

**PERAN MEREK DAGANG TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN
USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI GOR HAJI AGUS SALIM
KOTA PADANG PERSPEKTIF DENGAN ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Syari'ah Sebagai Salah Satu
Syarat Guna Meraih Gelar Sarjana Hukum (SH) pada
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (*Muamalah*)



Disusun Oleh:

**Fahrur Rozi Lubis
NIM: 2013040103**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) IMAM BONJOL PADANG
1446 H/2025 M**

PERNYATAAN KEORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa sejauh yang diketahui, dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, melainkan yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar kepustakaan.

Padang, 06 Februari 2025



Fahrur Rozi Lubis
NIM: 2013040103

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahrur Rozi Lubis

Nim : 2013040103

Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : Peran Merek Dagang Terhadap Peningkatan Pendapatan
Usaha Mikro Kecil Menengah di GOR Haji Agus Salim Kota
Padang perspektif dengan Etika Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk
kepentingan akademis pada Fakultas Syari'ah UIN Imam Bonjol Padang.

Padang, 06 Februari 2025



Fahrur Rozi Lubis

NIM: 2013040103

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "**Peran Merek Dagang Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di GOR Haji Agus Salim Kota Padang perspektif Etika Bisnis Islam**" disusun oleh Fahrur Rozi Lubis, NIM 2013040103 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang Munaqasyah.

Padang, 07-Feb-2025

Pembimbing I


Dr. Tiwarni, M.Ag
NIP 197803312003122003

Pembimbing II


Dra. Yurni, M.Pd
NIP 196301011999032001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Peran Merek Dagang terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di GOR Haji Agus Salim Kota Padang perspektif Etika Bisnis Islam**. Mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang telah memenuhi persyaratan ilmiah dan diperbaiki sebagaimana kritikan dan saran dari Tim Penguji Sidang Munaqasyah.

Disahkan di : Padang
Tanggal : 25 Februari 2025
Tim Penguji Sidang Munaqasyah

Dr. Duhriah, M.Ag

NIP: 197712012007012024
Penguji I

Aslan Deri Ichsandi, SH, MH

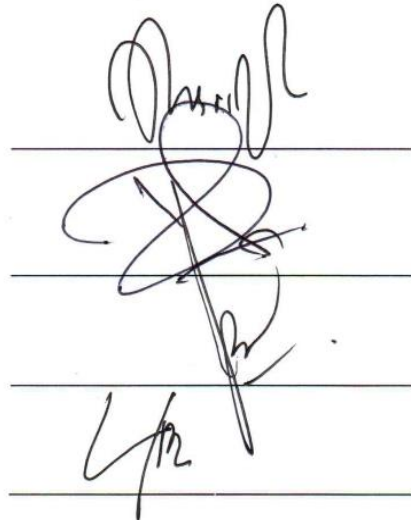
NIP: 198011272009011007
Penguji II

Dr. Tiswarni, M.ag

NIP: 197803312003122003
Pembimbing I

Dra. Yurni, M.pd

NIP: 196301011999032001
Pembimbing II



Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah
UIN Imam Bonjol Padang



Prof. Dr. H. Ikhwan, SH., M.Ag
NIP: 197007181995031001



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt., yang senantiasa melimpahkan rahmat, nikmat, karunia, serta taufik dan hidayah-nya di muka bumi ini, terutama kepada penulis yang telah memberikan kesehatan, kesempatan dan ilmu pengetahuan. Walaupun dalam proses ini penulis merasakan kesulitan, namun dengan diiringi kemudahan dari Allah Swt., sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Peran Merek Dagang Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di GOR Haji Agus Salim Kota Padang perspektif Etika Bisnis Islam”***. *Sholawat* dan salam semoga senantiasa Allah curahkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga dan sahabatnya. Berkat kerja keras beliau akhirnya kita bisa menikmati indahnya kehidupan dengan iman dan taqwa serta ilmu pengetahuan dan teknologi.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH) Program Strata Satu (S1) pada Prodi Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah UIN Imam Bonjol Padang. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua tercinta, Ibunda Nur Hasanah Lubis tercinta dan Ayahanda Panusunan Lubis tercinta, yang telah memberikan segala kasih sayang, do’a, perhatian, kekuatan, tenaga dan waktu yang telah diluangkan, motivasi serta dukungan baik moril maupun materil, sehingga segala bentuk kesulitan yang penulis hadapi dalam proses penulisan skripsi ini dapat penulis lalui tanpa berputus asa, serta membuat penulis mengerti arti kehidupan dan bagaimana tanggung jawab yang sesungguhnya. Dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati yang tulus, penulis sampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Imam Bonjol Padang Ibu Prof. Dr. Hj. Martin Kustati, M.Pd, beserta Wakil Rektor Bidang Akademik Bapak Prof. Dr. Yasrul Huda, M.A dan Wakil Rektor Bidang Keuangan dan Administrasi Umum Bapak Dr. Testru Hendra, M.Ag dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Bapak Prof. Welhendri Azwar, S.Ag, M.Si, Ph.D.
2. Dekan Fakultas Syari'ah Bapak Prof. Dr. Ikhwan, S.H, M.Ag, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik Bapak Prof. Dr. Abrar, M.Ag dan Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Administrasi Umum Ibu Dr. Azhariah Khalida, M.Ag dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Ibu Dr. Ridha Mulyani, M.H.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah UIN Imam Bonjol Padang dan kepada seluruh Tenaga Kependidikan serta Pimpinan Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang dan Perpustakaan Fakultas Syari'ah.
4. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Ibu Dr. Hamda Sulfinadia M. Ag dan Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Ibu Fauzi Yati, SEI. ME. Sy.
5. Dosen Pembimbing Akademik Bapak Yovidal Yazid sekaligus Dosen Pembimbing I Ibu Dr. Tiswarni, M, Ag dan Dosen Pembimbing II Ibu Dra. Yurni M. Pd.
6. Keluarga besar yang selalu memberikan support dan doa yang tiada henti, serta teman-teman terdekat dan rekan-rekan Hukum Ekonomi Syari'ah D Angkatan 20 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Padang, 06 Februari 2025
Penulis,



