%
Total	121	100%	Government Employees (PNS)		17	14,05%	
3	Marital Status				Private Employees (Non-PNS)	20	16,53%
	Married	51	42,15%		Student (School or University student)	62	51,24%
	Non Married	66	54,35%	Entrepreneur	9	7,44%	
	Didn't mention	4	3,31%	doctor	1	0,83%	
	Total	121	100%	Lecturer / Teacher	5	4,13%	
				Honorary / Outsourcing	3	2,48%	
				Total	121	100%	

Based on the demographics above, information is obtained that the research respondents in terms of gender are dominated by women (55.37%) and most of the respondents in this study are Millennials Who are in the age range of 20-30 years (71.90%) with a high level of education. Bachelor degree (47.93%) and Master Degree (37.19%).

Figure 2. Distribution of Respondent's domicile

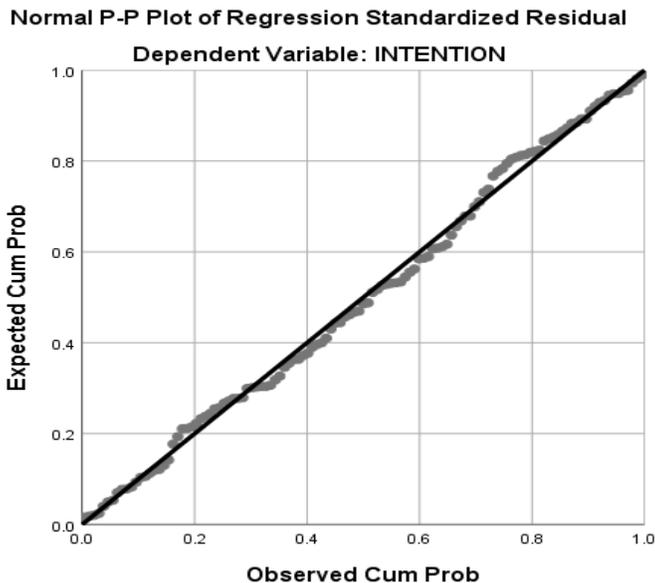


Based on **Figure 2**, information is obtained that most of the respondents are on the island of Java (65%) and the rest are outside Java with a varied distribution from Kalimantan (13%), Sumatra (12%) Sulawesi (4%) to NTB, Maluku, and Papua (6%).

2. Normality, Validity, and Reliability of research instruments

To build a good linear regression model and ensure that the processed data has a normal distribution and the instruments used in the study are in accordance with the standards, the researcher conducted a normality test using a p-plot and continued by measuring the validity of each instrument indicator and ensuring the reliability of the research questionnaire. Overall In **Figure 3**, it can be seen that the data in the observations follow the linear model line, so it is concluded that the data is normal.

Figure 3. Normality test with P-Plot



In addition, by using the product-moment validity standard with the R statistic, it is known that each question indicator of the 25 questions given to respondents in the research questionnaire instrument based on **Table 2** is declared valid because it has a calculated R-value above the R table value of 0.1502, meaning that each indicator in the study is suitable to be used to examine each existing variable.

Table 2. The validity of instrument indicators

Variable	Statements Code	R counts	R table	Validity
User Values(X1)	X1.1	0,679	0,1502	Valid
	X1.2	0,671		Valid
	X1.3	0,842		Valid
	X1.4	0,822		Valid
Performance Expevtancy (X2)	X2.1	0,867		Valid
	X2.2	0,875		Valid
	X2.3	0,889		Valid
	X2.4	0,842		Valid
Effort Expectancy (X3)	X3.1	0,812		Valid
	X3.2	0,824		Valid
	X3.3	0,829		Valid
	X3.4	0,845		Valid
Attitudes (X4)	X4.1	0,808		Valid
	X4.2	0,849		Valid
	X4.3	0,886		Valid
	X4.4	0,855		Valid
	X4.5	0,784		Valid
Anxiety (X5)	X5.1	0,814		Valid
	X5.2	0,816		Valid
	X5.3	0,869		Valid
	X5.4	0,807		Valid

Variable	Statements Code	R counts	R table	Validity
Intention to Use Sharia E-Wallet (Y)	Y.1	0,882		Valid
	Y.2	0,911		Valid
	Y.3	0,909		Valid
	Y.4	0,776		Valid

This research instrument is also reliable, and it is assumed to be able to get results that have high consistency when used for the same research. Based on the calculation results and the SPSS output, the Cronbach's Alpha results were 0.877.

Tabel 3. Cronbach's Alpha of research instrument

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on standardized items	N of Items
0,877	0,887	25

3. Heteroscedasticity and Multicollinearity test

To form an excellent multiple regression model, it is also necessary to carry out some classical assumption tests. First, to find out whether the research data have heteroscedasticity symptoms. So, in this study, the researcher used the Glejser test by making the residual absolute value (Abs_Res) as the dependent variable on the independent variables There are. The results are as shown in **Table 4** that the significance level of each variable $\alpha = 0.05$, so it can be concluded that there are no symptoms of heteroscedasticity. Second, to ensure that there is no relationship between one independent variable and other independent variables, multicollinearity testing is carried out, and it can be seen that the tolerance value for each independent variable is 0.01 and the VIF value < 10 , so it can be concluded that there is no multicollinearity symptom in the multiple regression model.

Tabel 4. Output for Heteroscedasticity and Multicollinearity test

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,721		
	USER VALUE	0,697	0,768	1,302
	PERFORMANCE	0,114	0,548	1,825
	EFFORT	0,311	0,510	1,961
	ATTITUDE	0,136	0,422	2,368
	ANXIETY	0,750	0,861	1,162
Dependent Variable: Abs_Res				

4. Regression analysis

a. Coefficient determination and F statistic

Based on the output of SPSS 25, the results are as in **Table 5** below:

Table 5. Coefficient of determinant output and F

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F Statistic	
					F	Sig.
1	.562 ^a	.316	.287	2.519	10,644	0,000*
a. Predictors: (Constant), ANXIETY, USER VALUE, EFFORT, PERFORMANCE, ATTITUDE b. Dependent Variable: INTENTION						

From these results, it can be concluded from this study that the Intention behavior to use Sharia E-Wallet is influenced by the variables in this study, including User Value, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Attitude, and Anxiety is 31.6% based on the R square value and the rest is influenced by other factors which not examined. Referring

to the results of the F statistical output, the calculated F value (10.644) F table (2.29) with sig. $0.000 < \alpha = 0.05$, so it can be concluded that all independent research variables jointly affect the user's Intention to use Sharia E-Wallet.

b. Hypotheses test

Furthermore, the researcher analyzed and detailed the effect of each independent variable individually as well as answering the initial hypothesis that had been compiled and the results obtained were as shown in **Table 6** below. According to results, the five hypotheses that have been offered, three hypotheses are accepted, and two hypotheses are rejected.

Table 6. Regression model result and Hypotheses acceptance

Model B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Hypotheses acceptance
		Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.676	2.368		3.241	.002	
	USER VALUE	-.091	.122	-.065	-.744	.458	Unaccepted
	PERFORMANCE	.246	.107	.240	2.308	.023	Accepted
	EFFORT	.126	.142	.096	.885	.378	Unaccepted
	ATTITUDE	.253	.115	.262	2.205	.029	Accepted
	ANXIETY	-.224	.081	-.229	-2.752	.007	Accepted
a. Dependent Variable: INTENTION							

It is concluded that the User Value (X1) and Effort Expectancy (X3) variables in this study do not have a significant relationship with the Intention to use E-Wallet because it has a sig. value 0.458 and 0.378 respectively $\alpha = 0.05$, so it can be concluded that H1 and H3 are rejected.

Meanwhile, the Variable Performance Expectancy (X2), Attitude (X4), and Anxiety (X5) have a sig. value respectively 0.023, 0.029, and 0.007 < $\alpha = 0.05$, so it can be concluded that H2, H4 and H5 are accepted. Thus Performance Expectancy, Attitude, and Anxiety individually have a significant relationship with the Intention to use Sharia E-Wallet, where Performance and Attitude have a positive relationship while Anxiety has a negative relationship. The multiple regression models that can be built from this study are as follows:

$$Y = 7,676 - 0,091X_1 + 0,246 X_2 + 0,126X_3 + 0,253X_4 - 0,224X_5 + e$$

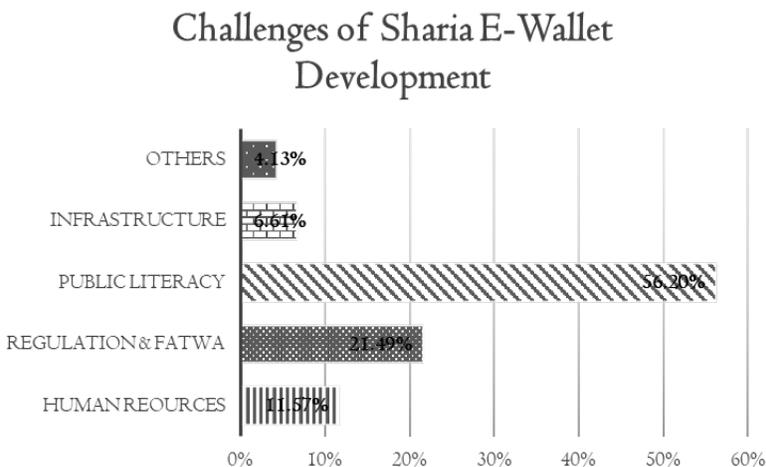
5. Discussion

Based on the above hypotheses and multiple regression models' test results, we can conclude that the greatest influence based on the model coefficients is the influence of the factors of Attitude, Performance, and Anxiety, respectively. Where Performance and Attitude have a positive effect with the coefficient 2= 0.246 and 4= 0.253 on Intention while the Anxiety Factor has a negative effect (5 = -0.224), meaning that the higher the benefits that consumers can get, the greater the consumer's Intention to use Sharia E-Wallet. Besides enhancing innovation and novelty of Ideas as part of building Attitude aspects to technology, it also influences consumers in using Sharia E-Wallet. In the author's analysis, the innovative existence of Sharia E-Wallet is an idea that is considered good and needs to be followed by other platforms, considering that consumer attitudes towards this idea are sufficient to support and encourage their Intention to adopt it. Meanwhile, existing anxieties also need attention by ensuring the security of the technology used in order to reduce the level of Anxiety, which is still a determinant in inhibiting users' desire to adopt Sharia E-Wallet.

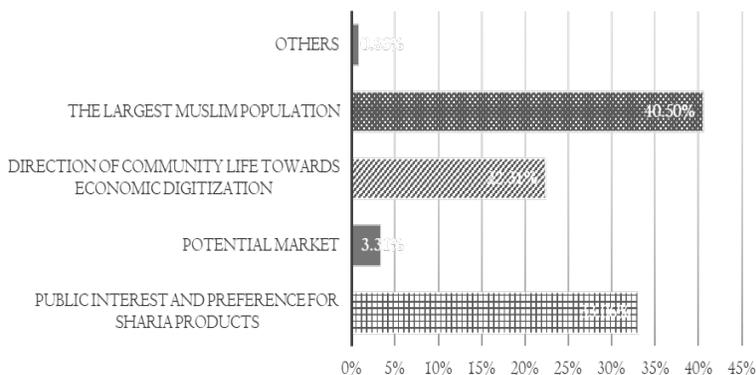
An interesting finding is, regarding the User Values factor, which turns out to be not significant and even tends to be negative (1=

-0,091) on usage, in the researcher's analysis this arises from the many doubts that consumers have about the legitimacy of the sharia value of *Sharia E-Wallet* itself, This is reinforced by additional information that researchers are trying to collect by asking about the opportunities and challenges of developing this *Sharia E-Wallet* in Indonesia as shown in **Figure 4** that the biggest challenges are Public Literacy (56.20%) and Regulation & Fatwa (21.49%). Meanwhile, Effort Expectancy, although it does not have a significant effect (0.126), this is because Information technology that developed in the era of the Industrial Revolution 4.0 has made it easier for users to operate technology including financial platforms, meaning that the assumption of internet and E-Wallet users is the existence of these respondents still considers the existing technology to be the same as the conventional platform they have used so far.

Figure 4. Opportunity and Challenge of Sharia E-Wallet development



Opportunity of Sharia E-Wallet Development



From the results of this study, there are several exciting policy recommendations which in the author’s view, are essential information for digital economy stakeholders and policymakers in developing the digital economy climate, especially in Indonesia. First, there needs to be synergy between the Government as a regulator and the Parties who hold the key to the development of sharia financial growth, such as MUI, the National Sharia Economic Committee (KNEKS) in increasing the socialization and literacy program related to the Sharia Digital Economy and detailed fatwas that increase product legitimacy User’s sense of security and reinforces the belief that the use of the Islamic E-Wallet platform is in accordance with Islamic Law and its values as part of the implementation of the strategic plan for the development of the Islamic digital economy in Indonesia.

Second, for platform publishers, it is necessary to follow in the footsteps of platforms that have dared to declare themselves as sharia E-Wallet such as Link Aja Syariah because of the greatest Muslim potential and public interest in sharia products in Indonesia. In addition, increasing security for users also needs to be carried out in the development of

technological innovations based on sharia to reduce consumer anxiety in using sharia products.

E. CONCLUSION

From the overall research results, it is concluded that the research variables both in terms of User Value and Psychology have a collective effect. Individually, the supporting factors for Performance and Innovation Ideas that accumulate user Attitude need to be increased so that the Intention and decision to use Islamic E-Wallet is getting bigger, besides that the Anxiety Factor as a negative psychological aspect needs to be minimized to increase people's Intention. Sharia values held by users are still not a factor that has a high determination in the use of Islamic E-Wallet based on this research, so it is necessary to strengthen external factors to support these values to be a better determinant in the future. In addition, the direction of life towards economic digitalization must continue to be developed so that user convenience expectations can also have a more significant positive effect in the future, given the research findings that show there is still no significant positive effect on the decision to use Islamic E-Wallet.

The contribution of this research provides advice to the Government and Stakeholders to formulate a strategy to support regulation and public literacy so that they can use the Sharia E-Wallet with confidence and improve a better Islamic digital economy climate. This research certainly has many limitations and guidelines for further investigation. One of them is that with a higher standard error of data deviation value, further research is needed with the addition of more samples, besides the large number of factors outside the study that affect the Intention indicates that more explorations were carried out by researchers in exploring other factors that influence Intention in using Sharia E-Wallet. The hope is that there will be other empirical studies using different models as part

of the contribution to the development of the Islamic digital economy in Indonesia and at the global level.

REFERENCES

- Abd Rahman, A., Asrarhaghighi, E., & Ab Rahman, S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148-163. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Agbarevo, M. N., & Ukagha, O. (2018). Determinants of Participation of Farmers in the E-Wallet Agricultural input Delivery System in Abia State Nigeria. *Journal of Agricultural Extension*, 22(3), 109-116.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 211, 438-459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Ajzen, I., & Fisbbein, M. (1974). Factors Influencing Intentions and the Intention-Behavior Relation. *Human Relations*, 27(1), 1-15. <https://doi.org/10.1177/001872677402700101>
- Al-Hyari, K., Alnsour, M., Al-Weshah, G., & Haffar, M. (2012). Religious beliefs and consumer behaviour: From loyalty to boycotts. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 155-174. <https://doi.org/10.1108/17590831211232564>
- Ali, J. M., & Gopalan, L. V. (2018). E-Wallet Payment : Swot Analysis from Customer Perception. *International Journal of Recent Research Aspect, Special Is*(April), 155-158. Retrieved from https://www.ijrra.net/April2018/ConsComp2018_39.pdf
- Arkin, R. M., & Rucks, L. (2007). Anxiety. In *Encyclopedia of Social Psychology* (pp. 42-43). USA: SAGE Publication Ltd.
- Asmy, M., Mohd, B., Thaker, T., Bin, A., Pitchay, A., Bin, H., & Thas, M. (2019). Factors in fl uencing consumers ' adoption of Islamic

- mobile banking services in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Ateeq-ur-Rehman, & Shabbir, M. S. (2010). The relationship between religiosity and new product adoption. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 63–69. <https://doi.org/10.1108/17590831011026231>
- BAPPENAS. (2019). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024* (D. bidang EKonomi, ed.). Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Chandra, Y. U., Ernawaty, & Suryanto. (2018). Bank vs telecommunication E-Wallet : System analysis, purchase, and payment method of GO-mobile CIMB Niaga and T-Cash Telkomsel. *Proceedings of 2017 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2017, 2018-Janua(November)*, 165–170. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2017.8273531>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Fernandez, F., & Pujani, V. (2019). Persepsi Nasabah Bank BCA Dalam Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 165–180.
- Gupta, K., & Arora, N. (2020). Investigating consumer intention to accept mobile payment systems through unified theory of acceptance model: An Indian perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 9(1), 88–114. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2019-0037>
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention to Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Iccsci), 214–220. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.557>

- Lai, D. C. F., Lai, I. K. W., & Jordan, E. (2009). An extended utaut model for the study of negative user adoption behaviours of mobile commerce. *Proceedings of the International Conference on Electronic Business (ICEB)*, 720–728.
- Leonard, M., Graham, S., & Bonacum, D. (2004). The human factor: The critical importance of effective teamwork and communication in providing safe care. *Quality and Safety in Health Care*, 13(SUPPL. 1), 85–90. <https://doi.org/10.1136/qshc.2004.010033>
- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31(3), 252–260. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.07.006>
- Lin, Y. T., MacInnis, D. J., & Eisingerich, A. B. (2020). Strong Anxiety Boosts New Product Adoption When Hope Is Also Strong. *Journal of Marketing*, 84(5), 60–78. <https://doi.org/10.1177/0022242920934495>
- Madan, K., & Yadav, R. (2016). Behavioural intention to adopt mobile wallet: a developing country perspective. *Journal of Indian Business Research*, 8(3), 227–244. <https://doi.org/10.1108/JIBR-10-2015-0112>
- Mazhar, F., Rizwan, M., Fiaz, U., Ishrat, S., Razzaq, M. S., & Khan, T. N. (2014). An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 1(1), 478. <https://doi.org/10.5296/ijafr.v4i2.6586>
- Monilakshmane, A., & Rajeswari, B. (2019). Factors Influence the Choice of Mobile Apps for Transactions among Youngsters. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2), 612–617. <https://doi.org/10.35940/ijrte.B1117.0782S619>

- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose Halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>
- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification: Implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 138–153. <https://doi.org/10.1108/17590831111139857>
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2020). Acceptance of mobile banking in Islamic banks : evidence from modi fi ed UTAUT model. *Journal of Islamic Management Studies*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile banking studi kasus : bri cabang bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi (SRITI)*, 1(1), 114–122.
- Reza, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 3, 31–48. Retrieved from <http://ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/234>
- Ridaryanto, Firmansyah, R. K., Kartono, R., & Sundjaja, A. M. (2019). Factors affecting the Use of E-Wallet in JABODETABEK Area. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(6), 3645–3651.
- Salloum, S. A., Al-Emran, M., Khalaf, R., Habes, M., & Shaalan, K. (2019). An innovative study of e-payment systems adoption in higher education: Theoretical constructs and empirical analysis. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(6), 68–83. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i06.9875>
- Shin, D. H. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1343–1354. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.001>

- Tella, A. (2012). Determinants of E-Payment Systems Success: A User's Satisfaction Perspective. *International Journal of E-Adoption*, 4(3), 15-38. <https://doi.org/10.4018/jea.2012070102>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Hall, M., Davis, G. B., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Worthington, E. L., Wade, N. G., Hight, T. L., Ripley, J. S., McCullough, M. E., Berry, J. W., ... O'Connor, L. (2003). The Religious Commitment Inventory-10: Development, refinement, and validation of a brief scale for research and counseling. *Journal of Counseling Psychology*, 50(1), 84-96. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.50.1.84>
- Yosita, M., Rifaldi, R., & Giri, W. (2016). Analisis Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Multidimensional Trust) dan Risiko yang dirasakan (Perceived Risk) dengan model modifikasi UTAUT-LUO Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 5(1), 64-74.

PERAN ZAKAT, INFAK, SEDEKAH DI MASA PANDEMI COVID19 (Studi Kasus LAZIS Jateng Cabang Pekalongan)

Khairul Anwar

IAIN Pekalongan

Email: Akhairul236@gmail.com

Abstract

One of the worships in Islam is the implementation of zakat, infaq and alms (ZIS). ZIS is a fund issued by someone who has a role in making a significant contribution to poverty alleviation. On the other hand, ZIZ is also an effective solution in improving people's welfare, especially during the COVID-19 pandemic. This study aims to determine the extent of the role of zakat, infaq, and alms in improving the welfare of the community during the covid-19 pandemic carried out by LAZIS Central Java, Pekalongan Branch. In this study, we use a field research method that uses qualitative methods with an emphasis on in-depth problem understanding aspects. The data used are primary data and secondary data. The data in this study were obtained through observation, interviews, documentation, and the analytical method used, qualitative descriptive analysis. Secondary data is taken from news, financial reports and social media, but Instagram LAZIS, Central Java, Pekalongan. The results of the study show that zakat, infaq, and alms funds have played a role in helping the community during the COVID-19 pandemic, especially the people of Pekalongan City and Pekalongan Regency. LAZIS Central Java Pekalongan branch has several times held programs or distributed donations from muzakki with the main aim of helping the economy of the people affected by the COVID-19 pandemic. The form of empowerment carried out for the community occurs in the fields of health, education, social and economics as well as da'wah.

Keywords: *Zakat, Infaq, Alms, LAZIS, Society*

PENDAHULUAN

Sejak awal tahun 2020, beberapa negara di dunia, termasuk Indonesia diserang wabah yang disebut dengan covid-19. Pandemi Covid19 telah memberikan dampak yang luar biasa bagi kehidupan seluruh masyarakat Indonesia. Tidak hanya di bidang kesehatan, tetapi di bidang lain seperti sosial, politik, olahraga dan ekonomi terkena imbasnya. Di bidang ekonomi misalnya, masyarakat merasakan betul dampak negatif dari adanya pandemi covid-19. Masyarakat di negara khatulistiwa ini banyak yang kehilangan pekerjaannya karena di PHK. Erik Thoir, menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Republik Indonesia pernah mengungkapkan, bahwa 3,5 juta orang di Indonesia harus kehilangan pekerjaannya akibat pandemi virus covid-19.

Pandemi covid-19 telah menurunkan kesejahteraan masyarakat, dari masyarakat kelas menengah atas sampai menengah ke bawah terkena dampaknya. Pemerintah, dalam hal ini telah menjalankan berbagai upaya dalam rangka untuk mengendalikan pandemi covid-19. Baik pemerintah di tataran pusat sampai ke pemerintah daerah melakukan beberapa program yang *output* nya bertujuan supaya masyarakat bisa tetap memenuhi kebutuhan sehari-harinya di masa pandemi covid-19. Bantuan yang diberikan oleh pemerintah antara lain pemberian sembako, kesejahteraan finansial, dana desa BLT, listrik gratis, kartu prakerja, dan subsidi upah bagi pegawai usaha mikro BLT dan lain-lain.

Selain bantuan dari pemerintah, solusi lain untuk membantu perekonomian masyarakat adalah dengan memanfaatkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Berdasarkan fatwa komisi MUI, dana zakat dapat didistribusikan untuk menanggulangi akibat yang ditimbulkan dari covid-19, baik di bidang kesehatan, pendidikan, sosial ataupun ekonomi. Oleh karena itu, fungsi zakat menjadi semakin penting, dan agar zakat mampu mengentaskan kemiskinan maka perlu dilakukan optimalisasi potensi zakat di Indonesia. Optimalisasi peran zakat ini harus dijalankan

supaya zakat mampu meredakan bahkan membasmi dampak yang timbul akibat wabah virus yang berasal dari China ini.

ZIS merupakan salah satu instrumen kebijakan fiskal dalam hal meningkatkan kesejahteraan masyarakat. ZIS ini dapat disebut kebijakan fiskal tetapi penggunaannya adalah untuk membantu masyarakat yang perekonomiannya lemah. ZIS ini fungsinya berbeda dengan pajak yang lebih mengarah kepada pemberdayaan masyarakat miskin. Kewajiban menunaikan zakat selain diatur oleh agama juga diatur oleh pemerintah melalui UU No. 23 Tahun 2011 perihal dana ZIS. Dana ZIS, dalam mekanismenya mempunyai sistem pengendalian dalam menghimpun, mengelola dan menyalurkan.

Dana ZIS ini harus dikelola oleh suatu Badan atau Lembaga Amil Zakat. Zakat dikeluarkan oleh muzaki kemudian disalurkan kepada mustahik sesuai syarat-syarat syariah Islam. Ada delapan Asnaf yang menerima manfaat zakat berdasarkan firman Allah surat At-taubah 60, di antaranya Fakir, Miskin, Amil, Mu'allaf, Hamba Sahaya, Gharimin, Fisabilillah, dan Ibnu Sabil. Sebagai dana filantropi masyarakat, baik zakat, infak dan sedekah memiliki potensi dan peran besar untuk turut serta terlibat dalam bidang pemberdayaan dan pengembangan ekonomi umat yang harus dikelola secara optimal dan secara baik oleh Lembaga Amil Zakat, Infak, Sedekah (LAZIS). Salah satu LAZIS yang turut andil dalam mensejahterakan masyarakat khususnya di masa pandemi covid-19 adalah LAZIS Jateng Cabang Pekalongan.

Selama masa pandemi covid-19, LAZIS Jateng Cabang Pekalongan bergerak aktif membantu masyarakat yang membutuhkan. Tercatat, beberapa program telah dilakukan untuk membantu memajukan kesejahteraan masyarakat di tengah pandemi covid-19. Beberapa program yang dilaksanakan dalam dua tahun terakhir ini antara lain: BeTTER (Basiswa Tepat Terpadu), santunan jompo dhuafa, program bingkisan yatim, program peduli banjir rob Pekalongan, beasiswa yatim, program

Jumat berbagi, program peduli banjir Pekalongan, penyaluran bantuan renovasi rumah korban banjir, penyaluran beasiswa pendidikan, program kesehatan, pendampingan belajar, rumah Qur'an, program cinta jompo difabel, bantuan sembako kepada warga terdampak covid-19 dan program renovasi mushola. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran dana ZIS di lembaga LAZIS Jateng cabang Pekalongan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

LANDASAN TEORI

A. Definisi Peran

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa peran memiliki arti suatu tindakan yang dilakukan seseorang dalam suatu kejadian, dalam menggerakkan suatu revolusi, agar peran tersebut mempunyai sesuatu yang diharapkan oleh orang yang mempunyai derajat dalam masyarakat, atau merupakan bagian dari tugas inti yang harus dilakukan. (Ria Pangestika, 2020)

Menurut Soerjono Soekanto, peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia melaksanakan suatu tugas. Suatu keunggulan (status) mengandung arti suatu peran tertentu yang harus diaplikasikan sesuai dengan aturan (norma) yang berlaku. Sebagai contoh, peran yang dijalankan dalam rumah tangga, di mana seorang suami diharapkan bertindak sebagai pencari nafkah bagi keluarga, memimpin keluarganya, dan memelihara hubungan dengan kerabat lainnya.

B. Pengertian Zakat

Kata zakat jika ditinjau dari segi bahasa, memiliki beberapa makna, antara lain thaharah (kesucian), nama' (kesuburan), barokah

(keberkahan) dan juga taz-kiyah tathier (mensucikan). Lebih lanjut kamus al-Munawwir menjelaskan bahwa kata zakat memiliki arti kebersihan dan kesucian. Kata zakat sendiri merupakan kata dasar (masdar) dari kata zaka. Artinya kebersihan, pertumbuhan, berkah, dan peningkatan kebaikan (Anam, 2011).

Sementara itu, dalam Lisan al-'Arab, Ibn Manzhur, seorang ulama yang hidup pada tahun 630 M sampai dengan 1232 M menyebutkan dua definisi al Zakah. Menurut Ibn Manzhur, definisi pertama al-zakah berarti al-shalah (takwa), dengan empat bentuk kata kerja, yaitu zakâ, zakiya, zakkâ, dan tazakkâ. Definisi kedua, al- Zakah, menggunakan satu jenis kata kerja, zakka, yang berarti kekayaan atau pemurnian suatu aset. Jadi kesimpulannya bahwa Al-zakah bisa menjadi harta yang dikeluarkan untuk mensucikan harta.(Zamzami, 2014)

C. Jenis – Jenis Zakat

Zakat terdiri dari dua macam, yakni zakat fitrah dan zakat mal. Zakat fitrah adalah zakat yang wajib dikeluarkan karena puasa dalam bulan Ramadhan. Zakat fitrah adalah zakat badan, zakat diri, atau zakat atas kepala. Zakat fitrah merupakan kewajiban bagi setiap muslim. Sedangkan zakat mal adalah zakat yang dikenakan pada jenis kekayaan tertentu dan usaha-usaha tertentu yang telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh syariat Islam. Zakat mal adalah zakat harta benda. Seorang muslim yang telah memenuhi ketentuan tertentu yaitu telah mencapai batas wajib dikeluarkan zakat atau nishab, maka wajib baginya membayar zakat mal.

D. Dasar Hukum Zakat

Zakat menurut undang-undang sebenarnya dapat dilimpahkan kepada orang lain, tetapi bersifat wajib dalam arti merupakan kewajiban individu dan tidak dapat dialihkan kepada orang lain. Al-Qur'an dan

hadits banyak membahas tentang tata cara pembayaran zakat. Seperti yang disebutkan dalam firman Allah SWT surat Al-Baqarah ayat 43, yang mana hampir setiap intruksi untuk menunaikan zakat dikaitkan dengan perintah shalat.(Admin, 2018)

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

“Dan dirikanlah shalat dan bayarkanlah zakat dan ruku’lah kamu beserta orang-orang yang ruku”.

Kemudian juga ditegaskan Nabi Muhammad SAW dalam sebuah hadits:(Sibromulisi, 2018)

بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَإِقَامِ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ، وَالْحَجِّ، وَصَوْمِ رَمَضَانَ

“Islam dibangun di atas lima hal: kesaksian sesungguhnya tiada Tuhan selain Allah dan sesungguhnya Muhammad utusan Allah, melaksanakan shalat, membayar zakat, haji, dan puasa Ramadhan.” (HR Bukhari Muslim).

E. Hikmah Zakat

Zakat adalah kewajiban umat Islam. Sebagai kewajiban bagi setiap individu Muslim, melalui zakat, al-qur’an menjadikan tanggung jawab bagi umat Islam untuk saling membantu di antara sesama makhluk sosial. Oleh karena itu, kewajiban zakat mengandung banyak unsur kemanusiaan, seperti unsur moral, pendidikan, sosial dan ekonomi (Atabik, 2015):

Adapun hikmah diwajibkannya zakat antara lain sebagai berikut:

- 1). Dengan membiasakan berzakat, seseorang dapat memiliki sifat kedermawanan. Selain itu juga bisa menghilangkan sifat pelit dan kikir.
- 2). Kebiasaan membayar zakat dapat mempererat benih persaudaraan dan meningkatkan rasa kasih sayang antar sesama muslim, baik

kaya maupun miskin (fakir dan miskin).

- 3). Kemiskinan yang terjadi di masyarakat muslim bisa teratasi dengan salah satunya adalah melalui zakat.
- 4). Dana zakat juga dapat mengurangi angka pengangguran dan penyebab-penyebabnya. Pendapatan zakat bisa diimplementasikan untuk menciptakan lapangan kerja baru bagi para pengangguran.
- 5). Berzakat dapat membersihkan jiwa dan pikiran, membebaskan dari rasa dendam, dan membayar zakat dapat menghilangkan rasa iri dan dengki antara si kaya dan si miskin.
- 6). Zakat juga mampu menyuburkan dan mengembangkan perekonomian umat Islam menuju kemakmuran umat.

F. Tujuan Zakat

Zakat bisa menjadi proses penyucian diri dari segala harta kotor yang menjadi hak orang lain. Kotoran tersebut harus segera disingkirkan, karena jika tidak segera disingkirkan tentu akan merusak aset yang ada. Sehingga harta yang kita miliki tidak bermanfaat atau berkah. Inilah salah satu ajaran tentang kewajiban membayar zakat bagi umat Islam.

Oleh karena itu, tidaklah tepat jika seseorang yang mengeluarkan zakat dianggap sebagai sosok yang dermawan, karena bagaimanapun juga zakat adalah kewajiban. Bahkan dengan keunggulan seperti itu, zakat lebih tepat dikatakan sebagai batas kekikiran seseorang. Artinya, dengan membayar zakat, seseorang telah dibebaskan dari status kikir, namun belum sampai pada taraf dermawan. Karena dia hanya membayar apa yang diwajibkan saja. (Hadrawi, 2014)

G. Perbedaan Zakat dengan Sedekah dan Infak

Jika zakat menjadi salah satu kewajiban bagi setiap muslim, khususnya bagi yang sudah memenuhi ketentuan. Berbeda halnya dengan sedekah yang tidak wajib bagi setiap Muslim, sifatnya adalah

tulus dan tidak ditentukan syarat-syarat tertentu dalam pengeluarannya, baik dari segi waktu maupun jumlah. Sedangkan infak merupakan kegiatan mengeluarkan harta secara sukarela oleh seseorang setiap kali mendapatkan rezeki, sebanyak-banyaknya sesuai keinginannya. Apabila zakat harus diberikan pada golongan yang sudah ditetapkan atau para mustahik (8 asnaf), maka infak boleh diberikan kepada siapa pun, misalnya untuk anak yatim, kedua orang tuanya dan lain-lain.

H. Lembaga Pengelolaan Zakat, Infak dan Sedekah

Di Indonesia, penanganan zakat sudah diatur sedemikian rupa dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Undang-undang tersebut memuat beberapa pasal yang menjabarkan tentang administrasi zakat di Indonesia. Lembaga ini macamnya ada dua, BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat). Meski peraturan tersebut masih banyak kekurangan, namun undang-undang tersebut mendorong masyarakat untuk berupaya menciptakan penyelenggaraan zakat yang kredibel, baik, berdaya, dan terpenting dapat dipercaya oleh masyarakat. (Lukito, 2014; Yudhira, 2020).

I. Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan pada umumnya merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan suatu keadaan yang baik dimana orang-orangnya dalam kondisi keadaan yang makmur, sehat dan tentram. Menurut Badrudin (2012), Kesejahteraan masyarakat memiliki pengertian suatu keadaan yang memperlihatkan kondisi kehidupan masyarakat yang dapat dilihat dari taraf hidup masyarakat tersebut. Kesejahteraan masyarakat adalah suatu keadaan terpenuhinya segala kebutuhan dalam hidup, mulai dari tempat tinggal yang layak, kebutuhan akan pangan, sandang, kesehatan, dan pendidikan, atau suatu keadaan dimana seseorang dapat memaksimalkan utilitas/nilainya pada tingkat batas anggaran tertentu dan kondisi terpenuhinya kebutuhan fisik (jasmani) dan rohani.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan pendekatan penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitiann ini adalah penelitian lapangan atau disebut juga sebagai *field research*. Sedangkan metode pendekatan menggunakan studi kasus (case study), yaitu suatu metode penelitian dalam mengumpulkan data, memahami makna, dan memahami suatu kasus tertentu.(Djunaid Ghany & Fauzan Al-Mansyur, 2012)

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif menjadi yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif sendiri memiliki makna penelitian yang diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang ucapan, teks, atau perilaku yang dapat diamati (Suwandi, 2008). Melalui pendekatan ini, baik peneliti dan informan bisa berinteraksi secara langsung.

2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer, baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif, merupakan jenis data yang digali dari sumber utama (*original source*) dengan cara penggalan. Tergantung pada sumber datanya, data ini sering disebut sebagai data mentah (*raw data*) (Teguh, 2005). Data primer dalam penelitian ini berupa hasil observasi dan wawancara secara terstruktur dengan informan yaitu pimpinan LAZIS Jateng cabang Pekalongan, saudara Azam Rivani.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dan disarikan dari hasil penelitian lapangan baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif, sebagai hasil pengolahan pihak kedua. Data sekunder ini sering disebut sebagai data eksternal (Djunaid Ghany & Fauzan Al-Mansyur, 2012). Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan dengan topik penelitian: buku, artikel, berita, makalah, dan jurnal tentang topik penelitian.

3. **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi alami, sumber data primer, dan teknik observasi yang lebih berpartisipasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. (Djunaid Ghany & Fauzan Ali, 2012)

a. Observasi

Metode observasi adalah teknik perolehan data yang mengharuskan peneliti untuk berkunjung ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan tempat, pelaku, ruang, kegiatan, objek, peristiwa, waktu, tujuan, dan emosi

b. Wawancara

Sementara wawancara adalah sebuah cara untuk mengumpulkan informasi atau data dengan cara bertatap muka langsung dengan informan, dengan maksud memperoleh gambaran lengkap tentang topik atau tema yang diteliti (Bungin, 2010). Peneliti menggunakan wawancara terstruktur karena informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini sudah pasti. Proses wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara tertulis yang memuat pertanyaan-pertanyaan kepada informan.(Gunawan, 2013)

c. Dokumentasi

Dokumentasi sendiri mempunyai pengertian sebagai sumber data

yang digunakan untuk melengkapi survei/penelitian. Dokumentasi tersebut dapat berupa sumber tertulis, film, atau gambar (foto) yang memberikan segala informasi tentang proses penelitian.

4. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui pengelolaan data yang logis dan sistematis dari awal peneliti masuk ke lokasi penelitian hingga akhir penelitian (pengumpulan data). (Djunaid Ghany & Fauzan Al-Mansyur, 2012) Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan suatu populasi atau fenomena tertentu. Tujuannya adalah untuk melaporkan data dengan menjelaskan data yang dikumpulkan, meringkasnya, dan kemudian membuat keputusan akhir (Ruslan, 2006). Analisis data yang dilakukan peneliti meliputi tiga kegiatan:(Prastowo, 2014).

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilih yang paling penting, dan memfokuskan pada apa yang penting serta tema dan polanya. Dalam hal ini setiap peneliti melakukan penelitian di lapangan pasti mendapatkan suatu data, dari data-data yang sudah terkumpul lalu peneliti melakukan pemilihan data, data mana yang sekiranya dibutuhkan, diberi kode ataupun dibuang.

b. Pemaparan Data

Pemaparan data adalah beberapa kumpulan informasi yang tersusun dan memberi peluang adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam proses ini, setelah peneliti mereduksi data, kemudian data-data tersebut disajikan kedalam pola ataupun dikelompokkan.

c. Penarikan Simpulan

Penarikan simpulannya itu hasil penelitian yang menjawab fokus

penelitian berdasarkan hasil analisis data. Dalam penelitian ini, peneliti menghimpun data yang diperoleh dari LAZIS Jateng cabang Pekalongan. Data yang telah terkumpul kemudian dipilih yang penting-penting saja lalu dianalisis dan yang terakhir data tersebut di interpretasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memajukan kesejahteraan masyarakat tidak hanya dilihat dari penyaluran atau pentashorufan zakat, infak, sedekah saja, namun juga upaya penghimpunan dananya. Pertama, LAZIS ini tidak hanya sebagai lembaga distributor ZIS, tetapi juga kolektor. Kedua, semakin banyak ZIS yang terkumpul, semakin banyak pula program untuk pemberdayaan masyarakat. Sebaliknya, semakin sedikit ZIS yang terkumpul, program yang dapat dijalankan semakin sedikit.

a. Profil Lembaga LAZIS Jateng

LAZIS Jawa Tengah merupakan lembaga Amil Zakat, Infaq dan Sedekah Al-Ihsan di Jawa Tengah. LAZIS Jawa Tengah adalah organisasi nirlaba yang bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya Ziswaf. LAZIS Jateng ini tingkatnya adalah provinsi sesuai SK Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia nomor 558 tanggal 9 Agustus 2017.

Keberadaan lembaga zakat, infak dan sedekah di Jawa Tengah telah ada sejak dua dekade yang lalu. Tepatnya ketika itu diadakan seminar UU Zakat dan Pajak dengan narasumber dari BAZNAS dan Dirjen Pajak pada 12 Oktober 2000. Lalu pada tanggal 6 Maret 2001, LAZIS Jawa Tengah secara resmi didirikan di bawah naungan Yayasan Al Ihsan Surakarta dengan diberi nama LAZIS (Lembaga Amil Zakat Al Ihsan Surakarta) oleh notaris RA Cheriah Bahrudin Suryobroto,SH. Kemudian pada 23 Januari 2002, memperoleh rekomendasi dari Departemen Agama

(Depag) Kota Surakarta untuk ditetapkan sebagai Lembaga/Badan Amil Zakat Daerah (LAZDA).

Seiring berjalannya waktu, LAZIS Jawa Tengah mengalami perkembangan yang signifikan. Seperti yang terjadi di tahun 2007, di mana lembaga tersebut meluaskan jaringannya untuk wilayah Jateng. Hal ini dibuktikan dengan Piagam Yayasan Al Ihsan Jateng oleh Notaris Ida Widiyanti tanggal 1 Agustus Tahun 2007 di Semarang dan Akta Badan Hukum Yayasan Al Ihsan Jateng dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No.328.HT.01.02 tahun 2007 dan berubah nama menjadi LAZIS Jateng. LAZIS Jawa Tengah juga merupakan kumpulan dari beberapa lembaga LAZ/Amil Zakat yang ada di Magelang, Semarang, dan Solo.

