

**STRATEGI KETAHANAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh

NUR AFIKA
NIM :19.5.12.0170

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH (ESY)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, Agustus 2023 M
Shaffar 1445 H

Penulis

NUR AFIKA
NIM: 19.5.12.0170

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam**” Oleh Mahasiswa atas nama Nur Afika NIM : 19.5.12.0170 Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing – masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diujikan dihadapan dewan penguji.

Palu, Agustus 2023 M
Shaffar 1445 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.EI
NIP. 19791024 201101 2 007

Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP. 19871110 201903 1 006

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Nur Afika, NIM : 19.5.12.0170, dengan judul “Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam” yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 9 Agustus 2023 M. yang bertepatan dengan tanggal 2 Shaffar 1445 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria Penulisan Karya Ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu . Agustus 2023 M
Shaffar 1445 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Penguji Utama I	Dr. Ermawati, S.Ag.,M.Ag	
Penguji Utama II	Irham Pakawaru, S.E.,MSA.,Ak	
Pembimbing I	Dr. Siti Aisyah, S.E.I.,M.E.I	
Pembimbing II	Abdul Jalil, S.E.,M.M	

Mengetahui :

Ketua
Jurusan Ekonomi Syariah

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

NUR SYAMSU, S.HI., M.SI
NIDN. 2007058601

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta Salam kepada Nabi Muhammad SAW. Rasulullah terakhir yang diutus dengan membawa syari'ah yang mudah, penuh rahmat, dan yang telah membawa peradaban dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam”**.

Alhamdulillah skripsi ini telah selesai, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Penulis mengucapkan dengan penuh rasa syukur, banyak terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat penulis cintai, Bapak Sukardi dan Ibu Jumlia, yang selalu mendoakan, membesarkan, mendidik dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai. Tanpa doa dari kedua orang tua mungkin penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah membalas semua ketulusan dan melimpahkan rahmatnya-Nya. Aamiin.

2. Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor UIN Datokarama Palu, Prof. Dr. H Abidin Djafar, M.Ag., Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga, Dr. H Kamarudin, M.Ag, Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, perencanaan dan keuangan, Dr. Mohamad Idhan S.Ag.,M.Ag, Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan Dan Kerjasama, beserta segenap jajarannya yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya guna meningkatkan kualitas UIN Datokarama Palu yang berada dibawah kepemimpinannya.
3. Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan, Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, Drs. Saprudin, M.H.I selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Malkan, M.Ag Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Alumni, dan Kerjasama.
4. Nursyamsyu, S.HI., M.SI Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, dan Noval, M.M Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Sekaligus Dosen Penasehat Akademik penulis yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan perkuliahan di Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.
5. Dr. Sitti Aisya, S.E.I.,M.E.I Selaku pembimbing I dan Abdul Jalil, M.M Selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas meluangkan waktu dan pengarahan dalam membimbing penulis hingga akhir penulisan skripsi ini.

6. Kepala perpustakaan Rifai, S.E., M.M beserta staf Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang telah memberikan pengarahan, dan memberikan pelayanan dengan baik selama Penulis mencari materi referensi sebagai bahan skripsi hingga menjadi sebuah karya ilmiah.
7. Bapak dan Ibu Dosen dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu khususnya Bapak dan Ibu dosen yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada Penulis selama kuliah. Seluruh staf Penasehat Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada Penulis selama kuliah.
8. Segenap pelaku usaha di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli yang telah memberikan partisipasi dan bersedia meluangkan waktu kepada penulis guna melancarkan dan mengsucceskan penelitian.
9. Teruntuk adik yang penulis sangat cintai, yaitu Arum Muarrif, Angga Mufahri, dan As'ad Afnan, serta seluruh keluarga yang penulis cintai yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya. Penulis menyampaikan terimakasih atas dukungan, motivasi, serta doa yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah 5 angkatan 2019 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman-teman yang sangat teristimewa (Rini Safitri, Sitti Masyitah, Nafilatun Najah, Fiqi Amaliyah, Moh Rizky, Ahmad Fauzan, dan Fikran) yang telah banyak memberi dukungan dan selalu memberi motivasi dimasa-masa sulit bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

11. Terima kasih untuk BTS. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang selalu memberikan hiburan dan menjadi moodbooster disaat peneliti lelah, serta menjadi inspirasi saat peneliti mengerjakan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karuniaNya dengan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terduga oleh Allah SWT. Maka kepada Allah SWT jugalah kita berserah diri dan meminta pertolongan, seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya untuk kita semua. Aamiin Yarabbal Alamin.

Palu, Agustus 2023 M
Shaffar 1445 H

Penulis

NUR AFIKA
NIM: 19.5.12.0170

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Penegasan Istilah	7
E. Garis-Garis Besar Isi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	14
1. Strategi Ketahanan Usaha.....	14
2. Teori UMKM.....	28
3. Perspektif Ekonomi Islam.....	35
C. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Data dan Sumber Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Teknik Analisis Data	45
F. Pengecekan Keabsahan Data	47

BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Sejarah Singkat Adanya UMKM di Pasar Sandana Ke. Galang Kab.Toli-toli	49
	B. Strategi Ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli	51
	C. Perspektif Ekonomi Islam Mengenai Strategi Ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli	58
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	70
	B. Implikasi Penelitian	71
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Persamaan dan Perbedaan Penelitian	12
Tabel 4.1	: Jumlah Pelaku UMKM di Pasar Sandana	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran..... 41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Lembar Pengajuan Judul
Lampiran II : Surat Izin Penelitian
Lampiran III : SK Dosen Pembimbing
Lampiran IV : Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran V : Pedoman Wawancara
Lampiran VI : Data Informan Peneliti
Lampiran VII : Dokumentasi Penelitian
Lampiran VIII : Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Nur Afika
NIM : 19.5.12.0170
Judul Skripsi : Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam

Setelah terjadinya pandemi yang berakhir pada tahun 2022, UMKM yang ada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli mulai membuka usaha-usaha mereka kembali namun masih harus memiliki strategi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan usaha, sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: *pertama*, Bagaimana strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli ? Dan *Kedua*, Bagaimana perspektif ekonomi islam mengenai strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli ?

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif tehnik pengumpulan data melalui observasi, wawancara kepada beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dan dokumentasi, tehnik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian dari data yang diperoleh dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan dari penelitian ini. (1) untuk mengetahui strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli. (2) untuk mengetahui strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli memiliki 4 strategi yaitu: Yang *Pertama* Product (Produk), dari segi produknya UMKM yang ada di pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli selalu memepertahankan kualitas dan juga bahan bakunya sehingga pelanggan tidak kecewa ketika membeli. Yang *Kedua* Promotion (Promosi), promosi sangat penting dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli dalam upaya meningkatkan penjualan, dan untuk bertahan dengan cara mengiklankan informasi produkproduk di media sosial. Yang *Ketiga* Price (Harga) Harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk. Salah dalam menentukan harga akan barakibat merugikan, dan Yang *Keempat* adalah Place (Tempat) untuk mempertahankan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli adalah dengan memilih tempat yang ramai pengunjung dan yang lebih utama tempatnya strategis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia, karena pasar merupakan tempat dimana masyarakat saling berkumpul baik untuk mencari nafkah maupun untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri, pasar diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk bertransaksi, sarana interaksi sosial budaya dalam masyarakat, dan tempat pengembangan ekonomi masyarakat.¹

Dalam kehidupan sehari-hari, keberadaan pasar sangatlah penting. Hal ini dikarenakan apabila ada kebutuhan yang tidak dapat dihasilkan sendiri, maka kebutuhan tersebut dapat diperoleh di pasar. Para konsumen atau pembeli datang ke pasar untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhannya dengan membawa sejumlah uang untuk membayar harganya. Pasar juga merupakan tempat berkumpulnya para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada dasarnya perbedaan antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar umumnya didasarkan pada nilai aset awal, tidak termasuk tanah dan bangunan, omset rata-rata pertahun, atau jumlah pekerja tetap.

¹ Herlina Muksin, Strategi UMKM Dalam Menghadapi Pasar di Era Pandemi Covid-19 (UMKM Dalam Bidang Kuliner Diseputar Gomong Mataram) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* vol 8, no.4 (2021): 2

Namun, setiap negara punya ketentuan sendiri mengenai tolak ukur UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ditegaskan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) juga berperan penting dalam membantu meningkatkan ekonomi masyarakat ditingkat kota dan kabupaten.²

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang banyak berkembang dikalangan masyarakat Indonesia. Usaha ini memberikan kontribusi yang cukup baik bagi perekonomian masyarakat kecil pada umumnya, sehingga perlu perhatian khusus bagi pemerintah demi mendukung perkembangan UMKM. Sesuai penjelasan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 mendefinisikan “UMKM sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan yang memenuhi kriteria-kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana yang telah ditentukan”. UMKM merupakan penopang pertumbuhan ekonomi nasional dan berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi negara maju ataupun negara berkembang. Dengan adanya peningkatan

² Dwi Mirani, Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Bisnis* vol 3, no.12 (2020): 11

produktivitas UMKM, maka pertumbuhan UMKM dapat ditingkatkan sehingga dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.³

Usaha Mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-.⁴

Sedangkan Usaha Kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2.500.000.000,-.⁵

Adapun Usaha Menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar

³ Budi Rachmat, *Modal Ventura: Cara Mudah Meningkatkan Usaha Kecil dan menengah*, *Jurnal Ekonomi* vol 8, no.1 (2018): 2.

⁴ Etik Nofita Sari, *Kontribusi UMKM Pada Kesejahteraan Karyawan Dalam Pespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Awicho Cokelat Tempe Ngawi)*, *Jurnal Ekonomi Islam* vol 3 no.2 (2021)

⁵ Ibid

dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp 500.000.000,- hingga Rp 10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp 2.500.000.000,- sampai Rp 50.000.000.000,-.⁶

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli dengan berbagai usaha jualan seperti Usaha Kuliner, Usaha Sayur-mayur, Usaha Perabotan Rumah Tangga, Usaha Pakaian (*Fashion*), Usaha Kue, dan lain sebagainya.

Terjadinya covid-19 di Indonesia pada akhir tahun 2019, membuat semua sektor bisnis yang ada di Indonesia hampir mengalami kerugian akibat dampak tersebut. Sehingga perekonomian menjadi menurun baik secara perorangan, rumah tangga, perusahaan makro dan mikro, bahkan perekonomian negara di dunia.⁷

Salah satu yang terdampak pada saat pandemi Covid-19 yaitu UMKM yang berada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli. Dampak dari Covid-19 tersebut secara langsung sudah terlihat dari banyaknya usaha yang ditutup sehingga para karyawan yang bekerja di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli dengan terpaksa harus diberhentikan. Hal ini juga mempengaruhi aktivitas-aktivitas lainnya, termasuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, diantaranya kebutuhan pangan.⁸

⁶ Ibid

⁷ Wan Laura Hardilawati, Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* vol 10, no.1 (2020): 6

⁸ Rizqi Jauharotul Amalia, Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam-JIEBI* vol 4, no.1 (2022)

Impact dari Covid-19 tersebut menyebabkan banyak usaha-usaha yang tutup sehingga untuk tetap membuat usaha bertahan dan tetap stabil, maka mereka melakukan penjualan secara *online* dengan biaya lebih murah dan menggunakan strategi promosi untuk menarik pembeli. Dengan penjualan *online* tersebut banyak barang yang lebih murah dan pembeli lebih memilih untuk melakukan pembelian online daripada ke tokonya langsung.

