

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Ekonomi Kreatif

1. Definisi dan karakteristik ekonomi kreatif

Kemunculan ekonomi kreatif di Indonesia dipopulerkan pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengeluarkan Instruksi Presiden (Inpres) No. 6 Tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif. Dalam Inpres tersebut dijelaskan bahwa definisi ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat Indonesia. Dalam instruksi presiden No. 6 Tahun 2009 tersebut juga dijelaskan tentang dukungan pengembangan ekonomi kreatif. Dukungan ini diharapkan untuk dapat lebih lebih berkembang kearah pengrajin ekonomi kreatif, sehingga akan berpengaruh secara nyata terhadap pemulihan perekonomian Indonesia.¹

Menurut Undang-undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi kreatif, mendefinisikan ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah

¹ Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia.*, 12.

dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.²

Menurut Rochmat Aldy Purnomo, Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak lagi dapat bersaing di pasar global hanya dengan mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi juga harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.³

Adapun ciri-ciri usaha ekonomi kreatif antara lain sebagai berikut :

- a. Usaha milik keluarga
- b. Teknologi yang digunakan masih relatif sederhana
- c. Kualitas SDM yang relatif rendah
- d. Kurang memiliki akses permodalan (*bankable*)
- e. Tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi.⁴

² Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, Jakarta : Website Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) BPK RI, 2019.

³ Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia* (Surakarta : Ziyad Visi Media, 2016), 8.

⁴ Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia.*, 12.

2. Jenis-jenis ekonomi kreatif

Studi pemetaan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan RI Tahun 2007 memaknai ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang sangat dominan mensinergikan pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dan kelompok melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya inovasi.

Adapun jenis-jenis ekonomi kreatif adalah sebagai berikut :

- a. Periklanan : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan meliputi proses kreasi, produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan.
- b. Arsitektur : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, *konservasi* bangunan warisan, pengawasan konstruksi secara menyeluruh dari level makro sampai ke level mikro.
- c. Desain : kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
- d. Pasar barang seni : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar, swalayan, dan internet.

- e. Kerajinan : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.
- f. Musik : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi desain/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
- g. Fesyen : kegiatan kreatif dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.
- h. Permainan interaktif : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- i. Video, film, dan fotografi : kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk penulisan skrip, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.
- j. Seni pertunjukan : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, desain, dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
- k. Layanan komputer dan piranti lunak : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan

komputer, pengolahan data, pengembangan *database*, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

- l. Riset dan pengembangan : kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.
- m. Penerbitan dan percetakan : kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten, dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.
- n. Televisi dan radio : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi, penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.⁵

Sektor ekonomi kreatif semakin berkembang dengan menambahkan subsektor ekonomi kreatif dari 14 subsektor menjadi 16 subsektor. Bahkan pemerintah juga membentuk kelembagaan sektor ekonomi kreatif yakni Badan Ekonomi Kreatif (Brekraf). Badan ini diharapkan mampu

⁵ Mouled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2010), 231-234.

membina dan mengembangkan keenambelas subsektor ekonomi kreatif.

Dua subsektor ekonomi kreatif tambahan tersebut antara lain :

- a. Industri kuliner : yang berkaitan dengan kuliner/masakan/makanan ciri khas Indonesia
- b. Aplikasi dan game *developer* : yang meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan digitalisasi pada pengembangan aplikasi atau game.⁶

Ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Perpres Nomor 6 Tahun 2009 tentang Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) telah melakukan klasifikasi terhadap subsektor ekonomi kreatif menjadi 16 subsektor ekonomi kreatif. Dari ke 16 subsektor tersebut, Bekraf fokus mengembangkan 6 subsektor ekonomi kreatif unggulan. Ke enam subsektor ekonomi kreatif unggulan tersebut adalah kriya, kuliner, fesyen, film, pengembangan *game*, serta musik. Fokus pada 6 subsektor unggulan ini dikarenakan potensi pengembangan yang sangat besar di Indonesia.⁷

3. Praktik ekonomi kreatif

Praktik ekonomi kreatif merupakan bentuk pengembangan kegiatan ekonomi kreatif, dimana dalam praktiknya kegiatan ekonomi kreatif meliputi lima proses tahapan, yaitu tahap kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi.

⁶ Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia.*, 133-134.

⁷ *Ibid.*, 12.

a. Tahap Kreasi

Tahap kreasi merupakan tahap pertama dalam proses ekonomi kreatif untuk dapat menciptakan suatu karya.