LAZIS Jawa Tengah melakukan modifikasi brand sebagai bentuk keseriusan dalam mengelola dana ZIS menjadi lebih profesional dan amanah pada 2015. Selanjutnya pada tahun 2017 LAZ Al Ihsan Jawa Tengah diresmikan oleh Dirjen Bimas Islam Kementerian Agama RI sebagai LAZ Skala Provinsi dengan no SK 558 pada 9 Agustus 2017. Salah satu cabang LAZIS Jateng yakni LAZIS Jateng cabang Pekalongan yang kantor layanannya terletak di Jln. Pelita II No. 14 Bumirejo Pekalongan Barat. LAZIS Jateng cabang Pekalongan mulai beroperasi di Pekalongan sejak tahun 2011.

b. Data Penerimaan LAZIS Jateng cabang Pekalongan

LAZIS Jateng cabang Pekalongan merupakan lembaga yang tidak hanya mendistribusikan atau menyalurkan dana zakat, infaq dan sedekah, tetapi juga lembaga pengumpul dan pengelolaan dana zakat, infaq dan sedekah. Selama era pandemi covid-19, LAZIS Jateng cabang Pekalongan telah menghimpun dana dari para donatur yang memberikan hartanya untuk disalurkan kepada yang berhak (penerima manfaat). Berikut adalah tabel data penerimaan LAZIS Jateng cabang Pekalongan tahun 2020 hingga tahun 2021.

Tabel: Data Penerimaan ZIS tahun 2020

Data Penerimaan LAZIS Jateng Tahun 2020								
Bulan	Amil	CSR	DSKL	Infaq	Non Halal	Wakaf	Zakat	Total
Januari	0	0	2.600.000	15.448.000	0	0	1.825.000	19.873.000
Februari	0	0	0	16.946.300	0	0	850.000	17.796.000
Maret	0	0	0	20.707.200	0	0	2.325.000	23.032.300
April	0	0	0	18.589.296	0	660.000	900.000	20.149.296
Mei	0	0	90.000	61.967.500	0	2.560.000	14.040.000	78.657.500
Juni	0	0	2.000.000	16.153.900	0	410.000	2.000.000	20.563.900
Juli	0	0	44.750.000	17.092.500	0	210.000	2.050.000	64.102.500
Agustus	0	0	7.900.000	24.054.400	0	0	950.000	32.904.400
September	0	0	0	29.767.300	0	0	1.700.000	31.467.300
Oktober	0	0	0	21.633.200	0	400.000	2.250.000	24.283.200
November	0	0	0	17.036.030	0	2.465.792	1.950.000	21.451.822
Desember	0	0	0	43.055.530	0	0	3.600.000	46.655.530
Total	0	0	57.340.000	302.451.156	0	6.705.792	34.440.000	400.936.748

Sumber data: Laporan keuangan LAZIS Jateng

Dari tabel tersebut LAZIS Jateng cabang Pekalongan di tahun 2020 mendapatkan pemasukan dari para donatur sebesar total Rp 400,936,948. Sedangkan pada tahun 2021, data yang penulis terima baru sampai pada bulan Oktober dengan total pemasukan yakni sebesar Rp 475,210,024..Berikut rinciannya.

Tabel: Data penerimaan ZIS tahun 2021

Data Penerimaan LAZIS Jateng Tahun 2021								
Bulan	Amil	CSR	DSKL	Infaq	Non Halal	Wakaf	Zakat	Total
Januari	0	0	0	27.272.516	0	660.000	43.927.050	71.859.566
Februari	0	0	0	24.348.259	0	0	2.501.326	26.849.585
Maret	0	0	0	27.958.000	0	793.000	3.056.016	31.807.016
April	0	0	850.000	40.330.401	0	5.039.000	18.552.234	64.771.635
Mei	0	0	4.200.000	33.380.500	0	1.750.000	16.135.000	55.465.500
Juni	1.000.000	0	22.775.000	17.765.900	0	350.000	3.608.830	45.499.730
Juli	150.000	0	85.500.000	17.234.700	0	1.390.000	2.061.788	106.336.488
Agustus	0	0	0	22.179.200	0	2.345.000	3.850.000	28.374.200
September	0	0	0	11.953.700	0	8.378.500	2.803.804	23.136.004
Oktober	0	0	0	19.235.300	0	0	1.875.000	21.110.300
November	0	0	0	0	0	0	0	0
Desember	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	1.150.000	0	113.325.000	241.658.476	0	20.705.500	98.371.048	475.210.024

Sumber data: Laporan keuangan LAZIS Jateng

c. Peranan ZIS Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Sebagai salah satu rukun Islam, zakat harus disalurkan kepada mustahik sesuai dengan syariat Islam, dengan prioritas yang mempertimbangkan kewajiban, pemerataan dan keadilan. Demikian pula di LAZIS Jawa Tengah cabang Pekalongan dalam memenuhi kewajibannya telah mengatur beberapa program kerja sebagai realisasi amanah dari para pembayar zakat atau muzakki.

Penyusunan agenda-agenda tersebut didasarkan pada peninjauan dan penyesuaian dengan bentuk dana yang masuk seperti dana zakat, infak dan sedekah. Dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat LAZIS Jateng Cabang Pekalongan telah memiliki perencanaan yang baik dalam menjalankan fungsinya dengan mengupayakan pendistribusian zakat, infak dan sedekah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya di masa pandemi covid19.

Pengelolaan dan pembagian dana zakat, infak dan sedekah pada LAZIS Jateng Cabang Pekalongan terbagi ke dalam 4 bidang. Antara lain yaitu: 1) Bidang Pendidikan, 2) Bidang Kesehatan, 3) Bidang Sosial & Ekonomi 4) Bidang Dakwah

1). Pada bidang pendidikan, LAZIS Jateng cabang Pekalongan melaksanakan program seperti beasiswa pendidikan terpadu (BeTTer), beasiswa yatim, beasiswa pendidikan, pendampingan belajar.

a) Beasiswa Pendidikan Terpadu (BeTTer)

Program beasiswa pendidikan terpadu (BeTTer) merupakan program yang sudah lama dilaksanakan oleh LAZIS Jateng cabang Pekalongan, namun program ini baru di launching pada 23 April 2021. Waktu itu, kegiatan yang berlangsung di cabang Tegal dan Pekalongan tersebut diikuti oleh 26 anak dari Pekalongan, dan 20 anak dari Tegal, yang masing-masing didampingi orang tua/wali.

Menurut Doro Sutrisno, Direktur Eksekutif LAZiS Jateng, program BeTTeR adalah salah satu program unggulan dari LAZIS Jateng. Program ini merupakan salah satu program unggulan LAZIS, yakni dengan memberikan beasiswa serta melakukan pembinaan kepada anak-anak usia sekolah dari keluarga pra-sejahtera. Dengan adanya program BeTTeR ini bisa membantu orang tua dalam memberikan pendidikan terbaik untuk anak-anaknya.

b) Beasiswa Yatim

Beasiswa yatim atau yatim corner merupakan solusi LAZIS Jateng untuk pendidikan anak yatim. Yatim corner adalah program beasiswa yang dilengkapi dengan pembinaan belajar. Beasiswa diberikan setiap bulan dan diadakan di kantor LAZIS Jateng Pekalongan. Anak-anak yatim bisa belajar bersama dengan mentor pendamping. Program ini merupakan solusi di tengah beratnya masa pandemi covid-19, khususnya di bidang pendidikan, dimana anak-anak hanya bisa belajar secara daring (dalam jaringan). Uang beasiswa yang mereka dapatkan dari donatur akan digunakan untuk membeli perlengkapan sekolah.

c) Pendampingan Belajar (Pijar)

Program pendampingan belajar ini masih ada kaitannya dengan program penerima beasiswa pendidikan terpadu (BeTTeR). Anak-anak yang mendapatkan bimbingan belajar dari mentor merupakan anak-anak penerima beasiswa pendidikan terpadu. Melalui program Pijar (Pendampingan Belajar), LAZIS Jateng berupaya untuk merawat semangat belajar anak-anak penerima manfaat BeTTeR di kantor LAZIS Jateng Cabang Pekalongan. Program ini dilangsungkan setiap hari Senin - Kamis pukul 12.30-14.00. Mentornya adalah guru SDN Bumirejo dan guru Bimbel Ranking.

Menurut Azam Rivani, selaku pimpinan LAZIS Jateng cabang Pekalongan, pendampingan belajar ini merupakan upaya LAZIS Jateng Pekalongan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya kepada kaum anak-anak di masa pandemi covid-19.

“Pendampingan belajar ini merupakan bentuk pembinaan untuk anak-anak penerima beasiswa BeTTeR yang berasal dari keluarga yatim maupun kurang mampu. Karena sekolah masih daring, anak-anak harus terus didampingi dengan tatap muka,”

- 2). Pada bidang kesehatan, LAZIS Jateng cabang Pekalongan melaksanakan program kesehatan, berbentuk pemberian gizi kepada Balita.
- 3). Bidang Sosial dan Ekonomi, LAZIS Jateng cabang Pekalongan melaksanakan program seperti santunan jompo dhuafa, bingkisan yatim, peduli banjir rob, jumat berbagi, peduli banjir Pekalongan, bantuan renovasi rumah korban banjir, paket cinta difabel, dan bantuan sembako kepada warga terdampak covid-19.
 - a) Program Santunan Jompo Dhuafa
Program ini sarasannya adalah orang lanjut usia (lansia) dan kaum dhuafa. Program ini diadakan setiap satu bulan sekali dengan pemberian bingkisan dan amplop berisi uang tunai.
“Santunan tersebut kami berikan sebagai bentuk kepedulian kami terhadap jompo dhuafa yang di saat pandemi ini mereka menjadi pihak yang terkena dampak. Terutama di sektor ekonomi,” ucap Azam Rivani, Pimpinan LAZIS Jateng cabang Pekalongan.
 - b) Program peduli banjir rob Pekalongan
LAZIS Jateng cabang Pekalongan memberikan bantuan kepada warga terdampak banjir rob tahunan di Dukuh Clumprit Rt 06/08, Kelurahan Degayu Kota Pekalongan.

- c) Program peduli banjir Pekalongan
Saat terjadi banjir Pekalongan pada bulan Januari - Februari 2021, LAZIS Jateng Pekalongan bergerak menyalurkan bantuan kepada warga yang terdampak. LAZIS Jateng menyalurkan sajian bergizi untuk warga terdampak banjir di Bugisan, Pekalongan.

- d) Jumat berbagi

Program ini dilaksanakan setiap hari Jumat dengan berbagi nasi kepada masyarakat yang membutuhkan.

- a) Paket cinta difabel

Program ini termasuk masih tergolong baru, karena baru diluncurkan pertama kali pada 18 juni 2021. Latar belakang adanya program ini adalah masih adanya kesulitan akses ekonomi bagi teman difabel.

- b) Bantuan sembako kepada warga terdampak covid-19

Program ini bertujuan sebagai bagian dari kontribusi serta dukungan kepada pemerintah, terutama dalam rangka penanganan penyebaran covid-19 di Kota dan Kabupaten Pekalongan. LAZIS Jateng cabang Pekalongan menyalurkan sejumlah bantuan paket sembako untuk masyarakat terdampak yang sedang melaksanakan isolasi mandiri di kediamannya masing-masing. Paket sembako berisi beras, susu kotak, APD, serta buah-buahan.

- 4). Bidang Dakwah, LAZIS Jateng cabang Pekalongan menyalurkan bantuan berupa Al-qur'an yang dikemas dalam program 'Rumah Qur'an', kemudian juga melaksanakan renovasi sejumlah Mushola sesuai dengan keinginan donatur, dan mengadakan program Suka Cita Maulid (Gembirakan Lansia, Yatim dan Balita).

Sepanjang tahun 2020 dari bulan Januari - bulan Desember, LAZIS

Jateng cabang Pekalongan telah mendistribusikan bantuan program dengan total 137.692 penerima manfaat di wilayah Jawa Tengah.

Dengan rincian sebagai berikut:

Program Pendidikan sebanyak 7.019 jiwa

Program Kesehatan sebanyak 777 jiwa

Program Ekonomi sebanyak 493 jiwa

Program Sosial Kemanusiaan sebanyak 90.443 jiwa

Program Dakwah dan Keagamaan sebanyak 5.805 jiwa

Program Lainnya sebanyak 33.155 jiwa

Tabel 1: Laporan Program & Pendistribusian Lazis Jateng Pekalongan Januari 2021

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	65 santri	Rumah Qur'an Lubabah Al kubro Terletak di jl.binagriya raya GG gelatik no. 27 Tota
2	Santunan Jompo Dhuafa	34 orang	4 titik penyaluran se kota Pekalongan (panjang, Slamaran, krapyak, Wiradesa, Pakis Putih)
3	Beasiswa Anak yatim	27 anak	Kota/Kabupaten Pekalongan dan sampe daerah Ulujami Pemalang.
4	Beasiswa Prestasi	15 anak SD/SMP/ SMA/SMK	Kota Pekalongan
5	Aksi Jumat Berbagi	40 orang	Kota Pekalongan

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
6	Aksi Peduli Banjir Pekalongan	75 KK	Clumprit-Degayu Kota Pekalongan
7	Support Kafalah Guru TPQ	9 orang	TPQ Bendan
8	Renovasi Rumah	1 orang (Pak Yani)	Pekalongan

Tabel 2: Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan Februari 2021

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	65 santri	Rumah Qur'an Lubabah Al kubro Terletak di jl.binagriya raya GG gelatik no. 27 Tota
2	Santunan Jompo Dhuafa	34 orang	8 titik penyaluran se kota kabupaten (pemalang, Bumirejo, slamaran, krapyak,bandengan Wiradesa, Pakis Putih,kertijayan)
3	Pendampingan Belajar (Pijar)	15 anak	Bumirejo Kota Pekalongan
4	Beasiswa Prestasi dan Yatim	42 anak sebagian besar anak anak penerima beasiswa ini adalah yatim dhuafa	Kota Pekalongan
5	Program Kesehatan	1 anak	Kota Pekalongan
6	Aksi Peduli Banjir Pekalongan	493 jiwa	5 titik se-Kota Pekalongan

Tabel 3: Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan Maret 2021

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	65 santri	Rumah Qur'an Lubabah Al kubro Terletak di Jl.Binagriya Raya GG Gelatik No. 27 Tota
2	Santunan Jompo Dhuafa	30 orang	8 titik penyaluran se Kota Kabupaten (Pemalang, Bumirejo, Slamaran, Krapyak, Bandengan Wiradesa, Pakis Putih, Kertijayan)
3	Pendampingan Belajar (Pijar)	60 anak	Bumirejo Kota Pekalongan
4	Beasiswa Prestasi dan Yatim	42 anak sebagian besar anak anak penerima beasiswa ini adalah yatim dhuafa	Kota Pekalongan
5	Program Kesehatan	1 anak	Kota Pekalongan
6	Aksi Jumat Berbagi	40 jiwa	Bumirejo Kota Pekalongan

Tabel 4: Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan April 2021

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	44 santri	Rumah Qur'an Lubabah Al kubro Terletak di jl.binagriya raya GG gelatik no. 27 Tota
2	Santunan Jompo Dhuafa	51 orang	8 titik penyaluran se kota kabupaten (pemalang, Bumirejo, Slamaran, Krpyak, Bandengan Wiradesa, Pakis Putih,kertijayan)
3	Pendampingan Belajar (Pijar)	60 anak	Bumirejo Kota Pekalongan
4	Beasiswa Prestasi dan Yatim	42 anak sebagian besar anak anak penerima beasiswa ini adalah yatim dhuafa	Kota Pekalongan
5	Berbagi Takjil	120 Jiwa	Kota Pekalongan
6	Berbuka dan Sahur	100 jiwa	Kota Pekalongan
7	Santunan Yatim	35 Jiwa	Kota Pekalongan

Tabel 5: Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan bulan Mei/Program Ramadhan 2021

No	Program/pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat
1	Berbagi sahur dan Berbuka	503 jiwa
2	Kado lebaran yatim	204 orang
3	Zakat fitrah	592 orang

No	Program/pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat
4	Fidyah	393 orang
5	Berbagi Alquran dan Mukena	26 orang
6	Bingkisan Lebaran	24 orang
7	THR yatim dan dhuafa	52 orang

Tabel 6: Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan bulan Juni 2021

No	Program/pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	60 orang	Rumah Qur'an Lubabah Al kubro Terletak di jl.binagriya raya GG gelatik no. 27 Tota
2	Beasiswa tepat terpadu	40 orang	Kota Pekalongan
3	Cinta jompo difabel	33 anak	5 titik penyaluran di Kota/Kabupaten Pekalongan
4	Bimbingan belajar 'pijar insan cendekia'	60 anak	Kota Pekalongan
5	Renovasi Mushola	1 buah	Kota Pekalongan

Tabel 7: Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan bulan Juli 2021

No	Program/pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	60 orang	Rumah Qur'an Lubabah Al Kubro terletak di Jl.Binagriya Raya GG Gelatik No. 27 Tota

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/ Penerima Manfaat	Tempat
2	Basiswa tepat terpadu	37 orang	Kota Pekalongan
3	Peduli dampak covid-19	25 jiwa	Kelurahan Pringrejo Kota Pekalongan
4	Seragam baru untuk anak dhuafa	182 jiwa	Kota Pekalongan

Tabel 8 :Laporan Program dan Pendistribusian LAZIS Jateng
Pekalongan September 2021

No	Program/ pendistribusian	Sasaran/Penerima Manfaat	Tempat
1	Rumah Qur'an	60 orang	Rumah Qur'an Lubabah Al kubro Terletak di Jl.Binagriya Raya Gg Gelatik No. 27 Tota
2	Basiswa tepat terpadu	36 orang	Kota Pekalongan
3	Support dakwah	230 orang	5 titik penyaluran di Kota/ Kabupaten Pekalongan
4	Sembako Kepedulian	14 orang	Kota Pekalongan
5	Renovasi Mushola	30 buah	Kota Pekalongan
6	Pijar insan genius	45 orang	Kota Pekalongan

Data yang tertera dari tabel diatas diambil dari informasi yang terdapat di akun instagram LAZIS Jateng cabang Pekalongan. Melihat data tersebut, artinya LAZIS Jateng cabang Pekalongan telah berperan dalam mensejahterakan masyarakat di sekitar Pekalongan pada masa pandemi covid-19. Peran dana ZIS sudah sedikit banyak menolong

masyarakat yang membutuhkan di masa pandemi covid-19. Sasaran penerima manfaat pun kebanyakan adalah mereka yang memang benar-benar memerlukan, seperti anak-anak yatim, lansia, dan orang yang tidak mampu secara ekonomi. Dan itu artinya, LAZIS Jateng cabang Pekalongan telah meneriapkan nilai-nilai keadilan dan pemerataan yang memang sangat ditekankan oleh agama Islam.

KESIMPULAN

Simpulan penelitian ini bahwa yang pertama, LAZIS Jateng cabang Pekalongan dalam menjalankan tugas atau amanah sudah menunjukkan peran secara baik terutama dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah. Kedua, banyak program yang dijalankan bertujuan membantu perekonomian masyarakat di masa pandemi covid-19. Ketiga, dana ZIS sudah disalurkan secara merata kepada yang berhak menerimanya dengan prinsip keadilan. Keempat, banyak bidang yang disasar oleh LAZIS Jateng cabang Pekalongan, sehingga penguatan kesejahteraan masyarakat, tidak hanya bertumpu pada pemberdayaan ekonomi, namun juga pada bidang pendidikan, sosial, dakwah dan kesehatan. Secara umum, peran dana ZIS sudah dapat mensejahterakan masyarakat khususnya masyarakat Pekalongan, meskipun tentu saja belum semuanya bisa terjangkau.

SARAN

Untuk meningkatkan peran dan manfaat dirasa perlu melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. LAZIS Jateng cabang Pekalongan terus melakukan penggalangan dana dari masyarakat.
2. Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga dan stakeholder sebagai pintu masuk sosialisasi program kegiatan.
3. Meningkatkan penyaluran dana zakat produktif bagi masyarakat
4. Merintis dan mengembangkan usaha warga bermitra dengan LAZIS

Jateng cabang Pekalongan, misalnya penyediaan paket aqiqah, hewan qurban, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2018). *Dasar Hukum Zakat : Al-Qur'an*. Baznaskabserang.or.Id. <https://baznaskabserang.or.id/dasar-hukum-zakat-al-quran/>
- Anam, M. C. (2011). *Analisis Strategi Pemberdayaan Zakat, Infaq, dan Shodaqooh di KJKS BMT Fastabiq Pati terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ummat*. <http://eprints.uanl.mx/5481/1/1020149995.PDF>
- Atabik, A. (2015). peranan zakat dalam pengentasann kemiskinan. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(2), 344.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif : Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer*. Rajawali Perss.
- Djunaid Ghany & Fauzan Al-Mansyur. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar Ruzz Media.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik* (1st ed.). PT Bumi Aksara.
- Hadrawi, U. (2014). *Fungsi, Tujuan, dan Hakikat Zakat*. NU Online. <https://islam.nu.or.id/post/read/53433/fungsi-tujuan-dan-hakikat-zakat>
- Prastowo, A. (2014). *Memahami Metode-metode Penelitian : Suatu Tinjauan Teoritiss dan Praktis*. Ar Ruzz Media.
- Ria Pangestika. (2020). *ANALISIS PERAN LAZISNU DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKATT PRINGSEWU SKRIPSI* (Vol. 21, Issue 1).
- Ruslan, R. (2006). *Metode penelitian : public relation dan komunikasi*. Rajawali Pers.
- Sibromulisi, M. (2018). *Dasar Kewajiban Zakat dalam Islam*. NU Online. <https://www.nu.or.id/post/read/84887/dasar-kewajiban-zakat-dalam-islam>

- Suwandi, B. dan. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Teguh, M. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Zamzami, M. S. (2014). Zakat dalam sejarah umat pra-kenabian Muhammad. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 8(1), 86-99. <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v8i1.342>

FILANTROPI ZAKAT SOLUSI PEMULIHAN EKONOMI DI MASA PANDEMI COVID-19

Maya Sari Harahap¹, Siti Ena Aisyah Simbolon², Siti Eni Aisyah Simbolon³
IAIN Padangsidempuan¹, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta^{2,3}
Email: maya7654321087@gmail.com¹, sitienaaisyahsbln1000@gmail.com², sitieniaaisyahsbln1000@gmail.com³

Abstract

As the time goes by, the Covid-19 pandemic has been with the people of Indonesia for more than a year since the first case of Covid-19 happened in March 2020. Various policies have been taken by the government to deal with the pandemic. One of the government's policies is to implement social distance to break the chain of the spread of the Covid-19 virus. This policy caused economic problems due to an increasing number of unemployment and poverty. Overcoming the bad effects that occur, zakat can be an option in handling the Covid-19 pandemic. So the purpose of this research is to find out the potential of zakat as a solution to deal with the covid-19 pandemic. This research is literature study. Using data sources through research results, journals, articles and books. The results show that zakat has the potential to be a solution in dealing with the Covid-19 pandemic. The optimal management and distribution of zakat can revive the economy and increase the prosperity in society during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Zakat, Economy, Covid-19*

PENDAHULUAN

Sejak terdeteksi pada 31 Desember 2019 tepatnya di Wuhan, China hingga Oktober 2021 virus yang menyebabkan pandemi Covid-19 masih membersamai manusia di berbagai negara. Pandemi yang merabak hingga ke berbagai dunia ini menjadi permasalahan yang membutuhkan perhatian internasional (Lee, 2020). Penyebaran virus yang cukup cepat

hingga menepa hampir ke seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Indonesia terdeteksi kasus pertama pada tanggal 2 Maret 2020, informasi diperoleh melalui siaran pers Presiden Republik Indonesia Joko Widodo.

Penyebaran total kasus Covid-19 hingga 23 Oktober 2021 di seluruh dunia secara akumulatif 243.730.712 kasus, dengan total kasus yang tidak disembuhkan yang akhirnya berujung pada kematian berjumlah 4.953.385 orang sedangkan pasien yang pulih dari kasus sebanyak 220.854.658 orang. Adapun persentasi penyebaran kasus yang menduduki peringkat pertama adalah Amerika Serikat dengan total kasus aktif sebanyak 9.507.949 kasus. Sedangkan di Indonesia total kasus berjumlah 4.238.594 kasus dengan kasus yang masih aktif sebanyak 15.090 kasus, kemudian total pasien yang pulih berjumlah 4.080.351 dan pasien yang berakhir kepada kematian berjumlah 143.153 orang (Worldometer, 2021).

Seiring dengan menyebarnya virus Covid-19 berdampak terhadap peningkatan persentase kemiskinan di Indonesia. Sebelum terjadi pandemi Covid-19 persentase penduduk miskin sebesar 9,22 persen. Namun angka ini meningkat seiring dengan peningkatan kasus Covid-19. Akumulasi angka penduduk miskin per Maret 2021 di Indonesia berkisar 10,14 persen dengan jumlah penduduk miskin sebanyak 27,54 juta orang. Angka ini telah menurun dari sebelumnya pada September 2020 sebesar 10,19 persen dengan persentase penurunan 0,05 persen dengan total keseluruhan masyarakat miskin sebanyak 27,55 juta orang. Penurunan jumlah penduduk miskin sebesar 0,01 juta jiwa (Statistik, 2021).

Pandemi Covid-19 menimbulkan kekacauan di berbagai sektor, mulai dari kesehatan, ekonomi, pendidikan, keagamaan, sosial serta budaya (Fitriani, 2021). Upaya penanganan pandemi yang dapat memutuskan rantai penularan atau penyebaran virus Covid-19 dengan disahkannya peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar yang dikenal dengan sebutan PSBB. Adanya kebijakan pemerintah menetapkan

PSBB, mengakibatkan ekonomi semakin lesu, pengurangan pekerja, kebangkrutan UMKM, serta dibatasinya jasa transportasi. Akibatnya pendapatan masyarakat kecil menjadi sasarannya (Amanda et al., 2021).

Akumulasi perkembangan per Februari 2021 terdapat 19,10 juta jiwa yang terimbas Covid-19 dengan rincian 1,62 juta jiwa tidak bekerja akibat terdampak Covid-19 kemudian 0,65 juta jiwa merupakan bukan pekerja karena Covid-19. Sementara penduduk tidak bekerja karena Covid-19 berjumlah 1,11 juta jiwa. Adapun penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 sebanyak 15,72 juta jiwa. Di sisi lain yang mendapat kerugian yang paling besar adalah sektor transportasi dan pergudangan yaitu sebesar 0,30 persen (Badan Pusat Statistik (BPS), 2021).

Penanganan yang dapat dilakukan untuk menyeimbangkan perekonomian masyarakat pada masa pandemi Covid-19, tidak cukup dengan mengandalkan kebijakan pemerintah saja. Sehingga perlu adanya kerja sama dari seluruh elemen seperti pemerintah, organisasi sosial dan masyarakat (Amanda et al., 2021). Kesulitan yang negara hadapi membutuhkan sinergi antara seluruh elemen masyarakat. Untuk menghadapi krisis ekonomi yang terjadi filantropi Islam dapat menjadi solusi penyelesaian masalah ini. Zakat, *infaq* dan *shadaqah* (ZIS) sebagai filantropi Islam menjadi pilihan dalam menangani krisis yang terjadi. Kontribusi zakat dapat meningkatkan konsumsi dan produksi mustahik yang menghasilkan keseimbangan permintaan dengan penawaran sehingga dapat memulihkan transaksi ekonomi di masyarakat (Sumadi, 2017).

Salah satu upaya dalam menangani permasalahan pasca pandemi Covid-19 dengan mendayagunakan sumber dana zakat dibawah naungan BAZNAS. Peningkatan distribusi zakat dapat menaikkan persentasi daya beli agregat. Sehingga meningkatnya daya beli berdampak pada peningkatan kegiatan produksi atau penawaran agregat. Hal ini yang

akhirnya memberi peluang untuk dapat meningkatkan pekerjaan dan pajak. Peningkatan pajak dapat meningkatkan dan memperbaiki pendapatan nasional. Memulihnya pendapatan nasional dapat menciptakan infrastruktur publik. Hal ini tentu bernilai positif terhadap kesejahteraan publik (Amanda et al., 2021).

Instrument keuangan sosial Islam (*Islamic Social Finance*) khususnya zakat, infaq dan waqaf dapat membantu pemerintah untuk memulihkan kondisi krisis di masa pandemi Covid-19. Keberhasilan penerapan instrumen ini dapat mengurangi kemiskinan, mempercepat pengembangan UMK serta meningkatkan kesejahteraan merata (Ascarya, 2021). Di sisi lain, hasil penelitian Umar dkk. menunjukkan bahwa kesadaran dan pengetahuan instrumen keuangan sosial Islam berpotensi memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap pengentasan kemiskinan selama pandemi Covid-19 kecuali zakat yang memiliki kontribusi positif yang tidak signifikan. Penelitian ini menunjukkan hasil yang tidak terduga dan tidak biasa bahwa lembaga zakat dan waqaf tidak mampu untuk mengentaskan kemiskinan karena orientasi etika yang buruk (Umar et al., 2021).

Berangkat dari beberapa permasalahan di kala pandemi Covid-19 yang menyebabkan melemahnya kondisi perekonomian, sehingga instrument keuangan sosial Islam sekaligus sebagai filantropi Islam yaitu zakat dapat menjadi pilihan solusi untuk memulihkan keadaan ekonomi. Maka dari itu penting untuk mengetahui kontribusi zakat yang memiliki peran begitu besar untuk mengatasi kekacauan perekonomian di masa pandemi Covid-19.

LANDASAN TEORI

Filantropi Islam

Filantropi Islam merupakan salah satu bentuk kedermawanan dalam Islam yang memiliki tujuan untuk mengentaskan masalah sosial. Salah satu orientasi filantropi Islam adalah mengentaskan masalah kemiskinan

baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Jangka pendek dapat berupa bantuan bersifat konsumtif sedangkan jangka panjang berupa bantuan bersifat produktif untuk pemanfaatan kurun waktu yang panjang sehingga nantinya mampu untuk meningkatkan pendapatan (Rizal & Mukaromah, 2021). Di sisi lain, sebagai negara mayoritas muslim, potensi filantropi Islam sangat besar di Indonesia (Saripudin, 2016).

Konsep filantropi dalam Islam adalah untuk menciptakan kebaikan. Apabila penerapan konsep filantropi Islam ini dapat berjalan dengan baik hal ini dapat menjadi solusi untuk mengurangi kesenjangan sosial yang terjadi di kalangan masyarakat, mewujudkan pemerataan kekayaan antara yang kaya dan miskin serta dapat menurunkan angka kemiskinan. Selain itu keefektifan dalam pendistribusian dana dari filantropi Islam dapat berkontribusi dalam kegiatan perekonomian, meningkatkan daya investasi, produksi dan pendapatan, serta mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan dengan demikian kesejahteraan masyarakat dapat terwujud (Rizal & Mukaromah, 2021).

Ada beberapa bentuk filantropi dalam Islam yaitu zakat, infaq, shadaqah dan wakaf (ziswaq). Ziswaq merupakan salah satu bentuk syiar dalam Islam untuk menumbuhkan kepedulian terhadap sesama. Bentuk keempat filantropi Islam ini memiliki kesamaan yaitu memiliki nilai ibadah, meningkatkan rasa solidaritas di antara masyarakat, mengukuhkan pertalian dan hubungan sosial (Farma & Umuri, 2021). Pendayagunaan dana filantropi ini dapat mewujudkan masyarakat yang tentram, makmur dan sejahtera (Rizal & Mukaromah, 2021).

Melihat permasalahan yang terjadi di kala pandemi Covid-19, filantropi ekonomi Islam efektif memberikan kontribusi untuk menangani permasalahan ekonomi, termasuk permasalahan yang terjadi di kala pandemi Covid-19. Kontribusi tersebut terbagi kepada dua yaitu kontribusi melalui optimalisasi penerapan keuangan sosial dan pengembangan teknologi *financial* berbasis syariah (Harapap, 2020).

Instrumen Ekonomi Islam

Dalam instrumen ekonomi Islam ada beberapa pilar sebagai penunjang sebuah perekonomian diantaranya zakat (Amirudin & Sabiq, 2021). Zakat merupakan bentuk ibadah seorang hamba kepada Allah dengan mengeluarkan harta dengan ketentuan tertentu untuk membersihkan diri dan harta yang dimiliki. Sesudah mengeluarkan zakat berarti seorang hamba telah membersihkan hati dan harta yang dimilikinya (Harisah, Hoironi, Mufidatus Sa'adah, 2021). Pada dasarnya zakat pada suatu perekonomian merupakan sistem keuangan publik dan kebijakan fiskal yang penting untuk diperhatikan dalam sistem ekonomi Islam. Indikator dalam zakat terbagi tiga yaitu daya produksi, laba dan nilai harta. Indikator ini sebagai dasar untuk menentukan dan menerapkan kebijakan (Darmawan & Rina Desiana, 2021).

Salah satu instrumen dalam sistem ekonomi Islam yang menduduki posisi penting yaitu zakat. Adapun manfaat zakat pada sistem ekonomi diantaranya mampu menjadi solusi bagi masyarakat yang kekurangan, menjembatani jurang kesenjangan sosial di masyarakat, mengurangi sosial yang mengacu kepada tindakan kekerasan, pelecehan, pengemis serta perilaku-perilaku menyimpang lainnya dan melancarkan aktivitas ekonomi. Kemampuan zakat dalam meminimalisir tingkat konsumsi dapat menjaga perekonomian masyarakat sehingga mampu untuk mewujudkan pemerataan ekonomi (Darmawan & Rina Desiana, 2021). Ditengah pandemi Covid-19, zakat dapat menjadi solusi bagi pemerintah untuk menangani kendala perekonomian (Amirudin & Sabiq, 2021).

Filantropi Zakat

Memaksimalkan potensi zakat dapat menangani permasalahan perekonomian masyarakat. Yusuf Qardhawy menyebutkan zakat mampu untuk mengentaskan masalah kemiskinan. Penyaluran, pendayagunaan zakat dan pengenalan zakat bertujuan untuk meninggikan golongan

yang termasuk dalam fakir miskin sehingga mampu untuk memperbaiki kualitas hidup ke arah yang lebih baik (Amirudin & Sabiq, 2021). Program pendayagunaan zakat akan mencapai keberhasilan jika ada kerjasama yang baik antara pihak pemerintah, organisasi pengelolaan zakat, serta masyarakat (Darmawan & Rina Desiana, 2021).

Zakat sebagai fundamen dalam suatu negara disebabkan berkontribusi yang diberikan terhadap jaminan sosial dan membantu mewujudkan kesejahteraan kolektif masyarakat serta memperkuat kemampuan ekonomi Muslim. Zakat ini juga salah satu sumber pendapatan utama bagi negara. Secara umum, pendistribusian zakat mendukung pemerintah dalam menyeimbangkan kondisi ekonomi dengan meningkatkan kemampuan pembelian sehingga mampu menurunkan angka kemiskinan (Saad et al., 2014).

Zakat merupakan aspek utama dari penjaminan sosial dalam Islam menjunjung nilai moral, aspek ekonomi, pemerataan dan kenyamanan untuk mengurangi segala keadaan sulit yang melanda. Jaminan sosial ini tercapai dengan cara memastikan kesetaraan dalam distribusi, mendorong investasi dan mengurangi tingkat kemiskinan (Ammani et al., 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini menggunakan penelusuran literatur dalam menjelaskan atau mengungkapkan berbagai macam teori yang relevan dengan topik permasalahan yang diteliti. Peninjauan kepustakaan berupa berbagai sumber bacaan dari penelitian sebelumnya yang mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan penelitian, berbagai jurnal dan artikel serta buku sebagai pendukung hasil penelitian (Creswell, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Problematika Ekonomi Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19

Tatanan kehidupan manusia berubah semenjak munculnya pandemi Covid-19, perubahan ini menyentuh berbagai sektor di antaranya sektor ekonomi. Upaya yang diterapkan pemerintah untuk memutus penyebaran wabah Covid-19 yaitu dengan menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). PSBB bertujuan meminimalisir penyebaran serta memutus rantai penularan virus Covid-19. Penerapan PSBB, pemerintah mengharuskan masyarakat melakukan berbagai kegiatan seperti bekerja dan belajar serta berbagai aktivitas lain dilaksanakan di rumah. Hal inilah yang mengakibatkan perekonomian masyarakat menjadi kacau (Amanda et al., 2021).

Kebijakan untuk menerapkan PSBB, selain diharapkan mampu menanggulangi masalah pandemi Covid-19, namun juga telah memberi dampak terhadap kemerosotan sektor ekonomi. Akibat dari penerapan kebijakan ini banyak perusahaan atau industri yang merumahkan para pekerjanya sehingga banyak tenaga kerja yang pengangguran serta para pedagang yang terpaksa menutup usaha karena terus mengalami kerugian. Selain itu, kebijakan ini juga menyebabkan terjadinya penutupan atau pembatasan berbagai jasa transportasi (Nugraha, 2021).

Berbagai dampak yang terjadi menyebabkan kekacauan ekonomi masyarakat. Pembatasan sosial yang pemerintah terapkan berimbas terhadap penghasilan masyarakat kecil. Penghasilan yang semakin menurun menyebabkan kesulitan dalam memenuhi kehidupan sehari-hari. Selain itu dengan kejadian ini tingkat pengangguran juga semakin meningkat kemudian diikuti dengan peningkatan angka kemiskinan karena tidak memiliki penghasilan (Fitriani, 2021).

Peran Zakat dalam Pemulihan Perekonomian

Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang menyeru untuk mewujudkan persamaan, saling mengasihi, membangun kerja sama, serta mampu menjamin kelestarian manusia. Perintah untuk berzakat dilakukan sebagai sarana penyucian diri dari kebatilan, menumbuhkan sikap saling memahami perasaan satu dengan yang lain, sebagai sarana pemerataan harta yang Allah titipkan diantara umat muslim, serta sebagai wujud bantuan dari hamba-hamba yang memiliki kelebihan harta kepada mereka yang orang-orang fakir yang tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hartanya, dan tidak memiliki daya untuk bekerja. Sehingga dengan demikian, zakat ini juga dapat menjadi sarana mewujudkan ketentraman, sebab mampu meredam rasa kelaparan dari beberapa masyarakat sehingga tidak terjadi berbagai kejahatan atau tindakan penyimpangan (Darmawan & Rina Desiana, 2021).

Sebagai filantropi Islam, zakat mengacu pada berbagai aspek kehidupan di masyarakat yaitu finansial, ekonomi, sosial, politik, moral dan agama. Dalam aspek keuangan, pelaksanaan zakat menjadi kewajiban apabila telah memenuhi ketentuan-ketentuan berdasarkan syariat Islam seperti layaknya pelaksanaan pembayaran pajak. Zakat bertujuan untuk mewujudkan pemerataan sosial ekonomi melalui perintah untuk mengeluarkan zakat dari aghniya kepada mustahik. Melihat dari aspek politik, pengelolaan zakat merupakan kegiatan lembaga yang diberi kewenangan dari pihak pemerintah. Kemudian aspek moral, zakat dapat menumbuhkan rasa kepedulian terhadap orang lain. Adapun aspek agama menjadi bentuk ketaatan kepada Allah yang ketentuannya sudah diatur dalam Al-Qur'an (Nugraha, 2021).

Keberadaan ZIS sangat penting dalam mengatasi dampak pandemi yang terjadi. Bahkan Majelis Ulama Indonesia melirik potensi ini sehingga keluarlah fatwa tentang pemanfaatan zakat, infaq, shadaqah untuk menanggulangi pandemi covid-19. Penunaian zakat kemudian

disalurkan oleh pengurus zakat mampu memacu aktivitas produksi. Penerima zakat akan mempergunakan dana tersebut untuk mencukupi kehidupannya. Adapun zakat akan mewujudkan kesejahteraan masyarakat dalam kegiatan ekonomi. Penyaluran zakat mampu untuk memperlacarkan kegiatan produksi disebabkan permintaan terhadap barang yang meningkat (Nugraha, 2021). Sehingga zakat mampu mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan daya beli masyarakat (Saad et al., 2014).

Dalam konteks global, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) dapat menjalin kerja sama dengan *World Zakat Forum* (WZF). Kerja sama ini dapat mengadvokas peran zakat dalam menangani lemahnya perekonomian negara-negara WZF akibat terdampak Covid-19. Mengacu pada konteks nasional maupun lokal, penyaluran dan pendistribusian zakat OPZ dalam bidang perekonomian dapat dikembangkan ke arah pemberdayaan penerima zakat baru hal ini disebabkan lemahnya pertumbuhan ekonomi global akibat dampak Covid-19 (Puspitasari Gobel, 2020).

