

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) DALAM MENINGKATKAN EKONOMI
KERAKYATAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota
Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Jurusan Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

ALFIAN RIDHO

1605026091

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

Nurudin, S.E., M.M.
Fita Nurotul Faizah, M.E.
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Ekslembar)
Hal : Skripsi
Sdr : Alfian Ridho

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat, setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami memutuskan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Alfian Ridho
NIM : 1605026091
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)**

Dengan ini kami mohon kiranya naskah skripsi tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Pembimbing I,



Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 19900523 201503 1 004



Semarang, 31 Januari 2023

Pembimbing II,



Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan
Telp/Fax (024) 7608454, Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Alfian Ridho
NIM : 1605026091
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude pada tanggal 22 Juni 2023 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 22 Juni 2023

Dewan Penguji,

Ketua Sidang,

Singgih Muheramtohad, S.Sos.I, M.E.I
NIP. 19821031 201503 1 003

Penguji Utama I,

Rakhmat Dwi Pambudi, S.E., M.Si.
NIP. 19860731 201903 1 008

Pembimbing I,

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 19900523 201503 1 004

Sekretaris Sidang,

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026

Penguji Utama II,

Zuhdan Adh Fataron, S.T., M.M.
NIP. 19840308 201503 1 003

Pembimbing II,

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026



MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.” (HR. Al-Qadlaa’iy dalam Musnad Asy-Syihaab no. 129, Ath-Thabaraaniy dalam Al-Ausath no. 5787).

PERSEMBAHAN

Teriring Salam dan do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan RahmatNya kepada kita semua, Amiin.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan do'a, semangat, motivasi serta kasih sayang dan dukungan dalam bentuk materiil maupun yang lainnya.
2. Kakak-kakakku yang selalu memberikan semangat, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen lingkungan UIN Walisongo yang telah memberikan banyak sekali ilmunya.
4. Teman-teman dan sahabat seperjuangan yang telah membantuku, mendukung, menghiburku, dari awal masuk kuliah hingga saat ini dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater tercinta.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 31 Januari 2023

Deklarator,



Alfian Ridho

1605026091

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, No. 158/1987, dan No. 0543b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988

A. Konsonan Tunggal

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	-	ض	Dh
ب	B	ط	Th
ت	T	ظ	Zh
ث	ṡ	ع	‘
ج	J	غ	G
ح	ḥ	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Ẓ	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sy	ه	H
ص	Sh	ء	‘(apostrof)
		ي	Y

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh tasydid ditulis rangkap, seperti lafadz مصلی ditulis mushalla.

C. Vokal Pendek

Fathah (◌َ) dilambangkan dengan huruf **a**, **kasrah** (◌ِ) dilambangkan dengan huruf **i**, dan **dhammah** (◌ُ) dilambangkan dengan huruf **u**.

D. Vokal Panjang

Bunyi panjang a dilambangkan dengan ā, seperti kata قَال (qāla), bunyi panjang i dilambangkan dengan ī seperti kata قِيل (qīla), dan bunyi panjang u dilambangkan dengan ū seperti kata يَقُول (yaqūlu).

E. Vokal Rangkap

- a. *Fathah + ya'* mati ditulis *ai* كَيْفَ ditulis *kaifa*
- b. *Fathah + wawu* ditulis *au* الدولة ditulis *ad-Daulah*

F. Ta' marbutah Diakhir Kata

- a. Transliterasi *ta' marbûṭ ah* hidup adalah “t”.
- b. Transliterasi *ta' marbûṭ ah* mati adalah “h”.
- c. Jika *ta' marbûṭ ah* diikuti kata yang menggunakan kata sandang “ال” (al), dan bacaannya terpisah, maka *ta' marbûṭ ah* tersebut ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudah al-atfāl*

طَلْحَةَ *talḥah*

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (‘).

H. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

a. Kata sandang diikuti dengan *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh :

الرَّجُلُ *ar-rajulu*

الشَّمْسُ *as-syamsu*

b. Kata sandang diikuti huruf *qomariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qomariah* ditulis *al-* dan diikuti dengan bacaan huruf sesudahnya.

Contoh :

الْقَلَمُ *al-qalamu*

الْمَلِكِ *al-maliku*

I. Penulisan Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa juga dirangkaikan.

Contoh :

وَأَنَّا لَهُمْ خَيْرُ الرَّاغِبِينَ

Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau *Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn*.

مِنْ شَرِّ الْوَسْوَاسِ الْخَنَّاسِ

Min syarri al-waswās al-khannās atau *min syarri al-waswās al-khannās*.

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi baik pertumbuhan ekonomi ditingkat nasional maupun ditingkat daerah. Karena UMKM memiliki peran yang strategis dalam penyerapan tenaga kerja, mengurangi tingkat pengangguran, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi serta kontribusinya terhadap peningkatan PDB Nasional dan penerimaan devisa Negara melalui kegiatan ekspor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam meningkatkan ekonomi masyarakat menurut perspektif ekonomi islam, untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng, untuk mengetahui bagaimana dampak strategi pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat menurut perspektif ekonomi islam.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer (informasi yang diperoleh langsung dari UMKM Kampung sentra Bandeng) melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan data sekunder (data pelengkap atau pendukung seperti dari sumber publikasi pemerintah, buku, artikel jurnal dan sebagainya). Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kampung Sentra Bandeng menurut perspektif islam yaitu memproduksi barang yang memiliki nilai kemanfaatan dan kehalalan untuk masyarakat seperti bandeng presto yang memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan. Dalam hal pelayanan pemasaran kepada konsumen lebih mengutamakan kejujuran, dalam berpromosi tidak menipu, berpromosi sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan, keramahan dalam transaksi jual beli, mengutamakan kebersihan saat proses produksi, perekrutan karyawan harus memiliki etos kerja dan semangat kerja yang tinggi, melakukan pelatihan kepada karyawan agar dalam pelaksanaan bisnis bisa efektif dan efisien dan juga meningkatkan daya saing dengan berinovasi dalam hal varian maupun kemasan produk.

Kata Kunci : *Strategi Pengembangan UMKM, Kesejahteraan Masyarakat, Perspektif Islam*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya penulisan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan, arahan, dan saran-saran maupun dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang Saya banggakan, Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag
3. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, terima kasih atas saran, nasehat dan motivasinya.
4. Dosen pembimbing skripsi penulis, Bapak Nurudin, S.E., M.M dan Ibu Fita Nurotul Faizah, M.E. terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan waktunya. Tanpa sentuhan bapak pembimbing, mungkin penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Wali studi penulis, Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A. yang telah membimbing dan memotivasi penulis.

6. Para Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, khususnya dosen Jurusan Ekonomi Islam yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, ucapan terima kasih atas motivasi dan ilmunya. Dan tidak lupa kepada seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, terima kasih sudah membantu apa yang telah dibutuhkan oleh penulis.

7. Kepada UMKM Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo, terima kasih Saya ucapkan kepada Ibu Darmono pemilik UD Mina Makmur, Bapak Suhartono pemilik UD Putri Laut, Ibu Nanik pemilik UMKM Bandeng Duri Lunak Citra Semarang, Ibu Subagiyo, Ibu Istianah pemilik UMKM Bandeng Duri Lunak Suka Rasa, yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti bisnisnya. Serta ucapan terima kasih kepada Lurah kelurahan Tambakrejo Bapak Setyo Widiatmoko SH. dan para karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng yang telah membantu kelancaran penulis dalam meneliti usaha tersebut.

Penulis berharap, tulisan, ide, maupun gagasan dan apa yang telah penulis dokumentasikan dalam bentuk karya sederhana ini dapat bermanfaat menjadi salah satu coretan tinta dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca untuk menuju proses kesempurnaan.

Semarang, 31 Januari 2023

Penulis,

Alfian Ridho

1605026091

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
D. Kajian Pustaka.....	16
E. Metode Penelitian.....	17
F. Sistematika Penulisan.....	18

BAB II LANDASAN TEORI

A. Konsep Dasar Strategi.....	20
-------------------------------	----

B. Pengembangan UMKM.....	22
1. Pengertian Pengembangan.....	22
2. Aspek-aspek Pengembangan UMKM.....	23
3. Tahapan-tahapan Pengembangan Usaha.....	23
4. Teknik Pengembangan Usaha.....	25
5. Permasalahan Dalam Pengembangan UMKM.....	27
C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	33
1. Pengertian UMKM.....	33
2. Asas dan Tujuan UMKM.....	36
3. Karakteristik dan Kekuatan Potensial UMKM.....	36
4. Pemberdayaan UMKM.....	38
5. Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional.....	39
D. Ekonomi Kerakyatan.....	42
1. Pengertian dan Tujuan Ekonomi Kerakyatan.....	42
2. Prinsip-prinsip Ekonomi Kerakyatan.....	45
3. Pemberdayaan Masyarakat.....	46
E. UMKM Menurut Perspektif Islam.....	50
1. Pengertian UMKM Menurut Perspektif Islam.....	51
2. Karakteristik UMKM Menurut Perspektif Islam.....	54
3. Produksi Menurut Perspektif Islam.....	57
4. Distribusi Pemasaran Menurut Perspektif Islam.....	65
a. Produk (<i>Product</i>).....	65
b. Harga (<i>Price</i>).....	67
c. Promosi (<i>Promotion</i>).....	70
d. Tempat (<i>Place</i>).....	75
F. Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam.....	76
1. Pengertian Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam.....	77

2. Indikator Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam.....	79
--	----

BAB III GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Sejarah Pendirian Kampung Sentra Bandeng.....	83
B. Visi, Misi, Tujuan dan Struktur Organisasi	
UMKM Kampung Sentra Bandeng.....	84
C. Keadaan Geografis.....	87
D. Demografi.....	88
E. Teknik Pengumpulan Data.....	88
F. Teknik Analisis Data.....	89
G. Uji Kredibilitas.....	90

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo.....	93
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo.....	102
C. Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng Bagi Kesejahteraan Masyarakat Perspektif <i>Maqashid</i> <i>Syariah</i>	104

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	109
C. Penutup.....	110

DAFTAR PUSTAKA.....	111
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	122
-------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019

Tabel 2. Jumlah Industri Mikro dan Kecil Menurut Provinsi Tahun 2019-2021

Tabel 3. Struktur Modal Industri Kecil Rumah Tangga dan Industri Kecil (IK)

Tabel 4. Sumber Modal UMKM Kampung Sentra Bandeng

Tabel 5. Daftar Kandungan Gizi per 100 gr Ikan Bandeng

Tabel 6. Penetapan Harga Jual UMKM Kampung Sentra Bandeng per kg,pcs

Tabel 7. Target dan Realisasi Penjualan UMKM Kampung Sentra Bandeng

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Jumlah persebaran UMKM yang ada di Semarang
- Gambar 2. Struktur Organisasi UD. Mina Makmur

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Riwayat Hidup
- Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara terhadap UMKM Kampung Sentra Bandeng
- Lampiran 3. Daftar Pertanyaan Kuesioner UMKM Kampung Sentra Bandeng
- Lampiran 4. Hasil Dokumentasi
- Lampiran 5. Surat Mohon Izin Riset
- Lampiran 6. Bukti Tanda Tangan Telah Melakukan Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tumbuhnya perekonomian disuatu Negara itu sangat dibutuhkan karena dengan pertumbuhan ekonomi yang meningkat menunjukkan kesejahteraan yang terlihat pada peningkatan output perkapita dan diikuti dengan daya beli masyarakat yang meningkat juga.¹Perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan apabila jumlah balas jasa riil terhadap penggunaan faktor-faktor produksi pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya.²

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian bangsa Indonesia. UMKM memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, misal dalam hal terciptanya lapangan pekerjaan. Pentingnya UMKM juga dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun social yaitu mengurangi tingkat kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Krisis ekonomi yang terjadi dinegara kita sejak beberapa tahun yang lalu yaitu tahun 1997-1998.

Saat badai krisis moneter melanda Indonesia, usaha berskala kecil dan menengah itu relatif mampu bertahan dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM memiliki peran penting dan strategis serta berkontribusi positif terhadap perekonomian Nasional. Sejarah mencatat bahwa UMKM tetap eksis dan

¹ Yunan, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009

² Adhe Anggreini Saragi, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata berdasarkan analisis SWOT, (kasus kecamatan piyungan, kabupaten bantul, daerah istimewa yogyakarta)*. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016, Hlm. 1.

berkembang saat terjadinya krisis ekonomi 1997, bahkan UMKM menjadi penyelamat dalam pemulihan perekonomian Nasional.³ Banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut.⁴

UMKM mampu menjadi penopang pemulihan ekonomi Nasional karena memiliki beberapa peran yaitu: memiliki kedudukan penting sebagai pemain utama dalam melakukan kegiatan perekonomian di berbagai sektor, penyedia lapangan pekerjaan yang besar, pemain penting dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan kegiatan ekonomi lokal, menciptakan pasar baru dan sumber inovasi serta perannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.⁵

Tabel. 1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018 - 2019

NO	INDIKATOR	SATUAN	TAHUN 2018		TAHUN 2019	
			JUMLAH	PANGSA (%)	JUMLAH	PANGSA (%)
1	UNIT USAHA (A+B)	(Unit)	64,199,606		65,471,134	
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Unit)	64,194,057	99.99	65,465,497	99.99
	- Usaha Mikro (UMi)	(Unit)	63,350,222	98.68	64,601,352	98.67
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	783,132	1.22	798,679	1.22
	- Usaha Menengah (UM)	(Unit)	60,702	0.09	65,465	0.10
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	5,550	0.01	5,637	0.01
2	TENAGA KERJA (A+B)	(Orang)	120,598,138		123,368,672	
	A. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	(Orang)	116,978,631	97.00	119,562,843	96.92
	- Usaha Mikro (UMi)	(Orang)	107,376,540	89.04	109,842,384	89.04
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	5,831,256	4.84	5,930,317	4.81
	- Usaha Menengah (UM)	(Orang)	3,770,835	3.13	3,790,142	3.07
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3,619,507	3.00	3,805,829	3.08

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2019

³ Ravik Karsidi, *Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil dan Mikro*, Jurnal Penyuluhan Institut Pertanian Bogor Vol. 3, No. 2, Edisi September 2007 (ISSN: 1858-2664), 2007

⁴ Alfi Amalia, Wahyu Hidayat, Agung Budiarmo, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarang Dikota Semarang*, Dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, (2011), Hlm. 1

⁵ Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2005

Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap hingga 116 juta tenaga kerja ditahun 2018 dan 119 juta tenaga kerja ditahun 2019. Pada tahun 2019, jumlah perusahaan/pengusaha keseluruhan di Indonesia sebanyak 65.471.134 Unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menyumbang kontribusi sebanyak 65.465.497 Unit atau 99.99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 5.637 Unit adalah Usaha Besar (UB).⁶

Pengembangan UMKM menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Meski demikian Pengembangan UMKM pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama diantara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, peran pemerintah serta masyarakat sangat penting dalam peningkatan pengembangan UMKM.⁷

Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) juga berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah/wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah. Suatu usaha bisa di katakan berkembang baik jika proses usahanya berjalan dengan lancar dengan memaksimalkan pekerja dalam suatu produktifitas yang di jalannya. Selain itu usaha kecil menengah juga perlu adanya strategi agar dapat mencapai suatu sasaran sehingga dengan itu semua akan terkontrol dengan baik. Dengan menggunakan strategi maka suatu Badan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) akan dapat berkembang sesuai dengan harapan. Pengembangan organisasi adalah usaha terencana dikaitkan dengan peningkatan kreatifitas, ketrampilan, menyelesaikan masalah, pembelajaran dan perkembangan manusia dalam organisasi. Selain itu juga dapat mengubah tujuan dan strategi, teknologi, desain jabatan, struktur, proses dan orang – orangnya.⁸

⁶ Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2019

⁷ M.J. Hafsah, *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Jurnal Infokop No. 25 Tahun XX

⁸ Aminudin Aziz, Fathul, *Manajemen dalam perspektif islam*, (Majenang, Pustaka ELBayan, 2012), hlm. 192-194.

Suatu usaha dapat berkembang jika manajer pada setiap tingkatan untuk lebih mampu membentuk dan mengembangkan kerjasama kelompok dalam setiap satuan tugas atau situasi dalam bekerjasama mencapai tujuan bersama. Dengan ini semua perlu adanya pengembangan team. Pengembangan team adalah salah satu strategi dan teknologi pengembangan organisasi pada dasarnya merupakan suatu proses pengembangan kerjasama sehingga mereka dapat saling belajar bagaimana mereka dapat mencapai tujuan pribadi mereka dengan lebih efektif bersamaan dengan pencapaian tujuan organisasi mereka.⁹

Dalam mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia berbagai program dan kegiatan dilaksanakan oleh Pemerintah pusat maupun daerah. Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan dan mengembangkan UMKM yang ada. Hal tersebut bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian Nasional.

Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan UU No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa pengembangan usaha dilakukan terhadap usaha Mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Pengembangan usaha dapat meliputi fasilitasi dan pelaksanaan pengembangan usaha. Pemerintah Pusat dan daerah memprioritaskan pengembangan Usaha mikro, usaha kecil dan menengah dengan berbagai cara . Menurut PP No. 17 tahun 2013 ada beberapa cara dalam memberdayakan UMKM yaitu: a) pemberian kesempatan untuk ikut serta dalam pengadaan barang dan jasa Pemerintah pusat dan Pemerintah Daerah; b) kemudahan perizinan; c) penyediaan pembiayaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan; dan d) fasilitasi informasi dan teknologi.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2020) mengungkapkan bahwa Pemerintah telah menjalankan sejumlah program dukungan terhadap

⁹ Indrawijaya, Adam, *perubahan dan pengembangan Organisasi*, (Bandung, Sinar Baru: 1989). Hlm. 106-107

UMKM, diantaranya seperti program Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk memajukan sektor UMKM melalui Lembaga Keuangan Nasional dengan pola pinjaman memakai agunan (jaminan), mengenai suku bunga pembiayaan modal untuk UMKM biasanya cukup kecil karena disubsidi Pemerintah, program selanjutnya yaitu Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi pemasaran UMKM, strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja, bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional).