Setelah Pandemi berakhir pada tahun 2022 akhir, UMKM yang ada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli mulai membuka usaha-usaha mereka kembali namun masih harus memiliki strategi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan usaha, sesuai dengan Ekonomi Islam.

Ekonomi Islam menekuni bagaimana manusia dapat memenuhi kebutuhan materinya di dunia ini sehingga tercapainya kesejahteraan yang hendak membawa kebahagiaan di dunia serta di akhirat. Kasus ekonomi hanyalah merupakan satu bagian dari aspek kehidupan yang diharapkan hendak membawa manusia pada tujuan hidupnya.⁹

Untuk itu, UMKM perlu memiliki kepekaan yang lebih besar akan potensi produk yang dihasilkan. Hal ini tentunya akan meningkatkan daya saing produknya tersebut. Keuntungan bagi produk yang mencerminkan ciri khas ke daerahan, menjadi salah satu nilai tambah tersendiri bagi UMKM tersebut.¹⁰

⁹ Etik Nofita Sari, Kontribusi UMKM Pada Kesejahteraan Karyawan Dalam Pespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Awicho Cokelat Tempe Ngawi), *Jurnal Ekonomi Islam* vol 3 no.2 (2021)

¹⁰ Nurannisa Suci Rahmanti, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Untuk Mempertahankan Kesejahteraan Pelaku UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi Islam* vol 2, no.1 (2021)

Dalam hal ini, pemerintah memiliki peran penting untuk membantu peningkatan taraf hidup masyarakat yang memiliki usaha mikro kecil menengah (UMKM). Oleh karena itu, Usaha Mikro Kecil Menengah harus mendapat dukungan penuh oleh pemerintah agar UMKM dapat bertahan dan dapat berkembang lagi serta dapat membuka lapangan pekerjaan yang lebih besar lagi, sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini sehingga akan dijadikan Proposal dengan judul “Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat di rumuskan beberapa masalah antara lain :

1. Bagaimana Strategi Ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli ?
2. Bagaimana Perspektif Ekonomi Islam Mengenai Strategi Ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Tolitoli.
- b. Untuk mengetahui mengenai strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Tolitoli Perspektif Ekonomi Islam

2. Manfaat Penelitian

a. *Manfaat Teoritis*

- 1) Dapat memberikan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Ekonomi secara umum dan ilmu Ekonomi Islam khususnya.
- 2) Dapat menjadi referensi untuk memperkuat teori mengenai Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam.
- 3) Dapat bermanfaat selain sebagai bahan informasi juga sebagai literatur atau bahan informasi ilmiah.

b. *Manfaat Praktis*

Bagi Masyarakat Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pengetahuan dan wawasan masyarakat mengenai Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam.

D. Penegasan Istilah

1. Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi

dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi merupakan suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi adalah serangkaian keputusan dan aksi yang diimplementasikan dalam rangka memenangkan persaingan untuk mencapai tujuan.

2. Ketahanan Usaha

Ketahanan adalah keuletan dan daya tahan untuk mengembangkan kekuatan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman dari dalam atau luar, langsung atau tidak langsung, yang bisa membahayakan kehidupan.

Ketahanan usaha merupakan kemampuan individu ataupun kelompok untuk bertahan menghadapi krisis atau pengalaman-pengalaman yang *disruptif* dan *traumatik*, sehingga ketika krisis tersebut berlalu, UMKM justru menjadi tambah tangguh dan dan tambah berkembang lagi.

3. UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang

dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga.¹¹

4. Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya. Jadi, Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.¹²

¹¹ Khuriyatul Mutrofin, Peran Umkm Dalam Mempertahankan Ekonomi Jawa Timur Selama Pandemic Covid – 19, *Jurnal Ilmu Ekonomi* vol 1, No 2 (2021): 11.

¹² *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 14

E. Garis-garis Besar Isi

Untuk mempermudah pemahaman bagi pembaca tentang pembahasan proposal/skripsi ini, maka penulis menganalisa secara garis besar menurut ketentuan yang ada dalam komposisi proposal/skripsi ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang di ungkapkan dalam materi pembahasan antara lain sebagai berikut:

BAB I adalah pendahuluan yang akan membahas terkait latar belakang masalah, selanjutnya perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah, dan garis-garis besar isi.

BAB II adalah kajian pustaka yang akan menguraikan dan menjelaskan tentang tujuan pustaka yakni: penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III adalah metode penelitian yang akan membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV adalah hasil dan pembahasan, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang sejarah UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli serta mendeskripsikan tentang strategi ketahanan UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli

BAB V adalah penutup, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dan implikasi penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam penelitian akan dicantumkan beberapa hasil penelitian oleh beberapa peneliti, diantaranya :

1. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Januar Eko Aryansah dengan judul “Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19” Pada Tahun 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk bertahan di masa pandemi Pelaku UMKM memiliki strategi sebagai berikut yaitu, menggunakan pemasaran melalui media sosial berupa instgram, facebook, whatsapp, bekerjasama dengan pihak penyedia jasa transportasi online seperti gofood dan grabfood, melakukan inovasi pada produk kuliner yang dibutuhkan masyarakat saat masa pandemi, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.¹³
2. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Arista Adam dengan judul “Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela)” Pada Tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pendekatan metode Lima Kekuatan Persaingan dari Porter (1980), UMKM Zoellen Sagela mampu bersaing dengan harga, kualitas produk, promosi, dan distribusi produk. Sedangkan untuk strategi bertahan

¹³ Januar Eko Aryansah, Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Bisnis* vol 2, no.2 (2020): 11

pada UMKM Zoellen Sagela yang dilakukan untuk dapat terus bertahan pada pandemi covid-19 adalah dengan melakukan strategi penekanan biaya produksi serta mengurangi jumlah produksi produk.¹⁴

3. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Gregorius Rio Alfrian dengan judul “Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Indonesia” Pada Tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi bertahan UMKM khususnya di masa pandemik. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Peneliti mengkaji berbagai hasil studi empiris khususnya jurnal ilmiah yang berkaitan dengan strategi UMKM. Peneliti kemudian membandingkan hasil penelitian dari berbagai jurnal tersebut dan mengambil intisari dari hasil penelitian tersebut. Berdasarkan hasil studi literatur, terdapat empat strategi bertahan untuk UMKM yaitu, 1) melakukan pemasaran dengan digital marketing, 2) memperkuat SDM, 3) melakukan inovasi kreatif dan 4) peningkatan pelayanan kepada konsumen. Dengan strategi-strategi tersebut diharapkan UMKM di Indonesia dapat bertahan dan selamat dari kondisi krisis akibat pandemik COVID-19.¹⁵
4. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Wan Laura Hardilawati dengan judul “ Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19” Tahun 2020. Hasil penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UMKM

¹⁴ Arista Adam, Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela), *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* vol 5, no.2 (2022).

¹⁵ Gregorius Rio Alfrian, Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Indonesia, *Jurnal Akuntansi* vol 6, no.2 (2020): 6

berupa melakukan perdagangan secara ecommerce, melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan.¹⁶

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
Januar Eko Aryansah (Universitas Sriwijaya)	“Strategi bertahan usaha mikro kecil dan menengah sektor kuliner di masa pandemi covid-19”	a. Metode penelitian yang digunakan. b. Sama – sama meneliti tentang strategi bertahan umkm	a. Objek yang diteliti
Arista Adam (Universitas	“Analisis Strategi Bersaing	a. Metode penelitian yang digunakan.	a. Objek yang diteliti

¹⁶ Wan Laura Hardilawati, Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* vol 10, no.1 (2020): 6

Negeri Gorontalo)	dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela)”	b. Sama – sama meneliti strategi UMKM dalam menghadapi persaingan usaha serta strategi ketahanan UMKM	
Gregorius Rio Alfrian (Universitas Pembangunan Jaya)	“Strategi usaha mikro,kecil,men engah (umkm) bertahan pada kondisi pandemik covi 19 di Indonesia”	a. Metode peneltitan yang digunakan. b. Sama-sama meneliti mengenai strategi bertahan UMKM	a. Objek yang diteliti
Wan Laura Hardilawati (Universitas Muhammadiyah Riau)	“Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”	a. Metode peneltitan yang digunakan. b. Sama-sama meneliti mengenai strategi bertahan umkm	a. Objek yang diteliti

B. Kajian Teori

1. Strategi Ketahanan Usaha

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “Strategos” yang diartikan suatu usaha mencapai suatu kemenangan dalam suatu peperangan yang awalnya digunakan dalam lingkungan militer namun istilah strategi digunakan dalam berbagai bidang yang memiliki esensi yang relatif sama.

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.¹⁷

Menurut David, Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.¹⁸

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan,

¹⁷ Muhammad Fitrah Alghozi, Strategi bertahan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Palembang Di Kecamatan Kemuning) *Jurnal Teknik Industri* vol 3, no.2 (2021): 2

¹⁸ Ibid

sebagaimana diukur dengan daya saing strategi dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi ini baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini dan di sini dibutuhkan sosok pemimpin yang mampu memajukan perusahaan, dengan cara training anggota perusahaan tentang manajemen strategi yang baik, supaya anggota perusahaan bisa mengimplementasikan manajemen strategi yang bisa membuat perusahaan menjadi unggul. Ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Shad/38: 26 yang berbunyi:

يٰۤاٰدٰوْدُ اِنَّا جَعَلْنٰكَ خَلِيْفَةً فِى الْاَرْضِ فَاَحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوٰى فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ اِنَّ الَّذِيْنَ يَضِلُّوْنَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيْدٌۢ بِمَا نَسُوْا يَوْمَ الْحِسَابِ

Terjemahan:

“Hai Daud, sesungguhnya Kami menjadikan kamu khalifah (penguasa) dimuka bumi, maka berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan adil dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu, karena ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karena mereka melupakan hari perhitungan”.

Tafsir Ringkas Kementrian Agama RI / Surat Shad Ayat 26 :

Karena ketaatan, kebijaksanaan, dan ilmunya yang luas, Allah memilih nabi dawud sebagai khalifah, 'wahai nabi dawud! sesungguhnya engkau telah kami jadikan khalifah dan penguasa di bumi. Karena itu, hiasilah kekuasaanmu dengan kesopanan dan tunduk pada aturan kami.

Maka berilah keputusan tentang suatu perkara yang terjadi di antara manusia dengan adil dan mengacu pada wahyu kami, dan janganlah engkau mengikuti hawa nafsu dalam menjalankan amanah kami karena hawa nafsu akan menyesatkan engkau dari jalan Allah dan menggiringmu jauh dari kebenaran. Sungguh, orang-orang yang sesat dari jalan Allah akibat mengikuti hawa nafsu akan mendapat azab yang berat dan pedih di akhirat. Yang demikian itu karena mereka melupakan hari perhitungan, hari ketika perbuatan manusia dihisab.