Filantropi Zakat Solusi Pemulihan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 yang menerpa Indonesia menyebabkan persentasi jumlah penduduk miskin semakin meningkat. Peningkatan ini akibat dari menurunnya pendapatan masyarakat bahkan banyak dari masyarakat yang kehilangan pekerjaannya. Fenomena ini tidak hanya terjadi di desa, bahkan di kota juga mengalami peningkatan tingkat kemiskinan. Islam telah menetapkan ketentuan pendistribusian zakat terhadap pihak-pihak tertentu yaitu delapan golongan, dua diantaranya adalah fakir dan miskin. Kedua golongan ini membutuhkan perhatian besar dari umat muslim. Perhatian tersebut seperti berbagi sebagian rezeki dalam bentuk makanan maupun uang, memberikan hak orang yang meminta-minta ataupun orang terlantar. Adapun yang enggan untuk memberi makan orang miskin akan Allah beri peringkat sebagai pendusta

agama (Umi Khusnul Khotimah, 2020).

Sesuai dengan syariat Islam, zakat memiliki dua dimensi yaitu ketaatan dan kepedulian sosial. Seiring dengan terjadinya pandemi Covid-19 yang menyebabkan berbagai kepinjangan dalam berbagai lini termasuk ekonomi, hadirnya zakat dapat menjadi solusi. Zakat dapat menjadi solusi sebagai stabilisasi ekonomi, memperbaiki krisis dan keuangan sosial. Pendistribusian zakat yang sesuai sasaran tanpa ada unsur kepentingan tertentu. Hal ini menjadikan masyarakat miskin mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Fitriani, 2021). Selain itu, zakat juga mampu untuk menjaga tingkat konsumsi masyarakat seminimal mungkin. Dengan demikian, perputaran ekonomi dapat terus berjalan untuk mencapai pemerataan ekonomi (Nugraha, 2021).

Zakat mampu untuk menjadi solusi dalam menghadapi lemahnya ekonomi, serta zakat juga mampu untuk memperkecil angka kemiskinan. Kekacauan perekonomian saat ini yang disebabkan wabah Covid-19 mampu diatasi oleh potensi besar dari zakat. Masyarakat yang terkena dampak seperti pemutusan hubungan kerja dapat terbantu dengan adanya kontribusi zakat. Pemanfaatan dana zakat mampu memenuhi kebutuhan hidup serta menjaga stabilitas usaha yang sempat bangkrut akibat adanya wabah yang terjadi (mariyanti, 2021).

Zakat melarang menyimpan uang tunai dan aset yang terabaikan dan mendorong investasi kekayaan yang menguntungkan. Begitu pula bila didistribusikan dengan benar, dana zakat membantu menciptakan lapangan pekerjaan dan memberikan keringanan kepada penerimanya dalam jangka pendek dan berharap mampu tercapai keringanan permanen dan membantu dalam menghemat sebagian pengeluaran pemerintah yang dibayarkan dalam bentuk nasional kepada negara miskin dan pembangunan masyarakat secara umum (Ammani et al., 2014).

Mengingat pentingnya peran dari zakat sehingga perlu untuk memperhatikan cara pengelolaannya. Pengelolaan dana zakat yang tepat

dapat mewujudkan tujuan dari zakat. Mengelola dana zakat secara efektif dan efisien mampu menysasar masyarakat yang membutuhkan agar terlepas dari kemiskinan (mariyanti, 2021). Pengelolaan zakat secara nasioal dikelola oleh BAZNAS yang berperan dalam mengatasi krisis ekonomi efek dari pandemi covid-19. BAZNAS memberikan beberapa program untuk menangani pandemi ini seperti program penyaluran khusus meliputi program darurat kesehatan dan program darurat sosial ekonomi serta program penyaluran pengamanan program-program *existing*.

Melalui survei yang telah BAZNAS laksanakan terkait parsepsi publik terhadap BAZNAS dalam penanganan pandemi Covid-19, menyatakan masyarakat memberi penilaian sangat baik. Artinya masyarakat memberi respon sangat baik terhadap penyaluran ataupun pendistribusian ZIS yang BASNAS relaisasikan. Selain itu kinerja BAZNAS mendapat penilaian yang sangat memuaskan dari masyarakat. Sehingga berimplikasi secara baik terhadap dampak penanganan Covid-19 dengan menerapkan prinsip amanah, menysasar kepada pihak yang membutuhkan, menjangkau masyarakat yang tentan terdampak, pengaksesan yang mudah dilakukan dengan mematuhi protokol kesehatan covid-19, serta merelaisasi degan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah Islam tanpa ada unsur kepentingan pihak-pihak tertentu. Kontribusi BAZNAS mampu untuk mewujudkan pemerataan ekonomi masyarakat di Indonesia, khususnya dalam menghadapi krisis pada masa pandemi covid-19(Puskasbaznas, 2020).

Senada dengan BAZNAS, melalui penelitian Ascaya menunjukkan keuangan sosial Islam dengan instrumen khususnya, zakat, infaq, dan waqaf dapat membantu pemerintah dan perekonomian untuk memulihkan dari krisis yang terjadi. Keberhasilan penerapan keuangan sosial islam dapat mengurangi kemiskinan, mempercepat pengembangan Usaha Mikro Kecil dan meningkatkan kesejateraan yang merata (Ascarya, 2021). Pengoptimalan keuangan sosial Islam khususnya zakat mampu

meminimalisir krisis pangan yang terjadi pada masa pandemi Covid-19. Pendistribusian dana zakat dalam bentuk bantuan konsumtif seperti bantuan pangan, bantuan dalam bentuk kesehatan dan lain sebagainya. Selain itu pengoptimalan dana zakat dalam jangka panjang dilakukan dalam program pendidikan dan ekonomi (M & Huda, 2021).

Selain itu, pengelolaan filantropi Islam dalam bentuk konsumtif dapat mendorong tingkat kemampuan beli masyarakat sedangkan bentuk produktif dapat memacu produksi usaha dan berinvestasi. Hal ini yang memacu meningkatnya kebutuhan akan tenaga kerja sehingga mengurangi angka pengangguran kemudian ini dapat meningkatkan kesejahteraan. Meningkatnya kesejahteraan masyarakat dapat mendorong menurunnya persentasi kemiskinan di kalangan masyarakat. Sebagai salah satu filantropi Islam, zakat mampu untuk mewujudkan hal tersebut dengan demikian zakat mampu menjadi solusi atas masalah kemiskinan (Rizal & Mukaromah, 2021). Pernyataan ini diperkuat oleh Jureid yang menyatakan instrumen ekonomi syariah yang terbaik yang mampu mewujudkan kesejahteraan adalah dengan zakat (Jureid, 2020).

Potensi zakat yang besar mampu untuk menghadapi gunjangan perekonomian yang terjadi saat ini. Namun realisasi zakat yang diterima BAZNAS belum mampu untuk mengoptimalkan potensi zakat. Penyebab dari realita ini disebabkan kurangnya kesadaran masyarakat muslim untuk menunaikan zakat masing-masing individu dan adanya anggapan bahwa zakat merupakan perihal yang sepele. Sehingga sosialisasi mengenai dana zakat semestinya terus digalakkan (Hafizah, 2021). Adapun strategi yang dapat dilakukan untuk memperkuat sosialisasi mengenai dana zakat yaitu mengoptimalkan peran mesjid sebagai pusat baitul mal dalam masyarakat, literasi mengenai perhitungan zakat, serta menggalakkan gerakan *solidaritu fund* secara nasional (Sa'diyah & Mastur, 2020).

Pengoptimalan peran mesjid menjadi pusat baitul mal dapat dimanfaatkan masyarakat yang ada disekitar mesjid. Untuk itu pengurus

mesjid hendaknya mendaftarkan mesjid sebagai Unit Pengumpul Zakat (UPZ) yang berada dalam pengawaasan Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Adanya perkembangan yang berbasis digital dapat dimanfaatkan masyarakat untuk memudahkan masyarakat membayar zakat secara online. Dengan demikian masyarakat yang terkendala mengakses mesjid atau lembaga zakat untuk membayarkan zakat tetap dapat menunaikan kewajibannya membayar zakat (Hafizah, 2021).

Literasi mengenai perhitungan zakat dapat diperkuat dengan mendirikan sebuah lembaga seperti zakat centre di beberapa mesjid maupun di lembaga perguruan tinggi. Adanya pemberian edukasi ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat muslim akan kewajiban membayar zakat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membayar zakat. Sehingga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki zakat (Hafizah, 2021).

Menggalakkan gerakan *solidarity fund* dilakukan secara nasional. Gerakan ini mesti dipimpin langsung oleh pemimpin negara yaitu Presiden Republik Indonesia. Selain itu dibutuhkan juga dukungan dari seluruh media mainstream nasional atau media sosial resmi pemerintah dan masyarakat. Apabila gerakan ini didukung oleh pemerintah yang dalam hal ini diwakili oleh amil zakat (BAZNAS) dan pemberi zakat (muzakki) hal ini dapat memudahkan dalam penunaianya sehingga pengumpulan dan penyaluran dapat dimaksimalkan untuk masyarakat yang terkena dampak Covid-19(Hafizah, 2021).

Seiring dengan penguatan sosialisasi perihal zakat, literasi masyarakat memberi kontribusi sangat besar. Literasi masyarakat terhadap keberadaan, potensi dan manfaat keuangan sosial Islam serta edukasi masyarakat terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang terkandung dalam keuangan sosial Islam memiliki pengaruh yang sangat besar untuk menjaga kestabilan perekonomian di Indonesia. Optimalisasi keuangan sosial Islam seharusnya terus dilakukan mengingat perannya sangat

penting baik ketika Indonesia sedang dalam kondisi kekacauan ekonomi atau tidak sedang mengalami krisis ekonomi seperti pandemi Covid-19 (M & Huda, 2021).

Mengacu pada hasil berbagai penelitian yang ditemukan, zakat mampu menjadi solusi mengatasi kekacauan di masa pandemi Covid-19. Pendistribusian zakat yang optimal mampu memulihkan kelesuan ekonomi dengan menurunkan persentasi kemiskinan dan pengangguran yang terjadi di masa pandemi Covid-19. Menurunnya angka kemiskinan dan angka pengangguran dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga filantropi zakat mampu menjadi solusi pemulihan perekonomian di masa pandemi Covid-19.

PENUTUP

Potensi besar zakat mampu menjadi solusi untuk menangani pandemi covid-19 yang melanda Indonesia. Zakat memiliki dampak positif dalam mengatasi kekacauan perekonomian yang terjadi di Indonesia. Zakat mampu untuk menstabilkan kegiatan konsumsi, produksi dan distribusi ekonomi. Sehingga zakat dapat mewujudkan pemerataan perekonomian. Penyaluran dana zakat yang tepat sasaran dapat menurunkan tingkat kemiskinan dan kesenjangan ekonomi di masyarakat. Memaksimalkan peran, edukasi serta pengoptimalan pengelolaan dan pendistribusian zakat dapat membantu percepatan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kesejahteraan masyarakat di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, G. R., Malihah, F., Indriyastuti, S., Khumairah, N., Tulasmi, T., & Mukti, T. (2021). Pendayagunaan Zakat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 216.
- Amirudin, C., & Sabiq, A. F. (2021). Peran Ziswaf dalam Memulihkan Ekonomi Umat Akibat Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal BAABU*

- AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 38.
- Ammani, S. A., Abba, S. A., & Dandago, K. I. (2014). Zakah on Employment Income in Muslims Majority States of Nigeria: Any Cause for Alarm? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164(August), 305–314.
- Ascarya, A. (2021). The role of Islamic social finance during Covid-19 pandemic in Indonesia's economic recovery. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). Februari 2021: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 6,26 persen. *Bps.Go.Id*, 19(37).
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Keempat). Pustaka Pelajar.
- Darmawan, A., & Rina Desiana. (2021). Zakat dan Pemerataan Ekonomi Di Masa Pandemi COVID-19. *Al - Azhar Journal of Islamic Economics*, 3(April), 12–24.
- Farma, J., & Umuri, K. (2021). FILANTROPI ISLAM DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT. *JEIPS: Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 2021.
- Fitriani, H. (2021). Kontribusi Zakat Sebagai Solusi Menghadapi Krisis Ekonomi Dan Keuangan Sosial Islam Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, 1(1), 90–105.
- Hafizah, G. D. (2021). Peran Ekonomi Dan Keuangan Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Likuid*, 1(1), 55–64.
- Harapap, Y. R. dkk. (2020). Efektivitas Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona-19. *JISFIM (Journal of Islamic Social Finance Management)*, 1(1), 79–87.
- Harisah, Hoironi, Mufidatus Sa'adah, A. J. (2021). Peran zakat dalam pemulihan ekonomi saat pandemi covid-19. *Syar'ie*, 4(1), 54–66.
- Jureid. (2020). Ekonomi Syariah Sebagai Alternatif Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Pada Era Covid-19. *Jurnal Kajian Ekonomi*

- Dan Kebijakan Publik*, 5(2), 224-236.
- Lee. (2020). Wuhan Novel coronavirus (COVID-19): why global is challenging? *Public Health, January*, 19-21.
- M, I. S., & Huda, N. (2021). Islamic Social Finance Optimization For Economic Growth (Covid 19 In Indonesia). *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 1-12.
- Mariyanti, tatik. (2021). Sosialisasi Peranan Zakat Dalam Menghadapi Masa Pandemi Covid-19 Pada Pengusaha Muslim di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 3(01), 41-45.
- Nugraha, D. H. (2021). ANALISIS PERAN ZAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 88-102.
- Puskasbaznas. (2020). Survei Persepsi Publik terhadap BAZNAS dalam Penanganan COVID-19. In *Www.Baznas.Go.Id*.
- Puspitasari Gobel, Y. (2020). Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Mengkombinasikan Model Filantropi Islam Dan Ndeas Model. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 209-223.
- Rizal, F., & Mukaromah, H. (2021). Filantropi Islam Solusi Atas Masalah Kemiskinan Akibat Pandemi Covid-19. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 3(1), 35-66.
- Sa'diyah, D. F., & Mastur, M. (2020). Strategi Pembangunan Ekonomi Syariah Di Masa Covid-19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 7(2), 169-180.
- Saad, R. A. J., Aziz, N. M. A., & Sawandi, N. (2014). Islamic Accountability Framework in the Zakat Funds Management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 164(August), 508-515.
- Saripudin, U. (2016). Filantropi Islam dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 4(2), 165-185.
- Statistik, B. P. (2021). STATISTIK Profil Kemiskinan di Indonesia. *Profil*

Kemiskinan Di Indonesia Maret, 07(56), 1-12.

- Sumadi, S. (2017). Optimalisasi Potensi Dana Zakat, Infaq, Sadaqah Dalam Pemerataan Ekonomi Di Kabupaten Sukoharjo (Studi Kasus di Badan Amil Zakat Daerah Kab. Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 16.
- Umar, U. H., Baita, A. J., Haron, M. H. Bin, & Kabiru, S. H. K. (2021). The potential of Islamic social finance to alleviate poverty in the era of COVID-19: the moderating effect of ethical orientation. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- Umi Khusnul Khotimah. (2020). Filantropi Zakat: Solusi Stabilitas Ekonomi Syariah di Tengah Pandemi covid 19. *AlMizan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(2), 35-55.
- Worldometer. (2021). *Report Coronavirus Cases*. Www.worldometers.info.

PERAN *E-COMMERCE* DALAM PENGUATAN UMKM DI ERA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada UMKM Makanan Halal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)

Muhammad Zulfikar Yusuf, Hasnaul Afifah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

mzulfikary@gmail.com, hasnaula@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the Indonesian economy. The contribution of MSMEs to the Indonesian economy includes the ability to absorb a total workforce that reaches 117 million or around 97% of the total workforce in Indonesia and can raise a total investment fund of up to 60.4%. In March 2020, Indonesia's economic conditions began to change with the arrival of the Covid-19 virus. Various policies were taken to reduce the number of Covid-19, causing workers to work from home and reducing social mobility. The number of MSMEs affected by Covid-19 is evidenced by reduced consumers, decreased production, to sales that are at a loss because no one is buying. The purpose of this paper is to describe the role of e-commerce in strengthening MSMEs during the Covid-19 pandemic. The method used is descriptive qualitative by using interviews and literature study. The results of this study indicate that e-commerce has an important role in helping MSMEs to sell their products and maintain their business during a pandemic that caused the economy to collapse.

Keywords: *UMKM, Covid-19, E-commerce*

PENDAHULUAN

Corona virus disease-19 atau yang merupakan singkatan dari Covid-19 adalah virus yang banyak menjangkiti manusia dan hewan dan

memberikan dampak bagi berbagai sektor kehidupan. Virus ini pertama kali muncul di Wuhan, China pada akhir tahun 2019 yang hingga saat ini, Covid-19 telah menginfeksi masyarakat di berbagai belahan negara di seluruh dunia dengan jumlah 235.673.032 jiwa dan total kematian mencapai 4.814.651 jiwa (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2021b). Di Indonesia sendiri, kasus Covid-19 pertama kali terkonfirmasi pada 2 Maret 2020, hingga saat ini pemangku kebijakan telah melakukan berbagai macam upaya untuk mengantisipasi gelombang virus serta menghentikan laju persebaran Covid-19. Mulai dari kebijakan pada masa *new normal*, *social distancing* atau *physical distancing*, WFH, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat dari level satu (1) sampai dengan level empat (4) hingga berbagai program percepatan vaksinasi bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Penularan virus yang begitu cepat memberikan dampak cukup besar bagi seluruh aktivitas kehidupan, mulai dari kegiatan ekonomi, rutinitas ibadah, mobilitas sosial. Pada sektor ekonomi, Covid-19 mempengaruhi tiga hal, yaitu (1) berpengaruh pada aktivitas produksi secara langsung, (2) menciptakan gangguan pada alur distribusi dalam rantai pasar, dan (3) berdampak pada kondisi finansial perusahaan dan pasar (Maital & Barzani, 2020). Organisasi keuangan dunia, *International Monetary Fund* (IMF) menyatakan bahwa Covid-19 telah berdampak pada runtuhnya stabilitas perekonomian dunia dan ditandai dengan terjadinya resesi di berbagai negara (Arianto, 2021). Secara beruntun, ekonomi Indonesia pada triwulan II, III dan IV berkontraksi pada angka 5,3%, 3,2%, dan 2,2% (Bappenas, 2021).

Di Negara Indonesia dampak yang ditimbulkan paling besar dan yang paling terpuak dengan adanya Covid-19 adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini dapat dipahami, sebab sektor UMKM merupakan kontributor terbesar dan pilar paling penting bagi perjalanan ekonomi Indonesia kedepan. Mengacu pada

data yang dirilis oleh Kemenkopukm, total seluruh jumlah UMKM saat ini telah mencapai angka 64.2 juta yang berkontribusi terhadap PDB dengan persentase sebesar 61,07% atau sekitar 8.573,89 triliun rupiah. UMKM sebagai kontributor terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap total seluruh tenaga kerja yang mencapai 117 juta atau sekitar 97% dari total angkatan kerja di Indonesia dan mampu menghimpun total dana investasi hingga 60,4%. UMKM telah terbukti menjadi tulang punggung dan penggerak ekonomi Indonesia, hal ini dibuktikan dengan berbagai krisis yang telah dilewati ketika mengalami krisis ekonomi pada tahun 1998 dan 2008 (Indarti, 2018).

UMKM menjadi faktor kunci pemulihan krisis dan mampu menyerap tenaga kerja yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia, dibuktikan dengan ketika perusahaan besar banyak yang lesu hingga bangkrut. Covid-19 telah menghantam dan memporak-porandakan UMKM karena mobilitas masyarakat terbatas hingga berdampak pada turunnya permintaan dari konsumen secara signifikan. Dampak ini semakin parah dengan berbagai kebijakan yang harus dikeluarkan oleh pemerintah untuk menghambat laju persebaran virus seperti PSBB Ketat hingga PPKM Darurat (Azizah et al., 2020). Aktivitas yang serba terbatas mengakibatkan UMKM dipaksa untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Salah satu penyokong yang paling berdampak pada proses pemulihan UMKM adalah *e-commerce*. Platform digital yang berkembang kian pesat juga turut andil dalam proses percepatan pemulihan ekonomi UMKM. *E-commerce* berperan penting dalam menaikkan kembali omzet pendapatan UMKM yang sempat mengalami kerugian banyak (Alfin, 2021).

LANDASAN TEORI

UMKM

Jika merujuk pada UU No. 20 Th 2008 tentang UMKM, UMKM sendiri dapat diartikan sebagai usaha ekonomi yang produktif dan dapat

berdiri dengan sendiri yang usaha tersebut merupakan milik individu/ perorangan dan bukan milik dari anak perusahaan tertentu lain, yang dimiliki, atau dikuasai oleh usaha lain baik kecil, menengah, ataupun besar. Sebab paling tidak UMKM memiliki beberapa asas penting yang dijadikan sebagai value dalam mendirikan dan menjalankan UMKM, antara lain: berasas pada kekeluargaan, membuka ruang demokrasi bagi ekonomi rakyat, bersifat *sustainable*, serta memiliki keluasan ilmu berkaitan dengan lingkungan yang menjaga keseimbangan kemajuan dan pembangunan ekonomi nasional berdasarkan pada ekonomi yang berkeadilan.

Beberapa macam yang menjadi kriteria dari UMKM adalah:

1. Usaha Mikro yang memiliki total kekayaan bersih dengan paling banyak mencapai 50 juta rupiah (tidak termasuk bangunan/ tanah), serta memiliki penghasilan tahunan dari usaha yang dimiliki yang tidak melebihi 300 juta rupiah. Sedangkan Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki total kekayaan bersih yang berada pada kisaran 50 juta rupiah sampai dengan 500 juta rupiah (tidak termasuk tanah/ bangunan), serta memiliki penghasilan tahunan dari usaha yang dimiliki yang berada pada kisaran 300 juta rupiah sampai dengan 2,5 miliar rupiah. Adapun Usaha Menengah adalah usaha yang memiliki total kekayaan bersih yang berada pada kisaran 500 juta rupiah sampai dengan 10 miliar rupiah (tidak termasuk tanah/ bangunan), serta memiliki penghasilan tahunan dari usaha yang dimiliki pada kisaran 2,5 miliar rupiah sampai dengan 50 miliar rupiah.

Industri Makanan Halal

Industri halal seringkali dikaitkan dengan suatu usaha yang bertujuan untuk menghasilkan produk baik dari barang maupun jasa yang sesuai dengan ketentuan disyariatkannya agama Islam (syariat). Definisi ini muncul sebab permintaan akan produk barang dan jasa halal

mulai meningkat. Secara definitif, industri halal terbagi menjadi dua kata, yaitu industri dan halal. Menurut KBBI, kata industri mempunyai makna kegiatan yang didalamnya terdapat proses atau pengolahan barang dengan menggunakan berbagai sarana dan peralatan yang dimiliki. Sedangkan, kata halal disadur dari bahasa arab yang dapat diartikan sebagai mubah (boleh) yang tidak dilarang oleh syariat. Dengan hal ini industri halal menjadi suatu kegiatan produksi barang dan jasa yang menggunakan sarana dan prasarana dibolehkan oleh syariat (Sukoso et al., 2020).

Industri halal telah menjadi primadona baru bagi kemajuan perekonomian dunia yang ditandai dengan berkembang pesatnya permintaan akan produk halal. Dalam laporan State of the Global Islamic Economy Report menunjukkan bahwa terjadi peningkatan permintaan oleh konsumen muslim dunia akan produk dan layanan khusus berdasarkan prinsip yang sesuai dengan syariah (Thomson Reuters, 2019). Selain itu, pertumbuhan ekonomi dan industri halal ini ditopang beberapa faktor pendorong utama, antara lain peningkatan populasi muslim dunia, meningkatnya minat dan kepatuhan masyarakat muslim terhadap etika dan nilai-nilai Islami, juga terlibatnya berbagai perusahaan berskala multinasional dan investor global yang berkelanjutan, serta dedikasi negara-negara di dunia dalam mengembangkan strategi nasional melalui produk halal. Potret ini menggambarkan bahwa industri halal tidak lagi menjadi bagian dari pelengkap negara, tetapi telah naik tahap menjadi bagian penting dalam pembangunan perekonomian suatu bangsa (Thomson Reuters, 2019).

Salah satu yang menjadi bagian dari industri halal adalah sektor makanan dan minuman halal, hal ini merupakan kebutuhan pokok paling banyak mendapatkan perhatian baik dari sisi konsumen maupun produsen, karena merupakan kebutuhan utama bagi setiap elemen masyarakat. Produksi dan konsumsi makanan dan minuman

halal diperintahkan di dalam Al-Qur'an pada surat Al-Baqarah (2) ayat 168, ayat ini menjadi anjuran bagi seluruh umat manusia dengan mengkonsumsi makanan yang baik dan halal. Termasuk untuk umat muslim yang diwajibkan untuk mengkonsumsi produk halal karena merupakan bagian dari bentuk ketaatan terhadap hukum Islam.

E-commerce

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh sebagian masyarakat telah banyak menggunakan bisnis dan perdagangan elektronik (*e-business*). Kondisi ini tentu sebuah keharusan untuk tetap beradaptasi dengan kemajuan zaman dan teknologi, terlebih di era pandemi Covid-19 seperti saat ini yang mengharuskan masyarakat untuk mengurangi mobilitas sosial. Salah satu bagian dari *e-business* memiliki hubungan erat dengan aktivitas perdagangan barang dan jasa melalui koneksi internet adalah *electronic commerce (e-commerce)* (Ayu & Lahmi, 2020). *E-commerce* identik dengan aktivitas jual beli melalui internet, tetapi *e-commerce* juga memiliki fitur lain yang juga banyak dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat, seperti periklanan, pemasaran, hingga pengiriman dan pembayaran. Fitur-fitur ini kemudian menjadi fasilitas yang banyak digunakan untuk mempermudah aktivitas ekonomi sebab memangkas banyak biaya operasional untuk kegiatan perdagangan (Ayu & Lahmi, 2020).

E-commerce sendiri memiliki tiga jenis utama, antara lain: (1) *Consumer to Business (C2B) E-commerce*, yang merupakan jual beli dari *e-commerce* dan dilakukan diantara dua pihak, konsumen kepada perusahaan. Aktivitas ini biasanya dilakukan oleh individu yang menawarkan jasanya kepada perusahaan. Jenis selanjutnya (2) *Business to Business (B2B) E-commerce*, yang merupakan jual beli dari *e-commerce* dan dilakukan diantara dua pihak yang sama-sama memiliki kepentingan, antara pebisnis dan pebisnis maupun pengusaha dan pengusaha. Dan

yang terakhir (3) *Consumer to Consumer (C2C) E-commerce*, yang merupakan kegiatan jual beli dari *e-commerce* dan dilakukan diantara dua pihak, antara konsumen dan konsumen. Umumnya, C2C dilakukan antara penjual dan pembeli melalui aplikasi perantara pihak ketiga, seperti Shopee, Gojek, Grab dan lain sebagainya (Ayu & Lahmi, 2020).

Sampai saat ini, *e-commerce* telah menjadi kebutuhan sekunder berbelanja dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia terkhusus di kota-kota besar yang memiliki jumlah penduduk padat dan mobilitas yang tinggi, seperti Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Malang, Solo, Semarang, hingga Surabaya. *E-commerce* banyak digunakan oleh masyarakat karena kemudahan fasilitas hingga berbagai voucher potongan dan gratis *ongkir* (ongkos kirim), biaya layanan yang murah dan terbilang cukup ekonomis untuk sebagian kalangan masyarakat Indonesia. Pengguna aplikasi *e-commerce* mempermudah masyarakat untuk tidak keluar rumah, pembayaran tidak menggunakan uang tunai melainkan dengan *e-money*.

Covid-19 di Indonesia

Kasus ini terkonfirmasi setelah salah seorang Warga Negara China terdeteksi dan menunjukkan gejala infeksi virus ini. Sejak saat itu virus Covid-19 mewabah di seluruh dunia dan termasuk Indonesia, yang oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dinyatakan resmi sebagai pandemi global. Hingga saat ini, masyarakat Indonesia telah terinfeksi dengan jumlah 4.227.932 jiwa dan total kematian mencapai 142.651 jiwa (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2021c), dengan persentase CFR (tingkat fatalitas kasus) mencapai 3.51 % lebih tinggi dari CFR dunia 2.03 %. Secara umum, orang yang telah terpapar Covid-19 akan menunjukkan gejala gangguan pernapasan seperti batuk kering, flu, sesak napas, hingga demam tinggi $\geq 38^{\circ}$ C. Cara penularannya pun bervariasi, mulai dari kontak erat dengan pasien seperti bersentuhan langsung, maupun menular melalui perantara benda yang terkontaminasi dan virus tidak

melihat batasan usia untuk bisa menular.

Kasus seperti lansia, darah tinggi (hipertensi), penyakit jantung koroner, penyakit gula darah (diabetes), penyakit paru-paru (asma berat), penyakit auto imun dan pengobatan kanker, Perokok Aktif, penyakit hati (liver), hingga penyakit gagal ginjal merupakan kondisi di mana lebih rentan dan meningkatkan resiko sakit parah (Kementerian Kesehatan, 2021). Sampai dengan saat ini, berbagai macam upaya telah dilakukan pemangku kebijakan untuk mengendalikan penyebaran Covid-19. Selain dengan imbauan menerapkan *prokes* 5M, pemerintah juga sedang menggalakkan program vaksinasi untuk seluruh masyarakat Indonesia. Menurut Kementerian Kesehatan, vaksin adalah produk biologi yang berisi antigen berupa produk mikroorganisme yang sudah mati atau dilemahkan dan kemudian diolah agar menjadi imun terhadap suatu penyakit.

Vaksin dinilai sebagai salah satu upaya untuk menghentikan penyebaran virus dengan membentuk kekebalan tubuh dan telah direkomendasikan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) melalui *International Health Regulation* pada tahun 2005 (Jose, 2021). Adapun macam-macam vaksin yang digunakan di Indonesia antara lain Novavax, Pfizer, Moderna, Sinopharm, dan yang paling banyak AstraZeneca dan Sinovac (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2021a). Beberapa kelompok prioritas yang diutamakan untuk mendapatkan vaksin terlebih dahulu mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 84 Tahun 2020 antara lain tenaga kesehatan, POLRI, TNI, aparat hukum, tokoh publik, pelaku kegiatan ekonomi, perangkat daerah, tenaga pengajar, masyarakat rentan dan bekerja di ruang publik. Lonjakan kasus yang tinggi, kebijakan diterapkan oleh pemerintah untuk mengurangi mobilitas penduduk dengan menetapkan PPKM Darurat khusus daerah Jawa-Bali dalam kurun waktu 3 hingga 20 Juli 2021. Berkaca dari lonjakan kasus pertama awal Covid-19, pemerintah dan masyarakat mesti belajar bahwa kasus ini akan terus meningkat jika dihiraukan begitu saja dan tidak ditangani dengan serius.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan menggunakan wawancara dan studi pustaka. Wawancara (*personal interview*) dilakukan oleh peneliti dan narasumber yang memiliki informasi yang diinginkan oleh peneliti. Sebelum melakukan wawancara, peneliti meminta izin kepada narasumber untuk sesi wawancara akan direkam oleh peneliti, dan jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tak terstruktur. Menurut Moleong (2018) wawancara tak terstruktur digunakan untuk menemukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal.

Teknik pengambilan narasumber penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan narasumber berdasarkan dari kriteria UMKM produk makanan atau minuman halal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta kelas menengah kebawah dan menggunakan aplikasi *e-commerce*. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan studi pustaka yang digunakan dalam mengumpulkan informasi-informasi dan data-data, baik berupa buku, jurnal, majalah, media cetak, internet, maupun publikasi ilmiah lainnya. Studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang mengacu pada informasi yang ada pada seseorang, selain peneliti yang juga melakukan studi saat ini (Sekaran & Bougie, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 telah memporak-porandakan wajah dunia. Berbagai sektor kehidupan yang banyak menopang kebutuhan masyarakat seketika kolaps saat Covid-19 menghantam. Pandemi terbesar abad 21 ini telah berhasil mengguncang dunia dengan berbagai efek yang ditimbulkan. Seluruh sisi kehidupan mulai dari sosial, politik, agama, budaya, hingga ekonomi menjadi runtuh tak berdaya. Indonesia termasuk negara dari sekian banyak negara di dunia yang terdampak akibat pandemi Covid-19.

Pandemi Covid-19 berpengaruh terhadap meningkatnya tingkat pengangguran. Wabah ini menyebabkan kegiatan perekonomian menjadi terhambat sebagai akibat dari banyaknya perusahaan yang tutup dan berhenti sejenak. Akibatnya, banyak perusahaan yang mempekerjakan karyawannya dari rumah hingga tidak memiliki pemasukan yang cukup. Kondisi seperti ini tentu berdampak pada Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Dalam skala nasional, pengangguran juga berdampak pada melemahnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dan berakibat pada meningkatnya defisit anggaran negara (Indayani & Hartono, 2020). Dan yang lebih jauh, pengangguran tentu berdampak pada meningkatnya angka kemiskinan sebagai akibat dari hilangnya pekerjaan.

Sektor yang paling dirasakan dampaknya bagi rakyat Indonesia adalah pada sektor ekonomi. UMKM menjadi bagian dari sektor ekonomi yang paling terdampak dari adanya Covid-19. Sebab UMKM merupakan kontributor paling besar bagi perjalanan ekonomi Indonesia. Jumlah unit usaha yang dimiliki, sumbangan yang diberikan untuk Produk Domestik Bruto, serapan tenaga kerja, termasuk berbagai kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas ekspor dan juga investasi yang menunjang perekonomian Indonesia sebagian besar disumbangkan oleh UMKM (Thaha, 2020).

Kegiatan UMKM sebelum adanya pandemi Covid-19 sangatlah berbeda dengan pasca munculnya virus ini. Dibuktikan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19, UMKM berjalan dengan lancar dan keuntungan penjualan yang stabil. Namun, setelah munculnya pandemi Covid-19, terdapat banyak UMKM yang terkena dampaknya antara lain penjualan yang berkurang dan keuntungan yang menurun drastis (Azizah et al., 2020). UMKM berjalan tetapi tidak ada keuntungan yang didapatkan dan justru mengalami kerugian akibat memproduksi namun tidak ada konsumen yang membeli. Kondisi ini merupakan salah satu akibat dari anjloknya penurunan perekonomian di Indonesia serta

banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan karena mengalami PHK di kantor ia bekerja sebelumnya. Adanya pandemi menyebabkan pelaku UMKM sangat terpukul dengan kondisi seperti ini, termasuk UMKM Makanan Halal yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Namun, salah satu cara untuk tetap mempertahankan usaha yang telah dijalankan di tengah anjloknya perekonomian adalah beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang menjangkau lebih banyak konsumen dan pasar yang lebih luas (Hardilawati, 2020). Kemajuan teknologi yang memanfaatkan *e-commerce* akan sangat membantu jalannya usaha, termasuk penggunaan digital marketing dengan melakukan berbagai inovasi kreatif akan menarik pelanggan untuk terus menjadi konsumen. Maraknya penjualan online yang bekerjasama dengan *e-commerce* yaitu *gofood*, *grabfood*, dan *shopee food* ternyata berpengaruh dengan penjualan UMKM Makanan Halal di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di berbagai kabupaten dan kota yang dimiliki.

Hal inilah yang juga dilakukan UMKM di berbagai kabupaten dan kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan hasil wawancara yang kami rangkum. Wawancara kepada UMKM Makanan Halal telah dilakukan di lima kabupaten dan kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebelum melakukan wawancara, peneliti meminta izin kepada narasumber untuk direkam agar informasi tersebut bisa didengarkan ulang oleh peneliti dan tidak terjadi kesalahan pada penulisan.

Wawancara pertama dilakukan di Kota Yogyakarta pada UMKM Ayam Geprek Bu Rahma. Hasil wawancara terhadap narasumber ternyata dengan adanya pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap turunnya penjualan. Apalagi, salah satu sektor UMKM yang paling terdampak dari adanya pandemi Covid-19 adalah pada sektor makanan dan minuman (Thaha, 2020). Selain itu, di dekat lokasi UMKM tersebut juga terdapat sekolah yang biasanya menjadi konsumen UMKM Ayam Geprek.

Namun, pada saat Covid-19 masuk di Indonesia, pembatasan aktivitas dan mobilitas sosial menyebabkan konsumen menjadi berkurang akibat kegiatan belajar yang diadakan dari rumah.

Selama masa-masa awal pandemi Covid-19, Ayam Geprek Bu Rahma mengalami penurunan pendapatan yang drastis. Omzet yang biasanya mencapai 1 juta an rupiah sampai dengan 1,2 juta an rupiah per hari, namun pasca datangnya pandemi Covid-19 menyebabkan omzet menurun drastis yang hanya berkisar pada angka 500 ribuan rupiah sampai dengan 700 ribuan. Terlebih ketika pemberlakuan kebijakan PSBB dan PPKM yang melarang makan di tempat, omzet hanya mencapai sekitar 300 ribuan saja. Belum lagi ditambah dengan biaya sewa ruko yang menjadikan beban biaya usaha mengalami kerugian karena kurangnya pemasukan. Namun, pemasukan dari hasil penjualan dapat meningkat dengan menggunakan e-commerce. Selain karena menjangkau lebih banyak konsumen, *e-commerce* juga menjadi solusi penjualan ketika kebijakan pembatasan aktivitas sosial diterapkan oleh pemerintah. Penjualan *offline* atau *dine in* terbantu oleh penjualan online yang bekerjasama dengan *e-commerce* meskipun keuntungan tidak sama seperti sebelum pandemi Covid-19. *E-commerce* memiliki peran signifikan bagi UMKM dalam membantu penjualan produk di tengah lesunya ekonomi yang terbatas geraknya (Alfin, 2021).

Lokasi wawancara kedua di Kabupaten Bantul yaitu UMKM Uno Dimsum, produk makanan ini menjual dengan aneka varian yang banyak diminati oleh konsumen. Hasil wawancara terhadap narasumber menyebutkan bahwa harga Uno Dimsum sebelum pandemi berbeda dengan pada saat datangnya pandemi Covid-19. Keadaan ini dikarenakan menurun drastisnya konsumen sehingga ia menurunkan harga. Bahkan, ketika Covid-19 mulai masuk pada awal Maret 2020, penurunan pendapatan Uno Dimsum bisa mencapai 50% dari hari biasanya sebelum adanya pandemi Covid-19. Konsumen yang biasanya

menjadi pembeli ketika sebelum Covid-19 datang, mulai berkurang sedikit demi sedikit karena pembatasan sosial. Konsumen juga mulai beralih dengan membeli melalui Uno Dimsum melalui *e-commerce*. Adanya *gofood*, *grabfood*, *shopeefood* sangat membantu penjualan Uno Dimsum yang terbatas karena adanya Covid-19.

Masalah ini bukan hanya dialami UMKM di Provinsi DIY, tetapi juga menyebar di kota-kota besar di Indonesia (Sahputra et al., 2021). Pandemi Covid-19 telah banyak menghasilkan dampak yang sangat luar biasa dengan menurunnya konsumen dan keuntungan penjualan berkurang. Kejadian ini memaksa penjual untuk menurunkan harga karena sepi pembeli. Selain itu, untuk memaksimalkan potensi penjualan yang anjlok, Uno Dimsum juga menggunakan jasa *e-commerce* karena sangat membantu penjualan.

Wawancara yang ketiga dilakukan di Kabupaten Sleman yaitu UMKM Rice Bowl. Berdasarkan hasil wawancara yang kami rangkum, ternyata hal ini sama apa yang dirasakan dengan lokasi pertama dan kedua, dengan menurunnya pendapatan akibat dampak dari pandemi Covid-19. Bahkan dalam satu hari, UMKM Rice Bowl pernah merasakan tidak ada pembeli, sehingga tidak memberikan pemasukan bagi usaha mereka. Untuk memaksimalkan penjualan produk makanan ini, mereka bekerja sama dengan *e-commerce* yang membantu dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan. Disisi lain, salah satu inovasi yang dilakukan UMKM Rice Bowl adalah menggunakan jasa pengiriman seperti Tiki untuk mengirimkan *gosend* makanan dengan harga yang murah. Penggunaan teknologi akan sangat membantu pengenalan produk serta membuka peluang bisnis yang lebih luas (Mumtaz JR, 2021), terlebih di tengah pandemi yang aktivitas ekonomi terbatas.

Peran *e-commerce* bagi penjualan *Rice Bowl* pada masa-masa seperti saat ini sangat berpengaruh terhadap pendapatan. Persentase yang dihasilkan dari penjualan melalui online bahkan mencapai sekitar 75%

dibanding offline yang hanya mencapai 25%. Terlebih, *e-commerce* seperti gofood, grabfood, dan shopeefood menyediakan diskon makanan dan gratis ongkir semakin menambah konsumen yang membeli melalui online. Dengan adanya, *e-commerce*, penjualan Rice Bowl semakin banyak menjangkau pembeli yang tidak bisa membeli karena pandemi Covid-19 yang masih menjamur. Kebijakan PSBB dan PPKM juga menjadi alasan mengapa pendapatan UMKM Rice Bowl menjadi menurun. Namun, seiring berjalannya waktu yang sedikit demi sedikit aktivitas sosial yang mulai dilonggarkan, persentase pendapatan Rice Bowl melalui online dan offline mulai seimbangan kembali. Hal ini tentu berdampak pada pemasukan UMKM Rice Bowl yang mulai meningkat. Pemilik usaha juga menambah pemasukan melalui usaha baru dengan menjual Mie Ayam dan Es Dawet yang juga memanfaatkan *e-commerce* agar menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan tambahan-tambahan produk yang dijual, tentu pendapatan UMKM ini sedikit demi sedikit mulai terangkat pasca hantaman Covid-19 yang melanda perekonomian Indonesia.