Dampak dari adanya Pandemi Covid-19 mendorong shifting (perubahan) pola konsumsi barang dan jasa dari offline ke online. Potensi digital ekonomi di Indonesia sangat terbuka lebar dimana dengan jumlah populasi penduduk terbesar ke 4 di dunia dan perkembangan jaringan internet yang telah menjangkau 196,7 juta orang,¹⁰ hal tersebut menjadi momentum untuk mengembangkan akselerasi transformasi digital dalam memasarkan produk UMKM.

Cara tersebut membantu UMKM dapat tumbuh dan berkembang sehingga Kontribusi UMKM dapat terasa nyata.

Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2019 menunjukkan total nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 15.832,53 miliar. UMKM memberikan kontribusi sebesar 9.580,76 miliar atau 60,51% dari total PDB Indonesia. Jumlah populasi UMKM di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 65,46 juta unit atau 99,99% terhadap total unit usaha di Indonesia, sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 119,56 juta orang atau 96,92% terhadap seluruh tenaga kerja di Indonesia.¹¹ Ini menunjukkan bahwa UMKM telah membuktikan kemampuannya dalam menopang pertumbuhan ekonomi Nasional karena dapat memberikan sumbangan yang cukup signifikan pada PDB Nasional maupun penyerapan tenaga kerja. Sektor ini tidak dapat dianggap kecil atau remeh, tetapi dapat dipandang sebagai suatu potensi yang besar untuk Perekonomian Indonesia.

¹⁰ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2020

¹¹ Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2019

Namun peran UMKM tersebut belum cukup untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat yang lebih tinggi. UMKM masih mengalami banyak kendala seperti kesulitan dalam memperluas pemasaran, terbatasnya kesediaan sumber dana untuk pengembangan usaha, kurangnya kemampuan SDM dalam melakukan inovasi serta keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku dan kondisi ekonomi yang buruk.

Permasalahan tersebut mengakibatkan lemahnya jaringan usaha, keterbatasan kemampuan penetrasi pasar dan diversifikasi pasar, skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya, margin keuntungan sangat kecil, dan lebih jauh lagi UMKM tidak memiliki keunggulan kompetitif.¹²

Kondisi UMKM secara umum di Jawa Tengah memperlihatkan bahwa setiap tahun produk UMKM Jawa Tengah mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik pada jenis, desain maupun bahan baku, yang tercipta dari kreativitas dan inovasi para pelaku usaha di Jawa Tengah.¹³

UMKM menjadi salah satu pendorong urat nadi perekonomian di Jawa Tengah, sehingga perlu terus ditingkatkan dan dikembangkan karena menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Jawa Tengah itu sendiri.

¹² Arief Rahmana, Yani Iriani, Rienna Oktarina, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*, Jurnal Teknik Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Muhamadiyah Malang, 2012, hlm. 15

¹³ <http://www.jatengprov.go.id>, Diakses pada tanggal 27 Januari 2020 Pukul 20.45 Wib

Tabel. 2

Jumlah Industri Mikro dan Kecil (IMK) Menurut Provinsi, 2019-2021¹⁴

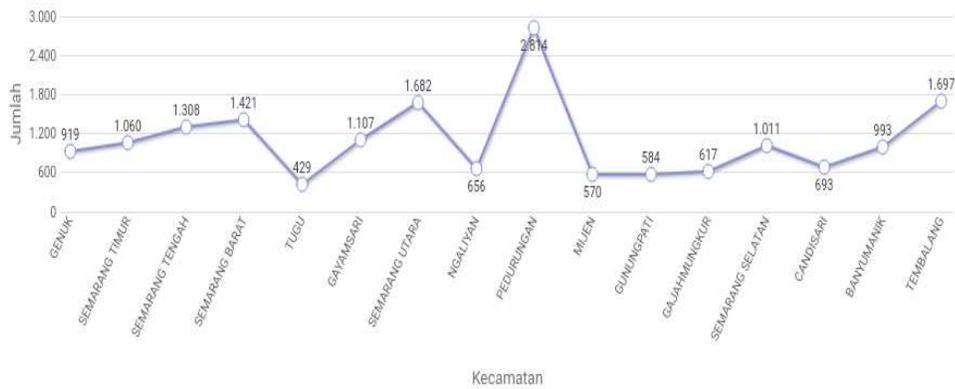
Provinsi	Jumlah Perusahaan menurut provinsi (Unit)					
	Mikro			Kecil		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
ACEH	104 801	100 728	111 920	2 117	2 572	1 372
SUMATERA UTARA	122 524	113 495	126 732	4 628	6 668	5 650
SUMATERA BARAT	97 978	91 079	94 090	2 734	3 313	2 543
RIAU	58 320	48 750	44 976	1 517	1 952	819
JAMBI	27 479	25 254	28 754	680	831	630
SUMATERA SELATAN	77 973	73 404	77 494	2 334	2 165	1 621
BENGKULU	21 144	19 919	20 636	523	514	220
LAMPUNG	92 214	84 452	82 805	2 827	4 074	1 219
KEP. BANGKA BELITUNG	22 114	21 075	18 578	685	482	574
KEP. RIAU	16 782	13 482	17 878	249	297	147
DKI JAKARTA	50 030	46 084	54 029	12 899	12 933	8 079
JAWA BARAT	597 300	584 920	592 791	32 297	41 023	29 434
JAWA TENGAH	857 981	831 652	808 293	54 440	66 510	47 195
DI YOGYAKARTA	140 215	133 132	103 559	6 443	4 367	4 332
JAWA TIMUR	770 419	720 250	681 442	92 031	108 232	80 573
BANTEN	108 712	100 709	100 260	4 427	6 968	3 568
BALI	156 291	145 622	146 025	4 829	3 894	2 301
NUSA TENGGARA BARAT	97 511	92 839	97 704	10 970	11 749	9 271
NUSA TENGGARA TIMUR	139 485	135 051	155 871	678	1 003	434
KALIMANTAN BARAT	42 494	38 187	39 480	530	962	557
KALIMANTAN TENGAH	24 421	21 774	25 584	1 042	1 499	423
KALIMANTAN SELATAN	55 889	52 798	55 968	1 864	2 835	1 107
KALIMANTAN TIMUR	31 035	23 550	26 156	1 007	1 094	446
KALIMANTAN UTARA	7 032	4 771	6 224	162	192	58
SULAWESI UTARA	36 458	35 727	52 678	573	1 384	625
SULAWESI TENGAH	82 956	81 535	87 511	2 423	3 024	1 004
SULAWESI SELATAN	124 786	121 097	121 537	5 037	5 392	1 343
SULAWESI TENGGARA	48 915	44 620	54 713	520	968	172
GORONTALO	27 535	27 273	25 632	1 180	1 363	129
SULAWESI BARAT	25 653	25 221	23 720	642	671	115
MALUKU	24 839	21 890	35 253	165	311	111
MALUKU UTARA	13 993	13 289	15 857	220	294	288
PAPUA BARAT	6 645	4 277	5 992	98	281	77
PAPUA	15 184	11 812	15 941	297	282	168
INDONESIA	4 127 108	3 909 718	3 956 083	253 068	300 099	206 605

¹⁴ Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

Jika dilihat dari persebaran industri mikro dan kecil menurut provinsi, sebagian besar berada di Pulau Jawa dan lokasi terbanyak di Jawa Tengah pada tahun 2019 yaitu sebanyak 857.981 Unit.

Di Kota Semarang sendiri jumlah UMKM yang terdaftar sebanyak 17.589 Unit, dengan rincian Usaha Mikro berjumlah 16.472 Unit, Usaha Kecil berjumlah 1.096 Unit, dan Usaha Menengah berjumlah 21 Unit.¹⁵ Dengan rincian per kecamatan dalam gambar berikut ini:

Gambar. 1 Jumlah Persebaran UMKM yang ada di Semarang



Di Kota Semarang ada beberapa jenis UMKM salah satunya yaitu UMKM yang bergerak dibidang produk pengolahan makanan. Dengan banyaknya perusahaan yang menggeluti bidang pengolahan makanan (food) mendorong terciptanya persaingan di bidang produksi. Hal tersebut di tandai dengan banyak bermunculan usaha baru di bidang pengolahan makanan. Perusahaan dalam mengembangkan usaha barunya dituntut untuk bisa bertahan serta mampu bersaing dengan produk-produk dari pengusaha lain.¹⁶ Dengan demikian, perusahaan itu harus mampu dalam mengembangkan strategi bisnis agar dapat meningkatkan kualitas usahanya.

¹⁵ <https://diskopumkm.semarangkota.go.id/informasi-publik/informasi-berkala/umkm>, Diakses Pada Tanggal 27 Januari 2020 Pukul 21.00 Wib

¹⁶ Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Cetakan Pertama, Satu Nusa, 2011), h.22.

Dalam hal pemasaran produk, seorang pengusaha itu dituntut untuk mampu dan cerdas dalam membaca situasi dan kondisi perubahan baik sekarang maupun waktu yang akan datang. Pengusaha harus memiliki respon yang cepat terhadap apa yang dibutuhkan dan diminta oleh para konsumen serta dimana dan kapan dibutuhkan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan kebutuhan dan keinginan para konsumen secara tepat waktu. Dalam hal lain, perusahaan harus mampu mempromosikan kelebihan produk dibandingkan dengan produk dari pesaing lain. Pengusaha yang sukses adalah pengusaha yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan.¹⁷

Dalam melakukan usaha bisnis di dalam islam ada batasan yang diperbolehkan (Halal) dan yang tidak diperbolehkan (Haram). Sesuai dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah : 275

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya: “. . . dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. .
.”. (Q.S. Al-Baqarah : 275)¹⁸*

Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa,¹⁹ dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli. Tetapi, Allah mengharamkan riba. Karena, dalam riba tidak ada penyeimbang langsung.²⁰

¹⁷ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, Rajawali Pers, 2012), h.278.

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2010, (Al-Baqarah, 2 : 275), h. 47.

¹⁹ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h.141.

²⁰ Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 128.

Islam memandang setiap umatnya itu berhak memiliki strategi ataupun keinginan agar usahanya itu berhasil, namun dalam menjalankan rencana atau strategi bisnis harus memperhatikan dan tidak bertentangan dengan syariat islam. Islam juga menganjurkan umatnya untuk bekerja dan berperan aktif dalam melakukan aktivitas dibidang ekonomi, perkebunan, pertanian, perdagangan, perindustrian dan periklanan. Islam memandang bekerja bukan hanya memenuhi kebutuhan hidup saja, melainkan juga merupakan kewajiban agama, sehingga perlu diperhatikan proses dan cara kerja yang dapat membawa akibat terhadap hasil yang diperoleh, karena bisnis islam menolak dari mengambil keuntungan yang didapatkan bukan berdasar pada pendapatan yang halal dari bisnisnya.

Islam menuntun umatnya dalam melaksanakan suatu bisnis, yaitu berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis. Yaitu sebagai sumber utama ajaran Islam, yang dalam penerapannya dalam bisnis itu disesuaikan perkembangan zaman dengan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.²¹ Seperti yang terdapat dalam firman Allah SWT Q.S. Al-Jumu'ah: 10 dan Q.S. Al-Qhashash : 77

Q.S. Al-Jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Q.S. Al-Jumu'ah : 10)²²

²¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004, h. 7.

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Penerbit CV Dipenogoro, 2005), h.526.

Q.S. Al-Qhashash ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “ Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”. (Q.S. Al-Qhashash : 77)²³

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia dianjurkan melakukan aktivitas bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidup. Namun, tujuan utamanya bukan semata hanya memperoleh keuntungan materi saja, tetapi juga seimbang antara keuntungan materi dan rohani. Bisnis merupakan aktivitas usaha dalam pemenuhan kebutuhan hidup, yaitu berupa aktivitas produksi, distribusi, konsumsi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.²⁴ Bisnis yang dianjurkan dalam Islam adalah bisnis yang memperhatikan dalam mendapatkan pendapatan secara halal dan berkah.²⁵

Dengan melakukan atau memulai aktivitas bisnis meski dimulai dengan bisnis yang kecil, pengusaha bisa memperoleh pendapatan yang cukup, dan juga tidak menutup kemungkinan bisa memperoleh pendapatan yang besar, jika para pengusaha tersebut mempunyai niat atau keinginan yang gigih untuk memajukan bisnis atau usahanya. dengan bermodalkan niat, kemampuan dan keinginan yang

²³ *Ibid.* (QS. Al-qhashash :77), h. 394.

²⁴ Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000, h. 21.

²⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 196

kuat tersebut, maka mereka para pebisnis bisa memperoleh profit atau pendapatan yang menjanjikan.²⁶

Kota Semarang sendiri menjadi daerah pertama di Indonesia yang mempunyai UMKM berizin terbanyak. Hal itu diungkapkan Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang, Bambang Suranggono. Ia menyebut dalam tiga tahun terakhir, ada 16.589 UMK (Usaha Mikro Kecil) yang terdaftar memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK). Jumlah itu hampir 10 kali lipat dibanding 10 tahun sebelumnya. Bambang berujar dengan memiliki IUMK, para pengusaha kecil lebih terjamin. Pengusaha mikro dan kecil berhak mendapat pendampingan, pelatihan, pemasaran hingga pembiayaan modal suku bunga rendah dan tanpa agunan (jaminan).²⁷

Jumlah UMKM di Semarang setiap tahunnya juga mengalami peningkatan trend yang positif. Menurut data yang ada, tahun 2019 sendiri ada 3.839 pendaftar UMKM baru Kota Semarang. Tiap tahunnya paling sedikit 3.000 UMKM terdaftar di dinas. Tidak hanya olahan makanan, bengkel, hingga barang heritage pun turut didaftarkan. Dengan banyaknya UMKM yang terus bertambah, diharapkan dapat memberikan pengaruh positif kepada UMKM lainnya, dengan saling bersaing menonjolkan kualitas produk masing-masing.

UMKM di Kota Semarang kebanyakan Tertarik disektor Produk Makanan, Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang mencatat hingga Mei 2019, produk olahan makanan masih mendominasi jenis UMKM yang ada di kota ini. Dari 17.589 UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, 55 persen merupakan UMKM yang bergerak di bidang olahan makanan. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang, Bambang Suronggono mengatakan, produk olahan makanan mendominasi karena lebih sering dicari, dan lebih mudah

²⁶ Wirasasmita, Yuyun, *Kewirausahaan: Buku Pegangan*. Jatinangor: UPT-Pnerbitan IKOPIN, 1994, hlm. 86.

²⁷<http://www.rmoljateng.com/read/2019/08/22/21433/Kota-Semarang-Miliki-UMKM-Berizin-Terbanyak-Pertama-Di-Indonesia->, Diakses Pada Tanggal 29 Januari 2020 Pukul 20.55 Wib

berinovasi. Tidak heran jika warga Kota Semarang memilih usaha makanan. “Hingga saat ini memang makanan sedang mendominasi keanggotaan UMKM Kota Semarang, karena memang makanan kebutuhan primer. Sehingga lebih memilih berjualan makanan,” kata Bambang Suronggono, dilansir di zonapasarcom, Kamis (27/6).²⁸

Salah satu yang peneliti lihat yaitu pelaku bisnis yang ada di Kelurahan Tambakrejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah yang merupakan salah satu pusat kuliner olahan ikan bandeng. Dari sejumlah warga, bandeng diolah menjadi berbagai kuliner seperti bandeng presto, pepes, nugget, dan otak-otak. Dari keempat olahan tersebut, yang paling banyak peminatnya adalah bandeng presto. usaha bandeng di sana sudah ada sejak tahun 1980. Berawal karena rasa prihatin, Banyak ibu-ibu warga sekitar yang menganggur dan hanya mengandalkan hasil tangkapan ikan suami selama melaut. Dari situ bu darmono mengajak warga untuk berwirausaha dalam bisnis pengolahan ikan bandeng dengan terbentuklah Kelompok Usaha Bersama (KUB) dengan anggota 20 orang dan mengadakan pertemuan rutin. Dari pertemuan rutin sesama anggota kemudian mengembangkan bandeng menjadi salah satu potensi usaha atau bisnis yang menjanjikan. Disamping itu bandeng juga memiliki kandungan gizi yang bagus untuk kesehatan, sehingga bisa memberi manfaat untuk banyak orang.

Sejak lama, olahan bandeng ini menjadi pilihan oleh-oleh setelah berkunjung ke Semarang. Mencari olahan bandeng di Semarang tidak susah. Selain banyak dijual di toko oleh-oleh, kita juga bisa berburu olahan bandeng langsung ke tempat produksinya yang disebut Kampung Sentra Bandeng. Kampung ini menjadi sentra pengolahan bandeng terbesar di Kota Semarang. Terbentuknya sentra ini berawal dari sebuah kelompok usaha bernama Mina Makmur. Kelompok usaha ini diinisiasi oleh ibu-ibu rumah tangga. Seiring berjalannya waktu, kini para anggota kelompok Mina Makmur telah membuka usaha bandeng sendiri-sendiri. Dari situlah kampung ini dikenal sebagai Kampung

²⁸<https://sigijateng.id/2019/kebanyakan-umkm-di-kota-semarang-tertarik-usaha-produk-makanan/>, Diakses Pada Tanggal 29 Januari 2020 Pukul 21.15 Wib

Sentra Bandeng. Saat ini, terdapat sekitar 10 usaha rumahan pengolahan bandeng di Kampung Sentra Bandeng. Para pengusaha bandeng presto di Kampung Sentra Bandeng ini memasarkan hasil produksinya dengan cara dititipkan ke toko oleh-oleh dan dijual langsung di kios masing-masing. Namun, tidak semua pengusaha bandeng di sentra ini memasarkan bandengnya ke toko oleh-oleh. Ada juga yang hanya memasarkan bandeng di kios yang juga difungsikan untuk menjual bahan sembako. Adanya aturan pemerintah mengenai pembatasan aktivitas masyarakat diluar rumah saat terjadi Pandemi Covid-19 menyebabkan terganggunya distribusi pemasaran dan berdampak pada pengembangan UMKM dalam hal pengurangan jumlah produksi dikarenakan turunnya permintaan produk sehingga mengakibatkan turunnya pendapatan. Dan berdampak juga pada pengurangan jumlah karyawan. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menyusun skripsi dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KERAKYATAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)?
2. Apa Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi

Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)?