Ayat ini menunjukkan bahwa seorang pemimpin harus bersikap adil, amanah, dan mendahulukan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi. Usai menegaskan adanya hari perhitungan, Allah beralih menjelaskan bukti-bukti kekuasaan-Nya di jagat raya. Dan sungguh, kami tidak serta-merta menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada di antara keduanya, seperti bintang, matahari, dan bulan, dengan sia-sia dan tanpa manfaat tertentu. Itu semua adalah anggapan orang-orang kafir yang tidak memercayai kekuasaan Allah, maka celakalah orang-orang yang kafir itu karena mereka akan masuk ke neraka yang telah Allah persiapkan untuk mereka.¹⁹

Ditinjau dari jenis atau macam-macam strategi, dibagi menjadi beberapa jenis yaitu²⁰ :

¹⁹ <https://tafsirweb.com/8512-surat-shad-ayat-26>

²⁰ <https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-strategi/>

1. Strategi Integrasi

Dikatakan sebagai strategi integrasi adalah strategi yang lebih sering digunakan oleh para perusahaan untuk mengontrol masalah distributor, pasokan hingga dalam perencanaan pesaing. Adapun beberapa jenis strategi integrasi sebagai berikut.

a. *Forward Integration Strategy*

Forward Integration Strategy adalah upaya pengendalian terhadap distributor ataupun pengecer berjalan sesuai dengan kehendak perusahaan/organisasi. Bagi perusahaan atau organisasi besar, cara pengendalian dapat dilakukan dengan cara memilikinya. Karena jika distributor ataupun pengecer dari pihak, berpeluang besar menimbulkan banyak masalah.

b. *Backward Integration Strategy*

Backward Integration Strategy adalah cara perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap bahan baku. Jadi perusahaan mengontrol betul kualitas dan bahan baku agar hasil sesuai standar yang sudah ditentukan.

Backward Integration Strategy juga berhak melakukan pengawasan terhadap pemasok yang pasif dan tidak lagi menguntungkan pihak perusahaan. Bagi pemasok yang tidak mampu memenuhi kualitas mutu akan mendapatkan perhatian khusus.

c. *Horizontal Integration Strategy*

Horizontal Integration Strategy adalah jenis strategi yang fokus pada pertumbuhan, termasuk untuk mendapatkan pengendalian atas para pesaing maupun mendapatkan kepemilikan.

2. Strategi Intensif

Strategi Intensif adalah strategi yang lebih cocok untuk penetrasi pasar ataupun untuk melihat pengembangan produk yang berkembang. Jika konteksnya dalam dunia bisnis, strategi intensif sebagai upaya untuk melihat posisi dan usaha yang tepat demi meningkatkan penjualan ataupun peningkatan produksi.

3. Strategi Diversitas

Strategi Diversitas yaitu strategi yang lebih sering digunakan untuk upaya menambahkan produk baru atau jasa baru didalam perusahaan tanpa harus merusak atau mengganggu selera pelanggan yang ada. Adapun bentuk dari strategi diversifikasi, strategi diversifikasi konsentrik, konglomerat dan horizontal.

4. Strategi Defensif

Strategi Defensif adalah strategi yang menjalankan usaha berdasarkan rasionalitas. Baik itu rasionalitas dalam hal likuiditas, biaya ataupun yang lain. Bagaimanapun juga rasionalitas menjadi salah satu kunci keberhasilan mencapai tujuan yang diinginkan tanpa harus merusak skema dan alur.

Adapun tiga tingkatan strategi, dimana setiap tingkatannya menunjukkan levelnya masing-masing yaitu :

1. Tingkat Strategi Korporasi

Didasarkan pada strategi korporasinya, strategi ini dibuat oleh manajemen puncak yang bertanggungjawab mengatur kegiatan hingga operasi organisasi yang mana memiliki lini dan bisnis lebih dari satu.

Ditingkat korporasi perusahaan perlu menentukan alternatif seperti masalah produktivitas, kedudukan dalam pasar, profitabilitas, sumber daya fisik dan finansial, prestasi dan pengembangan manajerial dan masih banyak lagi.

2. Tingkat Strategi Bisnis

Strategi level ini lebih sering menggunakan pendekatan bisnis terhadap pasar. Misalnya memperhatikan secara seksama bagaimana agar tidak sekedar melakukan pendekatan, tetapi juga memperhatikan sumber daya yang ada, dan tetap diterima oleh pasar.

Strategi bisnis oleh perusahaan biasanya sangat erat kaitannya dengan pasar dan pangsa pasar.

3. Tingkat Strategi Fungsional

Strategi Fungsional dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar, pemasaran, keuangan, pengembangan dan merambah dibagian personalia yang bertugas mengelola sumber daya manusia yang ada untuk memaksimalkan perusahaan.

Strategi merupakan faktor yang penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada.²¹

b. Pengertian Ketahanan Usaha

Ketahanan usaha atau ketahanan sosial diartikan sebagai kemampuan masyarakat untuk bertahan dan memulihkan keadaan bisnis dari berbagai tekanan seperti perubahan lingkungan, pergolakan sosial, ekonomi ataupun politik.²²

Ketahanan usaha merupakan kemampuan individu ataupun kelompok untuk untuk bertahan menghadapi krisis atau pengalaman-pengalaman yang *disruptif dan traumatik*, sehingga ketika krisis tersebut berlalu, UMKM justru menjadi tambah tangguh dan tambah berkembang lagi.

Ketahanan usaha mengacu pada kemampuan suatu bisnis atau organisasi untuk bertahan dan berkembang dalam menghadapi tantangan dan perubahan lingkungan eksternal. Kriteria atau indikator ketahanan usaha berguna untuk mengukur sejauh mana bisnis atau organisasi tersebut dapat mengatasi berbagai risiko dan tetap beroperasi secara efisien dan efektif.

²¹ Eris Juliansyah, Strategi Pengembangan sumber daya perusahaan dalam meningkatkan kinerja PDAM kabupaten sukabumi, *jurnal ekonomi akuntansi* vol.3.no.2 (2017)

²² Wulandari, Pengaruh Strategi Tempat (Place) Terhadap Ketahanan UMKM Dalam Persaingan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bengkulu, *Jurnal Ekonomi Islam* vol 5, no.4 (2021): 7

Berikut beberapa kriteria atau indikator yang dapat digunakan untuk mengevaluasi ketahanan usaha:

1. Keuangan yang sehat, bisnis yang memiliki keuangan yang kuat dan stabil cenderung lebih tahan terhadap guncangan ekonomi atau perubahan pasar. Beberapa indikator keuangan yang relevan termasuk tingkat likuiditas yang cukup, tingkat utang yang terkendali, dan kemampuan untuk menghasilkan arus kas yang positif.
2. Diversifikasi produk dan pasar, bisnis yang memiliki portofolio produk dan pasar yang beragam dapat mengurangi risiko yang terkait dengan fluktuasi permintaan atau perubahan tren pasar tertentu.
3. Pengelolaan risiko yang efektif, kemampuan mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko bisnis secara efektif menjadi indikator penting untuk ketahanan usaha. Hal ini meliputi manajemen risiko operasional, risiko tantangan, dan risiko reputasi.
4. Adaptabilitas dan Inovasi, bisnis yang dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, teknologi, atau regulasi akan lebih mampu bertahan dalam jangka panjang. Kemampuan untuk berinovasi juga penting dalam mempertahankan daya saing.

5. Sumber daya manusia yang terampil, ketersediaan dan kualitas sumber daya manusia dalam organisasi mempengaruhi tingkat ketahanan usaha. Tim yang terampil dan berpengalaman dapat mengatasi tantangan dengan lebih baik.
6. Kualitas manajemen, kualitas manajemen dalam mengambil keputusan strategis dan taktis memiliki dampak besar terhadap ketahanan bisnis. Manajemen yang efektif dan merespon dan mengelola perubahan dengan lebih baik.
7. Keterlibatan dan Loyalitas pelanggan, bisnis yang memiliki basis pelanggan yang kuat cenderung lebih stabil dalam menghadapi fluktuasi pasar. Tingkat keterlibatan dan loyalitas pelanggan dapat mencerminkan ketahanan bisnis.
8. Kualitas rantai pasokan, bisnis yang memiliki rantai pasokan yang andal dan efisien akan lebih tahan terhadap gangguan pasokan atau krisis.
9. Kepatuhan terhadap peraturan, bisnis yang mematuhi peraturan dan standar yang berlaku akan menghindari risiko hukum yang dapat membahayakan operasional dan reputasi perusahaan.
10. Hubungan dengan pihak terkait, hubungan yang baik dengan pemasok, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya dapat mendukung ketahanan bisnis dalam jangka panjang.

c. Bauran Pemasaran Islam

Nabi Muhammad SAW telah menerapkan konsep bauran pemasaran dalam kegiatan berdagangnya di abad 7 masehi. Salah satunya dalam strategi untuk mengenalkan produk kepada pembelinya. Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang dijual.

Rasulullah SAW bersabda :

إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ ، مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا ، وَكَانَا جَمِيعًا ، أَوْ يُخَيَّرُ
أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَنَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ ، فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ ، وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ يَتَبَايَعَا ، وَلَمْ
يَتْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ ، فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ

Artinya : “Jika dua orang melakukan jual beli, maka setiap orang dari mereka memiliki hak khiyar selama belum berpisah dan mereka bersama-sama (dalam satu tempat), atau salah satu dari mereka memberikan khiyar kepada yang lain. Maka jika salah satu dari mereka memberikan khiyar kepada yang lainnya kemudian mereka melakukan transaksi jual beli atas khiyar tersebut, sudah (terjadi) jual beli. Bila mereka berpisah setelah terjadi jual beli, dan salah satu dari mereka tidak meninggalkan jual beli maka telah terjadi jual beli”. (HR Bukhari dan Muslim, dari Hakim bin Hizam Ra.)²³

Kandungan makna hadits tersebut menjelaskan bahwa salah satu syarat sahnya melakukan akad jual beli adalah adanya saling ridha di antara keduanya (penjual dan pembeli).

²³ Al Wajiz fi Fiqhis Sunnah wal Kitabil ‘Aziz, Abdul ‘Azhim bin Badawi, Dar Ibnu Hazm, cetakan ketiga, tahun 1431 H, 418.

Kejujuran memegang peranan utama dalam perniagaan Nabi Muhammad. Kejujuran adalah cara yang paling murah walau dirasa sangat sulit dan telah menjadi barang yang sangat langka. Dengan selalu jujur pada konsumen mengenai baik buruknya atau kekurangan dan kelebihan suatu produk akan membuat konsumen percaya pada perusahaan. Mereka tidak akan merasa dibohongi dengan ucapan pengusaha.

Ada tiga konsep alternatif yang mendasari langkah-langkah organisasi dalam melaksanakan strategi pemasaran yaitu :²⁴

a) Konsep Produksi (Production Concept)

Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan harganya yang terjangkau. Karena itu, manajemen harus berfokus pada peningkatan efisiensi produksi dan distribusi.

Konsep produksi merupakan filosofi tertua yang bermanfaat dalam beberapa situasi dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga yang serendah mungkin.

b) Konsep Produk (Product Concept)

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik. Berdasarkan konsep ini, strategi pemasaran berfokus pada perbaikan produk yang berkelanjutan.

²⁴ Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2006)

Kualitas dan peningkatan produk adalah bagian yang penting dalam sebagian besar strategi pemasaran.

c) Konsep Pemasaran (Marketing Concept)

Konsep pemasaran menyatakan bahwa mencapai tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik dari pada pesaing. Berdasarkan konsep ini, fokus dan nilai pelanggan adalah jalan menuju penjualan dan keuntungan.

Ada 3 konsep dasar dalam pemasaran syariah yang di contohkan oleh nabi muhammad saw, yaitu :²⁵

a) Strategi, disebut juga dengan mind-share yaitu bagaimana perusahaan berpikir secara bijaksana yang nantinya menghasilkan ide (hal-hal baru yang belum ada) untuk memperkenalkan produk terhadap konsumen.

b) Taktik, disebut juga dengan market share yaitu cara suatu perusahaan untuk berusaha memasarkan produknya terhadap konsumen diberbagai media cetak ataupun media elektronik.

c) Value to hearth merupakan nilai yang dimiliki perusahaan (nilai sepenuh hati) untuk konsumen pada saat

²⁵ Ikhsan Bayanuloh, Marketing Syariah. 9

pemasaran agar konsumen merasa nyaman. Hal itu tidak lepas dari ketentuan-ketentuan Islam.