Selanjutnya untuk lokasi wawancara keempat di Kabupaten Kulon Progo yaitu UMKM Witako, produk makanan yang menjual takoyaki. Kondisi yang berbeda dirasakan oleh UMKM ini, di masa-masa awal Covid-19 produk yang dijual tidak terlalu banyak menghasilkan dari pandemi ini, melainkan mendapatkan penjualan dan keuntungan yang meningkat. Berdasarkan penuturan narasumber, salah satu penyebab penjualan yang meningkat dikarenakan banyaknya produk disekitar tersebut tutup, dan Witako tetap buka sehingga konsumen beralih ke usaha miliknya. Selain itu, dari penuturan narasumber, salah satu yang menjadi penyebab UMKM Witako ramai pembeli karena banyak orang-orang perkotaan yang kembali ke desa. Terlebih, posisi Kulon Progo posisinya tidak jauh dari Kota Yogyakarta. Dan pada masa-masa awal Covid-19 terjadi banyak PHK yang menyebabkan banyak masyarakat yang kembali ke kampung halaman. Force Majeure (keadaan memaksa)

menjadi alasan perusahaan untuk melakukan PHK (Juaningsih, 2020).

Namun, kebijakan PPKM yang membatasi mobilitas masyarakat dengan mengurangi jam kerja dan aktivitas sosial sehingga menyebabkan penjualan Witako menurun. Witako yang biasanya ramai pembeli pada jam pulang kerja kini mulai berkurang karena adanya pembatasan jam aktivitas sosial. Salah satu cara untuk mengatasi persoalan yang dihadapi Witako adalah dengan memanfaatkan *e-commerce*. Banyak UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai solusi untuk terus mempertahankan dan meningkatkan penjualan produknya (Ayu & Lahmi, 2020). Cara seperti ini dinilai sebagai sebagai salah satu cara efektif untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi. Selain itu, UMKM Witako juga melakukan iklan melalui berbagai *medsos* seperti *What's Up* dan Instagram untuk menarik konsumen agar membeli produk Witako yang dijual.

Dan lokasi wawancara yang kelima terdapat di Kabupaten Gunung Kidul yaitu UMKM produk olahan lidah buaya. UMKM ini awalnya menjual dengan cara *pre-order* (pesan terlebih dahulu). Apa saja yang ada di lingkungan sekitar dimanfaatkan dengan mengolah tumbuhan lidah buaya. Penjualan sebelum Pandemi Covid-19 secara *pre-order* dirasa sangat lancar, ia memasarkan produk di *What's Up*, penjualan ini tidak hanya di lokasi Gunung Kidul saja, tetapi sampai di Kota Yogyakarta. Setelah adanya muncul wabah Covid-19 penjualan *pre order* tidak laku dan justru malah merugi karena mengeluarkan biaya produksi.

Karena keadaan memaksa, UMKM ini membuat produk baru dengan menjadikan olahan lidah buaya sebagai minuman herbal. Ia menemukan ide menjual produk olahan lidah buaya menjadi minuman serbuk yang bernama Marvera. Minuman serbuk ini kemudian dijual melalui online dengan menggunakan *e-commerce*. Selain itu, UMKM Marvera yang menjual olahan lidah buaya ini juga mendapatkan sosialisasi cara menjual produk bekerjasama dengan *e-commerce* Shopee.

Setelah kurang lebih 2-3 bulan menggunakan Shopee, penjualan akhirnya meningkat karena dapat menjangkau orang lebih banyak dan luas. *E-commerce* seperti Shopee dinilai sangat membantu penjualan selain dengan perbaikan kualitas dan pengembangan inovasi kreatif bagi UMKM.

PENUTUP

Covid-19 ini telah berhasil memporak-porandakan dan meruntuhkan ekonomi dunia, termasuk negara kita tercinta, Indonesia. Berbagai sektor kehidupan yang banyak menopang kebutuhan masyarakat seketika kolaps saat Covid-19 menghantam. Pandemi terbesar abad 21 ini telah berhasil mengguncang dunia dengan berbagai efek yang ditimbulkan. Seluruh sisi kehidupan mulai dari sosial, politik, agama, budaya, hingga ekonomi menjadi runtuh tak berdaya. Indonesia termasuk dari sekian banyak dunia yang terdampak akibat dari adanya pandemi Covid-19.

Dari dampak pandemi ini, sektor yang paling terdampak dari adanya Covid-19 pada sektor ekonomi adalah UMKM. Sebab UMKM merupakan kontributor paling besar bagi keberlangsungan perekonomian Indonesia. UMKM menjadi kontributor paling berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia yang meliputi kemampuan menyerap total tenaga kerja yang mencapai 117 juta atau sekitar 97% dari total angkatan kerja di Indonesia dan mampu menghimpun total dana investasi hingga 60,4%. UMKM telah terbukti menjadi tulang punggung dan penggerak ekonomi Indonesia, hal ini dibuktikan dengan berbagai krisis yang telah dilewati ketika mengalami krisis ekonomi pada tahun 1998 dan 2008.

Para pelaku UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta banyak yang terkena pandemi Covid-19 dibuktikan dengan banyaknya yang terkena PHK, penjualan produk berkurang, dan meruginya penjualan. Pembatasan aktivitas masyarakat dan mobilitas sosial menyebabkan konsumen menjadi berkurang sehingga berpengaruh

terhadap menurunnya pendapatan secara signifikan. Salah satu cara untuk bertahan di tengah pandemi adalah dengan menggunakan *e-commerce* untuk membantu penjualan yang sedang terpuruk. Penelitian ini menunjukkan bahwa peran *e-commerce* seperti *gofood*, *grabfood* dan *shopeefood* sangat membantu UMKM pada masa pandemi Covid-19 ini. *E-commerce* menjadi ujung tombak bagi UMKM agar tetap terus bertahan di tengah pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- Arianto, B. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Dunia. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2). <https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.665>
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/jkmb.10994100>
- Azizah, F. N., Ilham, I. F., Aqidah, L. P., Firdaus, S. A., Astuti, S. A. D., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Bappenas. (2021). *Laporan Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia*.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Indarti, S. (2018). The Role of Corporate Social Responsibility (CSR) Toward the Development Micro and Small and Enterpreneurs Using Partnership and Community Development Program (PKBL) in Pekanbaru. *International Journal of Law and Management*, 34(1), 1–5.

- Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi sebagai Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 18(2), 201–208.
- Jose, H. S. (2021). Reformasi Kebijakan Pemerintah di Era Pandemi Covid-19. *Diplomasi Vaksin Multilateral Indonesia Sebagai Langkah Pemulihan Covid-19 Nasional Melalui Kerangka Covac*, 51–63.
- Juaningsih, I. N. (2020). Analisis Kebijakan PHK Bagi Para Pekerja Pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Buletin Hukum Dan Keadilan*, 4(1), 189–196.
- Kementerian Kesehatan. (2021). QnA: *Pertanyaan dan Jawaban Terkait Covid-19*. InfeksiEmerging. <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/>
- Maital, S., & Barzani, E. (2020). *The Global Economic Impact of COVID-19: A Summary Research*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mumtaz JR, H. (2021). Digitalisasi Produk Halal di Sentra Industri Sukaregang Kabupaten Garut Pada Masa Covid-19. *Jurnal Likuid*, 1(01), 65–76.
- Sahputra, N., Antoro, B., & Zulham, Z. (2021). Analisis Strategi Penguatan Usaha Kecil Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 588–592. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1337>
- Satuan Tugas Penanganan Covid-19. (2021a). *Daftar Vaksin Covid-19 Yang Digunakan Di Indonesia*. <https://covid19.go.id/masyarakat-umum/daftar-vaksin-covid-19-yang-digunakan-di-indonesia>
- Satuan Tugas Penanganan Covid-19. (2021b). *Data Sebaran Covid-19*. <https://covid19.go.id/>
- Satuan Tugas Penanganan Covid-19. (2021c). *Situasi Covid-19 Di Indonesia*. <https://covid19.go.id/>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). *Ekosistem Industri Halal 1*.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147-153.
- Thomson Reuters, D. S. (2019). State of the Global Islamic Economy Report 2019/20. *Dubai International Financial Centre*, 1-174. <https://cdn.salaamgateway.com/special-coverage/sgie19-20/full-report.pdf>

KEUANGAN SOSIAL ISLAM DAN PEMULIHAN EKONOMI TERDAMPAK PANDEMI COVID-19: PENDEKATAN *BULUK SUMUR FRAMEWORK*

Herianto

Universitas Gadjah Mada
Herianto97@mail.ugm.ac.id

Tri Ulfa Wardani

Universitas Gadjah Mada
triulfa96@mail.ugm.ac.id

Hasnidar Yuslin

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
hasnidaryuslin@gmail.com

Abstract

This article aims to explain how efforts to support economic recovery after the Covid-19 pandemic. The using observation and literature Study method data showed several effort to support economic recovery after the Covid-19 pandemic and to reduce Social inequality in society. Data gotten in BAZNAS official website. BWI, Indonesia filantropi Forum and Ministry of finance Republic of Indonesian. This study show a results that there are effort optimization ZISWAF funds through infrastructure, structural and cultural approach by government and no-government which the form of cross-sectoral collaboration. However, it be funded unbalance structural management of ZIS with institute of wakaf in Indonesia. Both in term of the number of institutions, the used of media, and regulation. Thus it can be concluded that economic recovery using Islamic social financial instruments will be realized and optimal with support from independent and trusted institutions and strong regulations and culture. This paper is expected to encourage the government to strengthen through measurable policies and create new innovations to manage these funds effectively long term productive.

Keywords: *ZISWAF, economic recovery, Buluk Sumur Framework. Covid-19*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah menciptakan Gejala ekonomi yang mengakibatkan banyak masyarakat kehilangan pekerjaan, ketidakstabilan keuangan berujung pada menurunnya kinerja korporasi dan rumah tangga (<https://www.bi.go.id>, 2020) dan fluktuasi pasar cenderung kearah negatif sebagai respon rendahnya sentimen investor terhadap pasar (Arianto, 2021; Thaha, 2020). Krisis tersebut sangat dirasakan oleh masyarakat khususnya masyarakat menengah kebawah tergambar dari Survei yang dilakukan oleh *Jobstreet* Indonesia bahwa terdapat 35 persen masyarakat mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) serta beberapa terpaksa harus dirumahkan sementara yang besarnya mencapai angka 19 persen (<https://www.cnbciindonesia.com>, 2020). Pemangku kepentingan telah memberikan dana bantuan sosial untuk stimulus ekonomi dan pemulihan ekonomi nasional. Mengacu pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 tahun 2020 yang menjadi payung hukum realisasi program pemulihan ekonomi nasional untuk mendukung kebijakan keuangan negara dalam menangani Pandemi Covid-19, sebanyak Rp641,17 triliun disalurkan untuk pemulihan ekonomi yang bersumber dari belanja negara, penjaminan, investasi pemerintah dan penjaminan (<https://www.kemenkeu.go.id>, 2020; <https://peraturan.bpk.go.id>, 2020).

Selain dana yang bersumber dari pemerintah, bantuan dana juga datang dari berbagai lapisan masyarakat yang terhimpun melalui lembaga filantropi baik yang bersifat nirlaba maupun independen, dana yang terkumpul merupakan wujud kepedulian kepada sesama. Dana ZISWAF merupakan salah satu instrumen keuangan sosial yang tidak terpisahkan dari dana sosial yang terkumpul di berbagai lembaga filantropi di Indonesia. Dilansir dari halaman resmi <https://baznas.go.id> (2020), Badan Amil Zakat Nasional Indonesia (BAZNAS) Indonesia menunjukkan bahwa dana Zakat, infak, dan sedekah terhimpun

mengalami peningkatan sebesar 30 persen dengan nominal mencapai Rp 385,5 miliar sedangkan tahun 2019 hanya sebesar Rp 296 Miliar.

Selain itu, wakaf tunai dinilai sebagai instrumen pelengkap dana sosial yang sangat potensial dengan besar potensi mencapai angka Rp 188 triliun/tahun (<https://filantropi.or.id>, 2021). Canggih et al., (2017) memperlihatkan dalam risetnya bahwa potensi dan realisasi dana zakat di Indonesia selalu mengalami peningkatan. namun, disisi lain memperlihatkan ketimpang dalam realisasi penerimaan disebabkan mayoritas masyarakat indonesia cenderung menyalurkan zakat secara langsung ke masyarakat. Kecenderungan tersebut dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga amil zakat dengan melihat tingkat akuntabilitas dan transparansi dalam pengumpulan ZIS (Pertiwi & Ruslan Abdul Ghofur, 2020).

Studi-studi mengenai keuangan sosial islam (ZISWAF) telah banyak dilakukan oleh para ahli. Terlihat dari riset mereka, terdapat berbagai kajian yang melihat keuangan sosial islam dari berbagai aspek. Seperti aspek pemberdayaan (Allamah et al., 2021; Bahitsul et al., 2021; Ubaidillah et al., 2021) yang melihat dana ZISWAF sebagai promotor utama dalam memberdayakan masyarakat dengan berbagai model dan wadah yang digunakan. Kajian lain melihat manajemen sumberdaya manusia dan pengelolaan dana ZISWAF dari sisi penghimpunan dan penyaluran (Bin-Nashwan & Al-Daihani, 2020; Hudaefi & Beik, 2020; Maulana & Syam, 2019; Warapsari, 2020; Atabik, 2016; Djamaludin & Oemar, 2021; Huda et al., 2020; Madjakusumah & Saripudin, 2020; Permana & Baehaqi, 2018; Setyani et al., 2020). Kajian - kajian ini memperlihatkan bahwa dana ZISWAF merupakan salah satu intrumen keuangan islam potensial yang membutuhkan manajemen matang serta terukur. Kajian lain mengenai ZISWAF melihat dari sisi perilaku masyarakat dalam mengeluarkan zakat, infak, sedekah dan wakaf (Al Athar & Al Arif, 2021; Hasyim & Nurohman, 2021; Mariyanti et al.,

2022; Muttaqien & Mas'ud, 2022; Napitupulu et al., 2021; Ahn et al., 2018; Aji et al; Kasri & Ramli, 2019; Mohd Nor et al., 2021; Nour Aldeen et al., 2021) Kajian-kajian ini selain mengungkap fakto-faktor yang mendorong perilaku seseorang untuk mengeluarkan mengeluarkan ZISWAF untuk kemaslahatan umat.

Secara keseluruhan kajian-kajian diatas belum melihat bagaimana keuangan sosial islam di konstruksi sebagai sebuah alternatif solutif untuk membantu dalam pemulihan ekonomi di Pasca pandemi Covid-19. Kajian ini dititikberatkan pada upaya apa yang dapat dilakukan dalam mengoptimalkan dana ZISWAF untuk mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Artikel ini bertujuan menjelaskan bagaimana konstruksi optimalisasi dana sosial islam dalam pemulihan ekonomi nasional. Terkait hal tersebut, terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan. *Pertama*, bagaimana Wujud pengelolaan keuangan sosial islam secara aktual dalam mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. *Kedua*, apa faktor-faktor yang mendorong keuangan sosial islam untuk mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. *Ketiga*, upaya seperti apa yang dilakukan dalam rangka mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. Artikel ini didasarkan pada asumsi bahwa terdapat berbagai upaya yang dapat dilakukan dalam mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 menggunakan instrumen keuangan sosial islam baik secara infrastruktur, struktural maupun kultural. Secara infrastruktur, keuangan sosial islam mendorong pemulihan ekonomi melalui upaya lembaga amil dan wakaf menyediakan sarana dan prasarana yang memadai dengan memanfaatkan teknologi. Secara struktural, pemerintah bekerjasama dengan lembaga amil dan wakaf, komunitas sosial serta lembaga keuangan perbankan. Secara kultural, penanaman nilai-nilai agama, kepedulian sosial dan edukasi melalui kajian dan riset menjadi cara yang dilakukan sejauh ini. Edukasi dan riset tentang dana sosial islam merupakan media yang mampu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang zakat, infak, sedekah dan wakaf.

LANDASAN TEORI

Pemulihan Ekonomi

Ekonomi dan kesejahteraan merupakan pondasi dalam mencapai kesejahteraan masyarakat di suatu negara. Makna kesejahteraan dapat ditelusuri dari Pancasila sila kelima yang menyatakan bahwa keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, tanpa memandang strata sosial. Secara umum sila kelima menjelaskan bahwa seluruh masyarakat Indonesia berhak mendapatkan keadilan dari setiap bidang yaitu hukum, politik, budaya, social dan terutama ekonomi. Menurut Marlinah kemakmuran suatu negara berpijak dari sebuah kekuatan ekonomi. (Marlinah, 2021) dengan demikian ekonomi sebagai indikator terpenting dalam kesejahteraan rakyat. Krisis akibat pandemi covid-19 membawa pemerintah untuk berupaya memperbaiki perekonomian nasional dengan mengambil beberapa kebijakan fiskal dan kebijakan moneter secara meluas. Pemerintah mengambil kebijakan dari berbagai sektor selain perekonomian seperti kebijakan sektor Kesehatan, ketahanan pangan, pengaman social, serta sektor lain yang dituangkan dalam kebijakan pemulihan ekonomi.

Program pemulihan ekonomi didefinisikan sebagai program yang diwujudkan dalam bentuk kebijakan keuangan negara dalam mengatasi krisis akibat pandemi Covid-19 dan mendorong stabilitas sistem keuangan dan ekonomi nasional, sebagaimana yang termaktub dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia 23 Tahun 2020 tentang pemulihan ekonomi nasional. Tujuan Program Pemulihan ekonomi untuk mempertahankan, melindungi dan meningkatkan kestabilan para penggiat usaha dari sisi permodalan yang sebelumnya mengalami goncangan krisis. Tujuan itu merupakan cerminan dari prinsip pemulihan ekonomi nasional yakni prinsip asas keadilan sosial, kemakmuran rakyat, memberikan dukungan para penggiat usaha, menerapkan setiap kebijakan penuh kehati-hatian, dengan tata Kelola yang baik, transparan, adil dan akuntabel berdasarkan peraturan yang berlaku,

menghindari moral hazard, biaya dan resiko dibagi sesuai dengan kewajiban masing-masing yang diuraikan dalam PP Nomor 23 tahun 2020 pasal 3.

Keuangan Sosial Islam

Keuangan sosial islam merupakan salah satu instrumen keuangan islam yang mendorong kemandirian melalui pemberdayaan sosial ekonomi dengan melalui instrumen zakat, infak, sedekah, dan wakaf (Kuanova et al., 2021). Kehadiran instrumen ZISWAF menciptakan ekosistem keuangan sosial yang didalamnya mencakup berbagai pihak yakni penyedia dana (dermawan), komunitas sosial, perusahaan, lembaga pemerintah dan pemangku kepentingan lain yang berpartisipasi dan merasakan dampak dari investasi sosial yang tercipta. Pemerintah dan institusi ZIS dan wakaf serta lembaga bisnis sosial dapat menjadi koordinator dalam bagian tersendiri untuk menciptakan harmonisasi iklim dalam ekosistem (Tahiri Jouti, 2019).

Peran krusial pemerintah mencakup ranah regulasi, institusi ZISWAF dan lembaga bisnis sosial berperan melayani dalam pengelolaan dan pemberdayaan dana yang terkumpul. Melalui kerjasama lintas sektor secara berkelanjutan maka keuangan sosial bukan hanya berdampak secara mikro. Namun, juga memberikan dampak pada skala makro. Dalam riset Suprayitno, (2020) menunjukkan bahwa penyaluran zakat secara jangka panjang memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Demikian, dalam melaksanakan kegiatan ekonomi produktif, dibutuhkan sebuah edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan literasi tentang aktivitas ekonomi berbasis dana sosial dan pemanfaatan teknologi dalam kemudahan akses informasi.

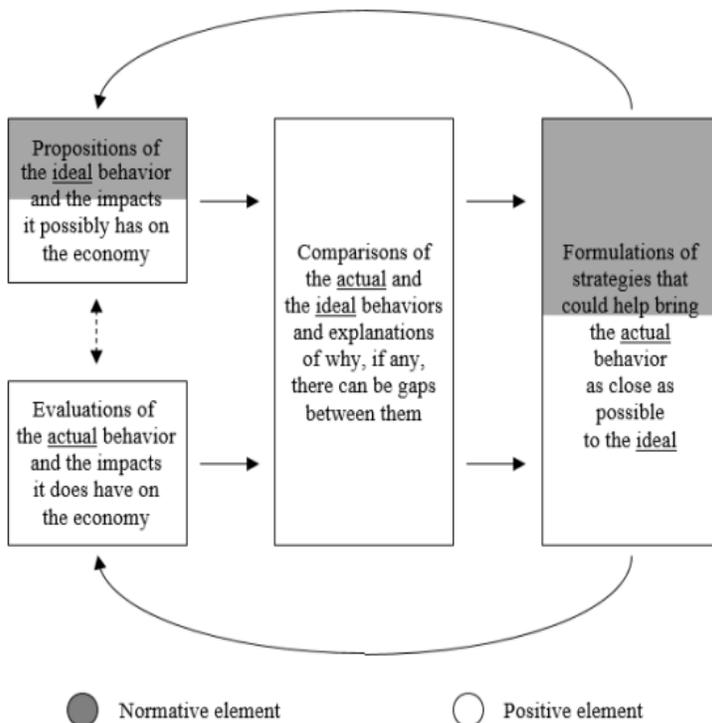
Iskandar et al., (2020) secara eksplisit membagi Tujuan sistem keuangan sosial Islam enam kerangka konsep yang terdiri dari. Pertama, menyalurkan bantuan tunai yang berasal dari ZIS (zakat infak dan sedekah). Kedua, memperkuat sistem wakaf. Ketiga, memberikan bantuan tambahan dana untuk modal usaha saat krisis. Keempat,

peminjaman modal usaha berdasarkan akad *qardhul hasan* karena kondisi perekonomian yang belum stabil. Kelima, mengawasi pengumpulan dana zakat yang dilakukan oleh organisasi-organisasi kemasyarakatan. Keenam, meningkatkan kualitas teknologi finansial Syariah untuk kelancaran likuiditas pelaku pasar dan mempermudah akses bertransaksi.

Buluk Sumur *Framework*

Empat konsep dari kerangka Buruk Sumur menurut Susanto (2020) yang melihat kondisi aktual dan ideal sebagai unsur penting dalam *Framework* ini

Gambar 1: Buluk Sumur *Framework*



Sumber : Susanto (2020)

Keterangan Gambar :

Proporsi Perilaku ideal akan menimbulkan kemungkinan implikasi bagi perekonomian. Kemudian evaluasi perilaku akan menimbulkan dampak terhadap ekonomi. Setelah itu membandingkan antara perilaku aktual dan ideal serta menjelaskan “mengapa, jika ada, dan kenapa bisa terjadi kesenjangan ?” di antara keduanya. dan terakhir Menyusun strategis kebijakan yang aktual yang menyesuaikan dengan perilaku ideal (Susanto, 2020). Konsep ini berhubungan dengan sistem ekonomi Islam yakni pembangunan ekonomi yang ideal adalah pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk kesejahteraan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berdampak pada implikasi ekonomi tumbuh yang ditandai dengan Produk Domestik Bruto meningkat (Mirakhor & Askari, 2010).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif-eksploratif. Penelitian berangkat dari upaya untuk mendeskripsikan dan melakukan eksplorasi mengenai optimalisasi keuangan sosial islam sebagai upaya mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 yang selama ini dinilai memiliki potensi besar. Data sebagai yang akan dianalisis didapatkan melalui observasi, studi dokumen dan literature. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan mengeksplor website serta media sosial lembaga amil dan wakaf, seperti BASNAZ RI dan Badan Wakaf Indonesia serta komunitas filantropi yang tergabung di <https://filantropi.or.id>. Studi dokumen dan literature dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa laporan keuangan BASNAZ RI, data tahunan lembaga BWI, Kementerian Keuangan RI dan komunitas filantropi yang dapat diakses secara terbuka sedangkan literature lain yang terkait dipeloreh dari jurnal-jurnal terindeks google scholar. Data yang diperoleh dari sumber-sumber tersebut terlebih dahulu diklasifikasikan berdasarkan kategori

untuk memudahkan dalam analisis data. Pada tahap berikutnya, Analisis data dilakukan dengan cara melakukan reduksi data hasil pengamatan dan studi dokumen atau literatur, selanjutnya menampilkan data dalam bentuk rangkuman ikhtisar dan tabulasi data berdasarkan topik-topik temuan, dan verifikasi data untuk proses penyimpulan. Tahap terakhir mengungkap makna dari data yang telah dikumpulkan dan kemudian dituangkan dalam kerangka Buluk Sumur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam membuktikan bagaimana keuangan sosial islam mampu mendorong pemulihan ekonomi pasca Pandemi Covid-19, melalui framework Buluk Sumur dipetakan beberapa elemen diantaranya perilaku atau kondisi ideal, aktual, perbandingan antara keduanya dari hasil komparasi merumuskan sebuah strategi dalam bentuk berbagai bentuk upaya. Secara normatif dan idealnya keuangan sosial islam dapat menjadi salah satu instrumen keuangan yang mampu meningkatkan kesejahteraan di Indonesia dengan modal Indonesia menjadi negara dengan populasi muslim terbesar dan negara paling dermawan di Indonesia sebagaimana yang tercermin dari laporan *World Giving Index* yang dipublikasikan oleh *Charity Aid Foundation* yang menobatkan Indonesia sebagai negara paling dermawan di Dunia dengan skor 69 persen, dimana sebelumnya pada tahun 2018 hanya 59 persen, dari total 140 negara.

Wujud Pengelolaan Keuangan Sosial Islam Secara Aktual dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19

Secara aktual telah banyak rangkaian kegiatan berbentuk program produktif dan pemberdayaan yang telah dilakukan oleh lembaga penghimpun dana ZISWAF dalam hal ini Amil dan Nazir. Lembaga pengelolaan di kelompok ke dalam dua klaster yakni klaster Zakat infaq

dan sedekah, dikelola oleh badan amil zakat yakni BAZNAS, LAZ dan UPZ dalam pembinaan. Klaster Wakaf, dikelola oleh badan wakaf sebagai nasir dalam hal ini Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan lembaga nasir lain yang terdaftar di BWI.

Pertama, Klaster Zakat, infak dan sedekah. Pengelolaan keuangan islam secara lembaga telah ada sejak masa Rasulullah pada tahun ke-2 hijriah yang dikenal dengan nama baitul mal, pada masa Khalifah Umar bin khattab, baitul mal mulai dibenahi sisi manajemen sehingga lebih tercatat secara administratif (Maarif, 2019). lembaga ini terus mengalami perkembangan dari masa ke masa, di Indonesia sendiri terus menunjukkan kemajuan yang secara khusus ber transformatif terbentuk lembaga amil zakat, infak dan sedekah yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Ragam program penghimpunan dan pengelolaan telah dilakukan oleh lembaga- lembaga tersebut. Beberapa program tersebut bisa dilihat dari bentuk pendistribusian dana ZIS dalam dua jenis yakni konsumtif dan produktif, zakat produktif memiliki dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan masyarakat. (Pratama, (2015) menambahkan bahwa zakat produktif memiliki dampak *multiplier effect* yang dapat didistribusikan berupa pemberian modal kerja, pelatihan keterampilan dan bantuan modal awal.

Beberapa program zakat produktif yang dilakukan oleh badan amil zakat nasional yang merupakan lembaga pusat dan komando nasional yakni pengembangan ekonomi, *zakat community development*, BAZNAS *Microfinance* dan pemberdayaan peternak. Program pengembangan ekonomi BAZNAS seperti pendirian Zmart, pengembangan usaha makanan ringan, dan pembinaan kelompok tani di berbagai daerah serta pembentukan BAZNAS *Microfinance* desa dalam rangka mendorong pengembangan usaha masyarakat. Program yang didorong melalui pembiayaan *Microfinance* mampu mendorong kemandirian dan mengentaskan kemiskinan di dalam masyarakat (Obaidullah, 2008)

Secara khusus BAZNAS sebagai lembaga amil juga memberikan perhatian lebih kepada para peternak melalui program pemberdayaan peternak di bawah binaan lembaga pemberdayaan peternak mustahik (LPPM) BAZNAS, Program-program tersebut, sebagai berikut:

Tabel 1: Program Pemberdayaan Peternak BAZNAS

Program	Wilayah
Hotel Ternak	Lampung Tengah
Pemanfaatan limbah rendeng kedelai sebagai pakan ternak	Kabupaten Pidie Jaya
Pembentukan kelompok peternak barokah	Gresik
Peternakan domba, kambing dan budidaya udang	Kabupaten Pidie Jaya
Kelompok Peternak Hittachi	Purwokerto
Pemasaran hasil produk mustahik balai ternak melalui google business	Bogor
Kerjasama dengan dinas Koperasi dalam program usaha ternak dan rencana pendirian koperasi sbbagai induk usaha, layanan aqiqah, serta investasi.	Rembang
Pabrik Pakan Yufeed	Lampung Tengah
Kelompok Amanah Jaya Farm	Kabupaten Siak
Bank Pakan	Kabupaten Maros
Produksi Pupuk Organik	Bogor

Sumber: baznas.go.id, 2021.

Berdasarkan tabel 1 diatas, menggambarkan beberapa program pemberdayaan sektor peternakan dengan ragam pencapaian dengan jangka panjang seperti hotel ternal, pabrik pakan Yufeed dan bank pakan. Selain itu, program pemberdayaan peternak telah menjangkau beberapa wilayah lintas pulau yakni di pulau Sulawesi, terdapat bank pakan yang diinisiasi oleh kelompok peternak di Kabupaten Maros. Pulau Sumatera,

terdapat pabrik pakan Yufeed dan hotel ternak di Lampung, pemanfaatan limbah rendeng kedelai sebagai pakan ternak di Aceh. Di pulau Jawa sendiri, terdapat beberapa program seperti pemasaran hasil produk di Google Business dan pupuk organik, Bogor dan pembentuk kelompok peternak di Purwokerto, Gresik dan Rembang.

Dalam salah satu artikel yang diposting melalui <https://baznas.go.id/berita> menceritakan perkembangan kondisi ekonomi salah seorang peternak mustahik yang berada dalam binaan lembaga pemberdayaan peternak mustahik (LPPM) BAZNAS, peternak tersebut menyampaikan bahwa setelah bergabung dalam kelompok peternak tersebut pendapatan mengalami peningkatan sehingga mampu memenuhi kebutuhan pokok keluarga, menambah aset, peralatan rumah tangga dan mampu melakukan renovasi rumah. Senada dengan riset yang dilakukan oleh (Ali et al., 2016) menunjukkan hasil bahwa zakat produktif lebih mampu meningkatkan kesejahteraan mustahik jika dibandingkan dengan zakat konsumtif meskipun demikian kedua hal tersebut tidak dibantahkan mampu mengurangi kesenjangan. Fitri, (2017) menambahkan, pemanfaatan zakat produktif menjadi sebuah konsep dalam membangun kemandirian secara sosial ekonomi yang pada dasarnya bertujuan untuk mencapai transformasi mustahik menjadi muzakki.

Kedua, Klaster Wakaf. Menurut Undang-undang nomor. 41 2004, wakaf merupakan penyerahan sebagian harta benda milik yang memiliki daya tahan lama untuk dimanfaatkan selamanya atau jangka waktu tertentu sesuai kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah. Meski pada dasarnya wakaf dan ZIS memiliki perbedaan. Namun, kedua instrumen ini dapat dimanfaatkan secara produktif. Wakaf sendiri terdapat dua jenis wakaf yakni wakaf benda dan wakaf uang. Dalam Islam wakaf tunai telah dipraktekkan sejak masa dinasti Umayyah dan Abbasiyah (Fitri, 2017). Dalam pengelolaannya menurut pasal 7 Peraturan BWI Nomor 4 tahun 2010, pengelolaan dan

pengembangan wakaf uang hanya dapat dilakukan melalui investasi pada produk-produk lembaga keuangan syariah dan/atau instrumen keuangan syariah. Wakaf Uang memperoleh popularitas yang cukup baik, didukung setelah pemerintah meluncurkan gerakan nasional wakaf uang awal tahun 2021. Dikutip dari <https://www.antaranews.com>, Wakil Presiden Ma'ruf Amin, selaku ketua harian Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), mengungkapkan bahwa program Gerakan Nasional Wakaf Uang menjadi salah satu program pengembangan ekonomi syariah yang bertujuan mendukung percepatan pembangunan nasional.

Pengembangan pengelolaan wakaf terus dilakukan, salah satunya *Cash Waqaf Linked Sukuk* (CWLS) yang merupakan inovasi dari pengembangan instrumen wakaf dengan tujuan untuk membiayai proyek-proyek sosial kemasyarakatan..Sebagai bentuk investasi sosial, *Cash Waqaf Linked Sukuk* melalui Badan Wakaf Indonesia selaku nasir mengamanahkan ke lembaga keuangan syariah untuk dikelola serta ditempatkan pada instrumen sukuk negara dalam bentuk surat berharga syariah negara yang diterbitkan oleh Kementerian Keuangan Indonesia(Paul & Faudji, 2020). Instrumen CWLS seri 01 merupakan seri pertama dan diterbitkan sebagai SBSN

Seri SW001 merupakan Sukuk Wakaf jangka waktu 5 tahun, tidak dapat yang tidak diperdagangkan (*non-tradable*), dan imbal hasil investasi yang berupa diskonto dan kupon. Pembayaran diskonto dibayarkan sekali di awal transaksi penerbitan dan selanjutnya akan dimanfaatkan oleh BWI dalam pengembangan aset baru (DJPPR Kemenkeu, 2021). Kebermanfaatan instrumen tersebut diwujudkan dalam pembiayaan fasilitas publik, salah satunya pembangunan rumah sakit yang saat ini melibatkan rumah sakit Mata Achmad Wardi yang belokais di Kota Serang Banten.

Faktor-Faktor Pendorong Keuangan Sosial Islam dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19

1. Faktor Regulasi

ZISWAF menawarkan instrumen keuangan sosial bagi masyarakat miskin dan membutuhkan. Pemanfaatan dana ZISWAF diyakini juga memiliki potensi yang besar dalam mengurangi beban fiskal pemerintah dalam menghadapi pandemi covid-19 terutama untuk memenuhi kebutuhan pokok. Agar pengumpulan dan pemanfaatan dana keuangan sosial Islam ini lebih efektif, maka diperlukan kejelasan regulasi tentang pemanfaatan dana ZISWAF.

Regulasi ini sangat penting untuk diatur oleh negara, dalam rangka meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan pengelolaan dana ZISWAF, serta meningkatkan manfaat dana ZISWAF untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan. Efektifitas dan efisiensi pengelolaan dana ZISWAF di Indonesia yang majemuk ini, membutuhkan adanya kepastian hukum dan kejelasan regulasi yang mengaturnya. Selain itu, regulasi yang diterbitkan juga sebagai upaya penertiban pengelola dana ini yang tentu berasaskan prinsip-prinsip syariah: amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi, dan akuntabilitas. Jika hal demikian tercipta, maka pemanfaatan dana ZISWAF ini dapat digunakan sebagai alternatif mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan pasca pandemi Covid-19. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa regulasi yang berkaitan dengan pengelolaan dana ZISWAF. Berikut regulasi tentang ZIS dan Wakaf;

Tabel 3: Regulasi Tentang Zakat, Infak dan Sedekah

No	Prihal	Jumlah
1.	Pengelolaan	8 Regulasi
2.	Badan Amil Zakat Nasional	12 Regulasi
3.	BAZNAS Provinsi dan Kabupaten/Kota	9 Regulasi
4.	Lembaga Amil Zakat	3 Regulasi
5.	Unit Pengumpul Zakat	4 Regulasi
6.	Hubungan Zakat dan Pajak	6 Regulasi
7.	Putusan Mahkamah Konstitusi	1 Regulasi
8.	Fatwa Majelis Ulama Indoensia	9 Regulasi

Sumber: pid.baznas.go.id, 2021

Tabel 4: Regulasi Tentang Wakaf

No	Prihal	Jumlah
1.	Undang-undang tentang Wakaf	1 Regulasi
2.	Peraturan pemerintah tentang wakaf	1 Regulasi
3.	Peraturan Badan Wakaf Indonesia	4 Regulasi
4.	Fatwa MUI Tentang Wakaf	1 Regulasi
5.	Peraturan Menteri Agama	2 Regulasi

Sumber: bwi.go.id, 2021

Berdasarkan tabel 3 & tabel 4 diatas dapat diketahui gambaran regulasi yang berkaitan dengan ZISWAF yang diterbitkan dalam bentuk Undang-Undang, Peraturan, Putusan, dan Fatwa. Regulasi dari zakat, infak dan sedekah berjumlah 52 regulasi dan 7 regulasi tentang wakaf. Jumlah regulasi ZIS lebih banyak dibandingkan dengan regulasi wakaf. Hal tersebut disebabkan salah satunya karena masa berdirinya kedua lembaga. BAZNAS berdiri pada tahun 2001 dan BWI pada tahun 2004.

2. Faktor Sumber Daya Manusia

Dalam mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi covid-19, disamping membutuhkan regulasi yang tetap, hal demikian juga perlu disiapkan sumber daya manusia yang profesional dalam rangka menjalankan tugas terkait dengan regulasi yang ada. Mempersiapkan sumber daya manusia yang kompeten di bidang ZISWAF agar dana zakat terkumpul dan tersalurkan dengan baik. Kompetensi amil zakat dan nasir ditunjukkan dari kemampuan, keahlian dan penguasaannya terhadap bidang kerja yang digeluti. Kesiapan sumber daya manusia organisasi pengelola ZISWAF yang profesional dalam menyongsong era baru merupakan kebutuhan yang sangat penting. Untuk itu, organisasi pengelola ZISWAF harus berupaya mengembangkam sumber daya manusia agar kompeten dalam mengelola dana ZISWAF, karena sumber daya manusia merupakan potensi yang menjadi motor penggerak organisasi atau perusahaan. Dilansir dari website resmi BAZNAS dan BWI, rata-rata pengurus kedua lembaga tersebut telah menempuh pendidikan jenjang strata dua.

3. Jumlah Dana Terhimpun

Jumlah dana terhimpun juga menjadi salah satu faktor pendorong keuangan sosial islam dalam mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi covid-19, hal demikian dikarenakan ketika jumlah dana yang terhimpun terbilang banyak, maka dana tersebut dapat dimobilisasi dengan baik yang dapat menjadi salah satu sumber dana pembiayaan umat sekaligus untuk pembangunan dan pemulihan ekonomi. Secara khusus dana ZIS dampak positif darimana dana yang terkumpul mengalami peningkatan, dana zakat dari tahun 2019 sebesar Rp. 248.342.667.327 naik sebesar Rp. 304.347.256.942 pada tahun 2020 sedangkan dana infak dan sedekah pada tahun 2019 sebesar Rp. 41.548.746.869 naik sebesar Rp. 76.346.790.474 pada tahun 2020.

Upaya Mendorong Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Pemanfaatan Dan ZISWAF

Ketersediaan dan Kondisi Infrastruktur Keuangan Sosial Islam

Infrastruktur keuangan sosial islam di Indonesia dimaknai sebagai ketersediaan sarana dan prasarana yang meliputi jumlah lembaga penghimpun dan penyalur dana ZISWAF baik yang berstatus milik pemerintah maupun non pemerintah. Jumlah lembaga pengelola dana ZISWAF dapat dilihat pada tabel 5, sebagai berikut:

Tabel 5: Lembaga Pengelolaan Dana ZISWAF Tahun 2019

No	Lembaga	Status	Jumlah
1	BAZNAS RI	Nasional	1 OPZ
2	BAZNAS Provinsi	Provinsi	34 OPZ
3	BAZNAS Kab/Kota	Kab/Kota	456 OPZ
4	LAZ Nasional	Nasional	26 OPZ
5	LAZ Provinsi	Provinsi	18 OPZ
6	LAZ Kabupetan	Kab/Kota	37 OPZ
7	OPZ Dalam Pembinaan	Kab/Kota	514 OPZ
8	BWI RI	Nasional	1 Nasir
9	BWI Provinsi	Provinsi	34 Nasir
10	Nasir Non Pemerintah	Kab/Kota	223 Nasir
Total			888 Lembaga

Sumber: Hasil olah penulis, 2021.