Dimensi dari tahap kreasi yaitu sumber daya manusia sebagai pelaku ekonomi kreatif, pengetahuan, inovasi dan keterampilan, pembiayaan, dan jaringan/*network* yang mendukung kegiatan kreasi, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

b. Tahap Produksi

Tahap produksi dalam proses kreatif meliputi kegiatan menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih berguna dalam pemenuhan kebutuhan.

Dimensi dari tahap produksi yaitu sumber daya manusia sebagai pelaku kreatif pada tahap produksi, bahan baku, standar dan sertifikasi pengendalian mutu, infrastruktur berupa sarana pendukung produksi, jaringan atau *network* yang mendukung produksi baik di tingkat lokal, nasional atau internasional, serta pergudangan berupa ketersediaan sarana penyimpanan hasil produksi.

c. Tahap Distribusi

Tahap distribusi dalam proses kreatif meliputi usaha pemasaran yang memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa yang diproduksi kepada konsumen dengan penggunaan sesuai kebutuhan berdasarkan jenis, jumlah, harga, tempat dan waktu kebutuhan.

Dimensi dari tahap distribusi yaitu sumber daya manusia sebagai pelaku kreatif pada tahap distribusi, moda distribusi berupa sarana dan prasarana distribusi baik melalui angkutan darat, laut maupun udara, distribusi produk, *labelling*, infrastruktur pendukung tahap distribusi, jaringan atau *network* yang mendukung distribusi, baik di tingkat lokal, nasional maupun internasional.

d. Tahap Konsumsi

Tahap konsumsi dalam proses kreatif merupakan kegiatan untuk mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan secara langsung.

Dimensi dari tahap konsumsi yaitu konsumen sebagai pelaku kreatif yang menikmati produk kreatif, pengetahuan untuk memahami konsumen, utilitas konsumen, dan pemasaran meliputi teknik pemasaran yang tepat, *riset* dan pengembangan pasar serta peta *demand* dengan kesesuaian terhadap produksi, kapasitas daya dukung dan waktu pendistribusian.

e. Tahap Konservasi

Tahap akhir dalam proses kreatif merupakan tahap konservasi. Setelah melalui tahap kreasi, produksi, distribusi hingga akhirnya konsumsi, tahap konservasi diperlukan sebagai upaya pelestarian lingkungan kreatif. Upaya pelestarian ini dilakukan dengan

mempertahankan keberadaan setiap komponen lingkungan agar tetap dapat dimanfaatkan di masa depan.⁸

4. Dampak ekonomi kreatif

Daubaraita dan Startiene mengkonfirmasi bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Pengaruh ekonomi kreatif tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Ekonomi kreatif dapat menurunkan tingkat pengangguran disuatu negara.
- b. Pertumbuhan ekonomi kreatif memberikan nilai tambah terhadap kontribusi dalam Produk Domestik Bruto (PDB).
- c. Perekonomian kreatif dapat mendorong pertumbuhan ekspor suatu negara.
- d. Ekonomi kreatif dapat memberikan kesempatan terhadap masyarakat untuk ikut serta dalam proses pengembangan ekonomi kreatif.
- e. Ekonomi kreatif dapat memberikan dampak terhadap peningkatan pengembangan sosial dan budaya yang ada di masyarakat.
- f. Hasil peningkatan *output* yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif dapat berdampak terhadap peningkatan kualitas hidup dari masyarakat.
- g. Inti dari ekonomi kreatif adalah berbasiskan kepada kemampuan masyarakat untuk memberikan nilai tambah terhadap produk. Hal ini memberikan kesempatan lebih terhadap kaum muda yang memiliki

⁸ Tim Penulis Bekraf, *Sistem Ekonomi Kreatif Nasional Panduan Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif 2016* (Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif, 2016), 61 - 64.

ide-ide kreatif untuk dapat dikembangkan. Sehingga hal ini dapat meningkatkan kesempatan bekerja dari kaum muda.

- h. Ekonomi kreatif berpengaruh terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat itu sendiri.⁹

Selain berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia, ekonomi kreatif juga memberikan dampak positif terhadap aspek sosial, budaya, dan juga lingkungan. Dari aspek sosial, majunya ekonomi kreatif Indonesia bisa mengangkat citra positif dan identitas bangsa. Selain itu dapat menumbuhkan kreativitas anak muda dan mendorong inovasi untuk penciptaan usaha baru. Dari segi budaya, ekonomi kreatif yang maju dapat membantu meningkatkan toleransi sosial antar seluruh lapisan masyarakat, karena adanya peningkatan pemahaman antar budaya. Disamping itu dapat meningkatkan kepedulian masyarakat Indonesia untuk melestarikan budaya dan lingkungan. Melalui ekonomi kreatif, kita juga dapat menumbuhkan perekonomian secara inklusif dan berkelanjutan.¹⁰

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Definisi dan Kriteria UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau yang lebih populer dengan istilah UMKM, sebagaimana diatur dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008 UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha

⁹ Ibid., 15-16.