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula menyampaikan bahwa ada 4 (empat) karakteristik pemasaran syari'ah, yaitu ketuhanan (rabbaniyyah), Etis (akhlaqiyyah), realistis (al-waqi'iyah) dan humanistik (insaniyyah) yaitu sebagai berikut :²⁶

1. Ketuhanan (Rabbaniyah)

Salah satu khas pemasaran syariah adalah sifatnya yang religus. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Dalam setiap langkah aktivitas yang dilakukan harus selalu menginduk kepada syariat islam. Seorang syariah marketer meskipun ia tidak dapat mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya Sebab syariah marketer akan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan dihisab, sebagaimana Firman Allah swt dalam Q.S. Al - Zalzalah ayat 7-8.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۗ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

²⁶Arif Hilmiatus Sahla, Muhammad Sayuti, Ricky Syahputra, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam," Jurnal Pionir Lppm 5, No. 2 (2019): 59

Terjemahanannya:

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrah pun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula”.²⁷

2. Etis (Akhlaqiyyah) Keistimewaan lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama apapun, karena hal ini bersifat universal.
3. Realistis (Al-waqi'iyah) Pemasaran syariah bukanlah konsep eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel. syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa arab dan mengharamkan dasi. Namun syariah marketer harus lah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan.
4. Humanistik (Insaniyyah) Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistik universal. Humanistik maksudnya ialah syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiannya terjaga dan terpelihara. Syariah islam adalah syariah humanistik, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status, sehingga pemasaran syariah bersifat universal.

²⁷ Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

2. Teori UMKM

a. Pengertian UMKM

Pengertian UMKM pada umumnya merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh unit usaha atau perorangan yang bergerak di bidang ekonomi yang dilakukan secara mandiri dimana biasanya orang yang menjalankan UMKM ini disebut sebagai pelaku usaha.²⁸

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga.

Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.²⁹

Batasan batasan tentang umkm diatur dengan jelas pada UU No 20 tahun 2008 yang menyebutkan bahwa UMKM terbagi atas empat skala usaha. Skala Usaha dibedakan menjadi empat kelompok yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

²⁸ Ibid

²⁹ Ibid

Definisi UMKM menurut undang-undang No 20 Tahun 2008 untuk masing-masing skala usaha adalah sebagai berikut :³⁰

- 1) Usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dalam undang-undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

³⁰ Ibid

dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

b. Ciri-ciri UMKM

Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) ciri-ciri usaha mikro yaitu :³¹

- 1) Jenis barang usahanya tidak tetap,dapat berganti pada periode tertentu;
- 2) Tempat usahanya tidak selalu menetap, dapat berubah sewaktu-waktu;
- 3) Belum melaksanakan administrasi keuangan yang sederhana dan tidak memisahkan antara keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
Sumber daya
- 4) manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa enterpreuner yang memadai;
- 5) Tingkat pendidikan rata-rata relatif rendah;

³¹ Haposan Hutahaean, Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deliserdang, *Jurnal Ekonomi dan Strategi* vol 1, no.1 (2020): 8.

- 6) Pada umumnya belum akses ke perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
- 7) Umumnya tidak mempunyai izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Adapun ciri-ciri UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan kelompok usahanya.³²

Usaha mikro pada umumnya dicirikan oleh beberapa kondisi berikut:

- a) Belum melakukan manajemen/pencatatan keuangan, sekalipun yang sederhana, atau masih sangat sedikit yang mampu membuat neraca usahanya.
- b) Pengusaha atau SDM-nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
- c) Pada umumnya tidak/belum mengenal perbankan tetapi lebih mengenal rentenir atau tengkulak.
- d) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP
- e) Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari 4 (empat) orang. Anggota dari suatu koperasi tertentu biasanya berskala mikro.
- f) Perputaran usaha (turnover) umumnya cepat. Mampu menyerap dana yang relatif besar. Dalam situasi krisis ekonomi, kegiatan usahanya tetap

³² Sri Handini, *Manajemen UMKM dan Koperasi*, no.2 (2019);3 hal. 25

berjalan bahkan mampu berkembang karena biaya manajemennya relatif rendah.

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

Usaha kecil biasanya ditunjukkan dengan beberapa karakteristik sebagai berikut:³³

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

Adapun usaha menengah memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a)* Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran, dan produksi.

³³ Ibid

- b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan pengauditan dan penilaian atau pemeriksaan termasuk yang dilakukan oleh bank.
- c) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan pengauditan dan penilaian atau pemeriksaan termasuk yang dilakukan oleh bank.
- d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas yaitu izin gangguan (HO), izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan, dan lain-lain.
- e) Sudah sering bermitra dan memanfaatkan pendanaan yang ada di bank.

c. Peranan UMKM

Peran UMKM di dalam perekonomian Indonesia bisa dilihat dari kedudukannya pada dunia usaha saat ini. Dalam penjelasannya Urata telah membagi kedudukan UMKM dalam kegiatan perekonomian sebagai bentuk pemain utama di berbagai sektor, sebagai penyedia lapangan kerja dalam skala besar, sebagai pemain penting dalam pengembangan perekonomian daerah, dan juga sebagai pemberdayaan masyarakat, serta untuk pencipta pasar baru maupun inovasi. Adapun karakteristik utama dari UMKM yang sangat berbeda dengan usaha berskala besar, yaitu sebagai berikut:³⁴

- 1) Dengan banyaknya jumlah perusahaan yang tersebar di seluruh wilayah perdesaan, termasuk juga wilayah-wilayah yang relatif terisolasi. Maka dari itu kelompok usaha ini memiliki suatu

³⁴ Dharma T. Ediraras, *Akuntansi Dan Kinerja UKM*, no.2 (2010): 12

signifikansi lokal secara khusus untuk perekonomian perdesaan. Atau dalam kata lain, kemajuan dari pembangunan ekonomi perdesaan sangat di tentukan oleh kemajuan pembangunan UMKM-nya.

- 2) Pada umumnya dalam kegiatan-kegiatan produksi UMKM yaitu berbentuk basis pertanian. Maka dari itu, upaya-upaya yang dilakukan pemerintah untuk mendukung UMKM merupakan bentuk dari suatu cara tak langsung namun efektif untuk bisa mendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi di sektor pertanian.

d. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:³⁵

- 1) Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
- 2) Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- 3) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
- 4) Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.

³⁵ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia*

- 5) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.³⁶

3. Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat berdasarkan pada ajaran islam atau aturan-aturan Allah SWT dengan bersandar pada Al-Qur'an dan Hadts sebagai pedomannya. Banyak hal yang dipelajari dari Al-Qur'an dan Hadits mengenai perekonomian mulai dari aturan jual beli yang sah dalam islam, pinjam meminjam dengan dengan akad yang sah, investasi sampai larangan riba, semuanya harus sesuai dengan syariat islam dan menghindari haram, dzalim dan riba. Sistem Ekonomi Islam sendiri tidak hanya bermanfaat bagi orang-orang Islam, tetapi untuk semua umat agama.

Saat ini ada banyak sistem ekonomi yang diterapkan oleh negara-negara maju dan berkembang, tetap jelas ekonomi islam sangat berbeda dengan yang lainnya. Jika saat ini krisis ekonomi terjadi karena ulah sistem ekonomi konvensional yang menerapkan adanya sistem bunga, berbeda dengan ekonomi islam yang menawarkan sistem bagi hasil. Dengan adanya praktik riba justru akan semakin memperlihatkan

³⁶ Rio F. Wilantara dan Rully Indrawan, *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung: 2016)

kesenjangan sosial, yang kaya semakin kaya, dan yang miskin semakin miskin.

Ekonomi Islam bersifat Universal bisa digunakan oleh siapapun. Prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam mencakup berbagai hal seperti mencegah kesenjangan sosial, mengelola sumber daya secara merata, melarang praktik riba, membuat catatan transaksi dengan jelas dan mengutamakan keadilan dan keseimbangan. Aturan-aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT dalam Ekonomi Islam sudah mengacu pada kebaikan, dan kedamaian serta menghindari segala bentuk kerugian dan kejahatan.

Dengan masih banyaknya krisis ekonomi di Indonesia yang masih belum terselesaikan, Ekonomi Islam cocok diterapkan di Indonesia dan menjadi solusi terbaik dalam perekonomian saat ini serta bisa mencegah adanya kejahatan ekonomi secara menyeluruh dan memberikan kemaslahatan bagi dunia.³⁷

Ajaran Islam dengan gagasannya telah memberikan prinsip-prinsip kehidupan dalam menjalin hubungan dengan sesamanya. Didalamnya berisi arahan dan sekaligus tuntutan agar pengikut-pengikutnya berbuat sebaik-baiknya dan menjauhi tindakan yang dianggap dosa. Oleh karenanya ekonomi Islam yang menjadi bagian dari keseluruhan ajaran Islam tidak sekedar berisi tentang kumpulan peraturan tetapi memberikan jaminan untuk terwujudnya kesejahteraan. Ekonomi

³⁷ *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, vol 9 no. 1 (2023)

Islam menuntut para pengikutnya untuk menjalankan keseluruhan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupannya. Konsekuensi dari konsep ini adalah kesejahteraan harus dipandang sebagai perwujudan perintah Tuhan kepada hamba-hambanya. Sehingga kesejahteraan merupakan upaya terus menerus dari umat manusia untuk berbuat sebaik-baiknya, baik kepada Tuhan maupun kepada sesama manusia berdasarkan petunjuk ajaran Islam.³⁸

Prinsip yang terdapat dalam sistem ekonomi Islam dapat dirangkum dalam empat prinsip, yaitu tauhid, keadilan/keseimbangan, benar/jujur dan tanggung jawab:³⁹

1. Tauhid Prinsip tauhid melahirkan prinsip-prinsip yang menyangkut segala aspek kehidupan dunia dan akhirat. Ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah Swt. Hal itu akan berimplikasi pada adanya niat yang tulus bahwa segala pekerjaan yang dikerjakan adalah dalam rangka beribadah kepada Allah SWT karena pada dasarnya segala sesuatu bersumber serta kesudahannya berakhir pada Allah Swt.
2. Keadilan dan Keseimbangan Prinsip keadilan merupakan landasan untuk menghasilkan seluruh kebijakan dalam kegiatan ekonomi sehingga berdampak positif bagi pertumbuhan dan pemerataan pendapatan dan kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat. Prinsip

³⁸Agung Eko Purwana” *Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”skripsi Jurusan Syari’ah Dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo(2020), 1.

³⁹Laba Tila, Niken Lestari, And Sulis Setianingsih, “*Analisis Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam,*” *Jurnal Pemikiran Islam* 3, No. 01 (2017): 40.

keseimbangan mencerminkan kesetaraan antara pendapatan dan pengeluaran, pertumbuhan dan pendistribusian dan antara pendapatan kaum yang mampu dan yang kurang mampu.

3. Shiddiq (benar dan jujur) Jika seseorang pengusaha senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang kegiatannya, dan jika seorang pemasar bersifat shiddiq haruslah menjiwai seluruh perilaku dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertaransaksi dengan konsumen dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Rasulullah senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang dimiliki. Nilai dasarnya adalah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional. Nilai dasarnya adalah integritas, nilai-nilai dalam bisnisnya berupa jujur, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional.
4. Tanggung Jawab Dalam prinsip ekonomi Islam, kebebasan yang diberikan pada setiap orang untuk berbuat sesuatu dalam mengambil pekerjaan apapun atau memanfaatkan kekayaan dengan cara yang ia sukai tentunya harus tetap bertanggungjawab terhadap apa yang menjadi pilihannya

Rasulullah jujur terhadap semua pelanggannya saat memasarkan barang, Beliau menjelaskan keunggulan dan kelemahan produk, kejujuran adalah *brandnya*.