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui ketersediaan sarana dan prasarana pendukung dilihat dari jumlah lembaga pengelolaan dana ZISWAF, terdiri dari BAZNAS, LAS, OPZ dalam pembinaan, Nasir pemerintah dan nonpemerintah yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, tingkat nasional sampai yang berskala kabupaten/Kota. Untuk lembaga amil zakat meliputi BAZNAS RI, 34 BAZNAS Provinsi, 456

tingkat Kabupaten/Kota. Sedangkan LAZ, terdiri 26 LAZ Nasional, 18 tingkat Provinsi, 37 tingkat Kabupaten/Kota, dan sebanyak 514 OPZ yang masih dalam pembinaan. Lembaga pengelola wakaf dalam hal ini sebagai nazir, terdiri dari BWI RI, 34 BWI tingkat provinsi dan 223 lembaga nazir non pemerintah yang berkedudukan di tingkat Kabupaten/Kota. Sehingga total lembaga pengelola ZISWAF secara resmi sebanyak 888 lembaga.

Undang-undang nomor 23 Tahun 2011 yang merupakan pijakan dasar lembaga pengelolaan zakat secara eksplisit menguraikan posisi BAZNAS dalam melakukan fungsi tentang pengelolaan zakat dan LAZ sebagai lembaga amil yang didirikan oleh lembaga non pemerintah yang mempunyai fungsi membantu proses pengelolaan yang berupa pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016). Sedangkan wakaf diatur dalam Undang-undang nomor 41 tahun 2004. Lembaga yang baik dapat dilihat dari sejauh mana tingkat kredibilitas, kualitas, transparansi dan akuntabilitas sebuah lembaga. Muslih & Noor, (2020) dalam risetnya mengungkap bahwa kualitas, kredibilitas, dan transparansi memberikan pengaruh terhadap muzakki dalam menyalurkan zakatnya melalui lembaga zakat. Namun, menurut Istikhomah & Asrori, (2019) menambahkan bahwa akuntabilitas lembaga pengelola zakat tidak memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat membayarkan zakat kelembagaan amil.

Teknologi dan kemajuan merupakan dua sisi koin yang sulit untuk dipisahkan dalam kehidupan masyarakat dan menjadi indikator kemajuan termasuk dalam bidang ekonomi karena kehadiran teknologi memudahkan pekerjaan manusia (Cholik, 2021). Dalam perkembangannya, lembaga ZISWAF juga memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sebuah peluang dengan menggunakan beberapa fasilitas berbasis teknologi sebagai media sarana penghimpunan dana ZISWAF, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6 : Media Saran Penghimpunan Dana ZISWAF

No	Media
1	Akun Media Sosial
2	Website Resmi Lembaga
3	Layanan Pembayaran Langsung
4	Layanan Perbankan
5	Layanan Digital
6	Kalkulator ZIS Online
7	Layanan Online Nasir

Sumber: Hasil olah penulis, 2021.

Berdasarkan tabel. 6 diketahui lembaga amil dan wakif yang ada di Indonesia telah beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai media dalam penghimpunan dana ZISWAF, seperti memanfaatkan akun medi asosial dan website resmi lembaga sebagai media sosialisasi, publikasi informasi dan laporan pertanggungjawaban kepada publik terkait kegiatan yang telah dilakukan, berupa video, foto kegiatan, berita dan beberapa dokumen data base termasuk laporan keuangan. Penyediaan layanan pembayaran melalui perbankan, layanan digital (ovo, link aja, dan lainnya) dan khusus lembaga amil, beberapa menyediakan kalkulator ZIS secara online untuk membantu masyarakat mengetahui nominal zakat yang akan dibayarkan, hal itu, juga membantu proses literasi zakat dan menciptakan masyarakat mandiri.

Proses digitalisasi dalam pengelolaan dana ZISWAF akan membantu dalam optimalisasi dana baik dalam proses penghimpunan maupun pendistribusi. Penggunaan media sosial dalam proses penghimpunan mampu mendorong masyarakat untuk bersedekah atau berinfaq. Bin-Nashwan & Al-Daihani, (2020) dalam studinya memperlihatkan hasil bahwa fitur teknologi internet dan media sosial memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang dalam berdonasi khususnya saat pandemi

Covid-19. (Maulana & Syam, 2019; Warapsari, 2020) menambahkan teknologi digital memberikan kemudahan dan penggunaan media sosial dalam pengumpulan donasi mendapat respon positif dari masyarakat serta meningkatkan jumlah dana yang terkumpul setiap tahunnya.

Upaya Kerjasama Pemerintah dengan Lembaga Amil dan Wakaf, Komunitas Sosial serta Lembaga Keuangan Perbankan

Selaku pemangku kepentingan pemerintah telah melakukan beberapa upaya kerjasama dalam mengoptimalkan dana ZISWAF. Melalui BAZNAS, pembinaan lembaga non pemerintah untuk membentuk OPZ -OPZ yang berkedudukan di daerah. Selain itu, menjalin kerjasama dengan lembaga sosial yang tergabung filantropi indonesia. Salah satu kegiatannya yang dilansir dari web <https://filantropi.or.id/> yakni program *zakat on SDGs*, dimana program tersebut memiliki tujuan sebagai wadah untuk mendukung pemanfaatan dana zakat untuk mendanai pencapaian SDGs serta wadah edukasi lembaga amil zakat dalam memahami SDGs dan mitra lain yang terdiri dari elemen kementerian, otoritas keuangan, perbankan, organisasi nirlaba, fintech dan media, semua mitra tersebut tergabung dalam mitra BAZNAS RI dapat diakses pada link https://baznas.go.id/Mitra_BAZNAS.

Hal serupa dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia yang merupakan lembaga perpanjangan tangan pemerintah untuk melakukan pengelolaan, pengaturan dan pengawasan sate wakaf yang ada di Indonesia. Kerjasama lintas lembaga yang terdiri dari Kementerian Agama, Kementerian Keuangan, Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan serta memabangun mitra dengan nasir non pemerintah yang tersebar di seluruh wilayah indonesia. Dengan demikian penguatan kolaborasi lintas lembaga pemerintah dan non pemerintah menjadi modal besar untuk mengoptimalkan pengumpulan dan pemanfaatan dana ZISWAF dan tentunya dapat mendorong pemulihan ekonomi khususnya masyarakat kelas menengah kebawah.

Penanaman Nilai-Nilai Agama, Kepedulian Sosial dan Edukasi Melalui Kajian dan Riset

Membangun sebuah kultur kesadaran dan kepedulian sosial dalam rangka mengoptimalkan dana ZISWAF dapat dilakukan dengan penguatan nilai agama melalui edukasi dan riset. Usaha tersebut telah tercermin dengan berbagai cara yang dilakukan oleh lapisan masyarakat, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Program sekolah cendekia, Pustaka BAZNAS, dan kajian ilmiah yang diformulasikan dalam forum nasional dan internasional. Literasi wakaf juga terus ditingkatkan sebagaimana yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia dengan menyediakan layanan literasi wakaf di website BWI yang didalamnya mencakup berbagai materi tentang wakaf seperti wakaf tanah, wakaf uang, nazir, dan regulasi seputar wakaf.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa ternyata keuangan sosial islam mampu mendorong kestabilan ekonomi pasca wabah Covid-19. Penelitian ini menemukan bahwa. *Pertama*, pengelolaan dana ZISWAF mengalami perkembangan signifikan bersifat *multiplier effect* dan telah merambah ke berbagai sektor seperti pertanian, peternakan, investasi surat berharga dan *microfinance*. *Kedua*, didukung oleh 3 faktor utama yakni faktor regulasi, kualitas sumberdaya manusia dan dana terhimpun yang terus meningkat. *Ketiga*, upaya mendorong optimalisasi pemanfaatan dana ZISWAF dalam mengurangi kesenjangan termasuk mendorong pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 telah dilakukan oleh lapisan masyarakat baik dari pemerintah maupun non pemerintah yang terbingkai dalam kerjasama lintas sektor. Akan tetapi, ditemukan pula ketidak berimbang infrastruktur pengelolaan ZIS dengan wakaf, baik dari segi jumlah lembaga, pemanfaatan media, dan regulasi yang menjadi payung hukum setiap kegiatan yang berkaitan dengan pemberdayaan

dan pengelolaan dana ZISWAF.

Studi ini, selain memperlihatkan adanya upaya dan komitmen dari semua lapisan masyarakat untuk menjadikan dana ZISWAF sebagai pendorong pemulihan ekonomi dan mengurangi kesenjangan masyarakat, juga menjadi bukti kuat bahwa masyarakat Indonesia memiliki jiwa kemanusiaan dan solidaritas yang tinggi tanpa memandang strata sosial dan dari empat instrumen keuangan sosial islam, infak dan sedekah dapat menjadi sumber pendanaan potensial baru yang bersifat fleksibel dalam pengelolaannya. Oleh karena itu, studi ini merekomendasikan perlu adanya terobosan baru untuk mengoptimalkan penghimpunan infaq dan sedekah, dan melakukan penguatan pengelolaan wakaf dalam aspek kelembagaan dan regulasi. Hal ini untuk menjamin kestabilan, kebermanfaatan dan optimalisasi dana wakaf di Indonesia.

Penelitian ini terbatas pada analisis kualitatif. oleh karena itu, penelitian hanya sebatas memberikan deskripsi gambaran umum tentang keuangan islam dan pemulihan ekonomi. Atas keterbatasan tersebut, perlu dilakukan penelitian lanjutan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memperhatikan variabel-variabel yang berkaitan dengan keuangan sosial islam dan pemulihan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal & Buku

- Ahn, J. chang, Sura, S., & An, J. C. (2018). Intention to donate via social network sites (SNSs): A comparison study between Malaysian and South Korean users. *Information Technology and People*, 31(4), 910-926.
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1-20.

- Al Athar, M. D., & Al Arif, M. N. R. (2021). The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 5(1), 38-47.
- Ali, K. M., Amalia, N. N., & Ayyubi, S. El. (2016). Perbandingan Zakat Produktif dan Zakat Konsumtif dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik The Comparative Study Between Productive and Consumptive Based Zakat 1 Pendahuluan 2 Tinjauan Pustaka. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 4(1), 19-32.
- Allamah, R., Sudiarti, S., & Julfan, S. (2021). Peran Zakat, Infaq, Shadaqah dan Wakaf dlaam Memperdayakan Ekonomi Ummat. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 35-46.
- Arafah, M. (2019). Sistem Keuangan Islam: Sebuah Telaah Teoritis. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 1(1), 56-66.
- Arianto, B. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Dunia. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 212-224.
- Atabik, A. (2016a). Manajemen pengelolaan wakaf tunai di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 1-26.
- Bahitsul, A. F., Karunia, I., & Amalia, N. F. (2021). Distingsi Pemberdayaan Masyarakat Melalui ZISWAF dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. ... of Zakat and Waqf Journal ..., 3(September 2021), 29-44.
- Bin-Nashwan, S. A., & Al-Daihani, M. (2020). Fundraising campaigns via social media platforms for mitigating the impacts of the COVID-19 epidemic. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 576-597.
- Canggih, C., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2017). Potensi Dan Realisasi Dana Zakat Indonesia. *AlUqud : Journal of Islamic Economics*, 1(1), 14.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT dalam Berbagai Bidang. 2(2), 39-46.

- Djamaludin, D., & Oemar, H. (2021). Implementasi Business Intelligence dalam Peningkatan Kinerja Manajemen Baitul Mal Unisba. *Journal of Industrial Engineering*, 6(2), 140–150.
- Fitri, M. (2017). Pengelolaan Zakat Produktif sebagai Instrumen Peningkatan Kesejahteraan Umat Maltuf Fitri Pendahuluan Zakat adalah kewajiban yang harus ditunaikan seorang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 149–173.
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Among Makarti*, 14(1).
- Huda, N., Zulihar, Z., & Hulmansyah, H. (2020). Manajemen Pengelolaan Zakat Bagi Pengurus Masjid. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlās Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary*, 6(1).
- Hudaefi, F. A., & Beik, I. S. (2020). Digital zakāh campaign in time of Covid-19 pandemic in Indonesia: a netnographic study. *Journal of Islamic Marketing*, 12(3), 498–517.
- Iskandar, A., Possumah, B. T., & Aqbar, K. (2020). Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam saat Pandemi Covid-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(7).
- Istikhomah, D., & Asrori. (2019). Pengaruh Literasi Terhadap Kepercayaan Muzaki Pada Lembaga Pengelola Zakat Dengan Akuntabilitas Dan Transparansi Sebagai Variabel Intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 95–109.
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques?: A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663–679.
- Kuanova, L. A., Sagiyeva, R., & Shirazi, N. S. (2021). Islamic social finance: a literature review and future research directions. *Journal*

- of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 707–728.
- Maarif, M. A. (2019). *Baitul Mal Pada Masa Rasulullah SAW dan Khulafaur Al-Rashidin*. 5(2), 37–50.
- Madjakusumah, D. G., & Saripudin, U. (2020). Pengelolaan Dana Lembaga Filantropi Islam Dalam Pengembangan Ekonomi Umat. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 41–50.
- Mariyanti, T., Basri, Y. Z., & Jazuli, J. (2022). The Basic Factors Driving The Intention To Pay Zakat. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 6(1), 30–41.
- Marlinah. Lilih. (2021). *Memfaatkan Insentif Pajak UMKM dalam Upaya Mendorong Pemulihan Ekonomi Nasional*. 4(98), 73–78.
- Maulana, G., & Syam, H. M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Penggalangan Dana (Fundraising) Oleh Lembaga Aksi Cepat Tanggap Aceh. *Jurnal Komunikasi*, 4, 16.
- Mirakhor, A., & Askari, H. (2010). *Islamic and The Path to Human and Economic Development*.
- Mohd Nor, S., Abdul-Majid, M., & Esrati, S. N. (2021). The role of blockchain technology in enhancing Islamic social finance: the case of Zakah management in Malaysia. *Foresight*, 23(5), 509–527.
- Muslih, F., & Noor, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, kualitas dan Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Preferensi Muzaki dalam Mmilih Membayar Zakat Maal Melalui Lembaga Amil Zakat (Analisi pada Kecamatan Banyuwangi, Banyuwangi).
- Muttaqien, M. K., & Mas'ud, T. (2022). Kampanye Infak di Media Sosial dan Niat Perilaku Infak Masyarakat Saat Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 1–16.
- Napitupulu, R. M., Lubis, R. H., & Sapna, F. P. (2021). Perilaku Berzakat di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2),

771-777.

- Nour Aldeen, K., Ratih, I. S., & Sari Pertiwi, R. (2021). Cash waqf from the millennials' perspective: a case of Indonesia. *ISRA International Journal of Islamic Finance*.
- Obaidullah, M. (2008). Introduction to Islamic Microfinance. In *International Institute of Islamic Business and Finance IBF Education and Charitable Trust*.
- Paul, W., & Faudji, R. (2020). *Cash Waqf Linked Sukuk dalam Optimalkan Pengelolaan wakaf Bneda Bergerak (Uang)*. 4(2), 1-18.
- Permana, A., & Baehaqi, A. (2018). Manajemen pengelolaan lembaga amil zakat dengan prinsip good governance. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 3(2), 117-131.
- Pertiwi, I. suri mahardika, & Ruslan Abdul Ghofur. (2020). Optimalisasi Potensi Zakat : Faktor Yang Mempengaruhi Muzzaki Membayar Zakat Di Baznas Lampung Tengah. *Jurnal Niara*, 13(2), 1-10.
- Pratama, Y. C. (2015). Peran Zakat Dalam Penanggulangan Kemiskinan (Studi Kasus : Program Zakat Produktif Pada Badan Amil Zakat Nasional) [The Role of Zakat in Poverty Alleviation (Case Study: Productive Zakat Program at the National Amil Zakat Board)]. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 93-104.
- Setyani, O., Mushafi, M., Ghofur, A., & Rahmadani, P. (2020). Manajemen Ziswaf Dunia. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 8(1).
- Susanto, A. A. (2020). Toward a New Framework of Islamic Economic Analysis. *American Journal of Islam and Society*, 37(1-2), 103-123.
- Tahiri Jouti, A. (2019). An integrated approach for building sustainable Islamic social finance ecosystems. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2), 246-266.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 2(1), 147-153.
- Ubaidillah, A., Anjarsabda, M., & Buana, W. (2021). Optimalisasi

Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 melalui LAZISNU. *Jurnal BUDIMAS*, 03(02), 442-449.

Warapsari, D. (2020). Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Kitabisa.com). *Avant Garde*, 8(1), 1.

Yuliafitri, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). *Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Pada LAZ Rumah Zakat*. 7(2), 205-218.

Website

<https://www.kemenkeu.go.id>

<https://peraturan.bpk.go.id>

<https://filantropi.or.id/>

<https://www.cnbcindonesia.com>

<https://baznas.go.id>

DJPPR [kemenkeu.go.id](https://www.kemenkeu.go.id)

bwi.go.id

<https://www.antaraneews.com>

MODEL TRANSFORMASI DIGITAL PADA INDUSTRI HALAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Desy Ramadinah¹ Weri Mahendra²

¹ Prodi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas
Ahmad Dahlan Yogyakarta

² Prodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

¹desyrj26@gmail.com, ²werimahendra13@gmail.com

Abstract

In recent years the development of Islamic economics and finance has experienced significant growth, one of which is the halal industry. The COVID-19 pandemic has forced halal industry business actors to shift their business through digital transformation. In this study discusses the roadmap of the industrial revolution 4.0 in Indonesia and its relation to the digital transformation model for the halal industry that is currently developing. The research method uses a qualitative approach using the literature study method, which begins with collecting and understanding several literature reviews. The results show that the development of digital transformation models in the halal industry in the era of the industrial revolution 4.0 include the internet, blockchain, artificial intelligence, cellular phones, and smart logistics.

Keywords: *Halal Industry, Industrial Revolution 4.0, Digital Transformation*

PENDAHULUAN

Dengan munculnya COVID-19 pada saat ini membuat para pelaku usaha sangat bergantung dengan teknologi digital bahkan ketergantungan pada saat sebelumnya tidak pernah sebesar ini. Dalam pelaksanaannya transformasi digital pada saat pandemi Covid-19 sangat berkaitan dengan era revolusi industri 4.0 karena perkembangan

teknologi pada saat ini semakin pesat dengan munculnya otomatisasi alat dan peralatan yang bekerja sama sehingga menjadi sebuah sistem yang secara digital akan meningkatkan produktivitas dalam manufaktur dan bisnis di sebuah perusahaan. Transformasi digital dapat diartikan sebagai sebuah proses yang melibatkan suatu sumber daya yang dimiliki seperti pemanfaatan dari perkembangan teknologi digital yang ada sehingga menghasilkan suatu pengalaman atau nilai baru seperti kemudahan transaksi, komunikasi, produksi, dan konsumsi dalam kehidupan. Pada dasarnya transformasi digital merupakan kunci bagi negara yang ingin masuk di era revolusi industri 4.0. Tiap negara-negara di dunia sudah menyiapkan kebijakan yang berhubungan dengan revolusi industri 4.0 guna meningkatkan perkembangan teknologi dan perekonomian negara mereka. Indonesia sendiri juga berkomitmen untuk masuk pada era revolusi industri 4.0 pada tahun 2018 dengan meluncurkan *Making Indonesia 4.0* yakni berupa strategi dan *road map* (peta jalan) dengan melibatkan berbagai pihak seperti para pelaku usaha, penyedia teknologi, lembaga riset, pemerintah, pendidikan dan asosiasi industri.

Dalam beberapa tahun ini perkembangan ekonomi dan keuangan syariah mengalami pertumbuhan yang signifikan salah satunya yaitu industri halal di negara-negara dunia mengalami perkembangan yang sangat cepat walaupun pada masa pandemi covid-19. Terkait hal tersebut pemerintah telah menyiapkan berbagai strategi untuk menggarap potret potensi dari industri halal meskipun di tengah wabah pandemi Covid-19. Dalam strategi tersebut salah satu yang dilakukan yakni dengan dengan mendorong penggunaan transformasi digital dan penerapan protokol kesehatan secara ketat agar masyarakat dapat terlindungi, produktif dan aman dalam beraktivitas. Sektor digital pun mengalami penyesuaian dengan menampilkan secara online seperti *fashion* Muslim, dan berbagai macam produk halal ditampilkan pada platform e-commerce.

Masuknya tren gaya hidup yang halal sangat identik dengan kaum

Muslim di berbagai negara dengan jumlah penduduk mayoritas ataupun minoritas di dunia. Masuknya Indonesia pada era revolusi industri 4.0 saat ini akan berpengaruh positif terhadap perkembangan industri halal di Indonesia dan dunia. Terbukanya pasar baru juga akan menjadi peluang dan tantangan dalam mengembangkan produksi untuk memenuhi permintaan global dan kebutuhan dalam negeri (Elasrag, 2016). Halal merupakan bentuk dari sebuah standar dengan kualitas yang harus sesuai hukum syariat islam yang digunakan dalam setiap kegiatan yang dilakukan para umat Muslim (Bohari, Hin, & Fuad, 2013). Pada dasarnya produk berupa barang dan jasa yang halal wajib digunakan oleh kaum Muslim karena sebagai bentuk dari ketaatan seseorang terhadap hukum Syariah Islam. Meskipun konsep halal memiliki kaitan yang luas dengan umat Muslim, bukan berarti pemakaian produk ataupun konsumen halal hanya berasal dari umat Islam saja. Tetapi para konsumen produk halal dari negara-negara dengan jumlah penduduk muslim minoritas juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan dari State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2018/2019, menunjukkan tingkat konsumsi dari gaya hidup dan makanan halal kaum Islam di dunia diprediksi mengalami peningkatan yang signifikan yakni mencapai USD 3 triliun atau sekitar 42% pada tahun 2023 (State of the Global Islamic Economy, 2019).

Perkembangan industri halal sangat masif pada Indonesia sebagai negara dengan tingkat penduduk muslim terbanyak di dunia. Secara Demografi menurut data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (2021) jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam tersebar sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%). Dengan jumlah penduduk yang besar pada dasarnya Indonesia merupakan pasar yang potensial karena memiliki keunggulan dalam pengembangan suatu ekosistem keuangan Syariah dan ekonomi termasuk industri halal. Hal ini ditunjukkan menurut State of The

Global Islamic Economy (SGIE) report 2020/2021 Indonesia dengan sektor unggulan dalam industri halal yakni bidang makanan halal dan fashion muslim menempati peringkat ke-4 dan ke-3, selain itu pangsa pasar makanan halal sebesar 13% dari pasar global, termasuk yang terbesar di dunia. (State of the Global Islamic Economy, 2021).

Untuk mendukung potensi tersebut pemanfaatan teknologi dapat dilakukan untuk mencari peluang bisnis terutama yang berkaitan dengan industri halal salah satu bentuk kecilnya seperti industri yang bergerak di bidang makanan halal akan memperhatikan setiap detail dari cara memasak, bahan makanan dan lain-lain berkaitan dengan kehalalannya serta akan menerapkan transformasi digital dalam pemasaran produknya seperti memperkenalkannya secara online. Makanan halal merupakan produk halal yang penting dijalankan oleh semua umat islam di dunia karena sebagai bentuk tanda kebersihan, keamanan dan kualitas yang baik bagi orang muslim.

Secara garis besar tantangan utama dalam era revolusi industri bagi perusahaan sebagai ujung tombak pengembangan industri harus mampu menghadapi masalah pendanaan, masalah kemampuan, kurangnya teknologi atau infrastruktur digital yang mumpuni sebagai faktor pendukung pemasok serta masalah peraturan pemerintah yang tumpang tindih dan memerlukan penyesuaian lebih dalam. Berkaitan dengan masalah pendanaan dan bidang manufaktur perusahaan atau industri tidak hanya membutuhkan dana segar yang besar tetapi juga sumber daya manusia yang bertalenta sehingga mampu menerapkan teknologi digital yang berkualitas bagi industri dalam negeri di era industri 4.0.

Pada dasarnya transformasi digital merupakan penerapan dari teknologi digital dengan menciptakan pelayanan dari bentuk usaha dengan proses perubahan dari manual ke digital. Dalam meningkatkan hal tersebut penerapan teknologi maju dan mendukung industri halal dibutuhkan transformasi digital yang bermigrasi ke Industri 4.0

yaitu menggunakan sistem teknologi terkini pada saat ini. Selain itu, peraturan dan kebijakan pemerintah perlu keselarasan agar mengatasi masalah yang belum terselesaikan oleh pemerintah Indonesia. Berdasarkan latar belakang peluang dan tantangan tersebut terutama dalam mengembangkan kualitas dan kuantitas industri halal di negara Indonesia diperlukan suatu model transformasi digital terutama dalam perkembangan industri halal di era revolusi industri 4.0.

LANDASAN TEORI

A. Revolusi Industri 4.0

Revolusi Industri 4.0 membawa perubahan yang signifikan terutama dalam kehidupan sosial pada umat manusia. Secara global terdapat perbedaan revolusi industri keempat dengan revolusi pendahulunya, yaitu: Pertama, perubahan lebih masif berkembang dari pada sebelumnya. Kedua, peningkatan dari tingkat produksi dan biaya yang lebih efisien. Ketiga, terkait pengaruh yang lebih banyak terhadap tingkat sistem di kehidupan bermasyarakat (Zahrah & Fawaid, 2019). Dalam implementasinya terhadap kehidupan revolusi industri 4.0 bermanfaat terhadap semua kelompok masyarakat ataupun individu dengan mempermudah jaringan ekonomi namun juga terdapat ketimpangan dari segi sosial sehingga perlu adanya kehati-hatian lebih dalam membuat keputusan dan tindakan ekonomi yang dipilih agar tidak memperburuk kondisi hubungan sosial di lapisan masyarakat.

Era revolusi industri 4.0 dimulai dengan munculnya transformasi teknologi seperti super computer, rekayasa genetika, mobil otomatis, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan inovasi. Perubahan itu terjadi dengan kecepatan yang meningkat seiring dengan berjalannya waktu yang berpengaruh terhadap sektor-sektor penting seperti sosial, ekonomi, industri, politik, dan pemerintahan. Dalam bidang industri bisnis akan terdapat alat komunikasi yang berkembang sehingga memudahkan

kelancaran sistem pemasaran seperti memasarkan dan mempromosikan berbagai produk industri memakai alat digital yang efisien dan canggih melalui website, aplikasi pasar online, dan perangkat yang berhubungan dengan alat digital lainnya.

Secara khusus tantangan pada era industri 4.0 terdiri dari yakni: pertama, tantangan bersifat sosial seperti peningkatan kinerja nyata yang berkaitan dengan penguasaan teknologi, pengelolaan penerimaan tugas, kemampuan mentransfer pengetahuan, jiwa kepemimpinan, sifat toleransi, kemampuan belajar, memecahkan suatu masalah, dan kemampuan teknis sesuai bidang yang ditekuni. Kedua, tantangan bidang ekonomi yakni dengan meningkatkan produktivitas pemasukan terkait keterampilan penelitian, pemikiran wirausaha, kreativitas dan inovasi. Ketiga, tantangan bidang teknis seperti mengembangkan penggabungan kerja terkait kemampuan bekerja sama dalam suatu kelompok, pemahaman penggunaan media terkini, pengetahuan sistem keamanan teknologi dan kemampuan dalam berkomunikasi. Keempat, tantangan dalam bidang lingkungan seperti terjadinya kelangkaan sumber daya dan perubahan iklim secara ekstrem maka dari itu perlu pelestarian lingkungan secara berkelanjutan, dan motivasi untuk menjaga lingkungan. Kelima tantangan bersifat politik dan aturan yang berkaitan dengan keamanan dan data privasi tiap individu masyarakat.

B. Transformasi Digital

Transformasi merupakan sebuah istilah yang bersumber dari realitas dari sebuah perubahan. Sementara digital yaitu bentuk pemahaman dari perkembangan teknologi dan sains dari yang sebelumnya bersifat manual dan lama menjadi otomatis dan ringkas. Sehingga transformasi digital dapat diartikan sebagai sebuah proses perubahan yang luar biasa dengan melibatkan berbagai sumber daya seperti memanfaatkan teknologi digital yang ada dalam menghasilkan suatu luaran dari sebuah

organisasi sehingga mendapatkan pengalaman baru berwujud sebuah nilai efisiensi dan efektivitas contohnya seperti kemudahan dalam berbelanja, bertransaksi dan berkomunikasi dengan orang lain serta lain sebagainya. Secara garis besar terdapat empat faktor pendorong terjadinya transformasi digital di sebuah negara seperti perubahan regulasi atau aturan dari kebijakan pemerintah, berubahnya lanskap persaingan, perubahan bentuk industri ke era digital, serta berubahnya harapan dan perilaku konsumen (Hadiono & Noor Santi, 2020).

Sebuah industri yang melakukan transformasi digital mau tidak mau harus menyiapkan berbagai strategi dalam menghadapi tantangan yang akan terjadi dan dampak dari penggunaan teknologi tersebut baik itu terjadi positif dan negatif. Strategi utama industri harus disesuaikan dengan meningkatkan sumber daya manusia dan infrastruktur agar proses transformasi teknologi dapat berjalan dengan lancar sehingga akan menguntungkan industri tersebut. Pada dasarnya pola industri yang mulai berubah ke arah transformasi digital merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari karena perubahan tersebut dapat berjalan pada arah yang baik jika dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

C. Industri Halal

Perkembangan industri halal sering berkaitan dengan ekonomi halal yang duluan lebih dikenal dibanding industri halal hal ini muncul karena mulai meningkatnya permintaan produk barang dan jasa halal di seluruh dunia. Industri halal secara definisi terbagi menjadi dua kata yaitu industri dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan untuk menghasilkan atau mengolah sesuatu menggunakan sarana dan peralatan. Sementara halal adalah tidak bertentangan dengan hukum islam (syariah). Sehingga industri halal dapat diartikan sebagai bentuk usaha oleh sebuah industri untuk membuat sebuah produk seperti barang dan jasa yang harus sesuai hukum syariah atau ketentuan agama Islam. Dalam prakteknya di

Indonesia, industri halal sudah diatur pada undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan sebuah Produk Halal. UU tersebut menjamin setiap penduduk untuk memeluk agama sesuai keyakinan masing-masing dan memberikan perlindungan dan jaminan tentang tingkat kehalalan suatu produk tidak hanya tentang makanan dan minuman tetapi juga obat-obatan, kosmetik, produk biologi, produk kimiawi, barang yang dipakai untuk kegunaan masyarakat. Selain itu juga berkaitan dengan regulasi jasa halal seperti pariwisata, media, *travel*, dan *entertain*.

Secara karakteristik industri halal merupakan ciri khas bagi orang muslim dalam penggunaan dan konsumsinya tetapi dalam ruang lingkup penggunaannya tidak hanya terbatas padahal tersebut karena produk halal juga banyak digunakan oleh semua umat manusia. Bagi seorang muslim ketentuan halal merupakan bentuk pemenuhan keamanan secara agama sesuai ketentuan syariah. Sedangkan secara umum halal merupakan pemenuhan secara kesehatan, keamanan, dan pemenuhan kualitas mutu dalam penggunaan produk maupun konsumsinya. Produk atau jasa halal yang diperjualbelikan harus diidentifikasi kehalalannya melalui sertifikasi halal di lembaga audit halal negara yang resmi. Tidak hanya itu bagi para pelaku atau produsen yang bergerak di industri halal tidak hanya terdiri dari negara-negara muslim tapi juga negara-negara non-muslim selama tingkat kehalalannya terpenuhi yang mencakup bahan baku (*materials*), proses (*mechanism*), pembiayaan (*monetary*) dan sumber daya manusia (*man*) sebagai produk halal (Sukoso, Wiryawan, Kusrini, & Sucipto, 2020).

Lahirnya industri halal pada awalnya dibutuhkan konsumen muslim terkait mutu produk pangan yang halal, namun kini telah mengalami perkembangan akibat meningkatkan kesadaran Umat Islam tentang pentingnya mempraktikkan nilai-nilai Islam (syariah) dalam ruang lingkup kehidupan yang luas. Pertumbuhan industri halal yang cepat dan masif sehingga menjadi sektor manufaktur yang baru seiring

dengan meningkatnya perekonomian global. Hal ini tidak terlepas dari negara-negara di dunia yang semakin banyak menerima konsep dari kehalalan suatu produk sebagai penentu mutu dan kualitas produk tersebut. Dengan pertumbuhan yang cepat akan meningkatkan potensi dari pasar halal secara global yang tentunya berkaitan dengan perilaku konsumen secara menyeluruh. Pada dasarnya Islam telah mengatur semua lini kehidupan termasuk salah satunya seperti perilaku konsumen atau konsumsi suatu masyarakat. Perilaku ini menyentuh semua aspek dalam industri halal seperti katering dan industri makanan, pariwisata, sistem keuangan, layanan amal, layanan kependidikan hingga infrastruktur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan bersifat kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan hasil penemuan yang tidak bisa dicapai dengan memakai prosedur statistik atau kuantitatif. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mencerna realita sosial seperti suatu fenomena yang terjadi, utuh, dinamis, kompleks, penuh makna dan hubungan yang interaktif (Sugiyono, 2011). Dalam metode penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan yakni dimulai dengan mengumpulkan dan memahami beberapa kajian pustaka yang didapat dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku dan dokumen lainnya lalu menganalisis yang berkaitan dengan permasalahan objek penelitian secara detail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Roadmap* Revolusi Industri 4.0 Indonesia

Pada revolusi Industri 4.0 Negara Indonesia memiliki komitmen dalam membangun berbagai industri manufaktur yang memiliki daya saing secara global untuk meningkatkan percepatan penerapan industri 4.0. Fenomena revolusi industri 4.0 pada saat ini bagi Indonesia akan

memberikan peluang yang besar untuk merevitalisasi sektor manufaktur yang akan mempercepat visi Indonesia agar menjadi salah satu dari 10 negara dengan tingkat perekonomian terbesar di dunia. Untuk mencapai hal tersebut Kementerian Perindustrian telah merumuskan kebijakan “Making Indonesia 4.0” untuk menerapkan *roadmap* dan strategi di Indonesia yang melibatkan berbagai pihak baik seperti pelaku usaha, penyedia teknologi, lembaga pendidikan dan riset, asosiasi industri dan pemerintah sebagai pemangku kebijakan negara. Dalam *roadmap* tersebut akan memberikan petunjuk dan arah yang jelas tujuan pergerakan industri di Indonesia termasuk lima sektor dan 10 prioritas nasional. Adapun 5 sektor nasional pada *roadmap* revolusi industri 4.0 Indonesia terdiri terdapat lima industri yang akan menjadi titik fokus implementasinya, diantaranya seperti minuman dan makanan, kimia, otomotif, elektronik dan tekstil. Dari kelima industri akan menjadi penopang perekonomian yang tujuannya untuk memberikan perkembangan nyata terhadap tingkat perekonomian Indonesia, mampu memberikan perubahan daya ungkit yang besar dan menaikkan tingkat daya saing secara global.

Kementerian Perindustrian (2019) telah mengatur empat metode strategi untuk memasuki revolusi industri 4.0. langkah yang akan di implementasikan tersebut diantaranya: Pertama, mendorong para angkatan kerja agar berkerja keras meningkatkan kemampuan yang berhubungan dengan teknologi IoT (*internet of things*) atau mampu mengimplementasikan kemampuan internet pada bagian produksi di industri. Kedua, memanfaatkan teknologi digital yang telah berkembang agar lebih optimal dalam dunia industri seperti *Cloud*, *Augmented Reality*, *Big Data*, dan *Cybersecurity*. Ketiga dalam menggunakan teknologi digital yang berkaitan dengan daya saing dan produktivitas untuk industri kecil dan menengah (IKM) dengan tujuan dapat menembus pasar luar negeri dengan program *E-smart* untuk industri kecil dan menengah (IKM). Keempat mengajak semua pihak yang berkepentingan untuk mendorong

keaktifitas dan inovasi teknologi melalui perkembangan start up dengan memfasilitasi masyarakat yang bergerak dibidang wirausaha berbasis teknologi di Indonesia.

B. Model Transformasi Digital Industri Halal pada Era Revolusi Industri 4.0

Perkembangan industri halal sebaiknya menyesuaikan dengan penguatan teknologi pada era revolusi industri 4.0 yang sedang terjadi saat ini. Transformasi digital mengacu pada berkembangnya teknologi juga menjadi sarana percepatan dan optimalisasi dari rantai bisnis halal kedepan yang berpengaruh kepada efisiensi dan efektifitas industri halal tersebut. Masyarakat global saat ini mulai memikirkan akan pentingnya kebutuhan umat Islam seperti pasar halal yang menyediakan makanan-makanan atau produk halal yang telah bersertifikat baik itu internasional maupun secara nasional (Santoso, 2021). Berikut bentuk transformasi digital industri halal pada era revolusi 4.0:

1. Penggunaan Internet pada Industri Halal

Penggunaan internet atau *Iot (Intenet of Things)* jika diterapkan pada operasional industri halal maka akan bermanfaat dengan mempercepat aksesibilitas data dengan jumlah yang besar serta lebih efisien dari sebelumnya yang hanya menggunakan manual. Dengan *Iot* juga memungkinkan regulator dan produsen industri halal agar memudahkan dalam menganalisis keseluruhan proses seperti siklus pasokan halal yaitu dari pertanian, pergudangan hingga pada distribusi ritel dan makanan (Senjoyo, Fazri, Hidayat, & Himawan, 2018).

Menurut Hootsuite dan We Are Social (2021) di tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 202,6 Juta orang dari jumlah penduduk total 274,9 Juta orang atau 73,7% masyarakat sudah menggunakan internet. Dengan angka tersebut menunjukkan potensi

dari pengembangan industri halal dalam menggunakan internet sangat besar. Pada bidang pariwisata halal, internet dapat bermanfaat sebagai media promosi seperti media sosial, aplikasi dan situs web sehingga mendatangkan keuntungan terutama bagi para pelaku pariwisata halal seperti hotel-hotel syariah, masyarakat setempat, agen perjalanan, pemerintah, tempat makan dan lain-lain. Pada bidang produk halal seperti makanan, barang maupun jasa internet dapat berfungsi sebagai bagian dari strategi dalam memasarkan produknya dengan memanfaatkan *Search Engine Optimization* (SEO), media marketing, website, dan lain-lain sehingga berpengaruh terhadap keinginan konsumen agar membeli produk tersebut.

2. Penggunaan *Blockchain* pada Industri Halal

Blockchain merupakan salah satu bentuk transformasi digital yang berbentuk kode data yang diikat berbasis kriptografi *blockchain* dan mata uang dari dunia maya lainnya yang dipakai pada industri halal sebagai bentuk integritas halal dari distribusi keamanan pangan global (Tiemann & Darun, 2017). Teknologi *blockchain* mulai dipopulerkan oleh Satoshi Nakamoto yang bertujuan untuk mencatat berbagai kondisi secara *real time* dan menerapkan ke dalam konsep *smart contracts* atau kontrak cerdas yang terdiri rangkaian kode yang tidak mungkin diubah. Kode ini membuat ruang transparansi lebih terbuka sehingga meningkatkan kepercayaan publik dan dapat diverifikasi berbagai orang tanpa wajib melibatkan pihak ketiga.

Penggunaan *blockchain* jika mulai diterapkan dengan sangat hati-hati pada industri halal, maka pihak otoritas halal dapat berwenang mengeluarkan sertifikat halal yang sudah terintegrasi yang didalamnya mencakup dari catatan produksi dan distribusi oleh para produsen halal. Sertifikat halal tersebut tidak dapat dipalsukan karena akan meninggalkan jejak pembuktian, yang dapat memungkinkan regulator

halal dan produsen untuk melacak langsung ke sumbernya sehingga dapat mencegah terjadinya kontaminasi atau penipuan. Teknologi *Blockchain* dalam implementasinya di Indonesia telah digunakan sebagai jaminan dari produk halal termasuk salah satunya terhadap penggunaan di industri makanan sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat pada kualitas industri makanan halal (Charity, 2017). Pada rantai industri makanan halal kunci dari keberhasilan teknologi *blockchain* ini yakni dimulai dari para petani atau produsen ke dapur lalu kepada konsumen, setiap langkah dari proses tersebut dapat diawasi secara menyeluruh.

3. **Penggunaan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) pada Industri Halal**

Kecerdasan buatan dapat diartikan sebagai kecerdasan yang digambarkan seperti mesin yang meniru fungsi kognitif berbentuk sistem untuk memecahkan berbagai masalah atau pekerjaan. Dalam pengembangan industri halal kecerdasan buatan merupakan sesuatu hal yang baru untuk digunakan salah satu bentuk penggunaan kecerdasan buatan yaitu seorang peneliti di Malaysia mengenalkan sistem yang terintegrasi dari objek maupun pola menggunakan mesin untuk memotong ayam secara otomatis sesuai dengan prinsip syariah. Sistem ini memakai kamera yang memiliki kecepatan tinggi untuk merekam bagian esofagus dan trakea ayam ketika sedang dipotong dan halal untuk dimakan. Sistem tersebut diproses dengan perangkat lunak yang sudah diatur jika ayam yang dipotong tidak syariah maka sistem alarm akan berdering dan mesin akan langsung memisahkan potongan ayam tersebut (Santoso, 2021). Di Indonesia sendiri penggunaan kecerdasan buat untuk industri halal sudah mulai disosialisasikan dalam bidang *Virtual Reality* (VR) yang mulai dikembangkan oleh AiCI bersama UMG tentang promosi halal, expo produk halal, tur virtual dan web berbasis layanan digital.