3. Bagaimana Dampak Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan menurut perspektif ekonomi islam (studi kasus kampung sentra bandeng di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)?
- b. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan menurut perspektif ekonomi islam (studi kasus kampung sentra bandeng di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)?
- c. Untuk mengetahui bagaimana Dampak Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang)?

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis :

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan, khazanah dan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pemikiran bagi diri pribadi, pihak UMKM terkait, Pemerintah Pusat maupun Daerah, Mahasiswa dan Masyarakat pada umumnya.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi mengenai penerapan strategi pengembangan bisnis pada UMKM. Dapat memberikan informasi yang faktual berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis UMKM.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka tentang penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan.

- 1) Ujang Syahrul M. (2017) skripsi dengan judul “*Strategi Pengembangan Ekonomi dan Bisnis Islam di Tengah Masyarakat Kota Kediri Yang Heterogen*”.
- 2) Helen Malinda (2017) skripsi dengan judul “*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)*”.

- 3) Isnaini Nurrohmah (2015) skripsi dengan judul “*Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebelum dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT (Studi Kasus : BMT Bringhardjo Yogyakarta)*”
- 4) Mira Nurmaghribah (2006), skripsi dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Diana Bakery Kota Bekasi, Jawa Barat)*”
- 5) Putri Pangestika, Imam Santoso, Retno Astuti (2016) jurnal dengan judul “*Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Dukungan Kucuran Kredit*”*Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Volume 5 Nomor 2: 84-95*

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.²⁹ Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor (1992: 21-22) sebagaimana yang dikutip oleh Soewadji penelitian kualitatif diartikan sebagai salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, pemaparan atau tulisan dari objek yang telah diamati.³⁰ Melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan.

²⁹ Haris Hardiansah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012, hlm. 9

³⁰ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, hlm. 51-52

2. Sumber Data

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah bahan utama yang dijadikan sumber referensi. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari.³¹Sumber yang dimaksud adalah informasi-informasi yang diperoleh langsung dari Kampung Sentra Bandeng Di Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang. Seperti data hasil wawancara atau survey, data kuesioner terhadap responden.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tertulis yang merupakan sumber data tambahan yang tidak bisa diabaikan karena melalui sumber data tertulis akan diperoleh data yang dapat dipertanggung jawabkan melalui validitasnya.³²Data yang diperoleh bisa berupa arsip, artikel, buku, majalah ilmiah, bulletin, jurnal, dokumentasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

³¹ Saefudin Azwar, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001, hlm. 91

³² Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997, hlm. 159

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai landasan teori sebagai pijakan dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan acuan teori teori yang relevansi dengan hal yang diteliti.

BAB III : GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Bab ini terdiri dari bentuk penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta jadwal penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang ditemui di lapangan, yang menyangkut dengan penelitian serta relevansi dengan landasan teori sebagai pijakan serta pembahasan mengenai hasil penelitian keseluruhan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan dan berisi saran-saran untuk kedepan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Dasar Strategi

Secara umum strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide/gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam kurun waktu Tertentu. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga merupakan perangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan organisasi.³³

Strategi adalah cara pemimpin bisnis perusahaan dalam merealisasikan gagasannya. Pengertian ini lebih menekankan pada strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi individu atau organisasi dalam melakukan bisnis yaitu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan individu atau organisasi.³⁴

Strategi (*Strategy*), oleh manajer diartikan sebagai rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebuah strategi merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Suatu strategi mencerminkan kesadaran perusahaan tentang bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan tersebut berkompetisi akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut dan untuk tujuan apa suatu perusahaan berkompetisi.³⁵

³³Sudaryanto, dkk, *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN*, Universitas Negeri Jember, 2011, hlm. 53

³⁴M. Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005, hlm. 265

³⁵John A.Pearce II, Richard B.Robinson, Jr., *Manajemen strategi*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, hlm. 4

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.³⁶

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan dalam suatu perusahaan yaitu: (1) Strategi Manajemen, (2) Strategi bisnis, dan (3) Strategi Investasi.

1. Strategi Manajemen

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar.

2. Strategi Bisnis

Sering juga disebut sebagai strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi.

3. Strategi Investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru.³⁷

³⁶FR. David, *Manajemen Strategis Konsep-konsep*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004

³⁷F. Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*, Jakarta: Gramedia, 2017, hlm. 6-7

B. Pengembangan UMKM

1. Pengertian Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.³⁸ Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.³⁹

Menurut Mangkuprawira pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.⁴⁰

Menurut Hafsah pengembangan merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, baik di dunia usaha, maupun masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.⁴¹

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas

³⁸Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, hlm. 538

³⁹Amenda, *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2013

⁴⁰Mangkuprawira, *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*, Jakarta: Ghalia, 2014

⁴¹AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id, pdf, hlm. 9

yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.⁴²

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Pengembangan merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memajukan, memperbaiki, dan meningkatkan sesuatu yang sudah ada secara teratur untuk menjadi lebih baik.

2. Aspek-aspek Pengembangan UMKM

Menurut Kartasasmita (1996), aspek-aspek pengembangan UMKM meliputi sebagai berikut: peningkatan kepada asset produktif, terutama modal, disamping teknologi, manajemen, dan segi lainnya, akses pasar, informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana pemasaran. Khususnya bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana mendasar akan sangat membantu adalah sarana perhubungan berupa fasilitasi pendampingan. Melakukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan.

Langkah awal yang perlu dilakukan dalam mengembangkan UMKM adalah mengenali kendala-kendala yang dihadapi, merencanakan rencana yang jelas yang mencakup tujuan, strategi untuk mengembangkan UMKM, meningkatkan kreatifitas dan inovasi agar lebih unggul, berkualitas dan produktif.⁴³

3. Tahapan-tahapan Pengembangan Usaha

Seseorang wirausahawan pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

⁴²Afifuddin, *Pengantar Administrasi Pembangunan*, Bandung: CV Alfabeta, 2010, hlm. 180

⁴³G. Kartasasmita, *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, Jakarta: Cides, 1996

a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business (jiwa bisnis) yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

c. Pengembangan Rencana Usaha

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (business plan), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan

mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.⁴⁴

4. Teknik Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

a. Perluasan Skala Usaha

Beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:

1. Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.
2. Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
3. Menambah lokasi usaha ditempat lain.

Perluasan skala usaha juga harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu:

- 1) Produktivitas modal dan tenaga kerja.
- 2) Biaya tetap dan biaya variabel.
- 3) Biaya rata-rata.
- 4) Skala produksi yang paling menguntungkan.

b. Perluasan Cakupan Usaha

Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru diwilayah usaha yang baru, serta dengan jenis produk yang baru dan bervariasi.

c. Perluasan Dengan Kerja Sama, Penggabungan dan Ekspansi Baru.

Beberapa jenis perusahaan dengan cara ini yaitu:

⁴⁴ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009, hlm. 153

1. *Merger*

Adalah proses penggabungan dua perseroan menjadi satu perusahaan. Salah satu perusahaan tersebut akan tetap berdiri dengan nama yang sama, sementara perusahaan yang lain akan hilang, dan kekayaan menjadi milik perusahaan yang baru. *Merger* terbagi menjadi tiga, yaitu:

- a) *Merger horizontal*, yaitu *merger* yang dilakukan oleh usaha sejenis.
- b) *Merger vertikal*, yaitu *merger* yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang saling berhubungan.
- c) *Konglomerat*, yaitu *merger* antara berbagai perusahaan dengan produk-produk yang berbeda dan tidak saling berkaitan.

2. *Joint Venture*

Joint venture adalah bentuk kerja sama beberapa perusahaan dari negara yang berbeda menjadi satu perusahaan untuk mewujudkan konsentrasi kekuatan-kekuatan yang lebih padat.

3. Akuisisi (*Holding Company*)

Akuisisi (*Holding Company*) adalah penggabungan beberapa perusahaan dengan salah satu perusahaan yang bertujuan untuk memiliki saham dari perusahaan yang lain dan bisa mengatur perusahaan tersebut.

4. Kartel

Kartel merupakan kesepakatan tertulis antara beberapa perusahaan yang sejenis untuk mengatur dan mengendalikan berbagai hal dengan tujuan menekan persaingan dan meraih keuntungan.

5. Sindikat

Sindikat adalah kerja sama antara beberapa orang bermodal untuk mendirikan perusahaan besar.⁴⁵

5. Permasalahan atau Tantangan dalam Pengembangan UMKM

Menurut Hafsah (2000),⁴⁶ permasalahan internal dan eksternal dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yaitu:

Faktor Internal:

(1). keterbatasan permodalan dan akses terhadap perbankan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan UMKM dikarenakan karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh, karena persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi. Persyaratan yang menjadi hambatan terbesar bagi UMKM adalah adanya ketentuan mengenai agunan karena tidak semua UMKM memiliki harta yang memadai dan cukup untuk dijadikan agunan.

(2). Rendahnya profesionalisme sumber daya manusia yang mengelola

Sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun. Keterbatasan kualitas SDM usaha kecil baik dari segi pendidikan formal maupun pengetahuan

⁴⁵Brian R. Ford, Jay M. Bornstein dan Patrick T. Pruitt, *The Ernst & Young Business Plan*, penerjemah Irma Andriani, Jakarta: PT Cahaya Insani Suci, 2008, hlm. 227

⁴⁶M.J. Hafsah, *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun XX

dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal. Disamping itu dengan keterbatasan kualitas SDM-nya, unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkannya.

(3). Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, ditambah lagi produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.

(4). kemampuan penguasaan teknologi yang rendah.

(5). Mentalitas Pengusaha UMKM

Hal penting yang sering kali pula terlupakan dalam setiap pembahasan mengenai UMKM, yaitu semangat entrepreneurship para pengusaha UMKM itu sendiri. Semangat yang dimaksud disini, antara lain kesediaan terus berinovasi, ulet tanpa menyerah, berusaha dan tidak takut akan kegagalan.

Faktor Eksternal

(1). Iklim Usaha yang Belum Kondusif

Kebijakan Pemerintah untuk menumbuh kembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara

pengusaha-pengusaha kecil dan menengah dengan pengusaha-pengusaha besar.

Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah mendapatkan perijinan untuk menjalankan usaha mereka. Keluhan yang seringkali terdengar mengenai banyaknya prosedur yang harus diikuti dengan biaya yang tidak murah, ditambah lagi dengan jangka waktu yang lama. Hal ini sedikit banyak terkait dengan kebijakan perekonomian Pemerintah yang dinilai tidak memihak pihak kecil seperti UMKM tetapi lebih mengakomodir kepentingan dari para pengusaha besar.

(2). Terbatasnya Sarana dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan. Selain itu, tak jarang UMKM kesulitan dalam memperoleh tempat untuk menjalankan usahanya yang disebabkan karena mahalnya harga sewa atau tempat yang ada kurang strategis.

(3). Implikasi Perdagangan Bebas

Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku Tahun 2003 dan APEC Tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha mikro kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini, mau tidak mau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk melakukan proses produksi dengan produktif dan efisien, serta dapat menghasilkan produk yang memiliki standar kualitas global. Untuk itu maka diharapkan UMKM perlu mempersiapkan agar mampu bersaing baik secara keunggulan komparatif maupun keunggulan kompetitif.

(4). Terbatasnya Akses Pasar

Terbatasnya akses pasar akan menyebabkan produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan secara kompetitif baik di pasar Nasional maupun Internasional.

(5). Kurangnya pembinaan manajemen dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

(6). Terbatasnya Akses Informasi

Selain akses pembiayaan, UMKM juga menemui kesulitan dalam hal akses terhadap informasi. Minimnya informasi yang diketahui oleh UMKM, sedikit banyak memberikan pengaruh terhadap kompetisi dari produk ataupun jasa dari unit usaha UMKM dengan produk lain dalam hal kualitas. Efek dari hal ini adalah tidak mampunya produk dan jasa sebagai hasil dari UMKM untuk menembus pasar ekspor. Namun, di sisi lain, terdapat pula produk atau jasa yang berpotensi untuk bertarung di pasar internasional karena tidak memiliki jalur ataupun akses terhadap pasar tersebut, pada akhirnya hanya beredar di pasar domestik.⁴⁷

H.N Broom dan G. Longenecker (1979) menyatakan kegagalan yang dialami usaha kecil disebabkan oleh: kemerosotan posisi modal kerja (*deterioration of working capital*), penurunan volume penjualan (*declining sales*), penurunan laba atau keuntungan (*declining profits*) dan meningkatkan utang (*increasing debt*).⁴⁸

Hasil penelitian Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bekerjasama dengan BPS, permasalahan yang dihadapi UMKM umumnya meliputi kesulitan permodalan (51,09 persen), pemasaran (34,72

⁴⁷M. Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha Konsep dan Strategi*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2000

⁴⁸H.N Broom dan Justin G. Longenecker, *Small Business Management*, South Western Publishing Co.Cincinnati.Ohio, 1979

persen), bahan baku (8,59 persen), ketenagakerjaan (1,09 persen), distribusi transportasi (0,22 persen) dan lainnya (3,93 persen).⁴⁹

Perkembangan UMKM yang rendah karena dukungan modal yang terbatas bahkan nyaris tidak tersentuh dan dianggap tidak memiliki potensi dana oleh lembaga keuangan dan dinilai tidak layak oleh bank karena tidak memiliki agunan dan rendahnya tingkat pengembalian pinjaman mengakibatkan aksesibilitas pengusaha mikro dan kecil sangat rendah terhadap sumber keuangan formal dan hanya mengandalkan modal sendiri.

Tabel. 3

Struktur Modal Industri Kecil Rumah Tangga dan Industri Kecil (IK) 2019

Struktur Modal	Industri Kecil Rumah Tangga	Industri Kecil
Modal Sendiri	90,36%	69,82%
Modal Pinjaman	3,20%	4,76%
Modal Sendiri dan Pinjaman	6,44%	25,42%
Jumlah	100%	100%

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2019

Data di atas membuktikan bahwa modal kerja usaha mikro dan kecil proporsi yang paling besar menggunakan modal sendiri 90,36% dan 69,82%, sedangkan modal pinjaman hanya berkisar 3,20% dan 4,76% sangat kecil dibanding dengan modal sendiri.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai perwujudan konkret ekonomi rakyat dirasakan strategis untuk dikembangkan, karena sektor ini mampu menyediakan lapangan kerja yang mampu menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup masyarakat. Untuk itu, pengembangan sektor

⁴⁹S. Sulaeman, *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global*, Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun 2004, hlm. 116

UMKM sangat diperlukan dalam rangka untuk peningkatan ekonomi. Berbagai permasalahan-permasalahan yang dihadapi UMKM harus segera ditangani.

Berbagai permasalahan mikro yang terdapat pada kebanyakan UMKM, dapat menghambat UMKM untuk dapat berkembang dengan baik, terutama dalam mengoptimalkan peluang yang ada. Kondisi tersebut memberikan isyarat bahwa UMKM sepantasnya diberikan bantuan sesuai dengan kebutuhannya. Bagi keperluan pengembangan UMKM di masa mendatang, diperlukan adanya bantuan layanan bisnis dari lembaga swasta, lembaga pemerintah dan individu sesuai dengan kekurangan masing-masing UMKM.

Hasil penelitian kerjasama Kementerian KUMKM dengan BPS (2003) menginformasikan bahwa jenis layanan yang paling banyak diharapkan dari lembaga pelayanan bisnis (LPB) adalah: fasilitasi permodalan, fasilitasi perluasan pemasaran, fasilitasi jasa informasi, fasilitasi pengembangan desain produk, organisasi dan manajemen, fasilitasi penyusunan proposal pengembangan usaha, fasilitasi pengembangan teknologi.

Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi sesuatu yang harus dilakukan oleh seluruh pelaku pembangunan, karena UMKM menjadi pilar pembangunan yang menjadi penyangga ekonomi nasional dengan berbasis ekonomi kerakyatan. Strategi pembangunan yang memberdayakan ekonomi rakyat merupakan strategi melaksanakan demokrasi ekonomi yaitu produksi dikerjakan oleh semua untuk semua dan di bawah pimpinan dan kepemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakat lebih diutamakan ketimbang kemakmuran orang seorang.

UMKM sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap perekonomian nasional harus didukung pengembangannya dengan melalui kebijakan yang memihak pada UMKM. lembaga keuangan mikro (LKM) menjadi sangat dibutuhkan untuk memberikan

modal kerja bagi UMKM dengan suku bunga yang murah agar UMKM tidak terjebak pada rentenir dengan suku bunga yang sangat tinggi. Pemberian Informasi pasar yang lengkap dan akurat dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk membuat perencanaan usahanya secara tepat.