Sebagaimana dijelaskan di dalam al-quran QS. At-Taubah 9:119 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar”.⁴⁰

C. Kerangka Pemikiran

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan roda penggerak perekonomian di Indonesia. Peranan UMKM sering dikaitkan dengan upaya-upaya pemerintah dalam mengatasi masalah pengangguran, kemiskinan dan pemerataan pendapatan.

Pada saat pandemi Covid-19, banyak pelaku UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli yang menutup usahanya disebabkan karna adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Ada juga pelaku UMKM yang tetap membuka usahanya tetapi dengan memasang pembatas plastik antara penjual dan pembeli agar tidak terjadi interaksi dekat antara penjual dan pembeli, dan juga mewajibkan untuk memakai masker dan hand sanitizer atau cuci tangan dengan sabun.

Dalam hal ini, maka para pelaku UMKM harus mengambil langkah-langkah untuk mempertahankan usahanya dengan cara melakukan strategi ketahanan usaha untuk mempertahankan usahanya tersebut agar tidak tutup dan

⁴⁰ Kementrian Agama RI , Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

jua agar tidak memecat para karyawan, sehingga tidak bertambah lagi jumlah pengangguran.

Secara umum, penentuan strategi yang tepat bagi pelaku bisnis yang dimulai dengan mengenali peluang dan ancaman yang terkandung dalam lingkungan eksternal serta memahami kekuatan dan kelemahan pada aspek internal usahanya. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usahanya. Di samping itu strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, perusahaan mampu bersaing dan mencapai tujuan secara efektif dan efisien.⁴¹

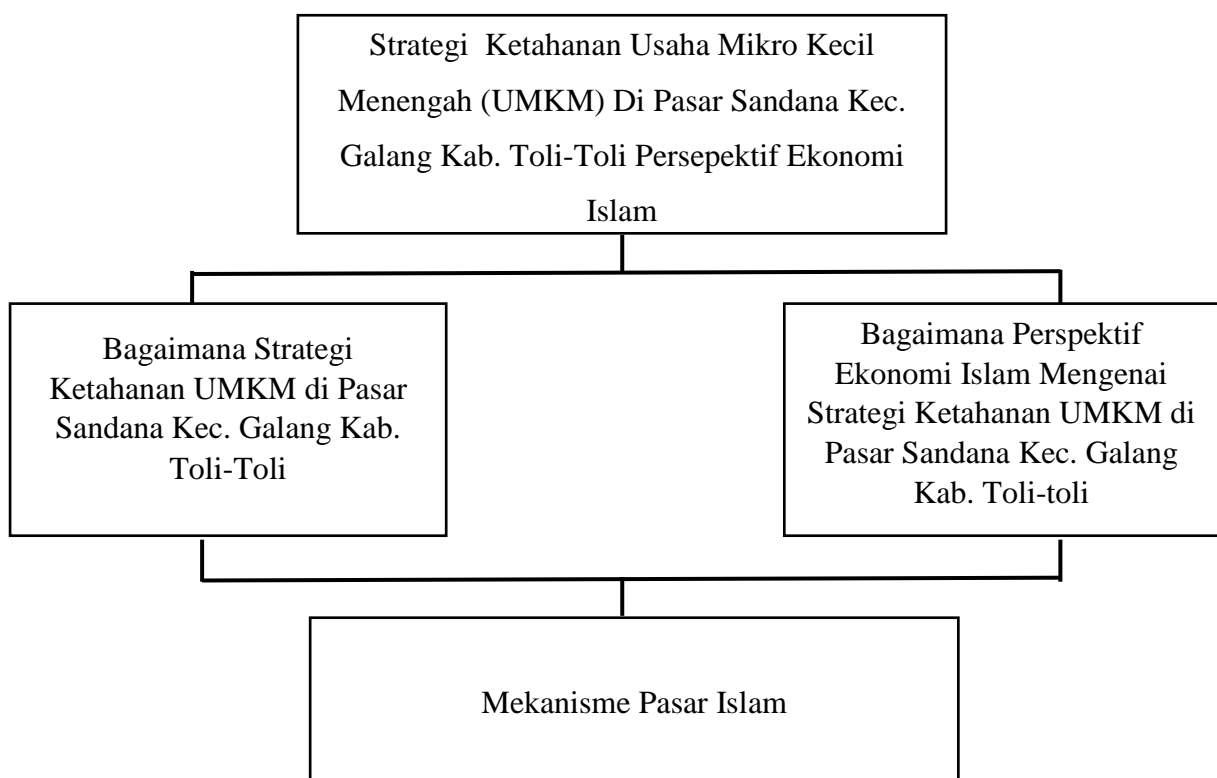
Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitian hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat, pelaku, aktivitas yang berinteraksi secara sinergis. Dengan adanya pasar sandana pelaku UMKM dapat meningkatkan penghasilannya.

⁴¹ Muh. Rif'an, Sitti Aisyah, Fatma Fatma, Ferdiawan Ferdiawan, Strategi Pemasaran Produk Khas Daerah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Palu dalam Perspektif Ekonomi Syariah, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam-JIEBI*, vol.1, no. 1 (2019)

Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membuat bagan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Metode penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Metodologi merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.⁴²

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Menurut Abdurrahman Fathoni “penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi dilokasi tersebut yang dilakukan juga untuk menyusun laporan ilmiah”⁴³. Dalam penelitian ini penelitian akan lebih fokus terhadap Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam.

Sifat Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini adalah jenis penelitian yang berusaha mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.⁴⁴ Pada penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data-data dan fakta yang ada di lapangan mengenai Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam.

⁴² Suharsimi Arikunto, *Metodelogi penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006).

⁴³ Abdurrahman Fathoni, *Metode Penelitian Dan Tehnik Penyusun Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).

⁴⁴ Juliansah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011).

B. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian pada proposal ini adalah di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Tolitoli. Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui bagaimanakah Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam. Penulis memilih lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan, antara lain:

1. Penulis telah melakukan observasi tentang keadaan ini, sehingga dirasa tepat untuk melakukan penelitian.
2. Belum ada penelitian sebelumnya tentang masalah ini di pasar sandana kec. galang kab. Tolitoli

C. Data dan Sumber data

1. Jenis Data

Data dan sumber data merupakan faktor utama penentu keberhasilan suatu penelitian. Penelitian tidak dapat dikatakan “ilmiah”, bila tidak ada data dan sumber data yang dipercaya. Berkaitan dengan hal tersebut, maka sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dalam dua kategori yaitu :

a. Sumber Data Primer

Data primer ini merupakan data yang diperoleh dari objek penelitian. Data jenis ini diperoleh dari wawancara dan konsultasi terdapat pihak-pihak yang bersangkutan Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada para pelaku UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Tolitoli

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan mengumpulkan dokumen-dokumen serta arsip perusahaan yang ada kaitannya dengan penelitian.⁴⁵

2. Sumber Data

Menurut Lofland yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁴⁶ Kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui pengambilan foto atau video.

Sumber data yang diambil adalah berasal dari para informan sebagai *key person* dan informan lainnya dalam penelitian ini, yaitu orang yang memberikan data setelah wawancara oleh penulis yang terdiri dari beberapa orang yang dianggap berkompeten hal yang akan diteliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini, maka digunakan tehnik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian penulis menggunakan observasi non partisipan yaitu penelitian yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen. Peneliti mengamati Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-

⁴⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers,2008),103.

⁴⁶ Lexi J Moleong, *Metodolohi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2010).

toli Perspektif Ekonomi Islam. Selanjutnya akan dicatat data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik ini digunakan untuk meniadakan keraguan-keraguan peneliti pada data yang dikumpulkan karena diamati berdasarkan kondisi nyata dilapangan.⁴⁷

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang telah mapan dan memiliki beberapa sifat yang unik. Salah satu aspek wawancara yang terpenting ialah sifatnya yang luwes. Peneliti mewawancarai informan yaitu pelaku-pelaku UMKM yang berada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli secara langsung dengan menanyakan pertanyaan-pertanyaan yang tercantum pada pedoman yang sudah dipersiapkan sebelumnya dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu suatu metode yang dilakukan untuk data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan dokumen-dokumen lainnya. Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen serta mengambil gambar kegiatan-kegiatan dan rekaman yang terkait dalam permasalahan pada penelitian ini.⁴⁸

E. Teknik Analisis Data

⁴⁷ Sugiono. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2008, 204.

⁴⁸ Baswori dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008).

Analisis data merupakan proses pencandraan dan penyusunan transkrip serta material lain yang telah terkumpul. Maksudnya agar peneliti dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian menyajikannya kepada orang lain lebih jelas apa yang telah ditemukan atau didapatkan di lapangan. Dalam melakukan analisis yang telah penulis dapatkan dari hasil penelitian baik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penulis menggunakan beberapa teknik. Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan terdiri dari tiga jenis yaitu:⁴⁹

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu atau diteliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, makin lama penulis melakukan penelitian kelapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks, dan rumit. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Dengan demikian tahap ini peneliti melakukan pemilihan, dan pemusatan perhatian untuk penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data kasar yang diperoleh. Rangkaian ini tentunya dimaksudkan untuk menghadirkan data-data yang rapi dan dipahami.⁵⁰

2. Penyajian Data

Data diarahkan agar terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan, uraian naratif, seperti bagan, diagram alur, tabel dan lain-lain. Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan (data sekunder) maupun dari penelitian lapangan (data primer) akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan memaparkan Strategi

⁴⁹ Sudarman Damin, *Menjadi Peneliti Kualitatif: Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora* (Bandung, Pustaka Setia, 2012)

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2011).

Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli Perspektif Ekonomi Islam.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Pengumpulan data pada tahap awal (studi pustaka) menghasilkan kesimpulan sementara yang apabila diverifikasi (penemuan bukti-bukti atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan) dapat menguatkan kesimpulan awal atau menghasilkan kesimpulan yang baru. Kesimpulan-kesimpulan akan ditangani dengan longgar dan tetap terbuka, tetapi kesimpulan sudah disediakan, yang mulanya belum jelas, menigkat menjadi lebih rinci. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.⁵¹

F. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dimaksudkan disini adalah untuk menjamin validitas dan tingkat kredibilitas data yang dikumpulkan, sehingga hasil penelitian ini dapat di pertanggungjawabkan secara objektif dan ilmiah.⁵² Demi memenuhi tuntutan objektivitas dalam penelitian ini maka pengecekan keabsahan dapat dilakukan dengan cara :

1. Perpanjangan pengamatan melakukan pengamatan

Wawancara lagi dengan narasumber data yang pernah Perpanjang pengamatan adalah pengamatan kembali ketempat lapangan, untuk ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini merupakan data yang benar atau tidak.

⁵¹ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000).

⁵² Sasmoko. *Metode Penelitian* (Jakarta, UKI Press, 2004).

Dalam perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, apakah data yang diperoleh itu setelah dicek kembali kelengkapan benar atau tidak, berubah atau tidak.

2. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara ini kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan melakukan ketekunan maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang ditemukan benar atau tidak.