4. Penggunaan Teknologi Seluler pada Industri Halal

Teknologi seluler seperti *smartphone* memiliki banyak banyak manfaat seperti meningkatkan komunikasi tiap organisasi terutama pada industri halal. Salah satu aplikasi pada *smartphone* yang memberikan keuntungan industri halal adalah aplikasi sertifikasi halal online yaitu Cerol v3.0 pada tahun 2019 oleh MUI yang berfungsi untuk membantu proses audit sertifikasi halal secara online dengan fitur terbarunya seperti penjadwalan audit dan beberapa fitur pendukung lainnya yang pastinya dapat memberikan sebuah kemudahan agar membantu industri halal dalam percepatan proses sertifikasi halal di Indonesia. Selain itu juga terdapat aplikasi Halal MUI yang mempunyai fitur bagi konsumen untuk mengecek suatu produk halal. Dalam pariwisata halal pun juga terdapat aplikasi Halal Trip yang mempunyai konsep bagi pengguna dalam memperoleh informasi tidak hanya restoran halal dan hotel syariah tetapi juga terdapat fitur sholat di daerah yang sedang dikunjungi sehingga bermanfaat untuk menjaga pola ibadah pengguna.

5. Penggunaan *Smart Logistic* pada Industri Halal

Logistik cerdas (*smart logistic*) pada industri halal bertujuan untuk memastikan berbagai produk halal dapat dipindahkan dan disimpan dengan efisien dan aman. Hal ini didasari kebutuhan logistik dalam konsep halal yang semakin banyak berpengaruh terhadap permintaan yang meningkat. Dengan gabungan teknologi yang tepat logistik cerdas dapat melacak kehalalan terkait perencanaan rute yang sangat efisien, hubungan atau konektivitas yang baik serta membantu para pengecer dan konsumen produk halal untuk yakin terhadap kualitas produk mereka. Segmen dari industri halal yang akhir-akhir ini mendapat perhatian dari kalangan umum yaitu tentang logistik halal yang bertujuan untuk memastikan integritas halal pada suatu aliran produk barang dan jasa di seluruh rantai pasokan. Logistik halal secara definisi dapat diartikan

sebagai proses pengelolaan, pengadaan, pergerakan, penanganan bahan dan penyimpanan makanan dan non makanan melalui organisasi berkepentingan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat.

Menurut Tieman (2013) hasil penelitiannya menunjukkan tentang logistik konvensional berkaitan dengan produk halal pada dasarnya tidak memberikan jaminan pasti bagi para konsumen Muslim di negara-negara non-Muslim dan Muslim. Hadirnya logistik halal secara global diklasifikasikan pada dua tingkatan yang berbeda, pertama untuk negara-negara Muslim (menangani secara langsung dengan tingkat keharaman dan risiko kontaminasi serta pandangan konsumen muslim). Kedua, untuk negara-negara non-Muslim (hanya membahas secara langsung dengan tingkat keharaman dan risiko kontaminasi). Pada logistik halal sangat penting terdapat sertifikasi halal terkait industri jasa khusus tentang layanan logistik dikarenakan logistik halal harus mendapat perhatian lebih terutama dalam beroperasi berdasarkan sistem syariat dengan memisahkan produk barang halal dan non halal.

PENUTUP

Dari hasil kajian penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan dalam pelaksanaannya transformasi digital pada saat pandemi Covid-19 sangat berkaitan dengan era revolusi industri 4.0 karena pada saat ini perkembangan teknologi semakin pesat dengan munculnya otomatisasi alat dan peralatan yang bekerja sama sehingga menjadi sebuah sistem yang secara digital akan meningkatkan produktivitas dalam manufaktur dan bisnis di sebuah perusahaan. Transformasi digital pada industri halal dalam perkembangannya di era revolusi industri 4.0 pada saat ini sangat penting agar industri halal tidak tertinggal dan untuk menumbuhkembangkannya ke arah yang lebih efisien dan efektif. Negara Indonesia sendiri memiliki komitmen dalam membangun berbagai industri yang memiliki daya saing secara

global dengan merumuskan kebijakan “Making Indonesia 4.0” untuk menerapkan *roadmap* dan strategi di Indonesia yang melibatkan berbagai pihak baik asosiasi industri, pelaku usaha, penyedia teknologi, lembaga pendidikan dan riset serta institusi pemerintah.

Dengan adanya *roadmap* tersebut industri halal memiliki dukungan dan potensi yang sangat besar. Pada saat ini tren gaya hidup yang halal cukup identik dengan kaum Muslim di berbagai negara baik itu negara dengan penduduk minoritas dan mayoritas di dunia. Dengan jumlah penduduk yang secara mayoritas menganut agama Islam terbesar di dunia yang besar Indonesia merupakan pasar yang potensial karena memiliki keunggulan dalam pengembangan dari ekosistem ekonomi dan keuangan syariah termasuk industri halal. Adapun model transformasi digital pada industri halal di era revolusi industri agar bisa bersaing di pasar global yakni terdiri dari penggunaan internet atau IoT (*internet of things*), *Blockchain*, Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*), Logistik cerdas (*smart logistic*) dan teknologi seluler.

SARAN

Dari hasil penelitian ini perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk memantau bagaimana perkembangan dari transformasi digital pada industri halal di Indonesia. Selain itu penulis sendiri memberikan saran terutama pada pemangku kebijakan seperti pemerintah bahwa pada saat ini pada dasarnya kebijakan yang telah pemerintah susun terkait industri halal di era revolusi industri 4.0 pada saat ini masih terdapat kekurangan berkaitan dengan implementasinya terkait teknologi *blockchain* dan kecerdasan buatan mayoritas masih memakai sistem yang semiotomatis atau manual.

DAFTAR PUSTAKA

- Bohari, A. M., Hin, C. W., & Fuad, N. (2013). The competitiveness of halal food industry in Malaysia: A SWOT - ICT analysis Abdul. *Malaysian Journal of Society and Space*, 10(2), 115-124. Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/3906376>
- Charity, M. L. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(1), 99-108. Retrieved from <http://www>.
- Elasrag, H. (2016). Halal Industry: Key Challenges and Opportunities. *SSRN Electronic Journal*, (February). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2735417>
- Hadiono, K., & Noor Santi, R. C. (2020). Menyongsong Transformasi Digital. *Proceeding Sendiu*, (July), 81-84. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/343135526_MENYONGSONG_TRANSFORMASI_DIGITAL
- Kemp, S. (2021). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kusnandar, V. B. (2021). Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam. Retrieved October 10, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Perindustrian, K. (2019). *Making Indonesia 4.0*. <https://doi.org/10.7591/9781501719370>
- Santoso, I. R. (2021). *Model Pengembangan Industri Halal Era Revolusi Industri 4.0*.
- Senjoyo, T., Fazri, R. N., Hidayat, R. D. R., & Himawan, D. (2018). Maintaining Halal Cold Chain Warehouse Temperature Stability Using Iot To Increase Halal Food Brand Equity. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 1(1), 1-11. Retrieved from <http://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/ATLR/article/view/14/147>

- State of the Global Islamic Economy. (2021). State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021. In *Dubai International Financial Centre*. Retrieved from <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). Ekosistem Industri Halal. In *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- The, S. of, & Global Islamic Economy. (2019). State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2018/2019. In *State of the Islamic Economy Report*. Retrieved from http://www.iedcdubai.ae/wp-content/uploads/2019/02/SGIE-Report-2018-19_Eng_1540649428.pdf
- Tieman, M. (2013). Establishing The Principles In Halal Logistics. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1–13.
- Tieman, M., & Darun, M. R. (2017). Leveraging Blockchain Technology for Halal Supply Chains. *ICR Journal*, 8(4), 547–550. <https://doi.org/10.52282/icr.v8i4.167>
- Zahrah, A., & Fawaid, A. (2019). Halal Food di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek dan Tantangan. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 3(2), 121–138. <https://doi.org/10.21009/hayula.003.2.01>

IMPLEMENTASI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH TERHADAP PELAKU UMKM MENUJU *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (Studi Kasus UD Petis HSN Konang Pamekasan)

*Riskiana Elina*¹, *Maftuhatul Faizah*,² *Arini Alkawaddah*,³

¹ Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan

² Universitas Islam Malang

³ Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan

Iqbalrafiqy96@gmail.com

Abstract

The qualitative method used in this study is based on the results of observations and interviews. With the objective of aligning many sharia business management indicators with indicators of Good Corporate Governance in terms of generating significant data and show that a business using sharia business management and Good Corporate Governance will run effectively. The results of the research show that implementing sharia business management and Good Corporate Governance is effective and efficient, based on interviews and observations of MSME actors. POAC is used to implement sharia business management, and then it is used to implement Good Corporate Governance in terms of three indicators: transparency, independence, and accountability. As a result, it is safe to conclude that Sharia Business implementation can result in good corporate governance.

Keywords: *Sharia Business Management, Good Corporate Governance*

PENDAHULUAN

Good Corporate Governanve (GCG) selalu menjadi isu terhangat di seluruh aspek kehidupan suatu bisnis usaha terutama dalam dunia perusahaan. Tak hanya menjadi isu terhangat, bahkan dipopulerkan dan

ditempatkan di posisi terhormat sebagai tujuan dan dasar kompetensi dari eksistensi sebuah perusahaan. Alasan pertama mengapa GCG dijadikan di posisi terhormat ialah karena GCG dipandang sebagai salah satu kunci suksesnya suatu perusahaan dalam bergerak untuk perubahan yang lebih maju dari sebelumnya serta dapat menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang, sekaligus menjadi salah satu syarat dalam menentukan kemenangan persaingan bisnis secara global. (Zaid Raya Argantara, Mujibno, 2021) Yang kedua GCG dijadikan patokan yang mendesak yang harus dimiliki oleh setiap bisnis usaha baik berskala besar ataupun menengah. Karena terjadinya krisis ekonomi yang telah melanda bumi Asia dan Amerika latin diyakin terjadi karena adanya faktor kegagalan dalam penerapan GCG (S. Kaihatu, 2006, p. 1).

GCG menjadi salah satu bahasan terpenting dalam rangka mendukung serta memulihkan suatu perekonomian supaya tetap stabil di masa yang akan datang baik di kancah nasional maupun internasional. Sebab di pertengahan tahun 1997, Indonesia dan di berbagai negara Asia lainnya tengah mengalami krisis dan ini dikemukakan oleh Baird bahwasanya salah satu faktor pemicu timbulnya krisis ini karena tidak terlaksana secara baik pelaksanaan *Good Corporate Governance* di seluruh aspek perusahaan yang ada baik hal itu termasuk perusahaan BUMN maupun perusahaan pihak swasta lainnya. Iqbal menyebutkan dalam penelitiannya (Rafiqi et al., 2020) salah satu analisa yang bisa digunakan dalam mengukur good governance yaitu dengan metode CIPP (Context, Input, Process dan Produk) pada suatu perusahaan yang digunakan pada *planning, conducting, reporting*.

Penghimpauan pemberlakuan GCG yang baik dan tepat menjadi salah satu jalan bagi pelaku usaha untuk menuntaskan salah satu tujuan perusahaannya seperti penambahan sumber daya perusahaan. Mereka akan terus mengeruk beragam usaha, cara dan metode untuk mendapatkan tambahan sumber daya demi kelajuan perusahaannya.

Yang dimaksud dalam kategori penambahan sumber daya disini ialah penambahan aset perusahaan baik hal itu dilihat dari aspek material ataupun non material. Karena dengan adanya penambahan aset, perusahaan akan mudah beroperasi dengan lancar.

Ambisi inilah yang akan memicu kemunculan dua sikap *bankable* dan *investable*. Yang mana keduanya selalu menjadi tuntutan dari pergerakan yang dilakukan para pelaku usaha untuk kemajuan perusahaannya dan mensejahterakan para pelaku UMKM. Sikap *bankable* merupakan suatu perilaku ataupun sebutan bagi nasabah yang sudah memenuhi persyaratan bank. Bagi pelaku UMKM yang akan melakukan pinjaman kredit, maka ia harus menjadi seorang yang *bankable*. Sedangkan yang dimaksud *investable* ialah sebutan bagi orang yang sudah memenuhi persyaratan sebagai nasabah yang akan melakukan investasi. Kedua sikap ini akan muncul ketika pelaku UMKM mulai gencar dengan segala ambisi yang akan mereka raih demi perusahaannya. Dengan demikian, kedua sikap inilah yang akan memicu perusahaan menjadi perusahaan yang *go public*.

Realita keberhasilan usaha di Indonesia selalu berpacu pada beberapa fungsi manajemen bisnis islam dan beberapa indikator *Good Corporate Governance*. Tidak hanya bisnis berskala besar saja, melainkan juga berimpas pada pelaku UMKM. Untuk riset kali ini, penulis langsung turun dalam pengobservasian pada pelaku UMKM melalui perkembangan bisnisnya. Beberapa riset penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya seperti riset penelitian yang dilakukan oleh Sunarji Harahap yang mengatakan bahwsanya, standar yang diambil di setiap fungsi manajemen terikat dengan hukum syara' (Harahap, 2017, p. 220). Karena dari beberapa prestasi yang didapatkan perusahaan salah satu indikatornya ialah pengelolaan manajemen berbasis syariah yang tertuang pada fungsi Manajemen. Etika bisnis Islam dijadikan sebagai peran penting mencapai tujuan perusahaan

dalam mendapatkan keuntungan (Norvadewi (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif), 2015, p. 25).

Sama halnya dengan kehadiran *Good Corporate Governance*, selalu menjadi pengiring menuju perusahaan *go public* melalui beberapa indikator yang terkandung di dalamnya. GCG dianggap baik dalam menganggulangi adanya resiko baik secara finansial ataupun reputasi serta menjadi pillar bagi pelaku usaha dalam mengangkat derajat perusahaannya (Ahmad, 1979, p. 2). Dari sekian banyaknya penelitian mengenai implementasi manajemen bisnis syariah dan *Good Corporate Governance* masih berpacu pada perkembangan lembaga keuangan syariah, Perusahaan besar UKM. Oleh karena itu, dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas penulis ingin menelaah lebih lanjut pembahasan mengenai implementasi manajemen syariah dan *Good Corporate Governance* pada pelaku UMKM yang akan dilandaskan pada beberapa indikator dari kedua pengimplementasian tersebut.

LANDASAN TEORI

1. Manajemen Bisnis Syariah

a. Pengertian Manajemen Bisnis Syariah

Manajemen bisnis syariah merupakan suatu bentuk kegiatan pengelolaan ekonomi bisnis syariah yang terfokuskan pada aspek syariat yang telah ditetapkan di dalamnya untuk menciptakan sektor perusahaan yang efektif dan efisien dalam mendapatkan hasil yang maksimal. Dengan demikian secara garis besar Manajemen bisnis syariah ialah kemampuan seorang manajer dalam menjalankan bisnis yang sesuai rencana dalam rangka mencari keridhaan Tuhan melalui orang lain (Latifah, 2020, pp. 2–3).

Bisnis Islam merupakan serangkaian Unit Usaha yang dijalankan dengan berpatokan kepada prinsip-prinsip Syariah, yang mana berpacu

pada Al-Quran dan Hadits seperti etika bisnis Islam (Ariyadi, 2018, p. 20). Prinsip-prinsip yang dimaksud ialah serangkaian patokan ataupun aturan yang berkenaan dengan kegiatan bisnis yang sesuai dengan hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist. Jadi hal ini tidak hanya semata-mata kegiatan jual beli yang targetnya hanya ingin mendapatkan keuntungan Namun bisnis ini lebih mengarah kepada hukum islam yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits. Oleh karena itu, bisnis ini dibatasi oleh cara mendapatkan keuntungan dan mengembangkannya dengan konsep halal dan haram. Jika cara yang diambil mengarah ke konsep halal maka dijalankan namun jika mengarah pada konsep haram maka ditinggalkan. Sehingga prosesnya bukan hanya mendapatkan keuntungan, Namun juga untuk menggapai keridhoan dari Allah Swt (Nova Yanti Maleha, 2016, p. 45).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya manajemen bisnis syariah ialah pengetahuan yang mempelajari tentang bagaimana mengatur, mengelola, dan melaksanakan kegiatan bisnis yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Begitu juga dalam Lembaga zakat infaq dan shadaqah amat perlu manajemen bisnis Syariah. Baik dari penghimpunan, pengelolaan dan pendistribusian. Iqbal memaparkan dalam penelitiannya (Rafiqi, 2019), bahwa strategi fundraising zakat infaq shodah sangat diperlukan agar penghimpunan dananya bisa di dapatkan secara maksimal.

b. Tujuan Manajemen Bisnis Syariah

Sesuai dengan namanya manajemen bisnis syariah, maka dalam proses tahapan hingga perjalanan bisnis akan berpacu pada syariat. Yang acuan ini mencakup empat hal utama yakni :

1. Target Hasil

Di dalam target hasil disini memuat dua poin yakni *profit-materi* dan *benefit-nonmateri* artinya bahwasanya tidak selamanya bisnis hanya

untuk mendapatkan profit atau keuntungan semata melainkan juga untuk memberikan benefit atau manfaat kepada sekitar. *Benefit* yang dimaksudkan tidak hanya tertuju pada manfaat kebendaan, tetapi juga non materi (Riyadi, 2015, p. 81).

2. Pertumbuhan

Tatkala aspek *profit* dan *benefit* telah dicapai. Maka perusahaan harus mengupayakan peningkatan atau melakukan inovasi terhadap laju bisnis melalui cara baik pula bukan menghalalkan segala cara untuk mencapai segala tujuan.

3. Keberlangsungan

Setelah mengalami pertumbuhan tiap tahunnya, maka pelaku bisnis harus mempertahankan apa yang telah dicapai supaya perusahaan tetap memiliki kelangsungan hidup kedepannya.

4. Keberkahan

Segala tujuan yang telah dicapai tidaklah mejadi sempurna jika tidak diiringi dengan pencapaian suatu keberkahan, karena keberkahan merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia oleh Allah SWT. Keberkahan ini menjadi bukti nyata bahwasanya bisnis yang dijalankan oleh seseorang tersebut telah mendapatkan keridhaan dari Allah SWT dan tentu hal ini telah menjadi nilai ibadah untuk setiap proses usahanya. (Riyadi, 2015, pp. 81–82).

c. **Fungsi manajemen bisnis syariah**

Urgensi manajemen dalam bisnis menjadi sangat penting tatkala untuk mencapai proses kesempurnaan maupun kemajuan dalam perusahaan tersebut. Dalam hal ini manajemen yang telah dirancang yang memiliki lima fungsi akan diimplementasikan pada manajemen bisnis Islam. kelimanya ialah sebagai berikut perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan evaluasi. Namun, terdapat beberapa fungsi lainnya selain Selain lima fungsi tersebut seperti *coordination*, *motivation*

dan *leading*. Sehingga terdapat tujuh fungsi manajemen perspektif islam.

Berikut uraian ketujuh dari fungsi manajemen tersebut:

1. *Planning* (perencanaan)

Segala bentuk niat ataupun rentetan rencana yang akan dikerjakan untuk perihal apapun yang menyangkut dengan masa depan melalui sumber daya yang dimiliki maka itulah yang disebut dengan perencanaan. Perencanaan merupakan suatu tujuan awal dalam manajemen bisnis islam menuju pencapaian (Riyadi, 2015, p. 72).

2. *Organizing* (organisasi)

Yang dimaksud *organizing* disini merupakan pembagian tugas dalam sebuah manajemen. Supaya seluruh aspek yang ada dapat melaksanakan tugas dengan sebaik mungkin.

3. *Actuating* (penggerakan)

Dalam tahap ini, terjadinya proses dalam mengarahkan sistem kerja untuk bergerak dengan sebaik mungkin melalui pemberian motivasi dan pembinaan.

4. *Controlling* (pengawasan)

Serangkaian Proses pengawasan yang dilakukan untuk memastikan seluruh keadaan pelaksana dalam melakukan tugas sesuai rencana dan harapan.

5. *Evaluating* (evaluasi)

Proses pengendalian perusahaan dengan memastikan segala *planning* yang dibuat berjalan secara efektif atukah tidak. Atau dalam maksud lain, evaluasi merupakan suatu titik dalam mengukur tingkat keberhasilan dari *planning*.

6. *Coordination* (kordinasi)

Kordinasi merupakan rangkaian upaya untuk mencapai hasil yang baik dengan keadaan yang seimbang, hal ini termasuk ke dalam langkah-langkah dalam mengaplikasikan fungsi *planning* dengan mengharapkan tujuan yang diidamkan (Riyadi, 2015, p. 78).

7. *Motivation* (motivasi)

Motivasi ialah suatu proses dalam melakukan pemahaman ke dalam diri seorang individu seperti menjelaskan tujuan, intensitas, arah, serta ketekunan seorang individu dalam mencapai suatu tujuan.

8. *Leading* (khalifah/kepemimpinan)

Yakni mengatur, memimpin segala aktivitas kepada tujuan.

d. **Ruang Lingkup Manajemen Bisnis Syariah**

Adapun ruang lingkup bisnis syariah meliputi tiga cakupan yang diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Terdapat Akad-akad yang bersangkutan-paut dengan INPUT, yaitu faktor-faktor produksi.
2. Terdapat Akad-akad yang bersangkutan-paut dengan proses, misalnya akad hukum syariah tentang barang dan jasa yang diproduksi.
3. Terdapat Akad-akad yang bersangkutan-paut dengan OUTPUT, yaitu profit (laba)

e. ***Good Corporate Governance***

1. **Pengertian *Good Corporate Governance***

Good Corporate Governance merupakan suatu konsep yang menyangkut tata kelola perusahaan ataupun struktur perseroan baik hal itu berupa pembagian tugas, pembagian kewenangan, maupun pembagian beban tanggung jawab dari masing masing unsur sehingga membentuk suatu unsur perseroan serta mekanismenya (D. Mas, 2005).

2. ***Asas Good Corporate Governance***

KNKG mengatakan bahwasanya (2006) ada lima prinsip yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan untuk bisa mencapai *Good Corporate Governance* diantaranya: transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta

kewajaran atau kesetaraan. Uraian dari kelima prinsip tersebut ialah:

1. **Transparansi (*transparency*)**
Keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan mengemukakan informasi relevan seputar perusahaan ke publik
2. **Akuntabilitas (*accountability*)**
Kejelasan fungsi, pelaksanaan serta tanggung jawab perusahaan sehingga pengelolaan tercapai secara efektif
3. **Responsibilitas (*responsibility*)**
Untuk prinsip responsibilitas atau prinsip tanggung jawab, perusahaan harus menyesuaikan dengan peraturan perundang-undangan pemerintah serta prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
4. **Independensi**
Prinsip ini mencetuskan bahwa perusahaan wajib dikelola secara independent tanpa didominasi bahkan diintervensi oleh salah satu pihak manapun. Tujuannya tiada lain agar perusahaan seimbang dan bisa melaksanakan tugasnya secara maksimal.
5. **Kewajaran dan kesetaraan (*fairness*)**
Aspek kesetaraan memang perlu diutamakan dalam segala bidang khususnya dalam suatu organisasi maupun perusahaan. karena Dalam melaksanakan setiap proyek maupun kegiatannya, perusahaan harus bisa memperhatikan kepentingan pemegang saham mayoritas maupun minoritas dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan (Kelvianto & H. Mustamu, n.d., p. 2).

METODELOGI PENELITIAN

Arti luas definisi metodologi dikenal sebagai langkah maupun cara dalam menelaah sebuah realita atau suatu langkah spesifik yang ditempuh secara sistematis selama penelitian berlangsung. Adapun dalam penelitian kali ini, metode yang digunakan ialah metode kualitatif yang

mana pemaparan di dalamnya akan dijelaskan secara deskriptif. Dalam hal ini penulis menyesuaikan hasil wawancara berdasarkan indikator yang telah dipilih. Berikut tahapan yang dilakukan mulai dari memaparkan beberapa kemungkinan untuk menyelesaikan masalah aktual, menyusun atau mengklasifikasikannya, menganalisis serta menginterpretasikannya.

Kerangka metodehnya menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Data akan didapatkan bisa berupa tulisan, penuturan lisan baik individu atau kelompok bahkan perilaku bisa menjadi pengamatan juga. (Lexy J. Meleong, 2007) Jenis penelitian itu yaitu studi kasus, (Suharsimi Arikunto, 2011) dengan pemahaman penelitian harus dilaksanakan intensif, terperinci dan harus mendalam terhadap lembaga, organisasi ataupun gejala-gejala lainnya.

Prosedur-prosedur yang akan dilakukan peneliti di antaranya:

1. Wawancara (*Interview*)

Interview ini ditujukan kepada pihak-pihak yang sangat paham dan ikut serta dalam pengelolaan objek penelitian, diantaranya: Akademisi, Praktisi dan Regulator dalam Koperasi Syariah dan usaha mikro halal serta pada Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Pamekasan. Agar penelitian bisa mendapatkan data yang benar dan mendalam.

2. Observasi Partisipan

Observasi partisipan dilakukan peneliti dengan tujuan agar peneliti bisa menganalisa langsung dengan akurat dan benar sehingga penentuan masalah prioritas dan solusi alternatif akan pengembangan ekonomi syariah melalui ekonomi kerakyatan dan usaha mikro halal bisa diamati dengan jelas.

3. Dokumentasi

Data-data dokumentasi sebagai dasar dalam memperkuat analisis antara teknik wawancara dan observasi yang dilakukan.

Ada tiga teknik dalam analisis data : pertama reduksi data, kedua

penyajian data serta yang ketiga yaitu penarikan kesimpulan.(Sugiyono, 2019) Teknik ini dilakukan agar perbedaan data yang di dapatkan bisa di analisa dengan benar dan sesuai fakta lapangan. Tahapan-tahapannya yaitu dilakukan dengan penyederhanaan data-data yang di dapatkan dari semua sumber, selanjutnya dianalisis dengan mendalam sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang benar.

Dalam pengamatan ini, penulis tidak hanya menguraikannya dengan satu aspek saja melainkan dengan berbagai aspek yang telah dikemukakan dalam manajemen bisnis syariah dan *Good Corporate Governance*. Di dalam metode deskriptif yang disampaikan di atas, maka penelitian ini akan dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan model hasil wawancara, dimana penelitian ini akan berfokus pada implementasi manajemen bisnis syariah dan *Good Corporate Governance*.

Penelitian ini menggunakan jalur data primer. Data primer merupakan suatu data riset yang diperoleh secara langsung melalui proses wawancara dan observasi. Data primer didapatkan melalui kegiatan survei, observasi, eksperimen, wawancara dan beberapa media lainnya sebagai penunjang dalam memperoleh data lapangan. Hasilnya akan dijadikan sebagai penguat dalam proses dan hasil penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Manajemen Bisnis Syariah terhadap Pelaku UMKM di UD Petis HSN Konang Pamekasan

Pada penelitian yang dilakukan di UD Petis HSN Konang Pamekasan yang diambil melalui interview dengan pemilik langsung usaha bisnis ini, penulis memperoleh beberapa hal yang dikaitkan dengan manajemen Bisnis Islam, yakni sebagai berikut:

a. Prinsip

Segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan baik hal itu

berupa Visi, Misi, tujuan serta motto dari UD Petis HSN Konang Pamekasan ini sudah sesuai dengan kadar syariat serta, amal ma'ruf nahi munkar, asas tauhid, keadilan dan amanat,

b. *Manajemen*

Dalam bidang manajemen yang dilakukan oleh UD Petis HSN Konang Pamekasan ini memberikan proporsi hak dan kewajiban yang seimbang antara si penjual dengan si pembeli baik itu berkaitan dengan kehalalan produk, informasi maupun kesehatan produk tersebut. Tak hanya itu terlebih lagi kepada si karyawan memberikan hak dan kewajiban yang adil baik dari segi kesehatan, peribadatan, dan berbagai aspek lainnya.

c. *Marketing*

Aspek pemasaran yang dilakukan oleh UD Petis HSN Konang Pamekasan ini dilakukan secara jujur tanpa ada unsur penipuan.

d. *Harga*

Penetapan harga yang dilakukan oleh UD Petis HSN Konang Pamekasan sudah sesuai dengan ekspektasi laba artinya ia tidak mengambil keuntungan secara berlebihan. Bahkan pemilik usaha itu pun mengakui bahwa keuntungan yang diambil kurang lebih dari 10% saja. Namun dengan keuntungan yang demikian saat ini belia mendapatkan omzet sebanyak 25 juta per hari. Jika kita lihat dari ciri-ciri bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah, tentu saja UD Petis HSN Konang Pamekasan ini sudah mempraktekkan manajemen bisnis Islam dalam memenuhi kriteria yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Dari hasil pengamatan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti, manajemen yang dilakukan oleh UD HSN Konang Pamekasan sudah meliputi dalam fungsi manajemen yakni POAC. Berikut uraiannya:

1) *Planning*

Pemilik UD Petis HSN konang Pamekasan telah melakukan

beberapa koneksi ke luar negeri untuk penyediaan bahan baku dan beberapa bahan lainnya. Karena menurut penuturan beliau salah satu harga dari bahan pembuatan petis disini relatif mahal yang ada di Indonesia, jadi beliau langsung mengimpor dari luar negeri

2) *Organizing*

Mayoritas pegawai dari UD HSN ini ialah laki-laki namun erdapat juga 3 orang perempuan yang bertugas sebagai penjaga toko dan bekerja di dapur untuk menyediakan makanan bagi para pegawainya. Sedangkan yang laki-laki ada yang sebagai sopir untuk mengangkut barang yang akan didistribusikan ke berbagai daerah dan sebagiannya lagi sebagai pengolah di pabrik. Tidak ada susunan kepengurusan secara struktural, karena beliau langsung terjun ke lapangan dalam mengawasi kinerja pegawainya.

3) *Actuating*

Berdasarkan observasi ke beberapa pegawainya, mereka semua mengakui bahwasanya bimbingan, arahan dan segenap perintah dari pemilik usaha sangat baik dan bahkan mereka selalu mendapatkan apresiasi dari kinerjanya baik itu berupa upah tambahan atau ada pemberian-pemberian lainnya yang dimaksudkan hanya untuk menyenangkan para karyawannya.

4) *Controlling*

Seperti yang telah penulis katakan bahwasanya, bapak Abdullah (pemilik usaha) langsung terjun memantau prose produksi, pengemasan bahkan beliau juga ikut serta dalam pendistribusian ke berbagai daerah. Dan pendistribusian ini dilakukan setiap hari dengan daerah yang berbeda.

Masyarakat madura pada umumnya telah mengenal petis ini, karena menurut penuturan bapak Abdullah di sejumlah titik kabupaten di madura

telah menerima pasokan petis ini setiap minggunya dan hal ini pun telah terjadwal. Tidak hanya di madura saja, bahkan di luar pulau madura pun sudah tersebar di beberapa titik seperti Banyuwangi, muncar, sidoarjo, surabaya dll. Dengan sistem usaha yang telah berpacu pada manajemen bisnis syarah ini, omzet penjualan setiap harinya pun meningkat berkisar 20-25 juta per hari. Dan bapak Abdullah pun mengatakan bahwa UD Petis HSN ini telah menerima berbagai sertifikat seperti BPOM, dll. Dan saat ini, UD Petis HSN akan melakukan pengajuan Sertifikasi kehalalannya.

2. Implementasi Good Corporate Governance

Dalam pengujian implementasi *Good Corporate Governance* yang dilakukan pada UD Petis HSN ini kami menggunakan tiga indikator seperti transparansi, independen dan akuntabilitas. Berikut hasil wawancara yang telah disesuaikan dengan ketiga indikator tersebut:

a. Transparansi

Dalam aspek transparansi disini, UD Petis HSN telah melakukan pengambilan keputusan dan keterbukaan mengenai informasi usaha secara relevan. Sesuai penuturan bapak Abdullah, bahwasanya UD Petis HSN disini terbuka bagi siapa saja yang ingin belajar membuat usaha seperti bapak Abdullah. Karena menurut beliau rezeki takkan pernah kemana, tetapi ilmu harus tetap disampaikan sekalipun hanya setetes. pengambilan keputusan dalam usaha ini dilakukan dengan melaporkan permasalahan yang terjadi kemudian melakukan evaluasi dan terakhir merencanakan rencana untuk kedepannya agar lebih baik lagi. Kemudian mengenai instruksi, koordinasi, sosialisasi, feedback and review, bisa dilakukan dari atas ke bawah hingga konsep pengambilan keputusannya tidak ada batasan antara pemilik usaha dengan pegawainya.

b. Independen

Aspek dimana suatu usaha telah menerapkan aspek kemandirian

yakni telah dikelola secara profesional tanpa ada gangguan dari pihak manapun ataupun tidak terikat konflik dengan pihak manapun. Dan hal ini telah mengacu pada prinsip-prinsip korporasi yang sehat, yakni sebagai berikut:

1. Membangun jejaring yang baik dengan berbagai mitra kerja. Baik itu dari mitra pasokan bahan produk ataupun dengan mitra pemasaran produknya.
2. Menjaga infrastruktur yang ada. Maksudnya pegawai UD petis HSN mampu menjaga dengan baik infrastruktur yang ada dari gangguan orang yang akan merusak.
3. Menjaga lingkungan kerja seperti kebersihan tempat produksi, perawatan alat-alat produksi, kerapian dalam kemasan produk dll.
4. Menjaga segenap informasi yang bersifat konfidensial. Maksudnya segenap informasi yang bersifat rahasia haruslah dijaga dengan baik oleh pemilik usaha dan pegawainya (Dwi Ferlinda et al., n.d., p. 26).

c. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan suatu kejelasan fungsi, prinsip, pelaksanaan dan pertanggungjawaban suatu manajemen perusahaan dalam progres pengelolaannya supaya dapat berjalan secara efektif. UD Petis HSN Sebagai salah satu usaha bisnis yang cukup besar di wilayah pamekasan, tak heran jika pembagian tugas dilakukan secara jelas dan dengan laporan pertanggungjawaban secara akurat.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pemaparan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Implementasi manajemen Bisnis syariat dan *Good Corporate Governance*

terhadap pelaku UMKM UD Petis HSN terbukti berjalan dengan efektif melalui beberapa indikator di dalamnya. Ditinjau dari hasil observasi yang dilakukan serta hasil wawancara dengan pemilik usaha mencerminkan bahwasanya beberapa indikator yang dimuat dalam observasi dan wawancara tersebut telah terpenuhi oleh UD Petis HSN ini. Aspek – aspek korporasi yang sehat pun telah tercermin dengan adanya beberapa keberhasilan yang diraih dalam usaha ini seperti semakin banyaknya mitra yang tergabung dan omzet yang selalu meningkat setiap harinya. Bahkan di masa pandemi pun, UD Petis HSN tidak mengalami penurunan. Ia terus berkembang dengan melakukan upgrading secara mandiri. Ketiga indikator yang tercermin dalam *Good Corporate Governance* seperti Transparansi, independen dan akuntabilitas telah dicapai oleh UD Petis HSN ini. Dan bahkan usaha ini juga menjadi pusat pembelajaran dalam mengembangkan atau menciptakan UMKM yang lebih maju. Dengan demikian, dari hasil penelitian ini didapatkan bahwasanya Implementasi Manajemen Bisnis Syariah dan *Good Corporate Governance* pada pelaku UMKM berjalan secara efektif dan bahkan menjadi salah satu indikator dalam peningkatan UMKM menjadi UMKM berkualitas.

B. Saran

Dalam penyempurnaan penelitian berikutnya maka diharapkan untuk dilakukannya penelitian yang tidak hanya tertuju pada satu UMKM saja melainkan harus lebih dari satu supaya hasil dari penelitian akan semakin akurat terhadap indikator manajemen bisnis syariah dan implementasi *Good Corporate Governance*. Demi meningkatkan upaya pelaksanaan *Good Corporate Governance*, perlu dilakukan banyak pelatihan terhadap UMKM yang masih berada di pelosok desa. Karena dengan adanya pelatihan *Good Corporate Governance* mereka akan lebih mengetahui arah yang akan mereka tuju secara sistematis

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K. (1979). *Economic Development in an Islamic Framework*, dalam *Islamic Perspective*. The Islamic Foundation.
- Ariyadi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1).
- D. Mas, A. (2005). *Good Corporate Governance: Konsep Dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia Ed.2*. Jagad Prima Mandiri.
- Dwi Ferlinda, E., Ribawanto, H., & Siswidiyanto. (n.d.). Implementasi Good Corporate Governance dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi pada PT. Telkom Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1.
- Harahap, S. (2017). Implementasi Manajemen Syariah dalam Fungsi– Fungsi Manajemen. *At-Tawassuth*, 2.
- Kelvianto, L., & H.Mustamu, R. (n.d.). Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Untuk Keberlanjutan Usaha Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Manufaktur Pengolahan Kayu. *Agora*, 6.
- Latifah, E. (2020). *Pengantar Bisnis Islam*. CV. Sarnu Untung.
- Norvadewi (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). (2015). *Bisnis dalam Perspektif Islam*. *Al-Tijary*, 1.
- Nova Yanti Maleha. (2016). Manajemen Bisnis Dalam Islam. *Economica Sharia*, 1.
- Riyadi, F. (2015). Urgensi Manajemen dalam Bisnis Islam. *Jurnal Bisnis Dan Mnajemen Islam*, 3.
- S. Kaihatu, T. (2006). Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8.
- Dwi Ferlinda, E., Ribawanto, H., & Siswidiyanto. (n.d.). Implementasi Good Corporate Governance dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi pada PT. Telkom Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1.
- Lexy J. Meleong. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ramaja Rosda.

Reni Furwanti, dkk.

- Rafiqi, I. (2019). *Strategi fundraising zakat infaq shadaqah di lazisnu dan lazismu kabupaten pamekasan*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Rafiqi, I., Selviyanti, N. H., Halimah, S., & Eka, N. (2020). Efektivitas Implementasi e-Budgeting dalam Mewujudkan Good Governance dengan Model CIPP (Studi Kasus pada Kota Surabaya). *Assyarikah*, 1(2), 1-24.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suharsimi Arikunto. (2011). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Zaid Raya Argantara, Mujibno, E. P. (2021). Pengaruh Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Melalui Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi. *LENTERA*, 276-288.

PERANAN PASAR MODAL SYARIAH DALAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Lestari Etika Suci

UIN Sunan Kalijaga
lestarysyarief@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to see the role of the Islamic capital market in the recovery of the national economy by using research methods, namely qualitative research with literacy studies by collecting data and reading and recording literature studies related to research, then processing them as a basis for building a title framework with a unified whole. .The results of the study state that economic growth cannot be separated from the role of the Islamic capital market with Islamic stock investment instruments in it. Economic growth can simply be measured by looking at the value of Gross Domestic Product (GDP). The increase in the share of sharia shares must continue to be intensively pursued by related parties, such as supportive government policies, the synergy of cooperation between the Financial Services Authority (OJK) and the Indonesia Stock Exchange (IDX). Then the synergy between practitioners and academics where practitioners can socialize the existence of the capital market pragmatically then academics can educate the public about the Islamic capital market in scientific studies. The strategy can be in the form of organizing socialization through workshops, training and utilizing existing digital technology facilities.

Keywords: *Islamic Capital Market, Sharia Shares, OJK, IDX, Economic Growth, GDP, Government Policy*

PENDAHULUAN

Industri pasar modal menjadi salah satu sektor yang dapat meningkatkan kualitas perekonomian nasional karena ia merupakan wadah untuk menjadi jembatan bagi pihak yang kelebihan dan membutuhkan modal. Sehingga pada pasar modal ini banyak

terhubung perdagangan antar negara. Adanya organisasi islam menjadi landasan dalam pertumbuhan pasar modal syariah di Indonesia.

Banyak pelaku ekonomi yang menggunakan sektor pasar modal sebagai media untuk menyerap dana dari investor dalam memperkuat kondisi keuangannya sehingga dalam realitanya hampir seluruh negara telah menggunakan pasar modal untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara. Pasar modal syariah dibentuk untuk memenuhi kebutuhan umat islam dalam melakukan investasi yang instrumennya berbasis syariah dan sektor ini cukup berkembang sangat baik di Indonesia mengingat mayoritas penduduk indonesia itu beragama muslim. Tetapi pertumbuhan dalam pasar modal syariah ini jauh dari keuangan syariah lainnya seperti perbankan syariah, namun kecenderungannya terus mengalami peningkatan.

Selain itu, perkembangnya juga didukung oleh adanya kerjasama antara Badan Pengawas Pasar Modal Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) dengan Dewan Syariah Nasional yaitu Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang dalam hal ini bertanggung jawab untuk membuat regulasi tentang pasar modal syariah dan instrumen terkait tentang pasar modal syariah. Yang dalam hal ini kita kenal banyak regulasi yang telah diterbitkan seperti fatwa DSN MUI No. 40 tentang pasar modal dan pedoman umum penetapan syariah di pasar modal dan fatwa DSN MUI No. 80 tentang penetapan syariah dalam mekanisme perdagangan efek. Ini juga sejalan dengan adanya regulasi yang dibuat oleh OJK selaku pengawas dalam pasar modal yang dimana aturannya dikenal dengan nama POJK (Peraturan OJK) dan salah satu aturan yang diterbitkan adalah tentang penerapan prinsip syariah dalam pasar modal yang dimana ini diatur dalam POJK No. 15 tahun 2015.