C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) memberikan pengertian tentang UMKM sebagai para pelaku usaha ekonomi yang sering dikategorikan sebagai perusahaan yang berskala kecil, menggunakan teknologi tradisional, dan dikelola secara sederhana.⁵⁰

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, UMKM didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp.600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati), terdiri dari: (1). Bidang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2). Perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).⁵¹

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha Mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang (termasuk tenaga kerja keluarga), Usaha Kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang, sedangkan Usaha Menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20-99

⁵⁰I. Laena, *Membedah UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Tentang Strategi Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*, Jakarta: Lugas Foundation, 2010, hlm. 33

⁵¹Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 Tanggal 27 Juni 1994, tentang *Usaha Mikro Kecil dan Menengah*

orang. Perusahaan dengan jumlah pekerja diatas 99 orang masuk dalam kategori Usaha Besar.⁵²

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
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 dimaksud 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 dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.⁵³

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria UMKM sebagai berikut:

1. Usaha Mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria:
 - a) Kekayaan bersih yang dimiliki sebesar Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) selain dari aset yang dimilikinya;

⁵²Badan Pusat Statistik Nasional, 2017

⁵³Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hlm. 1287

b) Penjualan tahunan yang diperoleh paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dengan kriteria sebagai berikut:

a) Kekayaan bersih serendah-rendahnya sebanyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;

b) Penjualan tahunan yang dihasilkan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) s/d paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dengan kriteria sebagai berikut:

a) Memiliki Kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) selain aset tetap yang dimiliki organisasi;

b) Penjualan tahunan yang didapatkan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁵⁴

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan suatu usaha perseorangan atau badan usaha yang berskala kecil dan memiliki batasan tertentu dalam hal jumlah tenaga kerjanya, jumlah penjualan atau omsetnya, serta jumlah aset atau aktivitya. Teknologi yang digunakannya masih tradisional, dengan pengelolaan usaha yang sederhana, serta memiliki tujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya.

⁵⁴Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2. Asas dan Tujuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan pasal 2, UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menjelaskan bahwa asas UMKM adalah kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi Nasional.

Menurut pasal 3, UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menjelaskan bahwa tujuan UMKM adalah menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.⁵⁵

3. Karakteristik dan Kekuatan Potensial UMKM

a. Karakteristik UMKM

Menurut Pandji Anoraga menerangkan bahwa secara umum, sektor usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- 2) Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- 3) Modal terbatas.
- 4) Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas
- 5) Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapakan untuk mampu menekan biaya efisiensi jangka panjang.
- 6) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diverfikasi pasar masih terbatas.
- 7) Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari bantuan modal masih rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk

⁵⁵ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, Jakarta: LP3ES, 2012, hlm. 17

mendapatkan bantuan modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.⁵⁶

b. Kekuatan Potensial UMKM

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

- 1) Penyediaan lapangan kerja. Peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan mampu 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.
- 5) Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut.⁵⁷

Di Indonesia UMKM mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut.

Akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti : perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengolah sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda

⁵⁶ Panji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*, Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana, 2010, hlm. 32

⁵⁷ Panji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*, Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana, 2010, hlm. 66

dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

4. Pemberdayaan UMKM

Dalam rangka pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Bank Indonesia (2011) mengembangkan filosofi lima jari (*Five finger philosophy*), maksudnya setiap jari mempunyai peran masing-masing dan tidak dapat berdiri sendiri serta akan lebih kuat jika digunakan secara bersamaan.

- 1) Jari jempol, mewakili peran lembaga keuangan yang berperan dalam intermediasi keuangan, terutama untuk memberikan pinjaman/pembiayaan kepada nasabah mikro, kecil dan menengah serta sebagai *Agents of development* (agen pembangunan).
- 2) Jari telunjuk, mewakili regulator yakni Pemerintah dan Bank Indonesia yang berperan dalam Regulator sektor riil dan fiskal, Menerbitkan ijin-ijin usaha, Mensertifikasi tanah sehingga dapat digunakan oleh UMKM sebagai agunan, menciptakan iklim yang kondusif dan sebagai sumber pembiayaan.
- 3) Jari tengah, mewakili katalisator yang berperan dalam mendukung perbankan dan UMKM, termasuk *Promoting Enterprise Access to Credit (PEAC) Units*, perusahaan penjamin kredit.
- 4) Jari manis, mewakili fasilitator yang berperan dalam mendampingi UMKM, khususnya usaha mikro, membantu UMKM untuk memperoleh pembiayaan bank, membantu bank dalam hal monitoring kredit dan konsultasi pengembangan UMKM.
- 5) Jari kelingking, mewakili UMKM yang berperan dalam pelaku usaha, pembayar pajak dan pembukaan tenaga kerja.⁵⁸

⁵⁸Bank Indonesia, *Five Finger Philosophy: Upaya Memberdayakan UMKM*, (<http://www.bi.go.id>), Diakses, 30 November 2022

5. Peran UMKM Dalam Perekonomian Nasional

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia. Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan dikota-kota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan.⁵⁹Pemberdayaan UMKM sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian terutama dalam memperkuat struktur Perekonomian Nasional.⁶⁰

Menurut Sugiyanto (2021)⁶¹ bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi. Sektor UMKM merupakan salah satu kekuatan utama dan vital yang mampu mendorong pembangunan ekonomi dan lapangan pekerjaan.⁶²

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan perekonomian sehingga perlu lebih diperhatikan karena mengemban misi menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan berusaha, melestarikan budaya, dan mendukung ekspor nasional. Dengan demikian UMKM merupakan salah satu indikator utama yang dianggap mampu berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi.⁶³

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerjadan distribusi hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik.

⁵⁹R.S Hamid& M. Ikbal, *Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Remaja Pintar Berbasis Ekonomi Kreatif Desa Lera Kecamatan Wotu Kabupaten LuwuTimur*, RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat, Vol. 1 No. 1. pp, 2017, hlm. 39-45

⁶⁰I. Ukkas, *Strategi dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*, Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, Vol. 1 No. 1, pp,2017, hlm. 24-27

⁶¹Sugiyanto, dkk, *Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan*, Proceedings Universitas Pamulang, Vol. 1 No. 1,pp, 2021, hlm. 502-520

⁶²Supardi, dkk, *Peluang dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat)*, Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, Vol. 3 No. 2, 2021, hlm. 162-168

⁶³Goso & Samsul Bachri, *IMPLEMENTASI PEMBERDAYAAN USAHA EKONOMI MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, Vol. 2, No.1. pp, 2016, hlm. 1-10

Manfaat serta peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain: membuka lapangan pekerjaan sehingga memperkecil angka pengangguran, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik bruto, salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah.

Sedangkan manfaat serta peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa bagi perekonomian daerah adalah meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran di desa, pemererat rasa kebersamaan, mengembangkan potensi masyarakat, mengembangkan usaha yang telah ada sebelumnya, serta menumbuhkan rasa ingin maju.⁶⁴

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2021, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada.⁶⁵

Mengingat sifatnya yang padat karya, maka UMKM dapat secara efektif menciptakan lapangan kerja sesuai dengan tingkat kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat.⁶⁶UMKM juga telah terbukti mampu bertahan terhadap guncangan krisis ekonomi tahun 1997 dan tetap menunjukkan eksistensinya dalam perekonomian.⁶⁷

⁶⁴Riyanthi Idayu, dkk, *Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat*, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, Vol. 7, No. 1 Juni 2021

⁶⁵Haryo Limanseto, *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*, (<https://ekon.go.id>), Diakses 27 November 2022

⁶⁶S.H. Permana, *Peningkatan Produktivitas Rakyat dan Daya Saing Bangsa: Pengembangan di Sektor UMKM*, dalam buku bunga rampai dengan judul *Mewujudkan Agenda Prioritas Nawacita*, Jakarta: Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR RI bekerjasama dengan Azza Grafika, 2015, hlm.75

⁶⁷M.S. Goeltom, *Kebijakan Perbankan dalam Mendukung Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Makalah disampaikan dalam seminar nasional, diselenggarakan oleh Pimpinan Pusat Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (DPP-HIPPI), 2005

Merupakan suatu realitas yang tidak dapat dipungkiri lagi bahwa UMKM adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional.

UMKM juga merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis ekonomi, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis. Itu artinya, usaha mikro yang memiliki omset penjualan kurang dari satu milyar, dan usaha kecil memiliki omset penjualan pada kisaran satu milyar, serta usaha menengah dengan omset penjualan diatas satu milyar pertahun, memiliki peran yang sangat besar dalam proses pembangunan Perekonomian Nasional.

Beberapa alasan mendasar mengapa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung atau pilar Perekonomian Nasional⁶⁸ :

1. Bisnis UMKM tidak menuntut jenjang pendidikan yang tinggi sehingga masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah pun mampu menjadi pelaku usaha.
2. Produk barang yang disediakan oleh UMKM relatif murah. Sehingga pengeluaran konsumsi masyarakat bisa dialihkan menjadi tabungan.
3. Kreativitas para pelaku usaha UMKM dan bisnis UMKM yang sifatnya padat karya berpotensi membuka lapangan kerja yang banyak serta peningkatan penghasilan bagi pelaku usaha UMKM.
4. Pelaku usaha UMKM yang ada di Indonesia sangat banyak dan tersebar di berbagai penjuru baik di pedesaan, perkotaan maupun di daerah terpencil.
5. Bisnis UMKM yang digeluti masyarakat Indonesia kebanyakan ada disektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, fashion maupun pengolahan makanan (kuliner) yang mana produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan pokok sehari-hari sehingga menjadi salah satu asset penting pendukung pertumbuhan Perekonomian Nasional.

⁶⁸ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, Jakarta: LP3ES, 2012

6. Krisis Moneter tahun 1997-1998 mengakibatkan Indonesia mengalami inflasi berlebihan, namun bisnis UMKM masih bisa bertahan.
7. Fleksibilitas jenis usaha UMKM yang beragam dan bisnis UMKM mampu beradaptasi dengan cepat mengikuti perkembangan zaman.

D. Ekonomi Kerakyatan

1. Pengertian dan Tujuan Ekonomi Kerakyatan

Mubyarto (2006)⁶⁹ menyatakan bahwa ekonomi rakyat adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh rakyat yang secara swadaya mengelola sumberdaya yang dapat dikuasainya dan ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya dan keluarganya.

Menurut Marzuki (2015), Ekonomi Kerakyatan merupakan sistem perekonomian yang berdasar pada kedaulatan rakyat. Keikutsertaan rakyat dalam segala aktivitas ekonomi akan mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Masyarakat yang melaksanakan kegiatan ekonomi berlandaskan sistem Ekonomi Kerakyatan yaitu dengan mengelola sumber daya ekonomi yang terdapat di lingkungan sekitar secara bijak dengan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki.⁷⁰

Kegiatan ekonomi masyarakat dilakukan dengan mengandalkan kekuatan yang dimiliki untuk mengelola sumber daya yang ada disekitar dan dalam penguasaannya. Kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat dengan mengimplementasikan sistem Ekonomi Kerakyatan dapat direalisasikan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kebanyakan UMKM mengolah sumberdaya lokal yang ada di lingkungan sekitar dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan bersama.

⁶⁹Mubyarto. *Ekonomi Kerakyatan dalam Era Globalisasi*, 2006, (<http://ekonomirakyat.org>), Diakses 28 November 2022

⁷⁰Alie Marzuki, *Indikator Ekonomi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015

UMKM memiliki daya saing yang tinggi yaitu bersifat fleksibel dan memiliki produktivitas tinggi. UMKM mampu mengelola usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip dalam sistem Ekonomi Kerakyatan untuk mencapai kedaulatan rakyat dalam sektor ekonomi sesuai dengan Pasal 33 UUD RI tahun 1945.⁷¹

Kebijakan pembangunan ekonomi kerakyatan yang didukung dengan adanya peraturan dan perundang-undangan yang berlaku akan mampu mengembangkan sektor UMKM dalam upaya mewujudkan keadilan dan kesejahteraan rakyat.⁷²

Menurut Zulkarnain, ekonomi kerakyatan adalah suatu sistem ekonomi yang harus dianut sesuai dengan falsafah negara kita yang menyangkut dua aspek, yakni keadilan dan demokrasi ekonomi, serta keberpihakan kepada ekonomi rakyat.⁷³

Ekonomi rakyat dapat dipahami dari dua pendekatan yaitu:

Pertama, pendekatan kegiatan ekonomi dari pelaku ekonomi berskala kecil (perekonomian rakyat). Pemberdayaan ekonomi rakyat dalam pendekatan ini dimaksudkan sebagai pemberdayaan pelaku ekonomi skala kecil.

Kedua, pendekatan sistem ekonomi, yaitu demokrasi ekonomi atau sistem pembangunan yang demokratis (pembangunan partisipatif). Pemberdayaan ekonomi rakyat dalam pendekatan ini dimaksudkan untuk menerapkan prinsip-prinsip demokrasi dalam pembangunan. Ini berarti ekonomi rakyat merupakan suatu sistem ekonomi yang mengikutsertakan seluruh masyarakat dalam proses pembangunan sebagai penggerak pembangunan. Dengan demikian pendekatan

⁷¹Mukhtar Abdul Kader, *Peran Ukm Dan Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Di Indonesia*, JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 8(1), 2018, hlm. 15-32

⁷²Zainal Arifin Hoesein, *Peran Negara Dalam Pengembangan Sistem Ekonomi Kerakyatan menurut UUD 1945*, Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, 23(3), 2016, hlm. 503–528

⁷³Zulkarnain, *Kewirausahaan (Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dan Penduduk Miskin)*, Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2006, hlm. 98

kedua ini juga disebut sebagai ekonomi kerakyatan atau sistem ekonomi kerakyatan.⁷⁴

Menurut Mubaryo dalam bukunya yang berjudul “Reformasi Sistem Ekonomi (dari Kapitalis Menuju Ekonomi Kerakyatan)” menyatakan bahwa ekonomi kerakyatan adalah ekonomi yang demokratis yang ditujukan untuk kemakmuran rakyat kecil.⁷⁵

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat dipahami bahwa ekonomi kerakyatan adalah ekonomi kelompok masyarakat yang mengikut sertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan yang berkaitan erat dengan aspek keadilan, demokrasi ekonomi, keberpihakan pada ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme pasar yang adil dan mengikutsertakan seluruh elemen masyarakat dalam proses pembangunan, serta berperilaku adil bagi seluruh masyarakat, dengan tujuan untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Karena ekonomi kerakyatan sendiri merupakan kegiatan perekonomian atau usaha yang dilakukan oleh rakyat kebanyakan yang secara swadaya mengelola sumberdaya ekonomi yang mampu diusahakan dan kuasanya, mereka mengharapkan bisa terpenuhinya kebutuhan dasar keluarga. Usaha mereka biasanya meliputi perternakan, pertanian, perikanan, kerajinan, ataupun usaha makanan ciri khas dari daerah masing-masing. Hal ini sering kita dengar dengan sebutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Tujuan dari ekonomi kerakyatan adalah perekonomian yang dimana pelaksanaan kegiatan, pengawasannya dan hasil dari kegiatan ekonomi dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat. Ekonomi kerakyatan juga bisa diartikan sebagai suatu sistem perekonomian yang dibangun pada kekuatan ekonomi rakyat, ekonomi kerakyatan yaitu kegiatan ekonomi yang dapat memberikan kesempatan

⁷⁴A. Z. Yasin, *Petani, Usaha Kecil Dan Koperasi Berwawasan Ekonomi Kerakyatan*. Pekanbaru: UnriPress, 2002

⁷⁵ Mubaryo, *Reformasi Sistem Ekonomi: Dari Kapitalis Menuju Ekonomi Kerakyatan*, Yogyakarta: Aditya Media, 1999, hlm. 81

yang luas bagi seluruh masyarakat dalam berpartisipasi sehingga perekonomian dapat terlaksana dan berkembang dengan baik.⁷⁶

Tujuan utama ekonomi kerakyatan tidak lain untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola perekonomian mereka sendiri. Artinya, dalam sistem ekonomi kerakyatan, setiap anggota masyarakat harus diupayakan agar menjadi subjek atau pelaku perekonomian. Mereka tidak boleh diperlakukan hanya sebagai objek perekonomian.⁷⁷

2. Prinsip-prinsip Ekonomi Kerakyatan

Berdasar pada Pasal 33 UUD RI tahun 1945 Prinsip-prinsip dasar ekonomi kerakyatan yaitu:

- 1) Asas kekeluargaan menjadi dasar perekonomian,
- 2) Negara menguasai cabang produksi yang memenuhi kebutuhan rakyat banyak,
- 3) Kekayaan sumber daya alam oleh negara dikuasai dan dimanfaatkan sungguh-sungguh bagi kemakmuran dan kesejahteraan rakyat Indonesia, dan
- 4) Perekonomian didasarkan pada demokrasi ekonomi.

Keempat prinsip tersebut menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia harus dijalankan secara bersama dan dengan semangat kerja sama antara pemerintah serta masyarakat dalam memberdayakan pelaku ekonomi secara adil sehingga terwujud sistem Ekonomi Kerakyatan yang sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33.