¹⁰ Pahlevi, *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Nasional.*, 48.

dengan batasan-batasan tertentu. Dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008 juga dijelaskan bahwa keberadaan UMKM dan pengelolaannya dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka mengembangkan perekonomian nasional. Definisi dan kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut :

a. Usaha mikro

Usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif milik orang-perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, antara lain :

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 300.000.000,-

b. Usaha kecil

Usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar, yang memenuhi kriteria usaha kecil antara lain meliputi:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,-

c. Usaha menengah

Usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang-perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, meliputi :

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,-¹¹

Badan Pusat Statistik (BPS) juga memberikan batasan definisi UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan, yaitu :¹²

¹¹ Budi Harsono, *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM* (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2014), 32 – 36.

¹² Rachmawan Budiarto, dkk., *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis* (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2015), 2.

Tabel 2.1

Batasan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja

	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Usaha Besar
Tenaga Kerja	1 – 4 orang	5 – 19 orang	20 – 99 orang	> 100 orang

Bank Indonesia juga memberikan batasan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yaitu sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro berdasarkan SK Direktur Bank Indonesia No. 31/24/Kep/DER Tanggal 5 Mei 1998, Usaha mikro adalah usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau mendekati miskin. Dimiliki oleh keluarga, sumber daya lokal, teknologi yang masih sederhana, dan biasanya lapangan usaha mudah untuk *exit* dan *entry*.
- b. Usaha Kecil berdasarkan UU No. 9 Tahun 1995, dengan kriteria jumlah asset sama atau kurang dari Rp. 200.000.000,- diluar tanah dan bangunan. Omzet sama atau kurang dari Rp. 1.000.000.000,-
- c. Usaha Menengah berdasarkan SK Direktur Bank Indonesia No. 30/45/Dir/UK Tanggal 5 Januari 1997 memiliki kriteria untuk sektor industri dengan omzet tahunan < Rp. 3.000.000.000,- , asset Rp. 5.000.000.000,-. Sedangkan untuk sektor bukan industri manufaktur dengan kriteria asset Rp. 600.000.000,- diluar tanah dan bangunan.¹³

Bank Dunia juga memberikan pengertian tentang Usaha Kecil, dan Menengah, sebagai berikut :

¹³ Zuhail, *Knowledge and Innovation Platform Kekuatan Daya Saing* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 365.

- a. Usaha mikro adalah usaha yang memiliki karyawan kurang dari 10 orang, dengan pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100.000, dan jumlah asset tidak melebihi \$ 100.000.
 - b. Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki karyawan kurang dari 30 orang, dengan pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3.000.000, dan jumlah asset tidak melebihi \$ 3.000.000.
 - c. Usaha Menengah adalah usaha yang memiliki karyawan maksimal 300 orang, dengan pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15.000.000, dan jumlah asset hingga sejumlah \$ 15.000.000.¹⁴
2. Karakteristik UMKM di Indonesia

UMKM yang ada di Indonesia memiliki ciri khas tertentu yang membedakan dengan usaha besar ataupun usaha kecil di negara lain. Berikut ini adalah karakteristik yang menjadi ciri khas usaha kecil :

- a. Mempunyai skala usaha yang kecil, baik modal, penggunaan tenaga kerja maupun orientasi pasar
- b. Banyak beralokasi di pedesaan, kota-kota kecil atau daerah pinggiran kota besar
- c. Status usaha milik pribadi atau keluarga
- d. Sumber tenaga kerja berasal lingkungan sosial budaya (*etnis, geografis*) yang direkrut melalui pola pemagangan atau melalui pihak ketiga

¹⁴ Kusnawati, *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah* (Tangerang : Loka Aksara, 2019), 8.