Dalam hal ini Indeks yang digunakan dalam pasar modal syariah adalah Indeks Saham Syariah Indonesia yang terbit tahun 2011 dan JII (Jakarta Islamic Indeks) yang di luncurkan pada tahun 2000 dengan tujuan untuk memandu investor yang ingin menginvestasikan dananya secara

syariah dan diharapkan dengan hadirnya indeks tersebut dapat membantu investor muslim yang ingin melakukan investasi dananya ke instrumen yang berprinsip syariah dan sudah termasuk ke dalam daftar efek syariah (DES).

Des (Daftar Efek Syariah) merupakan kumpulan dari efek yang diterbitkan oleh emiten dan sudah melalui proses screening sehingga efek-efeknya tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Tujuan adanya daftar efek syariah adalah untuk dijadikan sebagai pedoman dalam berinvestasi dan acuan untuk membentuk indeks saham syariah di Indonesia. Pengevaluasian Des dilakukan sebanyak dua kali sehingga selalu ada saja efek-efek yang keluar dari des dan digantikan dengan efek yang sesuai kriteria dari Des sendiri. Seperti pada tahun sebelumnya efek-efek yang tergabung dari pada daftar efek syariah sebanyak 318 efek dan sekarang meningkat menjadi 482 efek syariah sehingga ini menandakan bahwa semakin banyak para investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya pada efek-efek yang berbasis syariah. Hal ini karena pada pasar modal syariah tidak dikenal adanya transaksi short selling dan perdagangan margin, sehingga dalam transaksinya memang benar-benar bertransaksi untuk investasi jangka panjang dan melindungi harta dari inflasi dan lain hal.

Perkembangan suatu negara dapat dinilai dengan melihat pendapatan nasionalnya atau dengan kata lain melihat nilai dari GDP (*Gross Domestik Bruto*) atau PDB (*Produk Domestik Bruto*) suatu negara karena menggambarkan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan oleh produksi dalam negeri dari waktu ke waktu. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah melihat pertumbuhan ekonomi suatu negara untuk memulihkan perekonomian nasional dari sisi pasar modal syariah.

Dalam pertumbuhan nasional perlu diperhatikan beberapa hal yaitu adanya fleksibilitas perkembangan pertumbuhan nasional dari tahun ke tahun, adanya kenaikan output perkapita dan perspektif waktu untuk jangka panjang. Dalam hal ini, pertumbuhan nasional dapat kita jumpai pada peningkatan IHSG atau indeks harga saham gabungan dari tahun ke

tahun, seperti pada tahun 2020 yang kita tahu bahwa pada saat itu terjadi dampak pandemi yang mengakibatkan pelumpuhan kegiatan secara nasional baik itu dalam perdagangan maupun kegiatan sosial sehingga saat itu nilai yang dicapai oleh IHSG mengalami penurunan dengan level 3.937,63 dan sempat diberitakan bahwa terjadi krisis akibat pelemahan perekonomian, tetapi seiring dengan berlalunya waktu, pada tahun 2021 IHSG menunjukkan pertumbuhan yang positif yaitu mengalami peningkatan sebesar 52,01% dan ini juga mendorong pertumbuhan indeks saham syariah atau ISSI menunjukkan peningkatan sebesar 48,30% menandakan bahwa pertumbuhannya itu positif.

Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa dengan kenaikan IHSG dan indeks saham syariah ini dapat memulihkan perekonomian nasional dengan indikator pertumbuhan nasional. Karenanya dalam penelitian ini, penulis ingin melihat dan meninjau lagi apakah terdapat peranan pasar modal syariah dalam pemulihan ekonomi nasional. Karena menurut penelitian terdahulu dari (Elizabeth, 2016) yang mengukur hubungan antara pasar modal dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan menggunakan indikator Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dalam pasar modal dan GDP riil dalam pertumbuhan ekonomi. Diperoleh kesimpulan bahwa terdapat peranan pasar modal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sehingga penulis menyatakan bahwa diperlukannya analisis keterkaitan peranan pasar modal syariah dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam memulihkan perekonomian nasional.

LANDASAN TEORI

A. Pasar Modal Syariah

Pasar modal menurut John Downes dan Jordan Elliot Goodman merupakan pasar dimana dana modal, utang dan ekuitas diperdagangkan. Didalamnya termasuk penempatan pribadi sumber-sumber utang dan ekuitas dan juga pasar-pasar dan bursa-bursa yang terorganisasi (Umam,

2013). Sedangkan menurut Tjipto Darmadji pasar modal wadah atau tempat bertemunya pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana (Achsien, 2000). Biasanya pasar modal dikenal juga dengan bursa efek karena dalam kegiatannya itu melakukan perdagangan efek yang dikeluarkan oleh pihak-pihak terkait untuk memperoleh modal atau dana agar dapat menjalankan operasional usahanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar modal merupakan pasar yang dijadikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli efek baik berupa jangka panjang yang dalam hal ini dapat berupa utang maupun modal sendiri.

Pertumbuhan dalam pasar modal sangat bergantung pada kinerja perusahaan efek sehingga pasar modal disebut-sebut sebagai salah satu sektor yang sangat strategis untuk meningkatkan perekonomian nasional. Dalam hal ini pemimpin yang efektif harus mampu mengkoordinir modal, dukungan teknis, serta sumber daya manusia agar dapat membangun dan mengembangkan pasar modal untuk meningkatkan perekonomian global.

Dalam pasar modal atau bursa efek kita dapat memperoleh berbagai macam informasi, seperti laporan keuangan, kebijakan manajemen, rumor di pasar modal, prospektus, saran dari broker dan informasi lainnya karena pasar modal memiliki prinsip transparansi data sehingga para investor atau pihak yang terlibat dapat mengakses informasi yang dibutuhkan. Instrumen dalam pasar modal terdiri dari berbagai macam, diantaranya ada Saham, Obligasi, Waran, Right issue, Obligasi konvertibel dan Produk turunan (put atau call option).

Secara umum kegiatan yang dilakukan serta efek yang dikeluarkan oleh pasar modal syariah itu tidak jauh beda dengan pasar modal konvensional, yang membedakannya hanya transaksi yang dilakukan dan produk yang diterbitkan yaitu harus sesuai dengan prinsip syariah dan terhindar dari larangan-larangan syariah seperti riba, gharar dan maisir serta spekulasi. Karenanya definisi dari pasar modal syariah adalah pasar modal yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah sehingga aturannya

harus merujuk pada sumber-sumber ajaran syariah yaitu Al quran dan hadis yang kemudian ditafsirkan dan melahirkan ilmu baru bernama ilmu fiqh yang dimana ilmu ini terdiri dari 2 jenis yaitu

1. Fiqh ibadah yaitu hubungan antara manusia dengan tuhan nya dan dasar hukum pelarang nya haram kecuali ada dalil yang membolehkannya
2. Fiqh muamalah yaitu hubungan antara manusia dengan manusia dan dasar hukum pelarang nya mubah (boleh) kecuali ada keterangan yang melarang nya. Contoh dalam hal perniagaan atau perdagangan, sehingga kegiatan investasi itu masuk dalam kategori fiqh muamalah sehingga boleh dilakukan dan halal selama tidak melanggar prinsip syariah dan aturan syariah nya.

Produk yang dikeluarkan oleh pasar modal syariah itu harus sesuai dengan fatwa dari DSN MUI No. 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal, dengan adanya fatwa tersebut, pasar modal syariah dapat menerbitkan beberapa produk atau intrumen yang sesuai dengan prinsip syariah nya, yaitu:

1. Saham syariah,
2. Reksadana syariah,
3. Sukuk atau obligasi syariah,
4. Efek beragun syariah,
5. Efek syariah lainnya (Surya, 2006).

Pasar modal syariah muncul akibat perkembangan lembaga keuangan yang berbasis syariah seperti perbankan syariah dan asuransi syariah sehingga ini mendorong adanya kebutuhan pasar yang mampu memperbaiki likuiditas dalam lembaga keuangan dan terbentuklah pasar modal syariah yang dimana ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah inestor muslim dan dapat mengalahkan invetsor asing dalam berinvestasi karena dianggap bahwa pasar modal syariah ini dapat berkembang pesat dikarenakan mayoritas masyarakat indonesia adalah beragama islam.

Dalam hal ini BEI melakukan kerjasama dengan MUI untuk menerbitkan Fatwa DSN MUI Nomor/80/DSN-MUI/III/2011 untuk menciptakan pasar perdagangan yang sesuai dengan prinsip syariah dan berlandaskan Alquran dan Hadis(Surya, 2006). Sistem perdagangan saham syariah dikelola oleh Sistem Online Trading Syariah (SOTS), dimana sistem perdagangan ini sudah sesuai dengan sistem syariah dan prinsip syariahnya.

Adapun prinsip syariah yang dimaksud disini adalah prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh fatwa DSN MUI. Agar lebih jelasnya kegiatan investasi syariah yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah terdiri atas: (Susanto, 2010).

1. Pembiayaan atau investasi hanya dapat dilakukan pada aset atau kegiatan usaha yang halal, jelas spesifikasinya dan bermanfaat,
2. Uang merupakan alat bantu pertukaran nilai, yang mana pemilik harta akan memperoleh bagi hasil dari kegiatan yang telah dilakukan. Apabila memperoleh keuntungan , maka pembiayaan dan investasi harus pada mata uang yang sama dengan pembukuan kegiatan usaha,
3. Akad yang terjadi dengan pemilik harta dan emiten harus jelas. Tindakan dan informasinya harus bersifat transparan dan tidak boleh menimbulkan keraguan yang dapat mengakibatkan kerugian disalah satu pihak,
4. Pemilik harta dan emiten tidak boleh mengambil resiko yang melebihi kemampuan dan menimbulkan kerugian bagi kedua belah pihak,
5. Menjunjung prinsip kehati-hatian diantara investor dan emiten.

B. Fungsi Pasar Modal Syariah

Adanya pasar modal syariah merupakan suatu hal yang sangat bermanfaat dalam rangka meningkatkan aktifitas perekonomian umat Islam dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut heri

sudarsono terdapat lima fungsi dari pasar modal syariah yaitu:

1. Memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan bisnis dengan memperoleh bagian dari keuntungan dan resikonya,
2. Memungkinkan para pemegang saham menjual sahamnya guna memperoleh likuiditas,
3. Memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan modal dari luar untuk membangun dan mengembangkan produksi,
4. Memisahkan operasi kegiatan bisnis dari fluktuasi jangka pendek pada harga saham yang merupakan ciri umum pasar modal konvensional,
5. Memungkinkan investasi pada ekonomi itu ditentukan oleh kinerja kegiatan bisnis sebagaimana tercermin pada harga saham. (Andrian, 2014).

C. Kriteria Pasar Modal Syariah

Kriteria yang harus dimiliki oleh Efek Syariah harus berlandaskan pada fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Nomor 40/DSNMUI/X/2003 Tanggal 4 Oktober 2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di bidang Pasar Modal, diantaranya yaitu:

1. Jenis usaha, produk barang dan jasa diberikan serta cara pengelolaan perusahaan emiten tidak bertentangan dengan prinsip syariah, di antaranya yaitu:
 - a. Usaha perjudian atau permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.
 - b. Lembaga Keuangan konvensional (ribawi), termasuk perbankan dan asuransi konvensional.
 - c. Produsen, distributor, serta pedagang makanan dan minuman haram.
 - d. Produsen, distributor, dan/atau penyedia barang/jasa yang merusak moral dan bersifat mudharat.

2. Pelaksanaan transaksi harus dilakukan menurut prinsip kehati-hatian dan tidak boleh adanya transaksi yang mengandung spekulasi yang dapat mengakibatkan adanya unsur:
 - a. Najsy, yaitu melakukan penawaran palsu Bai'al-ma'dum. Artinya, melakukan penjualan atas barang (Efek syariah) yang belum dimiliki (*shortselling*).
 - b. Insider trading, memakai informasi orang untuk memperoleh keuntungan atas transaksi yang dilarang.
 - c. Menimbulkan informasi yang menyesatkan.
 - d. Margin trading, yaitu melakukan transaksi atas efek syariah dengan fasilitas pinjaman berbasis bunga atas kewajiban penyelesaian pembelian efek syariah tersebut.
 - e. Penimbunan (Ihtikar), yaitu melakukan pembelian atau mengumpulkan suatu efek syariah untuk menyebabkan perubahan harga efek syariah, dengan tujuan mempengaruhi pihak lain (Mulyaningsih, 2008).

D. Jenis Efek Syariah

Terdapat 5 (lima) jenis efek syariah yang dapat diperdagangkan dalam pasar modal syariah yaitu:

1. Saham Syariah adalah bukti kepemilikan atau sertifikat yang menunjukkan buktikepemilikan suatu perusahaan yang diterbitkan oleh emiten yang kegiatanusaha maupun cara pengelolaannya tidak bertentangan dengan prinsipsyariah. Keuntungan yang diperoleh pada instrumen ini adalah capital gain, deviden dan hak suara dalam RUPS serta keuntungan yang berprinsip syariah yang sesuai dengan aturan syara'.
2. Obligasi syariah atau sukuk adalah surat berharga jangka panjang yang berdasar pada prinsip syariah dan memiliki ruang lingkup yang lebih luas karena memiliki banyak akad untuk bertransaksi,

sehingga sifat dari instrumen ini adalah sertifikat kepemilikan dengan adanya underlying didalamnya dan memiliki jangka waktu pendek dan menengah serta keuntungannya berupa bagi hasil.

3. Reksadana Syariah adalah surat berharga yang terdiri dari banyaknya efek yang sesuai dengan prinsip syariah. Tujuan dari berinvestasi melalui efek ini bukan hanya karena ingin memperoleh margin tetapi juga untuk investasi dalam tanggungjawab sosial maksudnya kita dapat mengatur dana kita pada perusahaan yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan itu sudah masuk dalam kategori tolong menolong.
4. Efek Beragun Aset (KIK EBA) syariah adalah efek yang diterbitkan oleh kontrak investasi kolektif EBA Syariah yang portofolionya terdiri atas aset keuangan berupa tagihan yang timbul dari surat berharga komersial.
5. Surat berharga syariah lainnya.

E. Saham Syariah

Secara konvensional, saham adalah surat tanda bukti kepemilikan yang dimiliki oleh seseorang atau badan dalam suatu perusahaan. kepemilikan disini maksudnya adalah dapat memperoleh kedudukan lebih terhadap perusahaan serta memiliki kekuasaan sehingga dinyatakan, jika saham yang dimiliki di suatu perusahaan itu besar maka kekuasaan yang diperoleh juga akan besar bahkan investor dapat menjadi kuasa dalam hak suara pada perusahaan.

Secara umum, saham konvensional dan saham syariah itu sama yaitu sebagai bentuk tanda bukti kepemilikan atas dasar penyertaan modal pada perusahaan. perbedaannya hanyalah pada regulasi serta aturan yang berlaku didalamnya seperti halnya pada saat penyertaan modal. Dalam saham syariah, penyertaan modalnya didasarkan penggunaan akad berupa akad mudharabah dan musyarakah (*syrirkah*). Akad musyarakah pada

umumnya dilakukan pada perusahaan yang bersifat privat, sedangkan akad mudharabah umumnya dilakukan pada saham perusahaan public (Soemitra, 2009).

Dalam hukum syariah, saham syariah diatur oleh Fatwa DSN-MUI No. 40/DSN-MUI/2003, yang dimana menjelaskan bahwa jual beli saham itu boleh dilakukan. Hal ini sejalan dengan pendapat Mukhtar ke-7 Majma' Fiqh Islami tahun 1992 di Jeddah yang memperbolehkan jual beli saham serta pengalihan kepemilikan porsi suatu surat berharga berdasarkan pada ketentuan bahwa semua itu disepakati dan diizinkan oleh pemilik porsi lain dari suatu surat berharga.

Kriteria dari saham syariah dapat dijumpai pada daftar efek syariah atau kumpulan dari efek-efek syariah yang sudah melalui proses screening yang kemudian dimasukkan pada indeks-indeks yang tergolong dalam prinsip syariah, yang dalam hal ini indeks yang digunakan pada pasar modal syariah terdiri dari:

1. ISSI (*Indeks Saham Syariah Indonesia*) yang terbit tahun 2011, di mana indeks ini merupakan kumpulan dari efek-efek syariah dan sudah melalui proses *screening*. Ia menjadi salah satu dari indeks syariah yang digunakan investor dalam memutuskan untuk berinvestasi pada instrumen syariah.
2. JII (*Jakarta Islamic Indeks*) yang diterbitkan pada tahun 2000 dengan indeks bernama JII30 yang di mana berisikan 30 saham syariah yang memiliki likuiditas yang tinggi serta kapitalisasi pasar yang besar selama setahun terakhir. Mengikuti data, kapitalisasi pasar pada indeks ini tahun 2000 sebesar Rp74 M, kemudian selang beberapa tahun yaitu tahun 2020, kapitalisasi pasarnya mencapai Rp1,8 T. sehingga ini menyatakan bahwa pertumbuhan pasar modal syariah dari segi saham syariah telah tumbuh dengan cukup baik dan positif.
3. JII70 yang diterbitkan pada tahun 2018 dan terdiri dari 70

saham syariah yang memiliki likuiditas yang tinggi dan kapitalisasi pasar yang besar. Sebenarnya indeks ini bagian dari JII yang membedakannya hanya pada jumlah saham yang termasuk pada indeks ini.

4. IDX-MES BUMN 17 diterbitkan pada tanggal 29 april 2021 yang dilatar belakangi dengan adanya pertumbuhan yang semakin meningkat dari jumlah investor syariah pada pasar modal. Indeks IDX MES BUMN 17 merupakan indeks yang berisikan saham-saham BUMN dan menjadi satu-satunya indeks saham syariah pilihan yang masuk dalam kategori terdiri dari saham BUMN di mana saham ini sudah tergolong sebagai Daftar Efek Syariah (DES). Indeks ini mengukur kinerja harga dari 17 saham BUMN dan afiliasinya yang dinilai menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip syariah yang memiliki likuiditas yang tinggi, kapitalisasi pasar yang besar, dan didukung oleh fundamental perusahaan yang baik.

F. Pertumbuhan Nasional

Pertumbuhan ekonomi suatu negara atau biasa dikenal dengan istilah *economic growth* merupakan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat sehingga masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah makroekonomi dalam jangka panjang.

Menurut Simon Kuznets, pertumbuhan ekonomi adalah suatu keadaan dimana terjadi kenaikan kapasitas dalam jangka panjang dari negara (daerah) yang bersangkutan untuk menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya, yang terwujud dengan adanya kenaikan output nasional secara terus-menerus yang disertai dengan kemajuan teknologi serta adanya penyesuaian kelembagaan, sikap dan ideologi

yang dibutuhkan. Sedangkan menurut Sumitro Djojohadikusumo pertumbuhan ekonomi itu titik fokusnya adalah pada proses peningkatan produksi barang dan jasa dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi adalah suatu kenaikan produksi secara terus menerus dalam meningkatkan kualitas suatu negaranya.

Pertumbuhan ekonomi sering disamakan dengan pembangunan ekonomi padahal keduanya berbeda. Dalam pertumbuhan ekonomi itu lebih sempit lingkungannya yaitu hanya mengukur tingkat perkembangan suatu negara melalui persentasi pertumbuhan pendapatannya, sedangkan dalam pembangunan ekonomi itu lebih luas yaitu mencakup tentang modernisasi kegiatan ekonomi seperti melakukan perombakan terhadap kegiatan pertanian yang masih berbentuk tradisional, melancarkan kegiatan dalam percepatan pertumbuhan dan meningkatkan pemerataan pendapatan masyarakat.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara juga ditandai dengan adanya peranan pasar modal syariah karena segala bentuk transaksi yang terdapat dalam instrumen pasar modal khususnya saham syariah dapat meningkatkan pendapatan domestik negara karena ketika para investor bondong-bondong melakukan beli saham di pasar modal maka saat itu pertumbuhan suatu negara dapat meningkat dari segi pendapatannya dan hal itu dapat dilihat dari peningkatan IHSG dari tahun ke tahun.

Selain itu, pertumbuhan ekonomi juga berkaitan dengan kenaikan 'output per kapita'. Sehingga dalam mengukur tingkat pertumbuhannya dapat menggunakan indikator berupa PDB atau GDP yang dimana dalam pengertiannya GDP merupakan nilai pasar semua barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara pada periode tertentu. Oleh karenanya, dalam hal ini untuk dapat melihat pertumbuhan ekonomi suatu negara peneliti menggunakan indikator GDP atau yang biasa dikenal dengan PDB untuk membuktikan apakah pasar modal syariah

dalam hal ini indeksnya memiliki peranan dalam pemulihan ekonomi nasional atau tidak.

Potensi dalam penambahan produksi sering kali lebih besar dari pertambahan produksi yang sebenarnya. Oleh karena itu, perkembangan ekonomi digadang-gadang lebih lambat dari potensinya (Sadono, 2011). Adapun faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional adalah:

1. Akumulasi modal

Akaumulasi modal yaitu Suatu bentuk investasi yang berupa tanah, peralatan fiskal dan sumber daya manusia yang dalam hal ini dapat menciptakan suatu output yang dapat digunakan untuk masa yang akan datang. Bentuk investasi dalam hal ini seperti pengadaan pabrik baru, peralatan dan bahan baku, pembangunan sistem irigasi akan dapat memperbaiki kualitas tanah pertanian dan meningkatkan produktivitas lahan. Pasar modal juga ikut andil dalam hal investasi ini karena faktornya dapat kita jumpai yang dimana jika banyak senitmen-sentimen negatif yang terjadi pasar perusahaan maka pertumbuhan perekonomian negara akan lemah atau berkurang karena banyaknya tindakan jual terhadap saham yang mereka pegang akibat informasi yang mereka peroleh.

2. Pertumbuhan penduduk

Pertumbuhan penduduk ini sejalan dengan perkembangan suatu negara karena dianggap bahwa semakin meningkatnya jumlah penduduk maka akan semakin banyak tenaga kerja yang akan memicu perekonomian suatu negara sehingga hal ini menyebabkan adanya anggapan bahwa semakin besar pertumbuhan penduduk maka kapasitas pasar domestik akan semakin luas. Hal ini berdampak positif karena daya serap dalam peningkatan jumlah penduduk dengan meliatkan kualitas diri dapat mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Apalagi dalam hal pengkekrutan karyawan dalam bidang pasar modal apabila pihak-pihak pasar modal khususnya syariah mampu memilih dan

memilih dengan pasti sesuai dengan kualitas dan kualifikasinya maka pertumbuhan ekonomi akan berjalan lancar dan tanpa ada hambatan.

3. Kemajuan teknologi

Dalam pasar modal, teknologi menjadi hal yang paling *urgent* yang harus diperhatikan karena segala bentuk kegiatan dalam pasar modal diatur secara online melalui teknologi sehingga semakin maju teknologi dalam pasar modal maka semakin baik untuk meningkatkan pertumbuhan dan memperbaiki perekonomian nasional saat ini.

Ada tiga klasifikasi kemajuan teknologi, yaitu kemajuan teknologi yang netral, teknologi yang hemat tenaga kerja. Kemajuan teknologi juga dapat meningkatkan modal, misalnya dalam hal pembukaan akun rekening di pasar modal yaitu yang sebelumnya menggunakan kertas OA (*Openaccount*) sekarang hanya dengan aplikasi dan website resmi dari IDX sudah dapat membuat akun sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat di minimalisir (Arsyad, 1999).

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2006).

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber datanya berasal dari sumber data sekunder yang berasal dari pihak ketiga yang menyajikan data berupa data

yang diperlukan oleh peneliti serta peneliti menggunakan studi pustaka dalam rangka mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti (Sugiono, 2007).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan datannya dengan menggunakan studi literatur yaitu mengumpulkan data dengan cara membaca dan mencatat studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian, lalu mengolahnya sebagai dasar untuk membangun kerangka judul dengan kesatuan yang utuh (Zed, 2008).

D. Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis datanya menggunakan analisis isi, dimana data deskriptif dianalisis menurut isinya dan dijabarkan sesuai dengan data yang telah diperoleh dari sumber datanya (Sugiono, 2007). Analisis ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman struktur makna sebuah teks secara konsisten. Dalam penelitian kualitatif, analisis isi ditekankan pada bagaimana peneliti melihat keajegan isi komunikasi secara kualitatif dan bagaimana peneliti memaknakan isi komunikasi interaksi simbolik yang terjadi dalam komunikasi (Bungin, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peranan Pasar Modal Syariah dalam Pemulihan Ekonomi Nasional

Pasar modal syariah merupakan tonggak penting dalam perekonomian dunia saat ini. Banyak industri dan perusahaan yang menggunakan institusi ini sebagai media untuk menyerap investasi dan media untuk memperkuat posisi keuangannya. Pasar modal memiliki peran yang besar bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Pasar modal dikatakan memiliki fungsi ekonomi karena pasar

menyediakan fasilitas yang menyediakan fasilitas yang mempertemukan dua kepentingan, yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana. Dengan adanya pasar modal maka pihak yang kelebihan dana dapat menginvestasikan dana tersebut dengan harapan memperoleh imbalan dan pihak yang kelebihan dana akan memperoleh imbal hasil berupa peningkatan kualitas dari perusahaanya.

Dilihat dari perkembangan dari salah satu instrumen dalam pasar modal syariah yaitu saham syariah, itu mengalami kenaikan terkait jumlah emiten yang listing di BEI sebanyak 480 perusahaan pada tahun 2013 dengan nilai kapitalisasi sebesar Rp.4.512.714 triliun dan sebanyak 309 saham merupakan saham syariah yang terdaftar pada DES (Daftar efek syariah) (IDX, 2020) sehingga ini menjadikan instrumen pasar modal syariah sebagai salah satu alat investasi yang dapat dijadikan pilihan dalam berinvestasi di pasar modal. Ini menjadi salah satu tolak ukur bahwa pasar modal syariah dapat tumbuh dengan pesat meninggalkan pertumbuhan industri keuangan yang lain. Sehingga hal ini menandakan bahwa adanya potensi lebih yang dimiliki oleh pasar modal syariah dalam berkembang.

Menurut Andry Soemitra, potensi yang dapat dilihat dari perkembangan pasar modal syariah adalah makin banyaknya dana pemodal, baik dalam skala nasional maupun internasional (termasuk petrodollar dari Timur Tengah), yang siap diinvestasikan pada produk pasar modal syariah, Emiten/issuers yang melakukan penawaran efek syariah masih memiliki potensi untuk ditinggalkan, dan Proporsi produk syariah dibandingkan produk konvensional masih kecil, sehingga masih terdapat peluang untuk diperbesar (Andry, 2014). Dalam perkembangannya pun saham syariah sering diperdagangkan di bursa efek dan ini menjadi salah satu alternatif yang digunakan oleh umat Islam dalam berinvestasi karena instrumennya telah memenuhi standar syariah dan terhindar dari gharar, riba dan maisir.

Kapitalisasi pasar perdagangan saham syariah dapat kita lihat pada indeks yang terdapat pada bursa efek indonesia yang dalam hal ini dikelola oleh ISSI (Indeks saham syariah indonesia) dan JII (jakarta islamic indeks) yang tergolong ke dalam DES (daftar efek syariah) dan kapitalisasi dalam pertumbuhan ekonomi dapat dilihat pada PDB nasional.

Seperti yang terlihat pada tabel terkait perkembangan pasar modal syariah dari tahun 2015-2017 dan peningkatan PDB nasional:

Tahun	Kapitalisasi Pasar Modal Syariah TERHADAP IHSG (%)		RASIO KAPITALISASI PERTUMBUHAN PDB NASIONAL(%)
	JII (jakarta islamic indeks)	ISSI (Indeks Saham syariah Indonesia)	
2015	35,69	46,46	49,56
2016	37,45	35,67	43,56
2017	35,45	32,56	41,67

Sumber: (OJK, 2017, www.ojk.go.id) dan www.bps.go.id

Berdasarkan data yang diperoleh, indeks saham syariah indonesia pada tahun 2015 mengalami peningkatan seperti yang ditunjukkan pada tabel rasio kapitalisasi pasar saham syariah. Kapitalisasi pasar ini memberikan gambaran terkait dengan nilai suatu perusahaan terhadap saham yang dimilikinya. Dengan kata lain, semakin besar nilai kapitalisasi pasarnya maka akan semakin banyak jumlah investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan yang mengeluarkan saham syariah. sebaliknya ketika nilai kapitalisasi pasar mengalami penurunan maka harga saham suatu perusahaan juga akan mengalami hal serupa karenanya hal ini berbanding lurus dengan dampak yang akan dialami oleh perusahaan.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa data kapitalisasi pasar saham syariah, baik Jakarta Islamic Index (JII) maupun Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) menunjukkan fluktuasi terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) selama 3 tahun ini. Menurut Setiawan dalam (Fathoni & Sakinah, 2021) Fluktuasi terhadap nilai Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) akan berdampak pada peningkatan arus investasi yang masuk ke pasar modal, tak terkecuali arus investasi dari pihak asing (*cash flow*). Ini diharapkan akan mampu mendorong stabilitas rupiah yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Selanjutnya dari peningkatan PDB negara pada tahun 2015, terlihat bahwa pasar modal syariah memiliki peranan penting dalam pemulihan ekonomi nasional, dimana pasar modal syariah mengalami peningkatan sebesar 35,69% diikuti dengan peningkatan pada indeks ISSI yaitu meningkat sejumlah 46,46% dan hal ini mempengaruhi peningkatan PDB nasional sebesar 49,56% hal ini dikarenakan peningkatan kinerja yang positif dari saham-saham yang terdaftar di bursa efek dengan efeknya yang berprinsip syariah selama tahun 2015. Peningkatan kinerja ini juga didukung oleh fundamental yang dimiliki oleh perusahaan.

Pada tahun 2016, terjadi ketidakstabilan antara kedua indeks yang terdaftar pada pasar modal syariah, dimana pada indeks JII itu nilainya sebesar 37,45% dan ISSI sebesar 35,67% dan untuk PDB nasional mengalami penurunan sebesar 43,56% dari tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan pada tahun 2016 gejala perekonomian saat itu saat tajam bahkan banyak berita-berita beredar yang mengakibatkan psikologi pasar serta pelaku pasar mengalami kegunjangan yang cukup mempengaruhi perekonomian nasional.

Dan terakhir pada tahun 2017, kedua indeks yang menopang pasar modal syariah mengalami penurunan masing-masing sebesar 35,45% dan 32,56% dan ini mempengaruhi PDB nasional juga dimana pada tahun ini mengalami penurunan sebesar 41,67 yang mana ini

dikarenakan oleh tren penurunan harga komoditas non migas dan harga minyak. Ketidakpastian normalisasi kebijakan moneter Amerika Serikat juga berdampak pada pergeseran arus modal dunia dari negara *emerging market* ke negara maju. Dari sisi domestik, perekonomian dihadapkan pada tantangan ekonomi global yang tidak secerah prakiraan. Selain itu, terdapat berbagai masalah struktural domestik sehingga meningkatkan risiko neraca pembayaran, fiskal, nilai tukar dan ekspektasi inflasi.

Perkembangan pasar modal syariah di Indonesia seperti yang tergambar pada indikator-indikator utama pasar modal syariah tumbuh hanya pada tahun 2015 saja sisanya mengalami penurunan. Hal ini menandakan bahwa pasar modal syariah bukan hanya dipengaruhi oleh satu faktor tetapi banyak faktor seperti misal ketika indeks saham dan PDB nasional mengalami kenaikan itu pengaruh oleh sentimen positif dari para pihak yang terlibat di dalamnya dan ketika mengalami penurunan itu dikarenakan adanya perdagangan bebas yang dilakukan antar negara yang mendominasi produk luar serta adanya berita-berita terkait perusahaan yang mengakibatkan sentimen negatif yang menyebabkan para pihak atau dalam hal ini pelaku pasar modal syariah melakukan kegiatan jual terhadap saham yang mereka miliki.

PENUTUP

Kesimpulan

Pertumbuhan ekonomi sebenarnya tidak terlepas dari peran investasi saham syariah di dalamnya. Pertumbuhan ekonomi secara sederhana dapat diukur dengan melihat nilai Produk Domestik Bruto (PDB). Tingkat Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami fluktuasi dan ketidakstabilan selama kurunwaktu 3 tahun terakhir dan ini juga sejalan dengan kapitalisasi pasar saham syariah yang mengalami fluktuasi. Sehingga dapat disimpulkan jika sebenarnya hubungan antara kapitalisasi pasar saham syariah dengan Produk Domestik Bruto (PDB)

memiliki hubungan yang sangat erat dikarenakan ketika kapitalisasi pasar modal syariah menurun atau meningkat maka kapitalisasi PDB nasional juga akan mengalami hal yang sama sehingga kedua indikator tersebut memiliki faktor yang beririsan.

Sehingga peningkatan pangsa pasar khususnya instrumen saham syariah harus terus gencar diusahakan oleh pihak-pihak terkait, seperti kebijakan pemerintahan yang mendukung, sinerginya kerjasama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Sinerginya para Praktisi dan akademisi dapat mensosialisasikan keberadaan pasar modal secara pragmatis kemudian akademisi bisa mengedukasi masyarakat mengenai pasar modal syariah dalam kajian ilmiah. Strategi dapat berupa penyelenggaraan sosialisasi melalui workshop, pelatihan serta memanfaatkan fasilitas teknologi digital yang ada. Dengan gencarnya diadakan sosialisasi dan edukasi tersebut, selanjutnya diharapkan terjadi peningkatan jumlah investor yang berinvestasi di pasar modal syariah, sehingga mampu berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsien, I. H. (2000). *Investasi Syariah di Pasar Modal*. Gramedia Pustaka Utama.
- Andrian, S. D. (2014). *Pasar Modal Syariah*. Sinar Grafika.
- Andry, S. (2014). *Masa Depan Pasar Modal Syariah di Indonesia*. Kencana.
- Arsyad, L. (1999). *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi*. BPFE.
- Bungin, B. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif; Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Fathoni, H., & Sakinah, G. (2021). Peran Pasar Modal Syariah Dalam Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Khazanah Multidisiplin*, 2(1), 527. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/kl%0APERAN>

Reni Furwanti, dkk.

- IDX. (2020). *Indeks Saham Syariah*. <https://www.idx.co.id/idx-syariah/indeks-saham-syariah/>
- Moleong, L. J. (2006). *Metode Penelitian KUalitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyaningsih, Y. (2008). *Kriteria Investasi Syariah dalam Konteks Kekinian*. Kreasi Wacana.
- OJK. (2017). *Pasar Modal Syariah*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/Pages/Pasar-Modal-Syariah.aspx>
- Sadono, S. (2011). *Makroekonomi Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana.
- Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Surya, N. I. (2006). *Aspek Hukum Pasar Modal Indonesia*. Kencana Prenada Media.
- Susanto, B. (2010). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Graha Ilmu.
- Umam, K. (2013). *Pasar Modal Syariah dan Praktik Pasar Modal Syariah*. Graha Ilmu.
- Zed. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

KIPRAH EKONOMI SYARIAH DALAM PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL PASCA PANDEMI COVID-19

Arif Kuswanto

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
arifkuswanto45@gmail.com

Abstract

Digital transformation can be claimed as the third term in embracing digital technology, attention to the quality of human resources and digital skills or digital abilities are no less important than connectivity. The era of globalization accompanied by digital transformation requires quality human resources who have digital processing capabilities so that they can contribute to economic development or economic development. The original guideline from Allah and His Messenger which is contained in the Qur'an and Sunnah, which is assisted by using logic and experience to understand it. The era of digital transformation is part of a larger technological origin process, this is a collaborative change using the application of digital technology in aspects of life that exist in residents. The methodology used in writing this article is a descriptive method using qualitative data analysis. the purpose of this study is to find out how much knowledge from citizens in the use of the digital era with sharia economics and why it is necessary to develop or digitize the sharia economy in the digital era. The origin of secondary data is obtained from documentation and literature studies conducted by researchers using literacy donations from journal articles and the internet and so on.

Keywords: *HR, Islamic Economics, Digital Transformation*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital ditandai dengan hadirnya sejumlah berbagai macam alat komunikasi yang mutakhir, dimana setiap orang dapat memproses, memproduksi, dan mengirim

serta menerima segala bentuk pesan komunikasi, setiap saat, seolah-olah tanpa mengetahui keterbatasan ruang dan waktu, menggunakannya dengan sendirinya telah memacu terjadinya perkembangan di sektor media massa, yang merupakan bagian dari asal komponen komunikasi (Ansori, 2016). Lebih jauh lagi, kita telah melihat betapa besar pengaruh kemajuan teknologi terhadap perubahan cara manusia bergerak di berbagai sektor kehidupan, yang bisa kita sebut transformasi digital (Oktavenus, 2019). Transformasi digital saat ini berlangsung dengan kecepatan tinggi dan berdampak pada hampir semua bidang kehidupan.

Transformasi digital saat ini berlangsung dengan kecepatan tinggi dan berdampak pada hampir semua bidang kehidupan. Transformasi digital merupakan konsekuensi dari era disrupsi atau yang lebih dikenal dengan Era Industri 4.0 yang mengakibatkan terjadinya perubahan model perjuangan, merombak ekosistem perjuangan yang ada menjadi ekosistem baru yang lebih inovatif, kompleks dan dinamis (Winasis & Riyanto, 2020). Apalagi di era 4.0 seperti sekarang ini, dimana komunitasnya bernama Society 5.0. Artinya digitalisasi kehidupan saat ini selalu up-to-date.” (Ayani, 2021).

Ekonomi Syariah berarti ilmu tentang orang-orang yang meyakini nilai-nilai kehidupan Islam. Ekonomi Syariah yang tidak hanya mengkaji individu-individu sosial tetapi juga manusia dengan menggunakan fitrah keagamaannya. Ekonomi Islam dikendalikan oleh nilai-nilai peran dasar Islam dalam operasinya, atas perintah Al-Qur ‘ an dan Sunnah. (Habibullah, 2017). Sejalan dengan penelitian sebelumnya menurut (Arif, 2018) ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, oleh karena itu merupakan bagian integral dari keyakinan Islam. Sebagai turunan dari keyakinan Islam, ekonomi Islam akan mengikuti Islam dalam banyak aspek.

Islam adalah sistem kehidupan (way of life), di mana Islam telah memberikan seperangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Ekonomi Islam adalah ilmu pemikiran

umat Islam yang bertujuan untuk menjawab berbagai macam tantangan ekonomi manusia menurut zamannya, dengan menggunakan menurut petunjuk Allah dan Rasul-Nya yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang dibantu dengan menggunakan akal dan pengalaman. untuk memahami mereka. Nurhidayat, 2020).

Kemudian hal yang sama diungkapkan oleh (Hisam Ahyani, 2021) Perspektif syariah/ekonomi Islam yang dijadikan sebagai daya tarik yang tidak terbatas. manusia diberi kebebasan untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam sistem ekonomi syariah, Allah swt menjadikan alam semesta ini diberikan sepenuhnya kepada manusia yang tidak akan pernah habis, hal ini dikarenakan apa yang terkandung di alam semesta ini mengandung potensi kekayaan yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. dieksplorasi oleh manusia. Melihat perkembangan ekonomi syariah saat ini, dapat dikatakan sebagai cerminan dan kerinduan umat Islam Indonesia untuk kembali menghidupkan kembali semangat para wirausahawan muslim masa lalu dalam bisnis dan perdagangan global, serta ajaran Nabi Muhammad SAW. sunnah yang dicontohkan kepada umatnya (Fitria, 2016).

Lebih lanjut, membahas transformasi digital, perlu dipahami bahwa transformasi digital merupakan proses radikal/luar biasa yang prosesnya melibatkan sumber daya yang ada, termasuk memanfaatkan teknologi digital yang tersedia saat itu untuk membentuk output organisasi untuk menghadirkan pengalaman baru. Pengalaman baru ini dapat terwujud menjadi nilai baru yang dihasilkan oleh konsumen seperti kemudahan bertransaksi, berbelanja, berkomunikasi, dan sebagainya. Persyaratan ini ditinjau dari faktor pendorong transformasi digital, yang dapat dikategorikan dalam kategori faktor pertama, perubahan regulasi. Rilisnya pandemi covid-19 menyebabkan pemerintah mengeluarkan peraturan baru bahwa selama masa pandemi semua dilakukan melalui media digital/dalam jaringan, sehingga mau tidak mau semua orang harus mengikuti peraturan tersebut. (Hadiono & Noor Santi, 2020)

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia berimplikasi pada sendi-sendi kehidupan sosial ekonomi masyarakat terutama dalam pemenuhan kebutuhan pokok khususnya kebutuhan pangan. Penerapan social dan physical distancing, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan terbatasnya akses transportasi darat, laut dan udara akan merusak rantai pasok distribusi pangan antar daerah. (Masniadi dkk., 2020). Harus diakui, di tengah pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, bantuan sosial (bansos) dan perlindungan *sosial (social protection)* dari pemerintah sangat diperlukan karena mampu menghubungkan nafas jutaan masyarakat yang terdampak. covid. (Tuwu, 2020). Pandemi yang melanda hampir seluruh belahan dunia tidak hanya menimbulkan informasi kesehatan dan lingkungan, tetapi juga berdampak pada masalah ekonomi yang jika tidak segera diselesaikan akan mengakibatkan keterpurukan bagi negara (Rahmi et al., 2020).).