Menurut Hapsari (2019) Prinsip-prinsip dasar Ekonomi Kerakyatan secara yuridis dalam Pasal 33 UUD 1945 adalah:

⁷⁶Sabini Sumawinata, *Politik Ekonomi Kerakyatan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004, hlm. 161

⁷⁷ Indra Ismawan, *Sukses di Era Ekonomi Liberal bagi Koperasi dan Perusahaan Kecil Menengah*, Jakarta: PT. Grasindo, 2001, hlm. 24-27

- 1) Prinsip kekeluargaan, digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan usaha oleh perusahaan milik negara, milik daerah ataupun milik swasta. Koperasi menerapkan prinsip kekeluargaan.
- 2) Prinsip keadilan, digunakan untuk memberikan keadilan kepada semua masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ekonomi.
- 3) Prinsip pemerataan pendapatan, digunakan sebagai upaya dalam menumbuhkan dan mengembangkan ekonomi dengan tidak terjadinya ketimpangan pendapatan yang besar dalam masyarakat.
- 4) Prinsip keseimbangan yaitu adanya kesamaan perlakuan antara kepentingan yang bersifat pribadi dan yang menyangkut kepentingan masyarakat. Kepentingan individu tetap diperhatikan dengan tidak mengabaikan kepentingan masyarakat.
- 5) Prinsip kerja sama atau jaringan, digunakan agar terjadi hubungan kerja sama yang baik antarpelaku ekonomi untuk memperkuat perekonomian.⁷⁸

3. Pemberdayaan Masyarakat

Konsep dari sistem Ekonomi Kerakyatan berbasis pada kedaulatan rakyat yaitu kekuatan ekonomi yang ada di tangan rakyat. Dalam prinsip demokrasi ekonomi, dapat diartikan bahwa tidak semua dikuasai rakyat tetapi pemerintah juga memiliki kewenangan terkait penyusunan kebijakan-kebijakan ekonomi dengan tujuan untuk mewujudkan keadilan sosial melalui pemberdayaan masyarakat.⁷⁹

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dalam sektor ekonomi dapat dilakukan melalui upaya memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada pada daerah-daerah di Indonesia. Sektor UMKM merupakan wujud dari sistem Ekonomi Kerakyatan yang mampu menjalankan prinsip-prinsip sistem Ekonomi Kerakyatan dalam kegiatan ekonominya. Mayoritas UMKM mengelola sumber daya alam lokal yang potensial untuk

⁷⁸Dwi Ratna Indri Hapsari, *Hukum dalam Mendorong Dinamika Pembangunan Perekonomian Nasional ditinjau dari Prinsip Ekonomi Kerakyatan*, *Legality*, 26(2), 2019, hlm. 238–251

⁷⁹Arif Firmansyah, *Penafsiran Pasal 33 UUD 1945 dalam Membangun Perekonomian Di Indonesia*, *Siyar Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 13(1), 2012, hlm. 264–288

kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pemberdayaan masyarakat harus mampu mengembangkan teknik-teknik pendidikan tertentu yang imajinatif untuk menggugah kesadaran masyarakat.

Menurut Silkhondze (1999), Orientasi pemberdayaan masyarakat haruslah membantu masyarakat agar mampu mengembangkan diri atas dasar inovasi-inovasi yang ada, ditetapkan secara partisipatoris, yang pendekatan metodenya berorientasi pada kebutuhan masyarakat sasaran dan hal-hal yang bersifat praktis, baik dalam bentuk layanan individu maupun kelompok. Peran petugas pemberdayaan masyarakat sebagai *outsider people* dapat dibedakan menjadi 3 bagian yaitu peran konsultan, peran pembimbingan dan peran penyampaian informasi.⁸⁰

Dalam melakukan pemberdayaan masyarakat secara umum dapat diwujudkan dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar pendampingan masyarakat sebagai berikut:

1. Belajar Dari Masyarakat

Prinsip yang paling mendasar adalah prinsip bahwa untuk melakukan pemberdayaan masyarakat adalah dari, oleh, dan untuk masyarakat. Ini berarti, dibangun pada pengakuan serta kepercayaan akan nilai dan relevansi pengetahuan tradisional masyarakat serta kemampuan masyarakat untuk memecahkan masalah-masalah sendiri.

2. Pendamping Sebagai Fasilitator

Masyarakat sebagai Pelaku Konsekuensi dari prinsip pertama adalah perlunya pendamping menyadari perannya sebagai fasilitator dan bukannya sebagai pelaku atau guru. Untuk itu perlu sikap rendah hati serta kesediaan belajar dari masyarakat dan menempatkan warga masyarakat sebagai narasumber utama dalam memahami keadaan masyarakat itu sendiri. Bahkan dalam

⁸⁰Wilson B. Silkhondze, "The Role of Extension in Farmer Education and Information Dissemination in Swaziland". Journal: Adult Education and Development No. 53/1999, Institute for International Cooperation of The German Adult Education Association, Bonn : 112/DW, 1999

penerapannya masyarakat dibiarkan mendominasi kegiatan. Kalaupun pada awalnya peran pendamping lebih besar, harus diusahakan agar secara bertahap peran itu bisa berkurang dengan mengalihkan prakarsa kegiatan-kegiatan pada warga masyarakat itu sendiri.

3. Saling Belajar dan Berbagi Pengalaman

Salah satu prinsip pendampingan untuk pemberdayaan masyarakat adalah pengakuan akan pengalaman dan pengetahuan lokal masyarakat. Hal ini bukanlah berarti bahwa masyarakat selamanya benar dan harus dibiarkan tidak berubah. Kenyataan objektif telah membuktikan bahwa dalam banyak hal perkembangan pengalaman dan pengetahuan lokal (bahkan tradisional) masyarakat tidak sempat mengejar perubahan-perubahan yang terjadi dan tidak lagi dapat memecahkan masalah-masalah yang berkembang.

Namun sebaliknya, telah terbukti pula bahwa pengetahuan modern dan inovasi dari luar yang diperkenalkan oleh orang luar belum tentu juga dapat memecahkan masalah mereka. Bahkan dalam beberapa hal, pengetahuan modern dan inovasi dari luar malah menciptakan masalah yang lebih besar lagi. Karenanya pengetahuan lokal masyarakat dan pengetahuan dari luar atau inovasi, harus dipilih secara arif dan saling melengkapi satu sama lain.⁸¹

Beberapa hal yang harus diperhatikan pada sistem ekonomi yang mengarah pada ekonomi kerakyatan yaitu:

- 1) Karakteristik daerah dan latar belakang keahlian mayoritas masyarakat setempat
- 2) Ekonomi berbasis rakyat yaitu kegiatan ekonomi yang sesuai dengan keahlian mayoritas masyarakat setempat
- 3) Karakteristik daerah yaitu meningkatkan nilai (value) dari potensi daerah

⁸¹Ravik Karsidi, *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK USAHA KECIL DAN MIKRO (Pengalaman Empiris di Wilayah Surakarta Jawa Tengah)*, Konsep: Jurnal Penyuluhan, Vol. 3 No. 2, September 2007

- 4) Peran pemerintah daerah yaitu mendorong tumbuhnya ekonomi rakyat melalui perbaikan sarana dan prasarana agar ekonomi rakyat tumbuh dan berkembang dengan pesat
- 5) Potensi lokal/UMKM yaitu mendorong tumbuhnya industri berbasis potensi lokal/UMKM dengan pemberdayaan pembentukan koperasi atau unit produktif.⁸²

Peran pemerintah dalam upaya menanamkan jiwa wirausaha kepada masyarakat salah satunya adalah melalui pendidikan. Adanya pendidikan di bidang kewirausahaan diharapkan masyarakat akan mampu mengenali potensi diri dan memiliki karakter kewirausahaan yang unggul. Pengenalan potensi diri dan pembentukan karakter kewirausahaan sangat mendukung keberhasilan usaha baik usaha individu, kelompok, maupun pembangunan ekonomi secara keseluruhan.⁸³

Dalam hal untuk menumbuhkan jiwa wirausaha pada masyarakat dibutuhkan beberapa aspek, yaitu:

a. Komitmen Pribadi

Jiwa wirausaha diperlukan komitmen pribadi untuk dapat mandiri, mencapai sesuatu yang diinginkan, menghindari ketergantungan pada orang lain, lebih produktif, dan memaksimalkan potensi diri. Setiap wirausahawan selalu mendeklarasikan tujuan disetiap harinya.

b. Lingkungan dan Pergaulan yang Kondusif

Lingkungan dan pergaulan seseorang sangat mempengaruhi keberhasilan wirausahawan karena ia akan berdiskusi tentang ide wirausaha, masalah-masalah yang dihadapi dan cara mengatasinya dengan lingkungan sekitarnya. Jika lingkungannya baik dan mendukung maka akan tercipta ide usaha dan pemecahan permasalahan usaha yang baik pula, begitu pula sebaliknya.

⁸²Zulkarnain, *Membangun Ekonomi Rakyat: Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2003, hlm. 98

⁸³Y. Suryana dan Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010, hlm. 18

c. Pendidikan dan Pelatihan

Pelajaran kewirausahaan yang praktis dan menarik dalam pendidikan formal maupun nonformal akan membangkitkan minat siswa untuk berwirausaha.

d. Keadaan Terpaksa

Terkadang banyak orang sukses dalam usahanya dikarenakan keadaan terpaksa. Pada awalnya tujuan berwirausaha hanya untuk memenuhi kebutuhan pokoknya saja, namun karena usahanya yang keras, tidak gampang menyerah dan berputus asa, sehingga akhirnya menjadi wirausaha yang sukses.⁸⁴

Pada sistem Ekonomi Kerakyatan, masyarakat berperan penting untuk ikut aktif berperan dalam setiap kegiatan disektor ekonomi, sedangkan pemerintah berperan dalam membentuk iklim ekonomi yang demokratis dan adil bagi perkembangan dan keberlanjutan dunia industri dan usaha. Sistem Ekonomi Kerakyatan di Indonesia yang didasarkan pada Pasal 33 UUD 1945 dan berlandas pada keadilan sosial, menyatakan bahwa semua sumber daya di Indonesia di bawah penguasaan negara dan digunakan untuk kepentingan masyarakat umum (seperti penguasaan sumber daya alam). Pengertian “dikuasai oleh negara” bermakna bahwa segala sumber kekayaan alam seperti bumi, air dan kekayaan alam yang terdapat di dalamnya digunakan secara optimal dan maksimal untuk kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Kebijakan pemerintah dibutuhkan dalam kegiatan pengurusan, pengaturan, pengelolaan, dan pengawasan penggunaan sumber kekayaan alam di Indonesia.

E. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam

Dalam islam berwirausaha bukanlah sesuatu yang asing lagi dimana nabi Muhammad SAW sendiri yang telah melakukan usaha dagang yang mencontohkan untuk selalu berlaku jujur dalam melakukan kegiatan usaha.

⁸⁴D.M. Dharmawati, *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016, hlm. 147

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam

Dalam islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan. Dapat diketahui bahwa Nabi Muhammad pada awalnya adalah seorang pedagang atau wirausaha dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat Nabi di zaman dulu merupakan para pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Manusia diciptakan oleh Allah sejatinya adalah untuk menjadi seorang khalifah di muka bumi. Menjalankan hal tersebut tentu saja membutuhkan usaha yang keras dari manusia.

Dalam ekonomi Islam UMKM merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk hidup dan beribadah, menuju kesejahteraan sosial. Perintah ini berlaku kepada semua orang tanpa membeda-bedakan pangkat, status jabatan seseorang. Dalam Al-Qur'an di jelaskan didalam Q.S. At-Taubah (09), Ayat 105:

وَقُلِ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
اِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan".*

Rasulullah SAW memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan rasul-Nya sebagai amalan yang dipertanggung jawabkan pada akhir zaman.⁸⁵

Menurut islam distribusi barang merupakan suatu pekerjaan yang banyak menguntungkan pihak-pihak yang terkait dalam bisnis usaha tersebut, distribusi barang dianjurkan dalam islam dan melarang penimbunan barang dimana tujuan

⁸⁵Syaikh Abdurahman, *Tafsir Al-Kari, Rah-Rohman, Fi Tafsir Kalam*, Durul Haq, 2016

penjual yang menimbun barang adalah untuk menaikkan harga setelah barang tersebut menjadi sedikit. Hal tersebut akan merugikan pembeli, dan apabila barang didistribusikan secara baik maka banyak menimbulkan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya, Ayat Al-qur'an yang menjelaskan tentang distribusi barang seperti Q.S. Al-Isra' Ayat 29-30:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعَدَ
 مَلُومًا مَّحْسُورًا
 إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا
 بَصِيرًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal. Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezeki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya, sesungguhnya Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya”.

Proses distribusi dalam ekonomi islam haruslah dilakukan secara benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam mendistribusikan produk harus merata agar semua konsumen dapat menikmati produk. Selain itu dalam distribusi juga tidak di perbolehkan berbuat zhalim terhadap pesaing lainnya. Prinsip ini terdapat dalam Q.S. An-Nisa' ayat 29:

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

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

Dalam surat An-Nisa' ayat 29 ini bathil adalah segala sesuatu yang tidak di halalkan syariah, seperti riba, judi, suap, korupsi dan segala yang di haramkan oleh Allah SWT.⁸⁶

Prinsip lain dari proses distribusi adalah jujur dalam melakukan distribusi wajib berlaku jujur, jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat dan tidak perna mengingkari janji. Tindakan tidak jujur selain merupakan tindakan yang berdosa, jika dilakukan dalam berbisnis juga membawa pengaruh negatif pada kehidupan pribadi dan keluarga seseorang pebisnis itu sendiri. bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan seperti itu akan mempengaruhi kehidupan masyarakat secara luas.⁸⁷

Prinsip ini terdapat dalam Q.S. Asy-Syu'ara Ayat 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ
وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Sesungguhnya Allah telah menganjurkan kepada umat manusia pada umumnya, dan para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun.

⁸⁶Veithazal Rival, *Islam Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, hlm.158

⁸⁷Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 154

2. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam

Menurut wahdino satro dalam islam, telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia, hubungannya dengan Allah, aturan main yang berhubungan dengan hukum (halal-haram) dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar seorang muslim dapat selalu menjaga prilakunya dan tidak terjerumus ke dalam kesesatan. Berikut adalah karakteristik Usaha Mikro menurut perspektif Islam:

1) Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadunaqdiyyun*)

Ekonomi islam pada dasarnya terbit atau lahir sebagai ekspresi dari akidah islamiyah (al-aqidah al-islamiyyah) yang didalamnya akan dimintakan pertanggung jawaban terhadap akidah yang di yakini.

2) Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan/ilahiyah (*nizhamun rabbaniyyun*)

Dasar-dasar pengaturannya tidak bersumber dari manusia, akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan AS-sunnah.

3) Berkarakter *ta'abbudi* (*thabi'abbudiyun*)

Mengingat usaha Mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdasarkan ketuhanan (nizam rabbani).

4) Terkait erat dengan akhlak (*murtabhun bil-alhlaq*)

Islam tidak pernah memisahkan antara akhlak dan ekonomi, juga tidak pernah meletakkan pembangunan ekonomi tanpa akhlak.

5) Fleksibel/Elastic (*al-murunah*)

Al-murunah didasarkan pada kenyataan bahwa baik Al-Qur'an maupun al-hadist, keduanya dijadikan sebagai sumber aturan dalam melakukan aktivitas ekonomi.

6) Objektif (*al-maudhu 'iyyah*)

Islam mengajarkan umat supaya berlaku dan bertindak objektif dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.

7) Realistis (*al-waqi 'iyyah*)

Artinya sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus pada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita dan tindakan penuh dengan kejujuran.

8) Harta kekayaan itu pada hakekatnya adalah milik Allah SWT

Dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan orang terhadap harta kekayaan (*al-amuwal*) tidaklah bersifat mutlak. Harta yang kita miliki pada hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT dan Ada hak orang lain yang harus kita berikan, misalnya dengan cara bersedekah, infak dan berzakat.

9) Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdamal-mal*).⁸⁸

Ajaran Islam yang *rahmatan lil'alamin* tentunya akan melahirkan sistem perekonomian yang *rahmatan lil'alamin* pula. Menurut (Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, 2014). Karakteristik ekonomi Islam antara lain:

1. *Rabbaniyah Mashdar* (bersumber dari Allah)

Ekonomi Islam merupakan ajaran yang bersumber dari Allah Swt. dimana kegiatan ekonomi yang diajarkan adalah bertujuan untuk memperkecil kesenjangan diantara masyarakat sehingga umat manusia bisa bisa hidup dalam kesejahteraan di dunia dan akhirat.

⁸⁸ Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam*, Jakarta: PT Dwi Chandra Wacan, 2001, hlm. 52

2. *Rabbaniyah al-Hadf* (bertujuan untuk Allah)

Ekonomi Islam juga bertujuan kepada Allah Swt. sehingga segala aktivitas ekonomi merupakan suatu ibadah yang diwujudkan dalam hubungan antar manusia untuk membina hubungan dengan Allah. Islam mensyariatkan agar selalu beraktivitas ekonomi sesuai dengan ketentuan Allah, tidak mendzalimi orang lain dan bertujuan memberikan kemaslahatan bagi semua manusia.

3. *Al-Raqabah al-Mazdujah* (kontrol didalam dan diluar)

Ekonomi islam menyertakan pengawasan yang melekat bagi semua manusia yang dimulai dari diri masing-masing sebagai leader (khalifah) bagi dirinya sendiri. Pengawasan selanjutnya yaitu dari luar yang melibatkan institusi, lembaga ataupun seorang pengawas.

4. *Al-Jam'u bayna al-tsabat wa al-murunah* (penggabungan antara yang tetap dan yang lunak).

Islam membolehkan manusia untuk beraktivitas ekonomi sebebas-bebasnya selama tidak bertentangan dengan larangan yang sudah ditetapkan, yang sebagian besar berakibat pada kerugian orang lain.

5. *Al-Tawazun bayna al-maslahah al-fard wa al-jama'ah* (keseimbangan antara kemaslahatan individu dan masyarakat)

Segala aktivitas yang diusahakan dalam ekonomi Islam bertujuan untuk membangun harmonisasi kehidupan sehingga kesejahteraan masyarakat bisa tercapai yang berawal dari ketercapaian kesejahteraan masing-masing individu dalam suatu golongan masyarakat.