Fahrur Rozi Lubis
NIM: 2013040103

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **Peran Merek Dagang Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Gor Haji Agus Salim Kota Padang perspektif Etika Bisnis Islam**, ditulis oleh Fahrur Rozi Lubis, NIM 2013040103, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syari'ah UIN Imam Bonjol Padang. Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi oleh pelaku UMKM di GOR Haji Agus Salim menggunakan merek dalam dagangannya dan sejauh mana merek dagang meningkat pendapatan mereka. Pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana pandangan pelaku UMKM mengenai peran merek dagang terhadap peningkatan pendapatan di GOR Haji Agus Salim? Bagaimana pandangan konsumen mengenai peran merek dagang UMKM terhadap peningkatan pendapatan di GOR Haji Agus Salim? Bagaimana analisis etika bisnis Islam mengenai merek dagang mempengaruhi peningkatan pendapatan di GOR Haji Agus Salim. Data penelitian ini bersumber dari data primer (observasi dan wawancara) dan data sekunder (penelitian kepustakaan). Kesimpulannya adalah, pertama pandangan konsumen tentang merek bervariasi. Ada yang mengaitkannya dengan kualitas, sementara lainnya mempertimbangkan harga, pelayanan, dan kenyamanan. Hubungan harga dan kualitas pun beragam, sehingga keputusan pembelian dipengaruhi banyak faktor, bukan hanya merek. Kedua, pelaku UMKM menganggap merek dagang penting untuk daya ingat konsumen. Sebagian besar memanfaatkan platform digital, sementara lainnya tetap mengandalkan penjualan langsung. Meski strategi berbeda, harga tetap seragam dengan upaya menarik pelanggan. Promosi oleh influencer berdampak positif, namun ada yang sukses tanpa merek berkat layanan dan produk unik. Ketiga, pelaku UMKM di GOR Haji Agus Salim telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Pertama, tauhid, terlihat dari kesesuaian merek dagang dengan produk/jasa yang ditawarkan. Kedua, keseimbangan, karena mereka menetapkan tarif yang adil dan konsisten untuk semua konsumen. Ketiga, kebebasan, dengan tidak memaksa konsumen dan transaksi dilakukan sukarela. Keempat, tanggung jawab, yaitu memastikan pesanan sesuai dengan permintaan konsumen. Kelima, kebenaran, karena kualitas produk atau jasa sesuai dengan harapan konsumen.

Kata Kunci : Merek dagang, UMKM, etika bisnis Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDU	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Signifikansi Penelitian.....	5
1.6 Studi Literatur	5
1.7 Kerangka Teori	8
1.8 Metode Penelitian	10

BAB II MEREK DAGANG, USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH, DAN ETIKA BISNIS ISLAM

2.1 Merek Dagang.....	15
2.1.1 Pengertian Merek Dagang.....	15
2.1.2 Dasar hukum Merek Dagang.....	16
2.1.3 Fungsi Merek Dagang	19
2.1.4 Jenis-Jenis Merek Dagang	20
2.1.5 Pentingnya Merek Dagang bagi UMKM	22
2.1.6 Pengaruh Merek terhadap Pendapatan.....	24
2.2 Usaha Mikro Kecil Menengah	26
2.2.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah.....	26
2.2.2 Dasar Hukum Usaha Mikro Kecil Menengah.....	24
2.2.3 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah	26
2.2.4 Jenis Usaha Mikro Kecil Menengah.....	27
2.2.5 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah	29
2.2.6 Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah	29
2.3 Etika Bisnis Islam.....	32
2.3.1 Pengertian Etika Bisnis Islam.....	32
2.3.2 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	36
2.3.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dan prakteknya dalam UMKM	37

BAB III GAMBARAN UMUM GOR HAJI AGUS SALIM KOTA PADANG

	3.1 Letak Geografis GOR Haji Agus Salim Kota Padang.....	41
	3.2 Kondisi monografis GOR Haji Agus Salim Kota Padang	42
	3.3 Profil GOR Haji Agus Salim	48
BAB IV	ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM MENGENAI PERAN MEREK DAGANG DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI GOR HAJI AGUS SALIM KOTA PADANG	
	4.1 Apakah Merek Dagang Berkontribusi dalam Menarik Konsumen di GOR Haji Agus Salim	51
	4.2 Apakah Merek Dagang memberikan Dampak Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM di GOR Haji Agus Salim	56
	4.3 Bagaimana kaitan etika bisnis Islam dengan Penggunaan Merek Dagang oleh Pelaku UMKM di GOR Haji Agus Salim	67
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan	73
	5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
BIODATA PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Jumlah UMKM di GOR Haji Agus Salim.....	3
Tabel 1.2	: Daftar merek UMKM yang penulis wawancarai.....	12
Tabel 1.3	: Daftar Konsumen UMKM yang penulis wawancarai.....	12
Tabel 3.1	: Jumlah Penduduk Kelurahan Rimbo Kaluang.....	40
Tabel 3.2	: Jumlah Sekolah di Kelurahan Rimbo Kaluang.....	41
Tabel 3.3	: Sarana Peribadatan Kelurahan Rimbo Kaluang.....	42
Tabel 3.4	: Mata Pencaharian Kelurahan Rimbo Kaluang.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 GOR Haji Agus Salim	46
--------------------------------------	----