- e. Pola kerja sering kali *part time* atau sebagai usaha sampingan dari kegiatan ekonomi lainnya
 - f. Memiliki kemampuan terbatas dalam mengadopsi teknologi, pengelolaan usaha dan administrasinya sederhana
 - g. Struktur permodalan sangat terbatas dan kekurangan modal kerja serta sangat tergantung terhadap sumber modal sendiri dan lingkungan pribadi
 - h. Izin usaha sering kali tidak dimiliki dan persyaratan usaha tidak dipenuhi¹⁵
3. Peranan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
- a. Peranan UMKM di Bidang Ekonomi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM diharapkan mampu memanfaatkan sumber daya nasional, termasuk pemanfaatan tenaga kerja yang sesuai dengan kepentingan rakyat dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang maksimum. Rahmana (2012) menambahkan UMKM telah menunjukkan peranannya dalam penciptaan kesempatan kerja dan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha kecil juga memberikan kontribusi yang

¹⁵ Mukti Fajar ND, *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum* Ekonomi (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016), 108.

tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di sektor-sektor industri, perdagangan dan transportasi. Sektor ini mempunyai peranan cukup penting dalam penghasilan devisa negara melalui usaha pakaian jadi (*garment*), barang-barang kerajinan termasuk meubel dan pelayanan bagi turis.¹⁶

b. Peranan UMKM di Bidang Sosial

UMKM mampu memberikan manfaat sosial yaitu mereduksi ketimpangan pendapatan, terutama di negara-negara berkembang. Peranan usaha kecil tidak hanya menyediakan barang-barang dan jasa bagi konsumen yang berdaya beli rendah, tetapi juga bagi konsumen perkotaan lain yang berdaya beli lebih tinggi. Selain itu, usaha kecil juga menyediakan bahan baku atau jasa bagi usaha menengah dan besar, termasuk pemerintah lokal. Tujuan sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum, yaitu menjamin kebutuhan dasar rakyat.¹⁷

C. Ekonomi Islam

1. Definisi ekonomi Islam

Dalam literatur arab disebutkan *al- 'iqtisad* (ekonomis) yang berarti kelurusan cara, juga bermakna adil atau keseimbangan. Ekonomis dalam suatu aktivitas merupakan lawan dari kata pemborosan, yaitu sikap antara

¹⁶ Dita Aditia Darma Nasution dan Puja Rizqy Ramadhan, *Monograf Persepsi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tentang Akuntansi Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjung Bali* (Ponorogo : Uwais Inspiransi Indonesia, 2019), 23.

¹⁷ *Ibid.*, 24.

perilaku konsumtif dan penghematan yang berlebihan. Sikap ekonomis berarti tidak terlalu boros dan juga tidak terlalu kikir.

Adapun arti Islam, literatur arab menyebutkan, syariat Islam berarti ketundukan untuk merealisasikan aturan serta kewajiban yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW.¹⁸

Adapun secara istilah, para pemikir ekonomi mendefinisikan Ekonomi Islam secara beragam, yakni sebagai berikut :

- a. Muhammad Abdul Mannan dalam *“Islamic Economics : Theory and Practice”* mendefinisikan ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
- b. Muhammad Nejatullah al-Shiddiqi dalam *“Muslim Economic Thinking : A Survey of Contemporary Literature”* mendefinisikan ekonomi Islam adalah respon pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini dibantu oleh al-Quran, Sunnah, akal (*ijtihad*), dan pengalaman.
- c. M. Umer Chapra dalam *“The Future of Economic : An Islamic Perspective”* mendefinisikan ekonomi Islam adalah suatu pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam, tanpa mengekang kebebasan

¹⁸ Abdullah Abdul Husain at-Tariqi, *Ekonomi Islam Prinsip, Dasar, dan Tujuan* (Yogyakarta : Magistra Insania Press, 2004), 14.

individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi yang berkesinambungan dan ekologi yang berkesinambungan.

- d. M. Akram Khan dalam “*Islamic Economic : Nature and Need*” mendefinisikan ekonomi islam adalah kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar kerja sama dan partisipasi.
- e. Khurshid Ahmad dalam “*Studies in Islamic Economics (Perspektives of Islam)*” mendefinisikan ekonomi Islam adalah suatu usaha sistematis untuk memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara rasional dalam perspektif Islam.¹⁹

2. Tujuan ekonomi islam

Tujuan ekonomi Islam dirumuskan menjadi empat macam, yaitu sebagai berikut :²⁰

- a. Menciptakan ekonomi yang baik dalam kerangka kerja norma-norma moral Islam.

Seorang muslim yang baik adalah mereka yang memperhatikan urusan dunia seperti halnya memperhatikan urusan akhirat. Bukan meninggalkan kepentingan dunia untuk kepentingan akhirat, maupun melalaikan urusan akhirat untuk kepentingan dunia. Dijelaskan dalam Qs. Al-Jum’ah ayat 10 :

¹⁹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah* (Jakarta : Kencana, 2014), 6-7.