6. *Al-Tawazun bayna al-madiyah wa al-rukhiyah* (keseimbangan antara materi dan spiritual)

Islam memotivasi manusia untuk mencari rezeki serta memanfaatkannya sesuai kebutuhan dan bukan untuk berlebih-lebihan dalam rangka mendekatkan

diri kepada Allah Swt. karena Allah menyandingkan seseorang yang berperilaku berlebih-lebihan (mubadzir) dengan setan sebagai saudaranya.

7. *Al-Waqi'iyah* (realistis)

Ekonomi Islam mendorong tumbuhnya usaha kecil dalam masyarakat serta dapat mengadopsi segala sistem yang ada dengan menghilangkan unsur keharaman yang ada di dalamnya.

8. *Al-Alamiyyah* (universal)

Ekonomi Islam merupakan ajaran universal yang dapat dipraktekkan oleh siapapun dan dimana pun memiliki tujuan win-win solution yang dapat dideteksi dengan tersebarnya kemaslahatan diantara manusia dan meniadakan kerusakan di muka bumi.⁸⁹

3. Produksi Menurut Perspektif Islam

Menurut Siddiqi produksi dalam pandangan islam adalah kegiatan produksi sebagai penyediaan barang atau jasa yang memperhatikan nilai keadilan dan kemanfaatan atau *maslahah* bagi konsumen (masyarakat). Dalam pandangannya, sepanjang seorang produsen telah bertindak adil serta membawa kemaslahatan bagi semua pihak maka ia telah bertindak sebagai produsen Islami.⁹⁰

Produksi dalam pandangan Islam harus mewujudkan fungsi sosial. Fungsi sosial dapat dicapai dengan kegiatan produksi harus surplus untuk mencukupi

⁸⁹Fauzia, dkk, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014

⁹⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014, hlm. 231

keperluan konsumtif dan meraih keuntungan finansial, sehingga dapat berkontribusi bagi kehidupan sosial.⁹¹

Allah SWT berfirman dalam Q.S.Al-Qashash ayat 73 yang memerintahkan umat Islam agar bekerja keras.⁹²

وَمِنْ رَحْمَتِهِ جَعَلَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ لِتَسْكُنُوا فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ
فَضْلِهِ وَلِعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Dan karena rahmat-Nya, Dia jadikan untukmu malam dan siang, supaya kamu beristirahat pada malam itu dan supaya kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya (pada siang hari) dan agar kamu bersyukur kepada-Nya”.

Dilihat dari manfaat aktivitas produksi dalam ekonomi Islam terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi yaitu:

- a) Dibenarkan dalam syariat Islam (sejalan dengan ketentuan al-Qur’an dan hadits Nabi, serta *ijma’* dan *qiyas*)
- b) Tidak mengandung unsur mudharat bagi orang lain
- c) Keluasan cakupan manfaat dalam ekonomi Islam yakni manfaat dunia dan akhirat.

Produksi dalam Islam memiliki lima prinsip yang harus dipegang oleh pelaku produksi, diantaranya: prinsip tauhid (prinsip ketuhanan), prinsip kemanusiaan, prinsip keadilan, prinsip kebajikan, prinsip kebebasan dan tanggung jawab.⁹³

⁹¹Havis Aravik, *EKONOMI ISLAM Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*, Malang: Empatdua, 2016, hlm. 103

⁹²Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014, hlm. 111

⁹³Havis Aravik, *EKONOMI ISLAM Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*, Malang: Empatdua, 2016, hlm. 105

Produksi dalam Islam memiliki kaidah-kaidah yang harus dipenuhi guna kemaslahatan manusia, kaidah-kaidah tersebut diantaranya:

1. Setiap tahapan produksi baik barang maupun jasa haruslah memproduksi yang halal.
2. Mencegah kerusakan di bumi seperti membatasi polusi, memelihara keserasian, serta menjaga ketersediaan sumber daya alam.
3. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran, kebutuhan yang harus dipenuhi harus berdasarkan prioritas yaitu terkait dengan kebutuhan tegaknya agama atau akidah, terpeliharanya nyawa, akal dan keturunan/ kehormatan, dan untuk kemakmuran secara material.
4. Produksi dalam Islam bertujuan untuk kemandirian umat. Guna terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material hendaknya manusia memiliki kemampuan, keahlian, dan prasarana.
5. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia baik kualitas spiritual, mental dan fisik. Kualitas spiritual terkait kesadaran rohani yang mana kualitas rohaniah merupakan unsur penting dalam produksi Islami. Kualitas mental mencakup etos kerja dan kreatifitas, serta kekuatan fisik seperti kesehatan, efisiensi, dan sebagainya.⁹⁴

Dalam pemahaman strategis syariah selalu berlandaskan pada ketentuan syariah. Berikut merupakan ketentuan produksi yang sesuai syariah dan dicontohkan oleh Rasulullah SAW:

a. Menjalankan usaha dengan sikap/cara yang baik (*Do the things right*)

Bisnis hendaknya menghindari persaingan tidak sehat, sikap tamak dan ingin menguasai (monopoli), saling mematikan pesaing, bahkan dengan menghalalkan segala cara agar dirinya muncul sebagai pemenang. Karena rezeki

⁹⁴ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam Edisi Pertama*, Depok: Kencana, 2006, hlm. 111-112

manusia memang sudah ditentukan Allah SWT. Jadi tidak perlu dilakukan dengan cara yang tidak benar dan jauh dari ketentuan syariah.

b. Menjalankan usaha yang baik dan benar (*Do the right things*)

Hendaknya menjalankan bisnis dan usaha yang baik produknya, halal, dan bermanfaat buat kemaslahatan banyak orang. Produk tersebut dijalankan dengan prinsip dan tata kelola yang baik, transparan, jujur, dan benar. Rasulullah SAW menekankan pentingnya menjalankan usaha yang baik dan perdagangan yang jujur.

c. Lebih mengutamakan produktivitas

Strategi produksi dalam Islam dalam mengutamakan proses perubahan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) yang lebih bernilai atau lebih bermanfaat.⁹⁵

Prinsip-prinsip Produksi dalam Islam:

Allah memberikan arahan mengenai prinsip-prinsip dalam berproduksi, yaitu sebagai berikut:

a. Motivasi berdasarkan keimanan

Aktivitas produksi yang dijalankan oleh seorang muslim yang berkaitan dengan motivasi keimanan dan keyakinan prositif yaitu dengan semata-mata untuk mendapatkan ridho dari Allah SWT dan balasan di akhirat. Sehingga dalam berproduksi akan menjunjung tinggi prinsip kejujuran, amanah, dan kebersamaan. Prinsip ini menolak prinsip individualisme, curang, berkhianat. Allah SWT berfirman dalam surat Az-Zukhruf Ayat 32:

⁹⁵Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah*, 110

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ
الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا
سُخْرِيًّا ۗ وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan Kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebagian yang lain beberapa derajat, agar sebagian mereka dapat mempergunakan sebagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.”

Berdasarkan surat Az-Zukhruf Ayat 32 menunjukkan bahwa tujuan pengusaha muslim tidak semata-mata mencari keuntungan maksimum, melainkan kepuasan terhadap pencapaian tingkat keuntungan dalam memproduksi dan bukan lahir dari aktivitas produksi yang curang, serta keuntungan sudah merupakan keuntungan dari Allah SWT sehingga keuntungan tersebut dicapai dengan mengamalkan prinsip-prinsip Islam dan mendapat ridho dari Allah SWT.

b. Produksi berdasarkan azaz manfaat dan maslahat

Produksi bagi seorang muslim tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga seberapa penting manfaat keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat.

Seperti pada firman Allah SWT :

QS. Az-Zariyat Ayat 19:

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.”

QS. Al-Ma'arij Ayat 24-25:

وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ
لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu. Bagi orang (miskin) yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak mau meminta)”.

Pemilik perusahaan muslim akan menjadikan obyek utama proses produksi sebagai memperbesar sedekah. Perusahaan yang Islam percaya bahwa pengeluaran untuk sedekah merupakan sarana untuk memuaskan keinginan Tuhan, dan akan mendatangkan keberuntungan terhadap perusahaan, seperti meningkatnya pendapatan perusahaan.

c. Mengoptimalkan kemampuan akal

Seorang muslim harus menggunakan kemampuan akalnya dan profesionalitas dalam mengelola sumber daya. Karena faktor produksi sifatnya tidak terbatas, manusia perlu berusaha mengoptimalkan kemampuan yang telah Allah berikan. Allah SWT Berfirman dalam surat Ar-Rahman Ayat 33:

يَا مَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ
السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانفُذُوا ۚ لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ

Artinya: “Hai jama'ah jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya kecuali dengan kekuatan”.

Beberapa ahli menafsirkan kata “kekuatan” dengan akal pikiran. Sehingga, ketika berproduksi seorang pengusaha muslim tidak perlu pesimis bahwa Allah SWT tidak akan memberikan rezekinya kepadanya, karena bagi seorang yang beriman Allahlah yang maha pemberi rezeki.

d. Adanya sikap keberimbangan (*tawazun*)

Islam memerintahkan adanya sikap keberimbangan antara kepentingan umum dan kepentingan khusus dalam kegiatan produksi. Produksi bisa menjadi haram apabila produk yang dihasilkan akan membahayakan masyarakat mengingat ada pihak yang dirugikan. Produk yang seperti ini hanya memberikan dampak ketidak seimbangan dan kegoncangan bagi aktivitas ekonomi secara umum akibatnya misi *rahmatan lil'alam* dalam ekonomi Islam tidak tercapai.

e. Harus optimis

Produsen muslim harus yakin apabila kegiatannya sudah sesuai ajaran Islam maka tidak akan membuat hidupnya kesulitan. Allah SWT menjamin rezekinya dan telah menyediakan keperluan hidup seluruh makhluknya termasuk manusia.

f. Menghindari praktek produksi yang haram

Produsen muslim haruslah menghindarkan praktek produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap, dan spekulasi. Sebagaimana Allah berfirman dalam surat Al-Maidah Ayat 90:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ
مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.

Tujuan Produksi Dalam Islam

Tujuan utama produksi bukan hanya tujuan untuk meraih keuntungan yang hanya tujuan jangka pendek, namun tujuan produksi dalam Islam merupakan

tujuan jangka panjang yakni tujuan ukhrawi, hal ini karena manusia diciptakan untuk beribadah kepada Allah. Produksi dalam Islam bertujuan untuk meningkatkan kemaslahatan yang dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk kegiatan, diantaranya:

a. Pemenuhan kebutuhan manusia tingkat moderat

Tujuan produksi untuk pemenuhan kebutuhan manusia tingkat moderat memiliki dua implikasi yaitu produsen hanya menghasilkan barang yang memiliki manfaat riil bagi kehidupan dan tidak hanya memberikan kepuasan maksimum saja, produsen memproduksi hanya sebatas kebutuhan yang wajar tidak akan berlebihan.

b. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya

Produsen agar dapat menemukan kebutuhan masyarakat dan memenuhinya haruslah menjadi produsen yang kreatif, inovatif, dan proaktif.

c. Menyiapkan persediaan barang dan jasa dimasa depan

Sikap proaktif produsen harus dapat berfikir jauh ke depan, yakni harus mampu menghasilkan barang atau jasa yang bermanfaat dikehidupan mendatang, menyadari bahwa sumber daya ekonomi juga diperuntukkan untuk manusia generasi mendatang tidak hanya manusia yang hidup di masa sekarang.

d. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah

Tujuan terakhir dari produksi yaitu pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah yang mana produksi dalam Islam memiliki tujuan untuk mendapatkan berkah disetiap usahanya.⁹⁶

⁹⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, hlm. 235

4. Distribusi Pemasaran Menurut Perspektif Islam

Yusanto dan widjajakusuma mengatakan bahwa dalam menggagas bisnis Islami haruslah memperhatikan implementasi syariat pada *marketing mix*. *Marketing mix* atau Bauran Pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya pada pasar yang menjadisasaran. Implementasi syariat dapat diterapkan dalam variabel-variabel marketing mix yakni *product, price, place, dan promotion*.⁹⁷

Berkaitan dengan bauran pemasaran konvensional, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni "Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha" yang berarti bahwa pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.⁹⁸ Berikut adalah *marketing mix* dalam perspektif syariah, yakni:

a. Produk (*Product*)

Kotler dan Keller mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.⁹⁹

Namun, jika ditinjau dari perspektif Syariah, Islam memiliki batasan tertentu yang lebih spesifik mengenai definisi produk. Menurut Al Muslih, ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk.¹⁰⁰ Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/ takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik, produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dan dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

⁹⁷Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hlm. 170

⁹⁸Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. MizanPustaka, 2008, hlm. 27

⁹⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2, Jakarta:Erlangga, 2009, hlm. 358

¹⁰⁰Al-Muslih Abdullah & Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Jakarta: Daarul Haq, 2004, hlm. 380

”Jika barang itu rusak katakanlah rusak, jangan engkau sembunyikan. Jika barang itu murah, jangan engkau katakan mahal. Jika barang ini jelek katakanlah jelek, jangan engkau katakan bagus”. (HR. Tirmidzi).

Hadits tersebut juga didukung hadits riwayat Ibnu Majah dan Ibnu Hambal, *”Tidak dihalalkan bagi seorang muslim menjual barang yang cacat, kecuali ia memberitahukannya”.*

Pernyataan lebih tegas disebutkan dalam Q.S. Al-Muthaffifin Ayat: 1-3,

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ
الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: *”Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”*

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan. Persyaratan mutlak yang juga harus ada dalam sebuah produk adalah harus memenuhi kriteria halal.

Ayat lain yang menguatkan yaitu:

QS. Al-Mu'minin Ayat: 51

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا ۗ إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ
عَلِيمٌ

Artinya: “Hai Rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang saleh. Sesungguhnya aku Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

QS. An-Nahl Ayat: 116

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِنُفْتَرُوا
عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۗ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara Dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah Tiadalah beruntung”.

b. Harga (Price)

Definisi harga menurut Kotler adalah Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. *Price* merupakan isu kunci dari *marketing mix*,¹⁰¹Karena harga digunakan untuk mengartikan kualitas sebelum konsumen mendapatkan pengalaman membeli. Kotler mengatakan harga (*price*)

¹⁰¹O.C Ferrel and D. Harline, *Marketing Strategy*, South Western: Thomson Corporation, 2005, hlm. 181

adalah satu-satunya elemen dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lain hanya menghasilkan biaya.¹⁰²

Kotler dan Keller mengklasifikasikan harga meliputi daftar harga diskon, periode pembayaran, dan syarat kredit.¹⁰³ Menurut Yusanto dan Widjajakusuma terhadap pelanggan, harga akan disajikan secara kompetitif. Senada dengan pendapat itu, Arifin menjelaskan bahwa harga harus benar-benar kompetitif, antara pebisnis satu dengan yang lainnya. Islam sependapat dengan penentuan harga yang kompetitif.¹⁰⁴

Dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lain. Islam memperbolehkan pebisnis untuk mengambil keuntungan. Karena pada hakekatnya tujuan dari berbisnis adalah mencari profit atau keuntungan. Tetapi, dalam mengambil keuntungan jangan berlebihan. Karena, jika harga barang yang ditetapkan adalah harga wajar, maka pebisnis akan unggul dalam permintaan dari segi jumlah barang, Dengan kata lain, pebisnis mendapat keuntungan dari banyak jumlah barang yang terjual, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan dan rezekinya bertambah berkah.¹⁰⁵

Islam menganjurkan dalam penentuan harga bahwa harga harus sesuai dengan kondisi atau keadaan barang yang diperjual belikan. Pada masa Nabi, Nabi Muhammad SAW pernah marah ketika melihat ada pedagang jagung yang menyembunyikan jagung yang masih basah diletakkan dibawah jagung yang sudah kering, dan pedagang tersebut menjual jagung dengan harga yang tinggi. Seperti yang tersirat dalam Hadis, Nabi SAW mengatakan:

¹⁰²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003, hlm. 470

¹⁰³Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran I*, Edisi ketigabelas, Jakarta: Erlangga, 2009, hlm. 63

¹⁰⁴Zainal Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009, hlm. 107

¹⁰⁵Abu Hamid & Al Ghazali, *al- Mustashfa fi'ilm al Ushul*, Beirut al-Kutub al- Ilmiyah,1983, hlm.308

“Mengapa tidak engkau letakkan yang kebasahan itu diatas bahan makanan itu, sehingga orang-orang dapat mengetahui keadaannya. Barang siapa menipu, maka ia bukanlah masuk golongan kita”. (HR. Muslim).¹⁰⁶

Hadis tersebut menerangkan bahwa jika benar barang tersebut bagus, wajarlah kalau harganya itu mahal. Tetapi jika kualitas dari barang tersebut jelek, maka hendaknya menjualnya dengan harga yang murah karena sesuai dari kualitas barang tersebut. Nabi SAW selalu mengajarkan dalam penetapan harga harus memperhatikan penetapan harga yang baik. Barang yang berkualitas baik dijual dengan harga yang bagus. Kemudian barang yang memiliki kualitas rendah dijual dengan harga yang rendah juga. Tidak layak jika barang yang memiliki kualitas rendah dijual dengan harga yang mahal karena akan merugikan salah satu pihak.

Nabi SAW juga melarang jual beli *najasy*. Transaksi jual beli *najasy* diharamkan atau dilarang karena penjual meminta orang lain memuji barang dagangannya dan menawar barang dagangannya dengan harga yang tinggi supaya para konsumen lain itu tertarik perhatiannya untuk membeli barang dagangannya. Padahal dalam kenyataannya, penawar tersebut tidak benar-benar bermaksud untuk membeli barang dagangan itu. Penawar hanya menipu konsumen lain yang hendak ingin membeli barang. Penawar tersebut sebelumnya telah mengadakan perjanjian kesepakatan dengan penjual dengan berpura-pura untuk membeli barang dagangan dengan harga yang tinggi supaya ada pembeli atau konsumen lain yang sesungguhnya ingin membeli barang tersebut. Hal itu mengakibatkan terjadi permintaan palsu (*false demand*) dan dilarang oleh Nabi SAW karena termasuk penipuan.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Abu Hamid & Al Ghazali, *al- Mustashfa fi'ilm al Ushul*, Beirut al-Kutub al- Ilmiyah, 1983, hlm.298

¹⁰⁷ Adiwarmarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ketiga, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm. 182

c. Promosi (*Promotion*)

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang.¹⁰⁸ Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar.

Promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk.¹⁰⁹ Pada dasarnya promosi adalah alat untuk menginformasikan, menawarkan dan menjual produk atau jasa.

Promosi apabila kita tinjau dari perspektif Islam haruslah sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Pada zaman nabi, Nabi Muhammad SAW juga menggunakan promosi dalam perdagangan. Prinsip-prinsip yang digunakan Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Konsepnya tidak terlepas dari nilai-nilai moralitas dan sesuai dengan etika serta estetika keislaman.

Islam melarang keras berbisnis dengan melakukan cara penipuan, berbohong dan juga ingkar janji. Maka dari itu, dalam melakukan kegiatan promosi pebisnis muslim harus meninggalkan tindakan kebohongan, kecurangan, janji palsu, dan publikasi produk yang menghalalkan segala macam cara.

Hal-hal yang harus dilakukan dalam melakukan promosi menurut islam:

1. Jangan mudah mengobral sumpah

Dalam berpromosi atau beriklan jangan mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bias ditepati. Dari Abu Qotadah Al Anshori, Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

¹⁰⁸Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional ,*Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, hlm. 898

¹⁰⁹Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003, hlm. 299

Artinya: “Dari Abu Qotadah Al-Anshori, bahwasanya ia mendengar Rasulullah SAW bersabda: Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan (keberkahan)”. (HR. Tirmizi).

Mengucap sumpah secara berlebihan itu dilarang dalam etika promosi Islam, mengobral sumpah yang tidak sesuai dengan kenyataan dapat merusak nilai-nilai Islami. Sebab dewasa ini banyak perusahaan yang berpromosi dengan melebih-lebihkan dalam berkata melalui iklan dan tidak sesuai dengan keadaan barang yang sebenarnya. Allah SWT dan Rasul Nya telah membuat pedoman aturan dan larangan mengenai masalah tersebut.¹¹⁰

2. Jujur

Kejujuran adalah buah dari keimanan, sebagai ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para Nabi. Tanpa kejujuran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, kebohongan dan kedustaan adalah bagian daripada sikap orang munafik.¹¹¹

Pentingnya faktor kejujuran dalam perilaku ekonomi hingga Allah menempatkan kejujuran sebagai karakter pedagang yang membawanya kepada derajat yang dangat tinggi di hadapan Allah. Rasulullah SAW bersabda:

Artinya: “Dari Abu Sa’id Radhiyallahu Anhu, bahwasanya Rasalullah SAW berabda, pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (Shidiqin), dan para Syuhada”. (HR. Tirmizi).¹¹²

Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kezaliman serta dapat menimbulkan permusuhan, percekcoakan dan kebencian.¹¹³

¹¹⁰Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007, hlm. 322

¹¹¹Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006, hlm. 45

¹¹²Al-Imam Muslim, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim Jilid I, II, III, IV*, Jakarta: Klang Book Centre, 2007, hlm. 324

3. Menjaga agar selalu memenuhi akad-akad dan janji yang telah disepakati diantara kedua belah pihak (Penjual dan pembeli)

Allah SWT Berfirman dalam Q.S. Al-Maidah: 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu...”¹¹⁴

4. Menghindari melakukan promosi palsu

Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan *sharia compliance* yang merefleksikan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam Islam.¹¹⁵

Berbagai iklan di media televisi atau dipajang di media cetak, media sosial, lewat radio ataupun promosi secara langsung, sering kali memberikan keterangan palsu. Model promosi tersebut melanggar akhlaqul karimah. Islam sebagai agama yang menyeluruh, mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses marketing atau promosi, jual beli harus berdasarkan etika Islam.

Rasulullah SAW adalah suri tauladan untuk umat pengikut-Nya. Beliau telah mencontohkan perilaku yang baik dalam setiap melakukan transaksi bisnis.

¹¹³Ali Hasan, *Marketing dan Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hlm. 25

¹¹⁴Departemen Agama RI, *Al Qur'an Al Karim dan Terjemahannya*, Semarang: PT. Karya Toha Putra, 1995, hlm. 156

¹¹⁵Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Ibid.*, hlm. 178

Rasulullah melakukan transaksi bisnis dengan jujur, adil dan tidak membuat pelanggannya itu mengeluh dan kecewa. Selalu tepat janji dan mengantarkan barang dagangan sesuai dengan standar kualitas permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang jujur, telah tertanam dengan baik sejak muda. Beliau selalu memperlihatkan rasa tanggung jawab terhadap setiap transaksi yang dilakukan dalam usahanya.¹¹⁶

Beliau membuktikan bahwa dengan bermodalkan kejujuran dan integritas diri yang baik, cukup bagi seseorang untuk menjadi wirausahawan yang disenangi dan berhasil.

Ada sembilan etika seorang pemasar (marketer), dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dalam perspektif islam, yaitu:

1) Memiliki kepribadian spiritual (*takwa*)

Seorang pedagang dalam menjalankan bisnisnya harus di landasi sikap *takwa* dengan selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktifitas mereka.

2) Berperilaku baik dan simpatik (*Shidiq*)

Berperilaku baik, sopan dan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Al-quran juga mengharuskan pengikutnya untuk berlaku sopan disetiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan siapapun.

3) Berperilaku adil dalam bisnis (*Al-Adl*)

Allah SWT cinta kepada manusia yang berbuat adil dan benci kepada manusia yang melakukan kezaliman, Islam mengharamkan dan melarang perbuatan bisnis yang Dzalim dan menganjurkan untuk selalu berbuat adil dan teraplikasi ketika melakukan hubungan bisnis dan perjanjian kontrak bisnis. Dan dalam berbisnis juga tidak membedakan, serta adil dalam memperlakukan semua konsumen atau pembeli dengan perlakuan yang sama.

¹¹⁶Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Ibid.*, hlm. 43

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama seorang pemasar. Seperti: sikap ramah, santun, sopan, rendah hati dan menyenangkan. Pebisnis muslim dianjurkan untuk ramah, bermurah hati, sopan, dan bersahabat ketika berhubungan atau bertransaksi dengan mitra bisnis. Bisnis akan berkembang dan maju apabila ditunjang atau didukung dengan melakukan pelayanan yang baik. Misal saat bertransaksi dengan pelanggan dengan melakukan senyuman, keramahan, maka akan berdampak pada loyalitas pelanggan menjadi meningkat sehingga berdampak juga pada bisnisnya.

5) Menepati janji dan tidak melakukan kecurangan

Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati, menyerahkan barang sesuai kualitas dan kuantitas yang disepakati.

Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq. Terlebih di era informasi yang terbuka dan cepat seperti sekarang ini mengingkari janji dalam dunia bisnis sama halnya dengan menggali kubur bagi bisnisnya sendiri. Karena dalam waktu singkat para rekan bisnis akan mencari mitra kerja yang dapat dipercaya.

6) Jujur dan terpercaya (*Amanah*)

Dengan sikap kejujuran seorang pedagang akan dipercaya oleh para pembelinya akan tetapi bila pedagang tidak jujur maka pembeli enggan membeli barang dagangannya. Tidak diragukan bahwasannya ketidakjujuran adalah sikap bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan pada orang lain.

7) Tidak suka berburuk sangka (*Su'uzh-zhann*)

Saling menghormati satu sama lain adalah ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus di Implementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak

boleh pengusaha suka berburuk sangka ke pengusaha lain hanya untuk persaingan bisnis.

8) Tidak suka menjelek-jelekan (*Ghibah*)

Sebagai seorang pebisnis hendaknya menghindari *Ghibah* karena merupakan sikap tercela yang dilarang islam, *ghibah* adalah membicarakan keburukan orang lain dibelakang orang yang sedang dibicarakan.

9) Tidak melakukan sogok (*Riswah*)

Dalam islam, menyuap (*Riswah*) hukumnya haram dan menyuap termasuk kedalam kategori memakan harta orang lain dengan cara bathil. Islam tidak saja mengharamkan penyipuan melainkan juga mengancam kedua belah pihak yang terlibat.¹¹⁷

d. Tempat (*Place*)

Seorang pebisnis muslim tidak akan melakukan tindakan kedzaliman terhadap pesaing lain, seperti suap untuk melicinkan saluran pasarannya.¹¹⁸

Dalam menentukan bauran pemasaran (*marketing-mix*), hendaknya didasarkan pada prinsip kejujuran dan keadilan. Diantara perbedaan bisnis Islam dan non-Islam terdapat pada pedoman aturan yang halal dan haram, maka dalam menjalankan strategi itu harus benar-benar memperhatikan dan hati-hati.¹¹⁹

Rasulullah SAW melarang dalam transaksi jual beli itu adanya pemotongan jalur distribusi yang dimaksudkan agar bisa dibeli dengan harga yang murah, Rasulullah SAW bersabda:

“Rasulullah SAW melarang penghadangan rukban serta melarang pula berlomba-lomba menaikkan penawaran”. (H.R. Bukhari dan Muslim).

Menghadang rukban, maksudnya adalah menghadang penjual yang biasanya di negara Arab membawa dagangan dari daerahnya masing-masing menggunakan kendaraan onta dan sejenisnya menuju pasar, tetapi sebelum sampai

¹¹⁷Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Ibid.*, hlm. 104

¹¹⁸Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hlm. 170

¹¹⁹Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Ibid.*, hlm. 22

di pasar penjual tersebut dihadap di jalan kemudian meminta agar barang dagangan tersebut diturunkan dan membelinya dengan jumlah harga yang murah.¹²⁰ Dikarenakan, para pembeli yang menghadang tadi akan memberikan informasi bohong atau palsu ke penjual yang dihadap terkait harga yang sebenarnya di pasaran. Tujuannya untuk mendapatkan barang dagangan dengan harga yang murah.

Tujuan dari fungsi distribusi adalah mempercepat sampainya barang ditangan konsumen atau pasar pada saat yang tepat. Kebijakan distribusi setidaknya harus memenuhi tiga kriteria yaitu:

Pertama, yaitu ketepatan dan kecepatan waktu tiba di tangan konsumen.

Kedua, keamanan yang terjagadari kerusakan.

Ketiga, sarana kompetisi dalam memberikan kecepatan dan ketepatan memenuhi kebutuhan konsumen.

Oleh karena itu, Islam melarang adanya ikhtikar (penimbunan), sebab ikhtikar akan menyebabkan berhentinya saluran distribusi yang mengakibatkan kelangkaan sehingga harga barang tersebut akan meningkat.¹²¹

Larangan ikhtikar didasari hadits yang menyebutkan bahwa:

“Tidaklah orang melakukan ikhtikar itu kecuali ia berdosa”. (HR. Muslim, Ahmad, dan Abu Dawud).

F. Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam

Pandangan atau perspektif Islam tentang kesejahteraan tidak hanya tercukupinya kebutuhan jasmaniyah saja tetapi juga tercukupinya kebutuhan rohaniyah. kesejahteraan menurut islam itu sangat penting karena kesejahteraan adalah tujuan hidup manusia itu sendiri dalam menggapai kehidupan yang menuju kesejahteraan *Fiddunya Wal Akhirah* (di dunia dan di akhirat).

¹²⁰M. Al Ghazali, *Akhlaq Seorang Muslim*, Semarang: CV. Adi Grafika, 1993, hlm. 305

¹²¹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga*, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2007, hlm. 153

1. Pengertian Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam

Menurut Mannan bahwa kesejahteraan itu berkaitan erat dengan proses kegiatan produksi. Mannan berpendapat bahwa prinsip yang harus diperhatikan saat proses produksi yaitu kesejahteraan ekonomi. Konsep atau prinsip kesejahteraan ekonomi islam terdiri dari beberapa hal seperti: terpenuhinya kebutuhan secara maksimal dengan usaha yang minimal dalam hal konsumsi tetapi tetap berpegang atau berpedoman pada nilai-nilai keislaman dan bertambahnya penghasilan.¹²²

Menurut Faturocman Kesejahteraan adalah perasaan aman, sentosa, makmur, damai, selamat dari segala macam ancaman kemungkaran, dan sebagainya. Sejahtera juga dapat diartikan sebagai Falaah yaitu kesuksesan, kemuliaan dan kemenangan dalam hidup kehidupan mulia dan kesejahteraan dunia dan akhirat, dapat diwujudkan dengan memenuhi kebutuhan hidup manusia dengan seimbang yang memberikan dampak yang disebut masalah yaitu segala bentuk keadaan baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang mulia.¹²³

Kesejahteraan juga dapat diartikan yakni jika seorang masyarakat yang hidupnya merasa kebutuhannya terpenuhi atau merasa senang dapat diartikan hidupnya merasa bahagia dan tidak dalam keadaan bahaya.

Kesejahteraan bisa terwujud, apabila pemerintah itu ikut andil berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat baik itu kebutuhan yang bersifat primer, kebutuhan sekunder ataupun tersier. Pemerintah juga harus dapat memastikan jika upaya yang hendak dilakukan tidak bertentangan dengan Nilai-nilai islam sehingga kehidupan masyarakat pada umumnya menjadi sejahtera.¹²⁴

Menurut Al-Ghazali kesejahteraan merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup (*al-iktisah*) dan

¹²²Wibowo Sukarno & Supriadi Dedi, *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: CV. Pustaka Setia, 2013, hlm. 249

¹²³Faturocman, *Kesejahteraan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, hlm. 103

¹²⁴Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2015, hlm.63

bertujuan membawa dunia ke dalam gerbang kemaslahatan untuk menuju kehidupan akhirat yang kekal.¹²⁵

Islam berpandangan bahwa kesejahteraan komprehensif dalam hidup yaitu:

1. Kesejahteraan holistik (kesatuan utuh) dan seimbang, adalah terpenuhinya materi serta didukung tercukupinya kebutuhan spiritual yang mencakup individu maupun sosial. Manusia terdiri atas dua unsur yaitu fisik dan jiwa, oleh karenanya kebahagiaan itu harus seimbang diantara kedua unsur tersebut.
2. Kesejahteraan di dunia dan juga di akhirat (*Fiddunya Wal Akhirah*), Manusia tidak hanya hidup di dunia saja melainkan hidup di akhirat juga. Maka tercukupinya materi di dunia ini bertujuan juga untuk memperoleh kecukupan kehidupan di akhirat. Jika kondisi tersebut tidak bisa tercapai maka kesejahteraan kehidupan diakhirat harus lebih diutamakan, karena merupakan kehidupan yang kekal dan memiliki nilai lebih dibandingkan kehidupan di dunia.

Kesejahteraan dalam ekonomi islam, yaitu kesejahteraan secara menyeluruh kesejahteraan material maupun kesejahteraan spiritual, konsep-konsep kesejahteraan menurut ekonomi islam tidak hanya diukur berdasarkan nilai ekonomi saja, tetapi juga mencakup nilai moral, spiritual dan juga nilai sosial.

Menurut Al-Ghazali untuk mencapai kesejahteraan tidak terlepas dari aktivitas ekonomi merupakan bagian dari sosial masyarakat yang ditetapkan Allah Swt.

Al-Ghazali mengemukakan pendapat mengapa manusia melakukan aktivitas kegiatan ekonomi yaitu sebagai berikut:

1. Agar tercukupinya kebutuhan hidup sehari-hari.
2. Bertujuan untuk mensejahterakan keluarganya.
3. Agar dapat membantu dan menyediakan kebutuhan orang lain.¹²⁶

¹²⁵Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2012, hlm.62

2. Indikator Kesejahteraan Menurut Perspektif Islam

Sodiq Amirudin mengemukakan bahwa indikator (ukuran) kesejahteraan menurut perspektif islam sebagai berikut:

1. Tauhid

Meskipun telah terpenuhinya indikator kesejahteraan yang bertumpu pada materi, hal tersebut tidak selalu menjamin seseorang mengalami kebahagiaan secara utuh, kita pernah melihat juga ada beberapa orang yang memiliki harta melimpah, rumah yang mewah, kendaraan yang mahal, tapi hidupnya selalu gelisah tidak tenang dan bahkan ada juga yang mengakhiri hidupnya dengan melakukan bunuh diri. Padahal kebutuhan hidupnya itu selalu tercukupi bahkan lebih dari cukup. Itulah bukti bahwa manusia tidak bisa lepas ketergantungannya untuk selalu melaksanakan tugas dan kewajiban kepada tuhan yang diimplementasikan dalam bentuk penghambaan (beribadah) kepada tuhan yang secara ikhlas. Hal tersebut merupakan indikator yang utama dalam kesejahteraan yang sesungguhnya (kebahagiaan yang kekal atau hakiki).

2. Rasa Tenram Aman serta Damai

Terjadinya berbagai kejahatan kriminalitas pembunuhan, pemerkosaan, pencurian, perampokan serta kejahatan lain masih sering terjadi ditengah-tengah kehidupan masyarakat, hal tersebut masih menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat belum sepenuhnya memperoleh kondisi yang tentram aman dan damai dalam kehidupannya, dengan kata lain masyarakat belum memperoleh kehidupan yang sejahtera.