LANDASAN TEORI

Metode dalam penulisan ini menggunakan penelitian sekunder. Dengan pertanyaan bagaimana pemulihan ekonomi nasional menggunakan peran ekonomi syariah?

1. Ekonomi Islam dapat memberikan sumbangan untuk stabilitas ekonomi negara dengan menggunakan berbagai bentuk filantropi di bidang ekonomi dan keuangan Islam. Filantropi tersebut meliputi infaq, sedekah, zakat dan wakaf yang berdampak meningkatkan keimanan kepada Allah SWT, meningkatkan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, materialisme, menumbuhkan kenyamanan, memberi harta dan aspek kehidupan lainnya (Hairunnisa, 2020). .
2. Karena virus Covid-19 merajalela secara global, tidak hanya di Indonesia, 200 negara lain telah terjangkit virus tersebut, hal ini tentunya akan berdampak besar pada sistem kerja, sistem

pengajaran dan sistem lainnya (Mustopa et al., 2021) .

3. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif akan mampu mencapai tujuan organisasi. Secara operasional, tujuan organisasi meliputi tujuan warga (*social objectives*), tujuan organisasi (*organization objectives*), *tujuan fungsional* (*functional objectives*), dan tujuan pribadi (*personal objectives*) (Bariqi, 2018).

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah metode naratif dengan analisis data kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan yang berasal dari masyarakat tentang pemanfaatan era digital dalam ekonomi syariah dan mengapa pengembangan atau digitalisasi ekonomi syariah diperlukan di era digital. Dari data sekunder diperoleh akan adanya dokumentasi dan studi literatur yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan sumbangan literasi dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, buku. internetan dan sebagainya. asal data sekunder berarti dari data yang tidak langsung dan dapat memberikan data tambahan atau penguatan data penelitian. menggunakan data penelitian yang telah dikumpulkan oleh orang lain dan dilaporkan dalam buku, artikel di jurnal profesional, atau sumber dari internet.

HASIL DAN DISKUSI

a. Berita Perekonomian Nasional di Masa Pandemi Covid-19

Ketahanan ekonomi adalah keadaan dinamis kehidupan ekonomi bangsa yang mengandung keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan untuk mengembangkan kekuatan nasional dalam menghadapi dan mengatasi segala ancaman, hambatan, gangguan, hambatan dan tantangan yang berasal dari luar negeri dan yang berasal dari dalam negeri secara eksklusif maupun tidak langsung pada

kelangsungan hidup bangsa. perekonomian bangsa dan NKRI berdasar Pancasila dan UUD 1945 (Marlinah, 2017).

Dalam sebuah penelitian dikatakan bahwa perekonomian negara tersebut menurun drastis. Hal ini dapat dilihat dari berbagai sisi:

1. Perbankan. Gubernur Bank Indonesia (BI) Perry Warjiyo mengatakan kerugian Bank Indonesia mencapai 40,165 triliun akibat aliran modal asing yang kabur. Kondisi ini sangat tidak sehat karena Negara mengalami kerugian yang sangat besar.
 2. Anggaran negara mengalami defisit sebesar 2,5%. Menteri Keuangan Sri Mulyani menyampaikan proyeksi penurunan ekonomi tahun ini sebesar 55,4 persen.
 3. Pariwisata. Bappenas memprediksi kerugian devisa dari sektor pariwisata sebesar US\$530 juta. Bank Indonesia memprediksi kerugian devisa dari sektor pariwisata sebesar US\$ 1,3 miliar.
 4. Keramahan. Koordinator Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Hariyadi B. Sukamdani mengatakan sejak pandemi corona melanda, omzet hotel hanya 20%, padahal saat kondisi normal omzet hotel dan restoran mencapai lebih dari 70%.
- lima). Penerbangan. Omset penerbangan merugi 207 miliar rupiah karena banyak penerbangan yang dibatalkan, dan bandara yang ditutup. (SN Rohmah, 2020).

Pandemi global Covid-19 tentunya berdampak pada berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Dampak ekonomi ini tidak hanya dirasakan di dalam negeri, tetapi juga secara global. Dana Moneter Internasional (IMF) memproyeksikan ekonomi dunia akan tumbuh minus 3%. Di Indonesia hal ini tentunya juga berdampak signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri, termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). (Hardilawati, 2020).

Virus corona (covid-19) yang berdampak cukup besar terhadap sendi-sendi perekonomian nasional. Hal ini disebabkan oleh pandemi Covid-19

yang melanda konsumsi rumah tangga sebagai komponen terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Memperkirakan bahwa PDB (produk domestik bruto/PDB) akan turun sekitar 2,5%, karena permintaan domestik akan paling terpukul. (Asiyah dkk., 2020). Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan ketidakstabilan di berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama pada roda perekonomian nasional. Hal ini berdampak pada Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) di perusahaan yang menyebabkan hilangnya mata pencaharian masyarakat yang bekerja sebagai buruh maupun wiraswasta. (Syaifariz dkk., 2020). Karena virus Covid-19 merajalela secara global, tidak hanya di Indonesia, 200 negara lain telah terjangkit virus tersebut, hal ini tentunya akan berdampak besar pada sistem kerja, sistem pengajaran dan sistem lainnya (Mustopa et al., 2021) .

Namun, Covid-19 tidak hanya berdampak negatif tetapi juga berdampak positif bagi Indonesia. Peluang penguatan ekonomi di dalam negeri juga bisa terwujud karena pemerintah akan memprioritaskan dan memperkuat daya beli negara daripada menarik keuntungan dari luar negeri. Kondisi ini juga bisa dijadikan koreksi agar investasi tetap stabil meski ekonomi dunia sedang goncangan (Ningsih, 2021).

b. Peran Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah adalah ilmu pemikiran umat Islam yang bertujuan untuk menjawab berbagai tantangan ekonomi umat manusia sesuai zamannya, dengan menggunakan sesuai petunjuk dari Allah dan Rasul-Nya yang termuat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang dibantu dengan menggunakan logika dan pengalaman. dalam memahaminya (Nurhidayat)., 2020). Kajian ini bermaksud memfokuskan pandangannya dan prinsip-prinsip dasar sistem ekonomi Islam, yang menurutnya lebih mampu menyelesaikan kontradiksi dalam sistem kapitalis, karena lebih mampu memenuhi kebutuhan manusia. Lebih penting lagi, sistem ini memiliki peluang untuk selalu berkembang sesuai dengan potensi

manusia (Callander, 2019).

Ekonomi Islam dapat memberikan sumbangan untuk stabilitas ekonomi negara dengan menggunakan berbagai bentuk filantropi di bidang ekonomi dan keuangan Islam. Filantropi tersebut meliputi infaq, sedekah, zakat dan wakaf yang berdampak meningkatkan keimanan kepada Allah SWT, meningkatkan rasa kemanusiaan yang tinggi, menghilangkan sifat kikir, materialisme, menumbuhkan kenyamanan, memberi harta dan aspek kehidupan lainnya (Hairunnisa, 2020).

c. konsep ekonomi islam

Ekonomi Islam berarti sebuah kata yang sering digunakan untuk menggambarkan suatu sistem ekonomi yang berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Nama lain ekonomi Islam adalah ekonomi Islam (Maulida Yuliyanti, 2011). Untuk mewujudkan kesejahteraan umat menurut khazanah literatur Islam, kepemilikan harta meliputi kepemilikan perseorangan, kepemilikan umum, dan kepemilikan negara. Pengelolaan aset harus mencakup penggunaan dan pengembangan aset. Ekonomi politik Islam dilakukan oleh negara untuk menjamin tercapainya seluruh kebutuhan dasar (utama) setiap individu rakyat secara holistik, disertai dengan jaminan yang memungkinkan setiap individu memenuhi kebutuhan pelengkap (sekunder dan tersier) sesuai dengan kemampuannya (Purwana, 2014).

Kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam bukan sekedar sugesti, melainkan merupakan tuntutan hidup yang berdimensi ibadah. Ajaran Islam tidak ingin umatnya hidup dalam kemiskinan dan keterbelakangan di berbagai bidang, terutama keterbelakangan ekonomi karena kekayaan materi merupakan bagian penting dari kehidupan umat Islam. Oleh karena itu, umat Islam selalu dituntut untuk melaksanakan ibadah untuk bekal kehidupan di akhirat. Umat Islam juga wajib memiliki bekal dalam menjalani kehidupan global ini. (WATI RAHMI RIA, 2018).

d. Deskripsi Sederhana Transformasi Digital

Transformasi digital atau disebut juga digitalisasi telah mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi menggunakan lingkungannya. Transformasi digital didefinisikan sebagai inisiatif perusahaan untuk menggunakan kemampuan baru dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah strategi dan operasi organisasi (Anggie, 2018). Teknologi dimaknakan sebagai sebuah alat yang diciptakan oleh manusia dan mampu memberikan manfaat bagi manusia lain dengan harapan dapat mempermudah dalam melakukan sesuatu. mirip dengan penggunaan smartphone pada orang-orang dari anak sekolah hingga karyawan profesional. Smartphone berfungsi dari sekedar berkomunikasi, bersenang-senang bermain game, media sosial hingga menjadi media yang dapat menghasilkan uang bagi pemilik yang menjalankan bisnis online atau untuk berafiliasi dengan rekan kerja.” (Ali Maddinsyah, Irvan Fauzi, 2019).

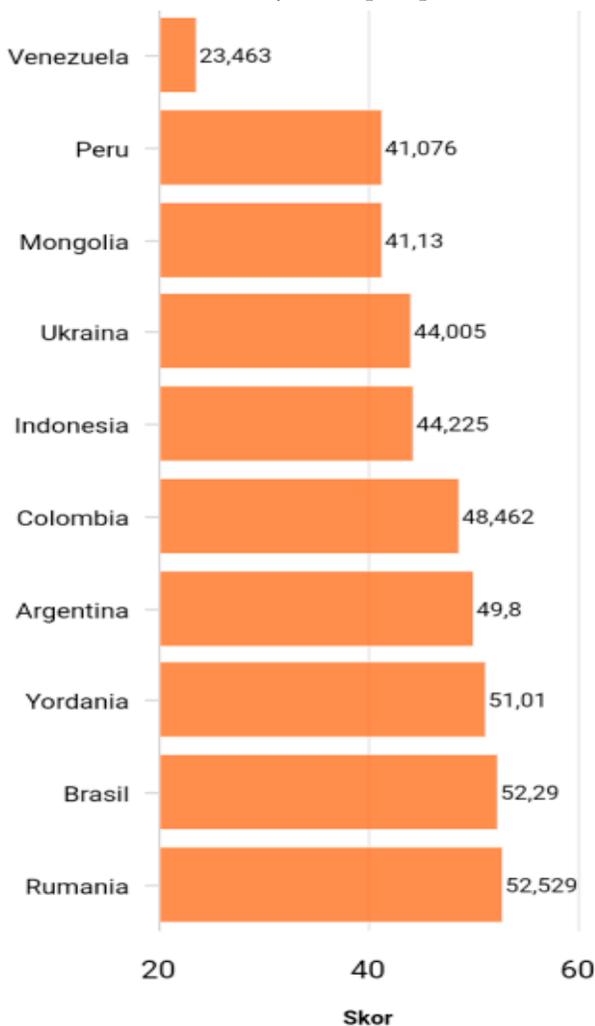
Tak bisa dipungkiri, perlahan semuanya sudah bergeser ke digital, sehingga korelasi antara manusia dan teknologi menjadi tak terelakkan. Semua kebutuhan tersedia secara digital, mulai dari jual beli, layanan, hingga transaksi pembayaran. Pemanfaatan teknologi berarti dasar dari setiap revolusi industri. karena era revolusi industri 4.0, berarti teknologi digital yang digunakan memungkinkan adanya interkoneksi antar mesin fisik dengan menggunakan sistem produksi. Teknologi sebagai elemen utama dalam perkembangan industri konvensional ke industri digital secara konsekuen mampu mentransfer data tanpa kontribusi manusia dan menggunakan big data sehingga dapat membantu memilih arah bisnis. (Rosita, 2020).

Era transformasi digital adalah sebuah proses teknologi yang lebih besar, dan ini merupakan perubahan terkait penerapan teknologi digital dalam aspek kehidupan yang ada di masyarakat. Transformasi digital dapat diklaim sebagai tahap ketiga dalam merangkul teknologi digital. Era

transformasi digital mengubah kebutuhan bisnis dan kondisi sosial sebagai akibatnya menuntut perusahaan atau organisasi serta masyarakat untuk dapat mengikuti situasi dengan menggunakan perkembangan teknologi sehingga permanen, relevan dan tidak tertinggal. (Devianto & Dwiasnati, 2020). Hal ini sangat berkorelasi dengan penelitian setelah ini. Kemudian perubahan-perubahan yang terjadi sebagai akibat dari transformasi tersebut bersifat fundamental, disruptif dan sangat bergerak maju. Cara dan kondisi kerja yang telah berjalan secara konvensional selama beberapa tahun harus berubah secara radikal untuk memastikan bahwa perusahaan dapat mengikuti kondisi dalam lanskap yang sangat kompetitif (Winasis & Riyanto, 2020). Hal ini sangat berkorelasi dengan penelitian selanjutnya.

Daya saing digital negara Indonesia termasuk kedalam kategori rendah itu karena masih sedikitnya investasi di pengembangan sumber daya manusia (SDM) bidang teknologi digital. Hal ini terlihat dalam laporan IMD World Digital Competitiveness 2017, Indonesia berada di posisi 59 dengan skor 44,225 (skor tertinggi 100) dari 63 ekonomi global yang disurvei. Indonesia hanya unggul dari Ukraina, Mongolia, Peru dan Venezuela. Dari Direktur IMD World Competitiveness Center Arturo Bris, rendahnya skor daya saing digital negara-negara tersebut karena memiliki ranking yang rendah dalam hal talenta dan tidak berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia yang dimilikinya. Untuk pertama kalinya, IMD World Competitiveness pada tahun 2017 mengeluarkan laporan daya saing digital. Peningkatan ini merupakan indikator kemampuan suatu negara untuk mengadopsi dan mengeksplorasi teknologi digital yang bertujuan untuk mentransformasi praktik pemerintah, model bisnis, dan masyarakat pada umumnya. Kriteria peningkatan ini didasarkan pada 50 kriteria, sepertiganya merupakan data baru. (Fauzan, 2020), dapat dipahami melalui grafik dibawah ini:

Tabel 1. Daya Saing Digital



HASIL DAN PEMBAHASAN II

a. Implikasi Transformasi Digital Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah

Ekonomi merupakan kebutuhan dasar untuk memenuhi kesejahteraan manusia, dalam ekonomi konvensional kesejahteraan diartikan sebagai kepuasan diri yang sebesar-besarnya, sedangkan dalam ekonomi Islam kesejahteraan diartikan sebagai keberhasilan global dalam menjalankan tugasnya sebagai kholifah untuk beribadah kepada Allah. (Arwani, 2012). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah berkembang sangat pesat dan hampir mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia. di era teknologi isu ini ditandai dengan kecepatan dan kemudahan mendapatkan berita yang diharapkan (Agustina, 2017).

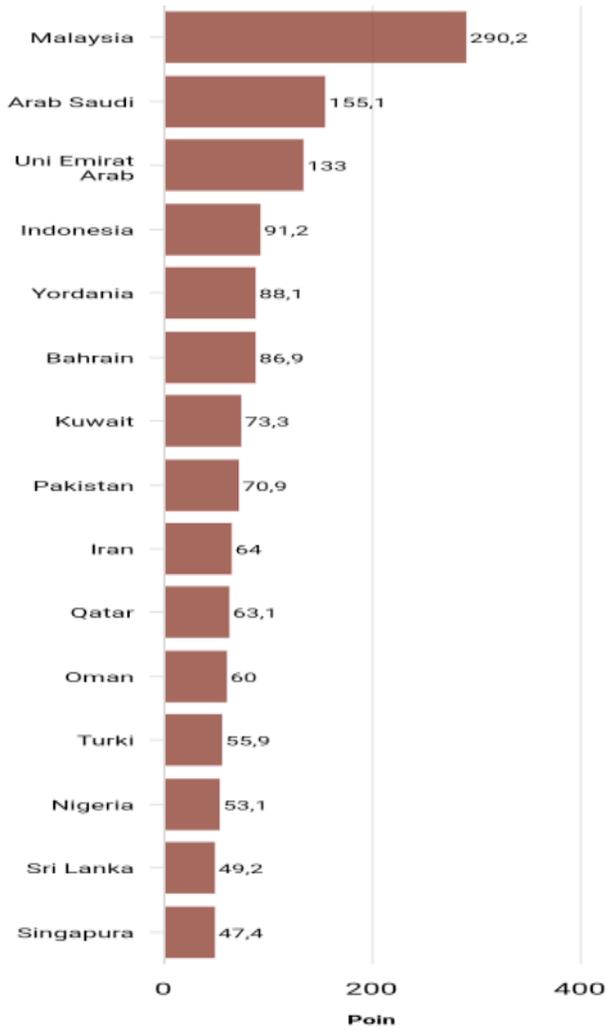
Sejarah perjalanan umat Islam di negara kita menjadi salah satu buktinya. Seruan untuk menjadikan syariat Islam sebagai prinsip hidup dalam segala aspeknya terus bergemuruh dan menguat hingga saat ini. tak heran jika saat ini segala sesuatu dengan embel-embel islam atau syariah sudah laris bahkan dijual untuk umum. Mulai dari pesta Islam, sekolah Islam, rumah sakit Islam, perusahaan Islam, dan sebagainya. Di antara sektor yang aktif menggunakan adalah sektor ekonomi dan/atau keuangan. (Iskandar, Azwar, 2019).

Maqashid Syariah menjadi landasan dasar ekonomi Islam di era Revolusi Industri 4.0 bagi umat Islam yang ada di Indonesia, beberapa tahun belakangan negara-negara Islam telah mengusulkan penerapan sistem ekonomi syariah. Menegaskan bahwa nilai-nilai Islam tradisional perlu dihidupkan kembali. Negara menginginkan sistem yang lengkap yang mencakup pola dan bidang perilaku sosial dan ekonomi khusus yang tidak melibatkan reformulasi ideologis. Proses Islamisasi sistem ekonomi melibatkan lembaga-lembaga ekonomi dengan identitas

Islam tertentu. Proses ini tampaknya mendapatkan momentum dari waktu ke waktu. Lembaga-lembaga baru telah didirikan, seperti bank syariah dan lembaga bantuan pembangunan yang bertujuan untuk menerjemahkan ekonomi syariah menjadi solusi bisnis praktis ekonomi syariah yang erat kaitannya dengan penggunaan dan merupakan bagian dari konsep kehidupan Islam (Hisam Ahyani, 2021).

Ekonomi syariah di Indonesia menduduki ranking ke-4 dunia dengan menggunakan penilaian Global Islamic Economy Indicator (GIEI) 91,2 tahun ini. Indonesia hanya tertinggal dari Malaysia (290,2), Arab Saudi (155,1), dan Uni Emirat Arab (133). Negara lain yang masuk dalam daftar 10 besar berarti Yordania dan Bahrain menggunakan skor di kisaran 80 poin, Kuwait dan Pakistan sekitar 70 poin, kemudian Iran dan Qatar antara 60 poin) Skor ini memperhitungkan beberapa sektor dalam ekonomi Islam. , seperti makanan halal, keuangan, pariwisata, fashion, kosmetik, serta media dan hiburan.

Tabel 2. Peringkat Ekonomi Syariah



Dunia

(Sumber: “Ekonomi Syariah Indonesia Peringkat Keempat Dunia pada 2020 | Databoks” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/18/ekonomi-syariah-indonesia-peringkat-keempat-dunia-pada-2020>)).

b. Perencanaan Paripurna SDM Hadapi Transformasi Digital Di Masa Pandemi Covid-19

Pengembangan sumber daya manusia merupakan investasi yang krusial dan mahal, sehingga harus ditangani seefektif mungkin. Untuk itu diperlukan kesadaran dan pemilihan metode dan program pengembangan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tantangan organisasi baik saat ini maupun di masa yang akan datang (NF Rohmah, 2018).

Dalam kondisi persaingan dunia, pengembangan sumber daya manusia (SDM) sangat krusial dan dibutuhkan untuk mampu bersaing di kancah perdagangan/persaingan internasional (Ruhana, 2012). Maka kualitas sumber daya manusia (SDM) menjadi modal penting dan utama bagi Indonesia dalam memasuki era ekonomi digital. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dimulai pada tahun 2019 dan selanjutnya menjadi *mainstream* strategi pembangunan Indonesia ke depan, pilihan taktik tersebut diupayakan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat (Nagel, 2020).

Seiring dengan pemanfaatan revolusi industri 4.0 dan teknologi digital, persaingan dan pembangunan bisnis yang awalnya bertumpu pada pemanfaatan sumber daya alam akan beralih ke penguasaan teknologi informasi dan kompetensi tenaga kerja. disinilah pentingnya investasi SDM. Era revolusi industri 4.0 membuka peluang bagi sumber daya manusia (SDM) di bidang manufaktur untuk memiliki keterpaduan keterampilan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi terkini.” (Pratama & Iryanti, 2020).

Meningkatkan kapasitas dan kompetensi serta kualitas sumber daya manusia di masa pandemi COVID-19 dan pasca-COVID-19. Pandemi COVID-19 telah mengubah kehidupan secara drastis. Sekolah dan pekerjaan sebagian besar dilakukan secara online. Dengan cara ini, pengembangan kapasitas dan kompetensi SDM lebih difokuskan pada dominasi teknologi berita, personal computer, dan *software*

pendukung.” (Yuliana, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa pelatihan adalah suatu mekanisme untuk menumbuhkan kompetensi dan metode karyawan/pekerja dalam keterampilan, kemampuan, dan pengetahuan karyawan/pekerja untuk melakukan pekerjaan yang menjadi kewajibannya menjadi lebih efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. (Mustopa dkk., 2021)).

Transformasi ke industri 4.0 bukan hanya transformasi teknologi, tetapi yang paling krusial adalah transformasi sumber daya manusia. Sehingga program transformasi SDM dan penyiapan talenta digital sangat diharapkan dapat menjamin keberlangsungan asal mula program transformasi menuju industri 4.0. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi industri 4.0 sangat pesat akibatnya harus diimbangi dengan kemampuan dan budaya sumber daya manusia yang mumpuni (Paryanto et al., 2021).

c. Memantapkan Ekonomi Syariah di Era Transformasi Digital

Memasuki era budaya dunia dengan kemajuan teknologi informasi di satu sisi dan kebangkitan nasionalisme dan spiritualitas di sisi lain. Budaya global juga menggunakan era “Ekonomi Baru” (Konsep Ekonomi Islam) dan posisi regulasi semakin dibutuhkan untuk mengaturnya. Ekonomi Islam adalah ilmu tentang manusia yang meyakini nilai-nilai biologis Islam. Ekonomi Islam yang tidak hanya mempelajari individu-individu sosial tetapi juga manusia menggunakan fitrah keagamaannya. Ekonomi Islam dikendalikan oleh nilai-nilai peran dasar Islam dalam operasinya, atas perintah Al-Qur ‘ an dan Sunnah. (Habibullah, 2017).

Era digital yang semakin maju ini harus dimanfaatkan untuk mengembangkan potensi asal muasal ekonomi syariah agar dapat dijangkau dan diketahui seluruh warga negara Indonesia serta memberikan manfaat nyata bagi para pelaku ekonomi yang mengembangkan usahanya dengan berbasis syariah. Perlu disiapkan strategi pengelolaan yang tepat oleh para pemangku kepentingan untuk bersaing dengan pasar ekonomi global

agar musim krisis dapat segera diatasi dan ekonomi syariah menjadi primadona, khususnya di Indonesia.” (Febriani, 2020).

d. Penggerak SDM Maju di Era Transformasi Digital Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Nasional

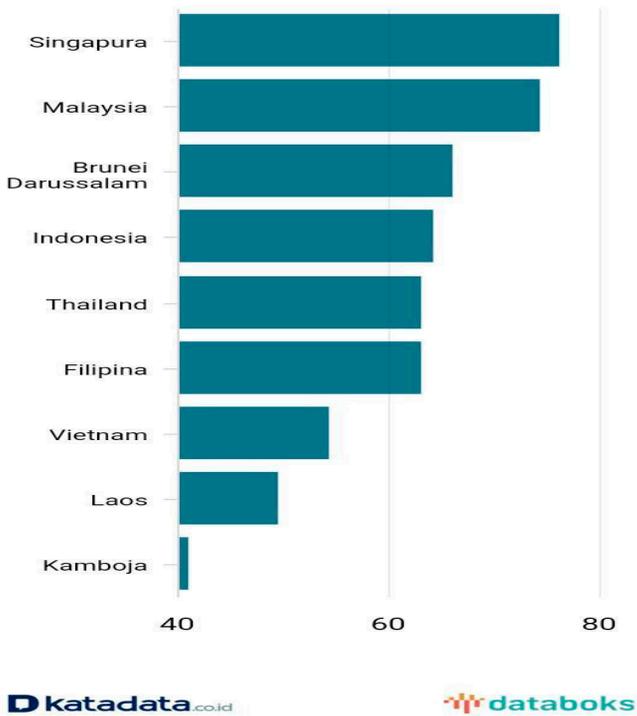
Konsekuensi dari sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki pengetahuan berarti manusia diperintahkan untuk bekerja, mengolah lebih lanjut seluruh isi bumi untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat tidak menjadi malas, pasrah dan tidak aktif (menganggur) yang berdampak pada munculnya masalah sosial lainnya. Bekerja dalam ekonomi Islam adalah kewajiban dan ibadah yang bernilai (Irwan, 2012).

Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif akan mampu mencapai tujuan organisasi. Secara operasional, tujuan organisasi meliputi tujuan *warga (social objectives)*, tujuan organisasi (*organization objectives*), tujuan fungsional (*functional objectives*), dan tujuan pribadi (*personal objectives*) (Bariqi, 2018). Perhatian terhadap kualitas sumber daya manusia (SDM) dan *Digital Skills* (kemampuan digital) tidak kalah krusial dari konektivitas. Era globalisasi yang disertai dengan pemanfaatan transformasi digital menuntut sumber daya manusia berkualitas yang memiliki kemampuan pemrosesan *digital (digital skills)* untuk ikut menyampaikan konsekuensi *pembangunan ekonomi* (Aljufri, 2019).

Telah disebutkan di atas, dalam Kebijakan Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah. Kebijakan ini untuk mendukung terwujudnya Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. strategi dasarnya adalah SDM; data dan masalah; dan koordinasi dan kerjasama. untuk mencapainya, seni manajemen adalah tersedianya sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas; ahli ekonomi syariah; dan orang-orang yang mengerti ekonomi syariah. Sementara itu, taktik kebijakan meliputi peningkatan literasi ekonomi Islam melalui pendidikan formal

dan informal; sosialisasi; dan kampanye publik. kemudian pendidikan dan sosialisasi dilakukan melalui peningkatan kesadaran (saluran nonformal); dan peningkatan kompetensi (jalur formal) baik melalui jalur akademik dari berbagai jenjang; pekerjaan; juga sebuah profesi. Implementasinya baik di lembaga pendidikan, forum sosial keagamaan serta forum ekonomi dan keuangan syariah.” (Rofifah, 2020).

Tabel 3. Keterampilan SDM



(Sumber: “Keterampilan SDM Indonesia Menduduki Peringkat 4 di Asia Tenggara Databoks”<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/29/keterampilan-sdm-indonesia-menduduki-peringkat-4-di-asia-tenggara>)

Dilihat dari grafik diatas bahwa keterampilan atau skill dari sumber daya manusia Indonesia menempati urutan keempat di antara negara-negara Asia Tenggara. Hal ini sesuai dengan pilar penilaian dalam World Competitiveness Index (GCI) yang dirilis oleh World Economy Forum (WEF) tahun 2018. Singapura menempati peringkat pertama, disusul Malaysia dan Brunei Darussalam. Secara global, peringkat Indonesia relatif jauh dari negara tetangga. Berkaca pada hal tersebut, pemerintah menggalakkan berbagai program seperti pengembangan vokasi, pemagangan berbasis kompetensi di perusahaan, hingga melakukan sertifikasi kompetensi. Salah satu pendekatan GCI adalah pendekatan *human-centric*, yaitu penilaian keterampilan SDM. Penilaian ini mencakup efektivitas tahun pendidikan, tingkat pelatihan staf, kualitas pelatihan kejuruan, dan keahlian lulusan. Selain itu, mencakup keterampilan digital, kemudahan mencari karyawan terampil, harapan masa pendidikan, berpikir kritis dalam proses pembelajaran, hingga rasio siswa-guru di pendidikan.

PENUTUP

Pengembangan sumber daya manusia merupakan investasi yang krusial dan mahal, sehingga harus ditangani seefektif mungkin. itu membutuhkan kesadaran dan penggunaan selektif metode dan program pengembangan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tantangan organisasi saat ini dan masa depan. Teknologi merupakan elemen penting dalam proses menuju Pendidikan 4.0, staf pengajar dapat berkolaborasi lebih baik dengan siswa melalui personalisasi. Kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan modal penting dan utama bagi Indonesia untuk memasuki era ekonomi digital. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) mulai tahun 2019 lalu menjadi mainstream strategi pembangunan bangsa Indonesia ke depan, pilihan seni manajemen diupayakan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi yang dibutuhkan

untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Indonesia harus terjun langsung soal SDM. Jika tidak, ada risiko pertumbuhan ekonomi akan stagnan dan ketimpangan ekonomi akan melebar. Dalam situasi itu, perbaikan nasib rakyat negara dan tenaga kerja akan bekerja di daerah. Lompatan sdm mendesak dan diperlukan untuk menyelesaikan 3 masalah utama. Pertama, rata-rata tenaga kerja Indonesia berketerampilan rendah. Sekitar 60% tenaga kerja lulusan SMA ke bawah. menggunakan profil seperti ini, Indonesia yang sempurna akan kalah bersaing. Kedua, kesempatan kerja yang ada yang tumbuh selama empat tahun terakhir belum berhasil diisi dengan jenis keterampilan yang tepat (skill mismatch). Ketiga, kesempatan kerja yang ada belum dipenuhi oleh tenaga terampil dalam jumlah yang memadai (skill deficiency).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2017). PELATIHAN DESAIN GRAFIS PERALATAN DESA DALAM RANGKA MENINGKATKAN SDM DI DESA NGAWONGGO. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang* , 2 (1), 37-42.
- Ahyani, HA (2021). *Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Tentang Wakaf Tunai di Indonesia Pada Era Revolusi Industri 4 . 0 . XII* (1), 1-10.
- Ali Maddinsyah*, Irvan Fauzi, AB (2019). PERAN TEKNOLOGI DALAM PENGEMBANGAN POTENSI SANTRI DI YAYASAN PEMBANGUNAN MASYARAKAT MAKMUR KEDAUNG PAMULANG TANGERANG SELATAN - BANTEN. *Jurnal DHARMA LAKSANA Melayani Untuk Bangsa P-ISSN* , 1 (2), 259-266.
- Aljufri, ML (2019). *Tren Transformasi Digital di Asean: Tantangan untuk Keberlanjutan Ekonomi Digital Regional* . 1-23. <http://repository.unair.ac.id/98588/>
- Angie, A. (2018). P Program S Studi D Okt. *Pemodelan Arsitektur Sistem Informasi Perizinan Menggunakan Framework Togaf Adm* , 4 (1),

(halaman 2).

- ANSORI, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Islam. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* , 7 (1), 1-18. <https://doi.org/10.32678/ije.v7i1.33>
- Arif, M. (2018). *Filsafat Ekonomi Islam* . 1 , 171.
- Arwani, A. (2012). *EPISTEMOLOGI HUKUM EKONOMI ISLAM (MUAMALAH)* . 15 (1), 125-146.
- Asiyah, BN, Aini, IN, Mahardika, RP, & Laili, LN (2020). Analisis Dampak Sukuk Terhadap Perekonomian Nasional Di Tengah Wabah Covid 19. *ElQist : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JIEB)* , 10 (1), 55-68. <https://doi.org/10.15642/elqist.2020.10.1.55-68>
- Bariqi, MD (2018). Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* , 5 (2), 64-69.
- Callander, C. (2019). EKONOMI DAN POLITIK ISLAM DALAM PANDANGAN Makalah terkait. *ORGANISASI PENELITIAN ILMIAH* , 13 (2). Academia.edu
- Devianto, Y., & Dwiasnati, S. (2020). Kerangka Sistem Kecerdasan Buatan dalam Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia Indonesia. *Jurnal Telekomunikasi dan Komputer* , 10 (1), 19. <https://doi.org/10.22441/incomtech.v10i1.7460>
- Fauzan, R. (2020). Daya Saing Digital Indonesia Rendah. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2017/06/05/Daya-Saing-Digital-Indonesia-Masih-Low> , 225 , 2017. <https://technology.bisnis.com/read/20200131/84/195845/digital-indonesia-daya-saing-rendah>
- Febriani, D. (2020). Ekonomi dan perbankan syariah di tengah era digital. *Hukum Ekonomi Syariah* , 12 (2).
- Fitria, TN (2016). Kontribusi Ekonomi Islam dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , 2 (03), 29-40. <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i03.3>

- Habibullah, ES (2017). Hukum Ekonomi Syariah dalam Tatanan Hukum Nasional. *AlMashlahah: Jurnal Hukum Islam dan Lembaga Sosial* , 5 (9), 691-710.
- Hadiono, K., & Noor Santi, RC (2020). Menyambut Transformasi Digital. *Prosiding Sendiu* , 978-979. https://www.researchgate.net/publication/343135526_MENYONGSONG_TRANSFORMASI_DIGITAL
- Hairunnisa, H. (2020). Peran Ekonomi Islam Sebagai Alternatif Solusi Resesi Ekonomi Global 2020. *Jurnal Al-Iqtisad: Jurnal Ekonomi Islam* , 2 (01), 1-13.
- Hardilawati, W.Laura. (2020). Strategi Survival UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi* , 10 (1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hisam Ahyani, MS (2021). Respon dunia barat terhadap ekonomi syariah di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Penelitian* , 7 (Februari), 0-21.
- Irwan, M. (2012). *Kualitas Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Ekonomi* . 80 , 131-154.
- Iskandar, Azwar, KA (2019). Reposisi PRAKTEK EKONOMI ISLAM : STUDI KRITIS PRAKTIK EKONOMI ISLAM DI INDONESIA PRAKTEK REPOSI : Kajian Praktik Kritis Ekonomi Islam di Indonesia Anwar Iskandar Khaerul Aqbar PENDAHULUAN Seiring berjalannya waktu,. *Jurnal Studi Islam* , 5 (1), 39-53.
- Mahdiyah, L. (2019). Keahlian SDM Indonesia Peringkat 4 di Asia Tenggara. *Databoks.Katadata.Co.Id* , 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/29/keterampilan-sdm-indonesia-menikuti-peringkat-4-di-asia-tenggara#>
- Marlinah, L. (2017). Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional melalui pengembangan ekonomi kreatif. *Horizon - Jurnal Humaniora* , 17 (2), 258-265. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2488>

- Masniadi, R., Angkasa, MAZ, Karmeli, E., & Esabella, S. (2020). Kajian Kritis Ketahanan Pangan Kabupaten Sumbawa Menghadapi Pandemi Covid-19. *Ilmu Sosial dan Humaniora* , 1 (2), 109-120. <https://www.semanticscholar.org/paper/Telaah-Kritis-Pangan-Ketahanan-Kabupaten-Sumbawa-Masniadi-Angkasa/96a263bec0421c692e06e595fae17a9f1bd345d7>
- Maulida Yuliyanti. (2011). *Epistemologi Ekonomi Islam dan Peranannya dalam memajukan perekonomian di Indonesia* . 1-7.
- Mustopa, R., Barjah, MK, Ahsaina, NA, & Rais, Y. (2021). Pelatihan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia selama Pandemi COVID-19. *Sostech* , 1 (3), 166-174.
- Nagel, J. (2020). Meningkatkan Sumber Daya Manusia Indonesia yang Berdaya Saing melalui Pendidikan di Era Transformasi Digital dan Teknologi Berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Iptek Terapan* , 1 (1), 31-38.
- Ningsih, DEA (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Perekonomian Indonesia Tahun 2020 dan Solusi Alternatifnya. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Islam* , 3 (1), 13-27.
- Nurhidayat, N. (2020). Muslim Milenial dan Gerakan Ekonomi Islam Indonesia. *Mizan: Jurnal Hukum Islam* , 4 (1), 131-140. <https://doi.org/10.32507/mizan.v4i1.638>
- Octavenus, R. (2019). Analisis Pengaruh Transformasi Digital dan Pola Perilaku Konsumen Terhadap Perubahan Model Bisnis Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* , 3 (5), 44. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i5.6080>
- Paryanto, P., Indrawan, H., Cahyo, N., Aisyah, S., Simaremare, AA, Suprihanto, A., Machinery, DT, Teknik, F., & Diponegoro, U. (2021). *Transformasi Digital Pembangkit Listrik di Indonesia : Studi dari Sisi Teknologi dan Sumber Daya Manusia* . 23 (2), 70-80.

Reni Furwanti, dkk.

- Pratama, HA, & Iryanti, HD (2020). Transformasi SDM dalam Menghadapi Tantangan Revolusi 4.0 di Sektor Pelabuhan. *Majalah Ilmiah Maritim Jogja* , 18 (1), 71-80. <https://doi.org/10.33489/mibj.v18i1.229>
- Purwana, AE (2014). Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Justicia Islamica* , 11 (1). <https://doi.org/10.21154/justicia.v11i1.91>
- Rahmi, VA, Fathoni, MZ, & Ismanto, H. (2020). Potensi Lokal Untuk Pengembangan Usaha Desa Di Tengah Pandemi Sedang Menghantam Tanah Air. *Matriks* , 21 (1), 53. <https://doi.org/10.30587/matrik.v21i1.11614>
- Rofifah, D. (2020). MENINGKATKAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA EKONOMI SYARIAH BERBASIS DIGITAL 4.0 DI SAAT PANDEMI COVID 19. *Pengetahuan Kertas. Menuju Media Sejarah Dokumen* , 1 , 12-26.
- Rohmah, NF (2018). *Pelatihan Manusia Dan Pengembangan Sumber Daya* . 1-11.
- Rohmah, SN (2020). Adakah peluang bisnis di tengah kelesuan ekonomi akibat pandemi virus Corona Covid-19 ? 'ADALAH ; *Buletin Hukum & Keadilan* , 4 (1), 63-74.
- Rosita, R. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis* , 9 (2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Ruhana, I. (2012). Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia Vs Daya Saing Global. *LABA : Jurnal Administrasi Bisnis* , 6 (1), 50-56. <http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/134>
- Rusilowati, U. (2020). Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia di Masa Pandemi COVID-19 Bagi Karyawan yang Bergerak di Sektor Formal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen,*

Hardiyono, Reni Furwanti, Dini Maulana Lestari,
Muhammad Adam, Khairul Anwar, Maya Sari Harahap,
Siti Ena Aisyah Simbolon, Siti Eni Aisyah Simbolon,
Muhammad Zulfikar Yusuf, Hasnaul Afifah, Herianto,
Tri Ulfa Wardani, Hasnidar Yuslin,
Desy Ramadinah, Weri Mahendra, Riskiana Elina,
Maftuhatul Faizah, Arini Almawaddah,
Lestari Etika Suci, Arif Kuswanto

Penerbit:
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Univesitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

ISBN 978-623-97540-6-8



- Ekonomi, & ...* , 4 (2), 481-491. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/721>
- Syaifariz, A., Nursidik, AA, Khotimah, NK, & Khairun, MT (2020). Budikdamber sebagai Strategi Penguatan Ketahanan Pangan dan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Brebes di Tengah Pandemi. *Jurnal Abdidas* , 2 , 41-47. <http://abdidas.org/index.php/abdidas>
- Tuwu, D. (2020). Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Pandemi Covid-19 *Jurnal Publicuho* , 3 (2), 267. <https://doi.org/10.35817/jpu.v3i2.12535>
- WATI RAHMI RIA. (2018). *HUKUM EKONOMI ISLAM* .
- Winasis,S.,&Riyanto,S.(2020).TransformasiDigitaldiIndustriPerbankan Indonesia: Dampak Stres Kerja Karyawan. *IQTISHADIA: Jurnal Perbankan dan Ekonomi Islam* , 7 (1), 55-64. <https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v7i1.3162>
- Yuliana, Y. (2021). Pengembangan Kapasitas dan Kompetensi Sumber Daya Manusia di Era Digital Pasca Covid-19 *Prosiding Seminar Nasional KBK* , 1 (2).