3. Triangulasi.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui dari beberapa sumber.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga dapat berpengaruh pada kredibilitas data. Untuk pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, atau teknik⁵³

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Q & R dan D*, (Bandung : Alfabeta, 2014)

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Adanya UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli

Keberadaan UMKM yang ada di Indonesia nyatanya membawa pengaruh yang sangat baik untuk kemajuan perekonomian, baik untuk tingkat daerah maupun tingkat negara.⁵⁴

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan jenis usaha yang sudah banyak dilakukan, terutama oleh masyarakat Indonesia sendiri. Sehingga pada tahun 1968 setelah melakukan pemekeran dari desa Kalangkangan, masyarakat di desa Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli pun mulai melakukan usaha kecil-kecilan seperti menjual aneka kue, sayur-mayur, perabotan rumah tangga, dan lain sebagainya sampai kemudian mulai bertambah banyakkah usaha-usaha.⁵⁵

Desa Sandana kemudian menjadi salah satu desa yang mempunyai pasar tradisional di Kab. Toli-toli yang cukup besar dengan kegiatan jualan setiap hari serta mempunyai wilayah pertokoan. Pasar Sandana memiliki kontribusi yang tidak sedikit bagi tonggak ekonomi pedesaan. Oleh Karena itu Pasar desa harus dilindungi dan dikembangkan sebagai tonggak ekonomi pedesaan serta diperlukan

⁵⁴ Sahar, Kepala Pasar, *Wawancara*, Pasar Sandana, 19 Februari 2023

⁵⁵ Ibid

suatu upaya pemberdayaan terhadap pasar tradisional agar terjaga eksistensi pasar tradisional untuk mampu bersaing dengan pasar modern serta dapat terus memberikan kontribusi bagi desa maupun Pendapatan Asli Daerah (PAD). Jika potensi-potensi pasar desa ini bisa dikelola dengan baik, maka hal ini akan berdampak positif, baik bagi masyarakat maupun pemerintah. Dan pasar desa akan mampu bersaing dengan pasar-pasar modern yang berkembang pesat saat ini.⁵⁶

Tabel 4.1
Data Jumlah Pelaku UMKM di Pasar Sandana Tahun 2022-2023

Jenis Usaha	Jumlah Usaha
Usaha Perabotan	13
Usaha Pakaian	20
Usaha Aksesoris	19
Usaha Kuliner	48
Usaha Bumbu Dapur	8
Usaha Sayuran/Buah	10
Usaha Campuran/Sembako	52
Total	170

(Sumber: Data dari Kepala Pasar Sandana)

Tabel 4.1 menggambarkan jumlah Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam.

⁵⁶ Ibid

B. Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli

Strategi Ketahanan usaha merupakan kemampuan individu ataupun kelompok untuk untuk bertahan menghadapi krisis atau pengalaman-pengalaman yang *disruptif dan traumatik*, sehingga ketika krisis tersebut berlalu, UMKM justru menjadi tambah tangguh dan tambah berkembang lagi.

Untuk mengetahui strategi ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Tolitoli ada 4 hal yang harus diperhatikan sesuai dengan pengamatan penulis yaitu :

1. Product (Produk)

Dalam bisnis, Produk adalah [barang](#) atau [jasa](#) yang dapat diperjual belikan. Dalam [marketing](#), produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah [pasar](#) dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan elemen yang penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁵⁷

Dalam praktek yang terjadi di lapangan dari segi produknya UMKM yang ada di pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli selalu memepertahankan kualitas dan juga bahan bakunya sehingga pelanggan tidak kecewa ketika membeli.

⁵⁷ Arum Puspitasari, Strategi Pemasaran Untuk Bertahan Dimasa Pandemi (Studi Kasus Pada Konveksi Tas Adi Arya Kendal) 2022

Ibu Naharia, salah satu pemilik usaha bahan dapur di pasar Sandana Kec.

Galang Kab. Toli-toli menjelaskan bahwa :

“Produksi dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk. Pada produk disini kami menyediakan produk barang berupa bumbu-bumbu dapur seperti bawang merah, bawang putih, bawang bombay, berbagai macam cabai, tomat, merica atau lada, ketumbar, jahe, kunyit, kencur, lengkuas, jeruk nipis, daun jeruk, daun salam, daun bawang, asam jawa, dan masih banyak lagi. Bumbu-bumbu tersebut saya jual saat masih baru dan segar. Sehingga, ketika ada pelanggan yang melihat dia akan merasa tertarik pada bumbu-bumbu dapur tersebut karna masih segar digunakan untuk membuat rempah”.⁵⁸

Dalam wawancara lain pernyataan yang hampir sama juga di ungkapkan oleh Ibu Juliani, pemilik usaha perabotan di pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli menjelaskan bahwa :⁵⁹

“Produksi dilakukan dengan cara menjaga kualitas produk. Pada produk disini kami menyediakan barang peralatan rumah tangga berupa alat makan dan alat masak dan masih banyak lainnya, disini kami selalu memperhatikan produk yang akan dijual yang mana jika ada produk yang tidak layak pakai maka kami tidak akan menjual barang tersebut”.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi produk oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli. Produk yang mereka tawarkan kepada konsumen yaitu

⁵⁸ Naharia, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

⁵⁹ Juliani, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

berupa bumbu dapur dan perabotan rumah tangga. Produk yang mereka tawarkan tersebut beragam jenisnya dan kualitasnya sudah terjamin.

Hasil dari penelitian terdahulu menjelaskan bahwa pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasar. Dengan melakukan sesuatu yang menarik agar pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut. Hal yang paling utama dilakukan adalah memperkenalkan keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut.⁶⁰

2. Promotion (Promosi)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Ibu Sabria, salah satu pemilik usaha kuliner di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli menjelaskan bahwa :

“Promosi dilakukan secara langsung melalui keluarga, sahabat, teman dan juga secara *online* dengan menggunakan media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, dan media lainnya. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi-informasi terbaru dari usaha kami, seperti bonus di hari-hari besar. Promosi sendiri dilakukan secara berkala tergantung apa yang dihadapi usaha kuliner tersebut dan bagaimana kondisi pasar itu sendiri”.⁶¹

Promosi adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan pada produk atau perantara. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa promosi berkaitan dengan upaya bagaimana

⁶⁰ Siska Monasari, Analisis Strategi Pemasaran 4P terhadap Produk Tabungan Impian di PT. BRI Syariah Cabang Banda Aceh, Jurnal Ekonomi dan Bisnis slam vol 11, no.3 (2019)

⁶¹ Sabria, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

orang dapat mengenal produk perusahaan lalu berminat dan menyukai, hingga akhirnya membeli.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan strategi promosi sangat penting dilakukan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli dalam upaya meningkatkan penjualan, dan untuk bertahan dengan cara mengiklankan informasi produk-produk di media sosial secara berkala. Di era sekarang media sosial merupakan jalan pintas untuk komunikasi, bisnis, belajar, maupun lainnya.

Hasil dari penelitian terdahulu menjelaskan bahwa promosi dirancang untuk menyampaikan ciri-ciri produk serta keunggulan dari produk tersebut sehingga dapat memuaskan pelanggan dan dengan adanya promosi dapat mengubah tingkah laku dan pendapat individu dari yang tidak minat untuk membeli menjadi minat untuk membeli.⁶²

3. *Place* (Tempat)

Place (Tempat) atau Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknnya dari produsen ke konsumen. Distribusi berkaitan dengan kemudahan memperoleh produk di pasar dan tersedia saat konsumen mencarinya.

Tentu saja, para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan memilih lokasi yang ramai pengunjung seperti di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli.

⁶² Ibid

Sebagaimana yang di jelaskan oleh bapak iwan selaku pemilik usaha campuran Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli, bapak Iwan mengatakan :⁶³

Salah satu strategi yang saya lakukan dalam mempertahankan usaha adalah dengan memperhatikan tempat berdagang dan saya memilih berdagang disini karena tempatnya yang cukup ramai dan dekat dengan tempat tinggal saya.

Dalam wawancara lain pernyataan yang hampir sama juga di ungkapkan oleh Ibu Nurmila , pemilik usaha perabotan rumah tangga di pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli menjelaskan bahwa :⁶⁴

Strategi yang saya lakukan untuk mempertahankan usaha adalah dengan memperhatikan tempat usaha yang mana meskipun di tempat ini banyak pesaing bisnis lainnya yang berjualan, tetapi dagangan saya cukup laku.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi place (tempat) untuk mempertahankan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli adalah dengan memilih tempat yang ramai pengunjung dan yang lebih utama tempatnya strategis.

Hasil dari penelitian terdahulu menjelaskan bahwa Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta

⁶³ Iwan, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

⁶⁴ Nurmila, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

mendistribusikan barang dan jasa. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi dengan pertimbangan seperti dekat dengan kawasan industri, lokasi perkantoran, lokasi pasar, pusat pemerintah, lokasi perumahan dan masyarakat, dan mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada dilokasi, serta sarana dan prasarana seperti jalan, pelabuhan, listrik dan lain-lain.⁶⁵

4. Price (Harga)

Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.

Ibu Hertina, sebagai salah satu pelaku usaha campuran di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli menjelaskan bahwa :

“Untuk harga, produk yang saya jual kan bermacam-macam sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, penetapan harga sendiri saya menyesuaikan dengan harga pelaku usaha lainnya”.⁶⁶

Dalam wawancara lain pernyataan yang hampir sama juga di ungkapkan oleh Ibu Hafiza, pemilik usaha Kuliner di pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli menjelaskan bahwa :⁶⁷

“Salah satu strategi yang saya gunakan dalam mempertahankan usaha adalah dengan memperhatikan harga dari masakan yang saya jual, masakan yang saya jual bermacam-macam mulai dari harga

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ Hertina, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

⁶⁷ Hafiza, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana 19 Februari 2023

Rp 5.000-Rp 15.000 penetapan harga sendiri saya menyesuaikan dari bahan baku yang dibeli”.

Harga suatu barang bukan hanya sejumlah nilai yang tertera di daftar harga atau labelnya, tetapi juga pelayanan yang diberikan pihak penjual kepada pembeli barang tersebut, misalnya pelayanan barang sampai ke rumah pembeli.

Berdasarkan penelitian di lapangan dalam strategi ketahanan pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli, strategi harga bukan merupakan ujung tombak pemasaran melainkan mengutamakan jalinan dan kedekatan antara penjual dan pembeli. Sehingga ketika terjalin kesan yang baik, tingkat harga ataupun *margin* tidak menjadi masalah lagi. Penentuan harga adalah salah satu aspek penting dalam pemasaran.

Harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk. Salah dalam menentukan harga akan berakibat merugikan.

Hasil dari penelitian terdahulu menjelaskan bahwa penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Langkah-langkah yang perlu ditempuh menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah:⁶⁸

- a. Menentukan tujuan penetapan harga
- b. Memperkirakan permintaan, biaya dan laba
- c. Memilih strategi harga untuk membantu menenukan harga dasar
- d. Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

⁶⁸ Ibid

C. Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam.

Dalam Islam, menjalankan suatu kegiatan usaha seperti berjualan merupakan kegiatan yang di Ridhoi oleh Allah SWT, dimana usaha tersebut harus terus dikembangkan agar lebih baik ke depannya.

Dalam mengembangkan usaha seperti memasarkan dan mengelola produk yang akan disalurkan ke masyarakat tentu harus diperhatikan agar usaha yang dijalankan tidak menimbulkan kemudharatan. Islam sangat mendukung manusia yang mau berusaha dengan cara bekerja sehingga mampu memperbaiki taraf hidupnya, bekerja di pandang sebagai ibadah oleh Allah SWT.