²⁰ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013), 112-135.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٢١﴾

Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.²¹

Ayat diatas mensiratkan perintah Allah SWT kepada semua manusia untuk memperhatikan urusan dunia dan juga urusan akhirat. Islam melarang manusia untuk meminta-minta, karena Allah SWT telah menyediakan bagi setiap orang kesempatan untuk mendapatkan mata pencaharian. Allah SWT menghimbau manusia untuk mendapat mata pencaharian dengan cara bekerja sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Karena salah satu tujuan ekonomi Islam adalah menciptakan lingkungan ekonomi sesuai norma-norma moral Islam kepada mereka yang mau dan bisa mencari pekerjaan serta memperoleh pekerjaan menurut kemampuannya.

b. Membina persaudaraan dan keadilan yang universal

Islam mengarahkan pada suatu bentuk kesejahteraan sosial dimana semua individu disatukan oleh ikatan persaudaraan dan saling membantu seperti layaknya keluarga. Persaudaraan ini bersifat *universal* dan tidak sempit, tidak terikat oleh batasan geografis, meliputi seluruh umat manusia dan tidak juga dibatasi oleh suku bangsa dan ras. Dengan adanya rasa persaudaraan sesama umat

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya.*, 554.

manusia tidak akan terjadi perebutan sumber-sumber ekonomi, dan sesama manusia akan tolong menolong untuk dapat menciptakan kesejahteraan bersama. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Qs. Al-Maidah ayat 2 :

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.²²

Islam juga menghimbau untuk menetapkan keadilan dan melakukan kebaikan. Impilikasi keadilan didalam Islam berkaitan dengan keadilan sosial dan keadilan ekonomi, penjelasannya adalah sebagai berikut :

1) Keadilan sosial

Islam memposisikan umat manusia sebagai keluarga besar, dimana seluruh anggotanya adalah sama dimata Allah SWT, tidak ada perbedaan antara yang kaya dan yang miskin, antara yang tinggi dan yang rendah, atau antara yang putih dan yang hitam. Ukuran yang berharga dari manusia adalah karakter, kemampuan, dan jasanya bagi kemanusiaan.

²² Ibid., 106.

2) Keadilan ekonomi

Persaudaraan dan perlakuan yang sama untuk semua individu dalam masyarakat sosial disertakan dengan menciptakan keadilan dalam bidang ekonomi, seperti misalkan semua orang mendapatkan bagiannya sesuai dengan kontribusinya terhadap lingkungannya, dan tidak ada eksploitasi seseorang kepada yang lainnya.

c. Memberikan distribusi pendapatan yang merata

Islam menginginkan adanya keadilan yang merata dalam proses pendistribusian pendapatan dan kesejahteraan yang ada agar semua manusia mempunyai standart kehidupan yang merata dan harmonis.

Pertama pengajaran Islam menerapkan penyerahan bantuan dalam menemukan pekerjaan yang menguntungkan kepada yang menganggur dan yang mencari pekerjaan serta penggajian yang adil untuk yang bekerja. Kedua, Islam menekankan pembayaran zakat untuk pendistribusian pendapatan dari yang kaya kepada yang miskin, kekayaan tidak boleh hanya beredar diantara yang kaya, sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Al-Hasyr ayat 7 :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ
مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa saja harta rampasan (*fay*) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota, maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, Kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin, dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”²³

d. Kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial

Salah satu misi yang diemban oleh Nabi Muhammad SAW adalah untuk membebaskan mereka (umat manusia) dari segala rintangan dan rantai yang membelenggunya. Karena pada dasarnya manusia terlahir dengan bebas, tidak ada siapapun termasuk negara yang mempunyai hak untuk mengambil kebebasan dan mengatur kehidupannya. Hal ini menjadi kesepakatan bersama antar kaum muslim yang mengatakan bahwa pembelengguan tidak bisa dilakukan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Al-A'raf ayat 157 :

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا
عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَهُمْ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَحُرِّمَ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ
إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَاَلَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ

²³ Ibid., 546.

وَنَصْرُوهُ وَأَتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ



“(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang *Ummi* yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang *ma'ruf* dan melarang mereka dari mengerjakan yang *mungkar* dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk, dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya, dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al-Qur'an); mereka itulah orang-orang yang beruntung.”²⁴

²⁴ Ibid., 170.