Oleh sebab itu Allah menjelaskan kepada umatnya bahwa Allah memberikan berbagai karunia yang berlimpah di muka bumi ini, dan tugas dari umat itu sendiri adalah berusaha untuk mengelolanya. Penjelasan ini terdapat dalam Q.S. An-Nahl/16: 5 yang berbunyi :

وَالْأَنْعَامَ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنَافِعُ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ

Terjemahannya :

“Dan Dia telah menciptakan binatang ternak untuk kamu; padanya ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai-bagai manfaat, dan sebahagiannya kamu makan.”⁶⁹

Tafsir Ringkas Kementrian Agama RI / Surat An-Nahl Ayat 5 :

⁶⁹ Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

Dan tidak saja menciptakan langit, bumi, dan manusia, hewan ternak juga telah diciptakan-Nya, untuk kamu padanya ada bulu dan kulit yang dapat kamu jadikan pakaian yang menghangatkan badan kamu dan berbagai manfaat lain yang dapat kamu ambil dalam kehidupan kamu, dan sebagian dari-Nya juga dapat kamu makan. Dan selain manfaat-manfaat tersebut kamu juga dapat memperoleh keindahan padanya, yakni pada hewan ternak itu, ketika kamu membawanya kembali ke kandang pada sore hari dan ketika kamu melepaskannya ke tempat penggembalaan pada pagi hari.⁷⁰

Dari kandungan ayat di atas, dapat kita pahami bahwa Allah telah memberikan kepada umatnya berbagai manfaat yang bisa diambil dari seekor binatang ternak dengan cara dikelola. Apabila manusia menginginkan sesuatu yang lebih banyak maka diiringi dengan usaha sehingga siapa yang bersungguh-sungguh maka ialah yang mendapatkannya. Begitu juga halnya dengan usaha yang telah dijalankan oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dimana mereka harus mempertahankan usahanya agar menjadi lebih berkembang lagi.

Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam tentu harus berlandaskan dengan nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dan juga Rasul-Nya.

⁷⁰ <https://tafsirweb.com/4353-surat-an-nahl-ayat-5.html>

Bentuk usaha yang di jalankan oleh para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus sesuai dengan aturan Allah SWT dengan menjalankan usaha yaitu tidak dengan menipu pelanggan, tidak memaksa dan juga saling terbuka antara pembeli dan juga penjual, sebagaimana dalam mempertahankan usahanya harus berlandaskan iman kepada Allah SWT, menjauhi segala larangan-Nya dan menjalankan segala perintah-Nya.

Menjalankan usaha semata-mata untuk mendapatkan keberkahan hidup di dunia dan di akhirat. Sebagaimana Rasulullah SAW merupakan seorang pembisnis yang handal dan sukses, di mana beliau menjalankan usahanya atas dasar kejujuran dan keadilan, tidak pernah melanggar aturan Allah dan transparan dalam menjalankan bisnisnya. Tentu itulah yang menjadi contoh bagi umat manusia pada saat menjalankan usaha.

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan bahwa strategi ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli telah memenuhi kriteria-kriteria yang telah dianjurkan oleh agama Islam. Dimana dalam mempertahankan usahanya para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memproduksi bahan-bahan yang tidak mengandung zat yang haram, mengutamakan kebersihan lingkungan usaha, dan tidak melakukan hal-hal yang di larang di dalam Islam seperti *Riba*, *Maysir*, *Gharar* dan *Tadlis* dalam mempertahankan usahanya.

Alasan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melakukan kegiatan usaha di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli karena merupakan

tempat yang sangat cocok untuk melakukan kegiatan usaha dengan membeli atau menyewa tempat yang ada. Sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mencari tempat yang ramai adalah poin penting dalam menjalankan usaha walaupun akan banyak saingan usaha karena pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memilih untuk melakukan kegiatan usaha di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli sehingga usaha yang dimiliki berjalan setiap harinya.

Pada bagian ini peneliti akan menganalisis strategi ketahanan yang diterapkan oleh pelaku-pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli menurut Perspektif Ekonomi Islam dilihat dari aspek Etika Bisnis Islam. antara lain prinsip ibadah (*al-tauhid*), keadilan (*al-'adl*), tanggung jawab (*fard*), kejujuran/kebaikan (*Ihsan*).⁷¹

1. Al-Tauhid (Ibadah)

Secara bahasa, tauhid merupakan bentuk maṣḍar dari kalimat waḥḥadayuwahḥidu-tauhīdan, artinya mengesakan. Sedangkan menurut istilah, tauhid adalah mengesakan Allah subḥānahu wa ta'ālā dalam ulūhiyyah, rubūbiyyah, nama-nama dan sifat-sifat-Nya. Sebagaimana firman Allah dalam surah al-Ikhlās ayat 1-4:

⁷¹Aris Baidowi "Etika Bisnis Perspektif Islam" *Jurnal Hukum Islam (JHI)* 9, No 2 (2011): 241 (239-250)

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ اللَّهُ الصَّمَدُ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ

Terjemahannya: “Katakanlah, ‘Dia-lah Allah, yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tidak pula diperanakkan, dan tidak ada seorangpun yang setara dengan Dia.’”⁷²

Menurut ulama-ulama ahlusunah, tauhid ialah bahwa Allah subhānahu wa ta’ālā itu Esa dalam zat-Nya, tidak terbagi-bagi. Esa dalam sifat-sifat-Nya yang azali, tiada bandingan bagi-Nya dan Esa dalam perbuatan-perbuatan-Nya tiada sekutu bagi-Nya.

Tauhid ialah kalimat *tayyibah: lā ilāha illa Allāh*, yang artinya tidak ada Tuhan yang berhak disembah selain Allah. Dengan mengatakan “tidak ada Tuhan yang berhak disembah selain Allah” maka seseorang telah memutlakkan Allah Yang Maha Esa sebagai *Khāliq* atau Maha Pencipta, dan menisbikan selain-Nya sebagai makhluk atau ciptaan-Nya. Karena itu, hubungan manusia dengan Allah tak setara dibandingkan hubungannya dengan sesama makhluk.

Tauhid berarti komitmen manusia kepada Allah sebagai fokus dari seluruh rasa hormat, rasa syukur, dan sebagai satu-satunya sumber nilai. Apa yang dikehendaki oleh Allah akan menjadi nilai (value) baginya, dan ia tidak akan mau menerima otoritas dan petunjuk, kecuali otoritas dan petunjuk

⁷² Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur’an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

Allah. Komitmennya kepada Allah adalah utuh, total, positif dan kukuh, mencakup cinta dan pengabdian, ketaatan dan kepasrahan (kepada Tuhan), serta kemauan keras untuk menjalankan kehendak-kehendak-Nya.⁷³

Orang yang mempunyai jiwa Tauhid, tidak akan mungkin melakukan hal larangan tuhan, karena Tauhid itu meyakini ke-esaan Allah, baik zat, sifat, maupun pekerjaannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Hafiza selaku pemilik usaha kuliner, beliau mengatakan:⁷⁴

“Pada waktu sholat tiba, karyawan muslim akan di istirahatkan untuk melaksanakan sholat dan diliburkan pada saat hari raya islam”.

Rahmi, selaku karyawan juga mengatakan:⁷⁵

“Kami akan di istirahatkan oleh pemilik ketika waktu sholat tiba. Adapaun pada saat istirahat jika ada pelanggan maka yang akan melayani teman non muslim atau teman yang sedang berhalangan (*Menstruasi*). Dan juga kami akan diliburkan pada saat hari raya islam”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli sudah memenuhi prinsip perspektif ekonomi islam dalam hal tauhid (ibadah). Karena Pelaku UMKM tersebut mengingat bahwa sholat ialah kewajiban mereka sebagai umat islam.

2. Al-‘adl (Keadilan)

⁷³Khaerul Aqbara , Azwar Iskandar “*Prinsip Tauhid dalam Implementasi Ekonomi Islam*”
Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam, 1 NO. 1 (2021): 37 – 34-44

⁷⁴ Hafiza, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

⁷⁵ Rahmi, Selaku Karyawan (Usaha Kuliner), *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

Dalam segala kegiatan berbisnis, islam mewajibkan setiap pengusaha untuk berbuat adil dalam menjalankan bisnisnya, bahkan kepada pihak yang tidak disukai sekalipun. Dapat dilihat dari firman Allah Swt di surah Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”⁷⁶

Dari ayat tersebut, dijelaskan bahwa segala aktivitas manusia terutama di dalam dunia bisnis dianjurkan agar selalu bersikap adil karena Allah Swt maha mengetahui segala sesuatu. Dilihat dari hal tersebut, pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli pemasaran dilakukan dengan tidak membeda bedakan para konsumen.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara Ibu Juliani selaku pemilik usaha perabotan rumah tangga, beliau mengatakan:

⁷⁶ Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

“Kami selalu bersikap adil dan berusaha membuat nyaman setiap konsumen yang datang untuk berbelanja”.⁷⁷

Khadija sebagai salah satu pelanggan mengatakan:⁷⁸

“Ketika berbelanja saya selalu merasa nyaman dan memperhatikan bahwa perlakuan sikap pemilik usaha terhadap pelanggannya selalu berusaha untuk bersikap adil tanpa membeda-bedakan setiap pembelinya”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli sudah memenuhi prinsip perspektif ekonomi islam dalam hal keadilan (*al-'adl*) yang memiliki arti berperikemanusiaan. Dalam melakukan pemasaran, UMKM yang ada di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli mengedepankan untuk saling menghormati kepada sesama dan selalu ramah dan adil kepada setiap konsumen.

3. Fard (Tanggung Jawab)

Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik.

Sebagaimana Firman Allah Swt dalam surah Al- Anam ayat 164 :

قُلْ أَعْيَرَ اللَّهُ أَبْغِي رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ ۚ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا ۚ وَلَا تَزُرُ
وَأَزْرَةً وَزَرَ أَخْرَى ۚ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمْ مَرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

⁷⁷ Juliani, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

⁷⁸ Khadija, Selaku Pelanggan, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

Terjemahanya: “Katakanlah (Muhammad) "Apakah aku (pantas) akan mencari Tuhan selain Allah, padahal Dia adalah Tuhan bagi segala sesuatu. Dan tidaklah seorang membuat dosa melainkan kemudharatannya kembali kepada dirinya sendiri; dan seorang yang berdosa tidak akan memikul dosa orang lain. Kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, dan akan diberitakan-Nya kepadamu apa yang kamu perselisihkan”.⁷⁹

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara oleh bapak Iwan selaku pemilik usaha campuran beliau mengatakan:

“Sebagai pemilik usaha saya harus memiki sikap tanggung jawab kepada setiap konsumen yang membeli barang pada saya. Contohnya, seperti ketika ada konsumen yang memesan barang dan minta diantarkan ke tempat tinggalnya saya berusaha untuk sebaik mungkin memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tidak kecewa”.⁸⁰

Ina selaku karyawan mengatakan:⁸¹

“Pemilik Usaha sangat bertanggung jawab terhadap kami karyawannya dan juga terhadap pelanggannya. Ketika ada karyawan yang salah maka ia akan menyuruh karyawan tersebut untuk meminta maaf dan menegurnya. Adapaun ketika pelanggan melakukan kesalahan maka ia akan memberikan pengetian kepada pelanggan.”

Mira sebagai salah satu pelanggan mengatakan:⁸²

“Pemilik usaha memiliki sikap yang bertanggung jawab terhadap pelanggannya karena ketika saya memesan barang maka akan diantarkan langsung oleh karyawannya dan pesanan saya tidak ada yang kurang sedikitpun sehingga saya merasa puas terhadap pelayanannya”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, Dapat disimpulkan bahwa, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli

⁷⁹ Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

⁸⁰ Iwan, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

⁸¹ Ina, Selaku Karyawan, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

⁸² Mira, Selaku Pelanggan, *Wawancara*, Pasar Sandana 26 Juni 2023

telah menerapkan perspektif ekonomi Islam berupa tanggung jawab terhadap konsumen.

4. Ihsan (Kejujuran/kebaikan)

Kejujuran dalam prinsip ini memiliki arti bahwa etika bisnis Islam sangat menjaga kebenaran dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Hal ini bisa disebut dengan prinsip *Ihsan*, yakni suatu usaha individu untuk sungguh-sungguh bekerja, tanpa kenal menyerah dengan dedikasi penuh menuju optimalisasi, sehingga mendapat hasil yang maksimal. Dalam melakukan aktivitas, seorang muslim harus sadar bahwa Allah selalu melihat dan mengawasi apa yang dikerjakan sehingga dalam melakukan aktivitas selalu berusaha melakukan dengan yang terbaik.⁸³ Sebagaimana firman Allah Swt dalam surah Al-Isra ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزُنُوزًا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara oleh Bapak Sahar selaku kepala pasar beliau mengatakan:

“Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di pasar ini selalu mengedepankan kejujuran dalam pemasaran. Biasanya dalam proses memasarkan produk mereka menjelaskan secara transparan atau terbuka

⁸³Diah Novia Ningrum, Sholikhul Hadi “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam” Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus 1, No. 1, (2023)

⁸⁴ Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur’an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu

mengenai kualitas produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Mereka juga tidak ada yang menjual barang-barang yang terlarang”.⁸⁵

Bapak Zain sebagai salah satu pelaku usaha di Pasar Sandana mengatakan:⁸⁶

“Kami selalu mengedepankan kejujuran baik itu dalam hal produk, harga dan juga terhadap pelanggan”.

Ibu Ria, salah satu pelanggan mengatakan:

“Saya pernah ingin membeli barang yang saya lihat menarik, namun ternyata barang tersebut ada kerusakannya sehingga karyawan tersebut tidak menjualnya kepada saya dan malah memberikan tawaran barang yang serupa sehingga saya merasa tertarik dan akhirnya membelinya.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli telah menerapkan perspektif Islam berupa kebenaran atau kejujuran. Dapat dilihat dalam melakukan kegiatan bisnisnya UMKM disana selalu mengedepankan kejujuran termasuk dalam hal menyampaikan kualitas produk secara transparan atau terbuka kepada konsumen.

⁸⁵ Sahar, Kepala Pasar, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

⁸⁶ Zain, Pelaku Usaha, *Wawancara*, Pasar Sandana, 26 Juni 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas serta berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian sebagaimana telah dibahas sebelumnya sekaligus merupakan jawaban dari permasalahan yang ada dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli. Pertama: melalui Produk yakni berupaya memberikan produk dengan kualitas terbaik. Kedua: melalui Promosi yakni dilakukan dengan cara memberikan tester kepada konsumen, menyebarkan browsur, memasang banner dan spanduk. Ketiga: Lokasi, setiap usaha harus menentukan lokasi yang dapat menarik banyak pelanggan. Pasar merupakan tempat yang sangat tepat bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah untuk membangun usaha. Keempat: Melalui harga yakni untuk meningkatkan kualitas produk harga yang ditetapkan harus sebanding dengan apa yang dihasilkan, Harga produk setiap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus sesuai dengan harga pasar.
2. Strategi Ketahanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Perspektif Ekonomi Islam telah sesuai dengan dengan Mekanisme Pasar Islam yaitu

berkata jujur ketika menginformasikan tentang produk kepada pelanggannya, berbuat baik kepada pelanggannya, melayani dengan senang hati, memberi kebebasan kepada pelanggan saat berbelanja tanpa ada paksaan, harga yang ditetapkan tidak memberatkan atau tidak melipat gandakan, dan tidak menutupi kecacatan produk.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan beberapa hal yang harus diperhatikan dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran-saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan pada pedagang sebagai berikut :

1. Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli Untuk mempertahankan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) agar tetap berada dalam posisi yang menguntungkan, ada 4 poin yang bisa dilakukan untuk mempertahankan usaha yaitu: Produk, Promosi, Lokasi, dan Harga
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan kajian lebih mendalam seperti mengkaji tentang bagaimana efektivitas pengembangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) agar dapat mengembangkan dan memberikan dampak positif yang lebih luas dan optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Stevany. Dampak Covid 19 Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kota Serang, *Jurnal Sosiologi Nusantara* vol 7, no.2
- Aisyah, Sitti Et al. Strategi Pemasaran Produk Khas Daerah oleh Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Palu dalam Perspektif Ekonomi Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam- JIEBI* vol 1 no.1
- Alghozi, Muhammad Fitrah. Strategi bertahan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode SWOT (Studi Kasus Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Palembang Di Kecamatan Kemuning), *Jurnal Teknik Industri* vol 3, no.2
- Arikunto. *Metodelogi penelitian*, Yogyakarta: Bina Aksara, 2006.
- Aryansah, Januar Eko. Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid -19, *Jurnal Bisnis* vol 2, no.12
- Azwar, Saifuddin. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.
- Baswori dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Damin, Sudarman. *Menjadi Peneliti Kualitatif: Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Peneltian untuk Mahasiswa Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humanior*, Bandung, Pustaka Setia, 2012.
- Ediraras, Dharma T. *Akuntansi Dan Kinerja UKM*, no.2
- Fathoni, Abdurrahman. *Metode Penelitian Dan Tehnik Penyusun Skripsi* Jakarta:Rineka Cipta,2006.
- Fauzi, Ahmad. Analisis Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Pendapatan Usaha Tahu, *Jurnal Dinamika* vol 6, no. 2
- Gregorius, Alfrian Rio. Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Indonesia, *Jurnal Akuntansi* vol6, no.2

- Handini, Sri. *Manajemen UMKM dan Koperasi*, no.2
- Hutahaean, Haposan. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deliserdang, *Jurnal Ekonomi dan Strategi* vol 1, no.1
- Jauharatul, Amalia Rizqi. Analisis perilaku konsumtif dan daya beli konsumen terhadap belanja online dimasa pandemi covid-19, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol 4, no.1
- Kementerian Agama RI, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: CV. Pustaka Jaya Ilmu
- Laura, Wan Hardilawati. Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* vol 10, no. 1
- Mirani, Dwi Dan Martina. Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid -19, *Jurnal Bisnis* vol 2, no.12
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya 2010.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Muksin, Herlina. Strategi umkm dalam menghadapi pasar di era pandemi covid-19 (umkm dalam bidang kuliner disepular gomong mataram) *Jurnal Ekonomi Bisnis* vol 8, no.4
- Mutmainah, Ina. Strategi Pemasaran UMKM KUB Berkah di Desa Karang Asem Pada Era New Normal, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam- JIEBI* vol 3 no.1
- Mutrofin, Khuriyatul. Peran Umkm Dalam Mempertahankan Ekonomi Jawa Timur Selama Pandemic Covid – 19, *Jurnal Ilmu Ekonomi* vol 1, No 2
- Noor, Juliansah. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Puspitasari, Arum. Strategi Pemasaran Untuk Bertahan Dimasa Pandemi (Studi Kasus Pada Konveksi Tas Adi Arya Kendal.
- Rachmat, Budi. *Modal Ventura: Cara Mudah Meningkatkan Usaha Kecil dan menengah*, *Jurnal Ekonomi* vol 8, no.1

Rio F. Wilantara dan Rully Indrawan, *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung: 2016).

Sasmoko. *Metode Penelitian*, Jakarta, UKI Press, 2004.

Sugiono. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Q & Rdan D*, Bandung : Alfabeta, 2014.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta, 2011. Sumadi. *Jurnal Ilimiah Ekonomi Islam (JIEI)*, vol 9 no. 1

Tulus T.H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia*.

Wulandari. Pengaruh Strategi Tempat (Place) Terhadap Ketahanan UMKM Dalam Persaingan Usaha Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Bengkulu, *Jurnal Ekonomi Islam* vol 5, no.4



PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara Dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di
Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-toli

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pandemi Covid-19 ?
2. Apa saja dampak yang terjadi pada usaha Bapak/Ibu selama pandemi Covid-19 ?
3. Bagaimana cara agar usaha Bapak/Ibu tetap bertahan pada masa pandemi covid-19 ?
4. Bagaimana strategi menghadapi pesaing agar usaha Bapak/Ibu tetap bertahan di masa pandemi covid-19 ?
5. Strategi apa saja yang Bapak/Ibu gunakan agar tetap bisa bertahan menjalankan usaha ketika pandemi Covid-19 ?
6. Apakah Strategi Bisnis yang Bapak/Ibu gunakan sudah efektif dan mampu bertahan serta bersaing selama masa pandemi Covid-19 ?
7. Bagaimana perbandingan pendapatan Bapak/Ibu sebelum dan sesudah menjalankan strategi tersebut ?

Data Informan Peneliti Di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli

No	Nama	Jabatan	Jenis Usaha	Lama Usaha
1.	Sahar	Kepala Pasar Sandana	-	-
2.	Naharia	Pelaku UMKM	Bumbu Dapur	10 Tahun
3.	Hertina	Pelaku UMKM	Usaha Campuran	15 tahun
4.	Hafiza	Pelaku UMKM	Usaha Kuliner	5 tahun
5.	Nurmila	Pelaku UMKM	Usaha Perabotan Rumah Tangga	12 Tahun
6.	Sabria	Pelaku UMKM	Usaha Kuliner	8 Tahun
7.	Juliani	Pelaku UMKM	Usaha Perabotan Rumah Tangga	24 Tahun
8.	Iwan	Pelaku UMKM	Usaha Campuran	12 Tahun

(Sumber: Hasil Penelitian Wawancara dengan Kepala Pasar Sandana, dan Pelaku UMKM di Pasar Sandana Kec. Galang Kab. Toli-Toli)

DATOKARAMA

Lampiran V : Dokumentasi Penelitian

DOKUMENTASI BERSAMA IBU HERTINA SALAH SATU PELAKU UMKM DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI



DOKUMENTASI BERSAMA IBU NAHARIA SALAH SATU PELAKU UMKM DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI



DOKUMENTASI BERSAMA BAPAK IWAN SALAH SATU PELAKU UMKM DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI



DOKUMENTASI BERSAMA IBU NURMILA SALAH SATU PELAKU UMKM DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI



DOKUMENTASI BERSAMA IBU SABRIA SALAH SATU PELAKU UMKM DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI



DOKUMENTASI BERSAMA IBU JULIANI SALAH SATU PELAKU UMKM DI PASAR SANDANA KEC. GALANG KAB. TOLI-TOLI



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Nur Afika
TTL : Ogomoli, 10 Maret 2002
NIM : 19.5.12.0170
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Kedondong Kec. Palu Barat
No. Hp : 082292512338
Email : afiqhaaa123@gmail.com
Nama Ayah : Sukardi
Nama Ibu : Jumlia



B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun Kelulusan : SDN 1 Ogomoli, (2007-2013).
2. SMP, Tahun Kelulusan : MTs. DDI Darul Ulum Kalangkang, (2013-2016)
3. SMA, Tahun Kelulusan : MA DDI Darul Ulum Kalangkangan, (2016-2019)

C. Riwayat Organisasi

1. HMJ ESY 2019 : Anggota Dev. Riset Dan Pengembangan Masyarakat