Allah SWT dan Rasul-Nya mengajarkan kepada umatNya bahwa kesejahteraan itu tidak sekedar terpenuhinya kebutuhan konsumsi serta adanya rasa tentram dan aman saja, tetapi juga harus didasari atau ditopang dengan nilai-nilai ketauhidan, yaitu dengan nilai spiritual kepada Allah SWT. Sesuai dalam Firman Allah SWT Q.S. Al-Quraisy Ayat 3-4:

¹²⁶Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2012, hlm. 73-76

فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ
الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ

Artinya: “Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan Pemilik rumah ini (Ka'bah). yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari ketakutan”. (Q.S. Al-Quraisy: 3-4)¹²⁷

Ayat diatas menerangkan bahwa sesungguhnya kesejahteraan manusia itu tidak hanya tercukupinya kebutuhan dalam hal konsumsi saja, akan tetapi juga tercukupinya rasa tenang, aman, damai, bahagia serta terbebas dari sesuatu yang menimbulkan bahaya dan ketakutan. Kesejahteraan tidak hanya tercukupinya kebutuhan jasmaniyah saja, tetapi juga tercukupinya kebutuhan rohaniyah. Dibalik kesejahteraan itu ada peran dari Allah Swt yang ikut menentukan, manusia harus selalu tetap berusaha dalam memperoleh kesejahteraan dirinya tetapi Allah Swt yang akan menentukannya.

3. Terpenuhinya Kebutuhan Konsumsi

Dalam islam manusia dalam mencukupi kebutuhan konsumsinya sebaiknya bersifat secukupnya saja dan tidak berlebihan. Apalagi dengan cara melakukan penimbunan barang demi mengumpulkan kekayaan dengan cara yang dilarang atau diharamkan. Jika perilaku tersebut ditinggalkan atau tidak dilakukan, maka kita terbebas dari perilaku korupsi, penyuapan, penipuan, kelangkaan, pemerasan, dan perilaku kejahatan lain yang bisa membahayakan diri sendiri maupun orang lain.¹²⁸

Islam memandang bahwa masyarakat dikategorikan sejahtera apabila tercukupinya dua kriteria sebagai berikut: *pertama*, tercukupinya kebutuhan

¹²⁷Departemen Agama RI, *Al-qur'an Dan Terjemah*, Bandung: Yayasan Penyelenggara Terjemah Al-Qur'an, hlm.602

¹²⁸Sodiq Amirudin, *Konsep Kesejahteraan Dalam Islam*, Jurnal Equilibrium, Vol. 3, No.2, Desember 2015, hlm. 390-391

pokok sehari-hari seseorang baik itu sandang, pangan, papan, pendidikan, dan kesehatan. *Kedua*, terjaga dan terlindunginya agama, jiwa, kehormatan, serta terlindunginya akal (*maqashid syariah*).

Ekonomi yang Islami menghendaki tercapainya perekonomian yang dapat mencukupi kebutuhan masyarakat, kekayaan yang bersifat adil, pembagian pendapatan, memberikan kesempatan kerja, setiap individu berhak memperoleh haknya sesuai kontribusi yang sudah dilakukannya, tidak adanya eksploitasi diantara individu satu dengan individu yang lain dan perlindungan terhadap lingkungan alam sekitarnya. Islam menghendaki seluruh kegiatan ekonomi dilakukan berdasarkan prinsip dan nilai kemanfaatan atau keberkahan (kesejahteraan) dengan memperhatikan keseimbangan kesejahteraan dunia dan akhirat.

Maqashid syari'ah terbentuk dari dua kata, *maqashid* dan *syari'ah*. Kata *maqashid* merupakan bentuk jama' dari *maqashad* yang berarti maksud dan tujuan, sedangkan *syari'ah* memiliki makna yaitu hukum Allah yang ditetapkan untuk manusia supaya dipedomani atau menjadi pegangan landasan untuk mencapai tujuan hidup yaitu kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Imam Al-Ghazali mengartikan *maqashid syari'ah* yaitu penjagaan terhadap maksud serta tujuan syariah itu sendiri yaitu upaya mendasar untuk bertahan hidup dengan tidak melakukan kerusakan serta mendorong agar tercapainya kesejahteraan hidup. Pada prinsipnya, penerapan syariah bertujuan untuk *kemaslahatan* (kesejahteraan seluruh umat manusia) yang mana umat manusia bisa memperoleh manfaat serta perlindungan dari seluruh ketentuan yang telah ditetapkan syariah, serta menghindari bahaya (*daf'ul mafsadah*).¹²⁹

Maqashid syari'ah pada dasarnya memiliki tujuan untuk mewujudkan kesejahteraan umat manusia di dunia hingga akhirat kelak. Oleh karenanya Imam Syatibi menyatakan terdapat dua hal yang dapat dicapai oleh manusia dalam upayanya mengamalkan tuntunan *maqashid syari'ah* yaitu pertama untuk

¹²⁹ A. Jauhar, *Maqashid Syariah*, Jakarta: Penerbit Amzah, 2009

memenuhi tuntutan syari'ah (*taklif*) dengan berupaya melaksanakan perintah Allah (*awamir*) kemudian mempertahankan (*ibqa'*) dari kehancuran dan keterpurukan yang akan terjadi tatkala tidak menjauhi larangan-larangan Allah (*nawahi*) yang terkandung dalam syari'ah.

Penekanan dari *maqashid syari'ah* yang dilakukan Imam Syatibi secara menyeluruh senantiasa mengacu pada kandungan ayat-ayat Al-Qur'an yang dalam hal ini menandakan bahwa hukum acuan tersebut mengandung nilai kesejahteraan yang terjamin, karena pada dasarnya Al-Qur'an adalah kalamullah yang jelas keabsahannya. Terdapat lima indikator atau ukuran peningkatan kesejahteraan masyarakat didalam maqashid Syariah yaitu: Peningkatan kesejahteraan pada indikator jiwa (*hifz an-nafs*), indikator harta (*hifz al-maal*), indikator akal (*hifz al-aql*), indikator agama (*hifz ad-din*), dan indikator keturunan (*hifz an-nashl*).

BAB III

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Sejarah Pendirian Kampung Sentra Bandeng

Kampung Sentra Bandeng terletak di Lingkungan RW. III, Purwosari, Kelurahan Tambakrejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah yang merupakan salah satu pusat kuliner olahan ikan bandeng. Dari sejumlah warga, bandeng diolah menjadi berbagai kuliner seperti bandeng presto, pepes, nugget, dan otak-otak. Dari keempat olahan tersebut, yang paling banyak peminatnya adalah bandeng presto. usaha bandeng disana sudah berdiri sejak 25 desember 1980, berawal karena rasa prihatin. Banyak ibu-ibu warga sekitar yang menganggur dan hanya mengandalkan hasil tangkapan ikan suami selama melaut. Dari situ, Bu Darmono mengajak warga untuk berwirausaha dalam bisnis pengolahan ikan bandeng dengan terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB) dengan anggota 20 orang dan mengadakan pertemuan rutin. Dari pertemuan rutin sesama anggota kemudian mengembangkan bandeng menjadi salah satu potensi usaha atau bisnis yang menjanjikan. Awal produksi sehari bisa sampai 3 kg, semakin hari olahan bandeng semakin diminati banyak orang sehingga produksinya juga meningkat mencapai puluhan kg bandeng perhari. Disamping itu bandeng juga memiliki kandungan gizi yang bagus untuk kesehatan, sehingga bisa memberi manfaat untuk banyak orang.

Sejak lama, olahan bandeng ini menjadi pilihan oleh-oleh setelah berkunjung ke Semarang. Mencari olahan bandeng di Semarang tidak susah. Selain banyak dijual di toko oleh-oleh, kita juga bisa berburu olahan bandeng langsung ke tempat produksinya yang disebut Kampung Sentra Bandeng. Kampung ini menjadi sentra pengolahan bandeng di Kota Semarang. Terbentuknya sentra ini berawal dari sebuah kelompok usaha bernama Mina Makmur. Kelompok usaha ini diinisiasi oleh ibu-ibu rumah tangga. Seiring

berjalannya waktu, kini para anggota kelompok Mina Makmur telah membuka usaha bandeng sendiri-sendiri. Dari situlah kampung ini dikenal sebagai Kampung Sentra Bandeng. Saat ini, terdapat sekitar 10 usaha rumahan pengolahan bandeng di Kampung Sentra Bandeng. Para pengusaha bandeng presto di Kampung Sentra Bandeng ini memasarkan hasil produksinya dengan cara dititipkan ke toko oleh-oleh dan dijual langsung di kios masing-masing dan juga ada yang dipasarkan melalui media online. Namun, tidak semua pengusaha bandeng di sentra ini memasarkan bandengnya ke toko oleh-oleh. Ada juga yang hanya menjual bandeng di kios yang juga difungsikan untuk menjual bahan sembako.

B. Visi, Misi, Tujuan dan Struktur Organisasi UMKM Kampung Sentra Bandeng

1. Visi, Misi dan Tujuan UMKM Kampung Sentra Bandeng

Pada prinsipnya, didirikannya suatu organisasi itu bertujuan untuk merealisasikan suatu visi. Visi merupakan ide gagasan ke masa depan dari manajemen dan merupakan kondisi ideal yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada masa yang akan datang. Sedangkan misi merupakan implementasi (pelaksanaan atau penerapan) lebih lanjut dari visi.¹³⁰

Visi dan Misi dari UMKM Kampung sentra bandeng yaitu:

- Visi: Menjadi UMKM penghasil produk perikanan yang bermutu sesuai standar, berkualitas, berdaya saing, serta mencapai target pasar dan dikenal secara luas oleh masyarakat, produk olahan ikan bandeng menjadi ikon oleh-oleh khas kota semarang yang terkenal serta dapat mengangkat perekonomian masyarakat nelayan terkhusus bagi ibu-ibu nelayan supaya bisa membantu penghasilan suaminya.
- Misi: Menyediakan berbagai variasi produk perikanan yang enak dan halal, memberikan kualitas pelayanan yang baik, berinovasi untuk

¹³⁰M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, hlm. 7

memaksimalkan kepuasan pelanggan, ibu rumah tangga dapat menjadi wirausaha mandiri dari hasil olahan ikan nelayan, dan dapat menyekolahkan anak-anaknya serta memenuhi kebutuhan rumah tangga berkat pemberdayaan pengolahan ikan bandeng, menjadikan keluarga sejahtera dengan kemandiriannya.¹³¹

Tujuan merupakan pernyataan tentang keinginan yang akan dijadikan pedoman bagi perusahaan untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan. Tujuan yang dimiliki UMKM Kampung Sentra Bandeng adalah bertujuan untuk memperbaiki perekonomian keluarga serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan kerja. Hal ini dapat terlihat dari jumlah karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng yang berjumlah 50 orang dan berasal dari masyarakat sekitar kampung sentra bandeng. Keberadaan UMKM Kampung Sentra Bandeng tidak hanya menguntungkan secara finansial bagi pemilik usaha, tetapi juga menguntungkan secara sosial bagi masyarakat disekitar lokasi produksi.

2. Struktur Organisasi UMKM Kampung Sentra Bandeng

Didalam sebuah organisasi perlu adanya struktur organisasi untuk mendukung tercapainya suatu tujuan organisasi. Struktur organisasi bukan hanya sebagai wadah dimana berbagai kegiatan berlangsung, melainkan juga sebagai wadah atau tempat yang efektif bagi anggotanya untuk berinteraksi.¹³² Organisasi adalah sistem sosial yang terstruktur, yang terdiri dari sebuah kelompok maupun individu yang bekerja bersama untuk mencapai sasaran dan tujuan yang sudah disepakati.¹³³

Secara umum UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam lingkup kampung sentra bandeng belum memiliki struktur organisasi dalam pengelolaannya. Karena

¹³¹ Hasil wawancara dengan Ibu Darmono (Pemilik UMKM Mina Makmur) pada tanggal 20 Juli 2020

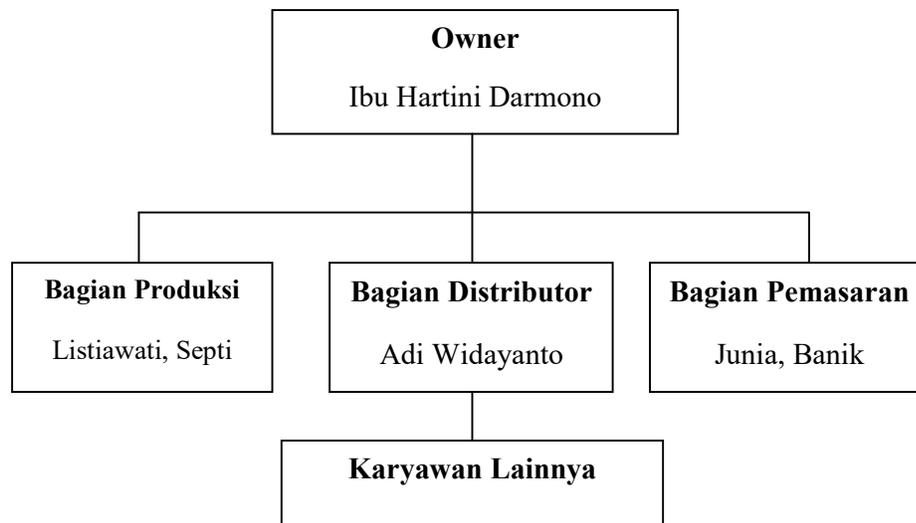
¹³² Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004, hlm. 24

¹³³ Wibowo, *Perilaku dalam Organisasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, hlm. 1

UMKM kampung sentra bandeng terbentuk dari perkumpulan ibu-ibu memiliki posisi yang setara dan tujuan yang sama untuk memecahkan permasalahan ekonomi di lingkungannya. Tetapi jika dilihat dalam pelaksanaannya posisi tertinggi dalam struktur organisasi kampung sentra bandeng yaitu pihak lurah (Bapak Setyo Widiatmoko SH) dimana lurah berperan sebagai fasilitator dalam pendampingan dan penyaluran informasi, sedangkan UMKM sebagai pelaku usaha (Yaitu: UD. Mina Makmur, UD. Putri Laut, UMKM Bandeng Bu. Subagiyo, UMKM Bandeng Citra Semarang Bu Nanik, UMKM Bandeng Suka Rasa Bu Istianah).

Jika dilihat secara khusus dalam lingkup UMKM Kampung Sentra Bandeng peneliti mengambil contoh UMKM UD. Mina Makmur struktur organisasinya adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Struktur Organisasi UD. Mina Makmur



Berikut nama-nama dan jumlah karyawan UMKM yang ada di Kampung Sentra Bandeng Jl. Purwosari, Kelurahan Tambakrejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang:

1. UD. Mina Makmur, Pemilik Bu Darmono (15 Karyawan)

2. UD. Putri Laut, Pemilik Bpk. Suhartono (12 Karyawan)
3. UMKM Bandeng Citra Semarang Bu Nanik (8 Karyawan)
4. UMKM Bandeng Bu Subagiyo (8 Karyawan)
5. UMKM Bandeng Suka Rasa Bu Istianah (7 Karyawan)

C. Keadaan Geografis

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 1992, Kelurahan Tambakrejo merupakan salah satu dari tujuh kelurahan yang ada di Kecamatan Gayamsari Kota Semarang.

1. Luas Wilayah

a. Luas Wilayah Kelurahan Yaitu: 74,25 Ha

b. Batas Wilayah:

- Sebelah Utara : Kelurahan Kaligawe
- Sebelah Selatan : Kelurahan Terboyo Kulon
- Sebelah Timur : Kelurahan Muktiharjo Kidul
- Sebelah Barat : Kelurahan Terboyo Kulon

c. Pembagian Wilayah:

Dalam pembagian wilayah Kelurahan Tambakrejo terbagi menjadi 9 RW dan 54 RT yang meliputi:

1. RW I terdiri dari 7 RT
2. RW II terdiri dari 5 RT
3. RW III terdiri dari 8 RT
4. RW IV terdiri dari 7 RT

5. RW V	terdiri dari	6 RT
6. RW VI	terdiri dari	6 RT
7. RW VII	terdiri dari	7 RT
8. RW VIII	terdiri dari	4 RT
9. RW IX	terdiri dari	4 RT

D. Demografi

Jumlah penduduk Kelurahan Tambakrejo berdasarkan data akhir 31 desember 2016 sebanyak 10.250 jiwa terdiri dari 5174 laki-laki dan 5076 perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga sebanyak 2.625 KK.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

a) Observasi (Pengamatan Langsung)

Teknik pengumpulan datanya menggunakan jenis observasi partisipasi pasif. Yang mana dalam penelitian ini peneliti langsung mendatangi ke tempat kegiatan yang diteliti, tetapi peneliti tidak ikut dalam kegiatan atau aktivitas orang yang sedang diamatinya, Cuma sebagai pengamat aktivitas yang sedang diteliti. Observasi dilakukan saat peneliti terjun langsung ke UMKM Kampung Sentra Bandeng Tambakrejo serta mengamati kegiatan atau aktivitas yang sedang dilakukan oleh narasumber yaitu pelaku UMKM. Observasi ini dilakukan selama kurang lebih 2 minggu yaitu pada bulan Juli 2020.¹³⁴

¹³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, hlm. 226

b) Wawancara

Peneliti dalam melakukan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara terstruktur. Untuk memperoleh informasi serta mencapai tujuan penelitian, peneliti melakukan tanya jawab dan bertatap muka langsung ketika sedang melakukan wawancara dengan narasumber (orang yang sedang diwawancarai), dengan sudah mempersiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis.¹³⁵ Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mendalami suatu kejadian dari subyek penelitian untuk mendapatkan data berkaitan dengan strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah serta dampaknya bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat.

c) Dokumentasi

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data dokumentasi yang berfungsi untuk memperoleh data dan informasi peristiwa yang sudah berlalu seperti sejarah berdirinya UMKM Kampung Sentra Bandeng, termasuk juga foto dokumen saat penelitian, bisa berbentuk tulisan, gambar, buku, arsip, catatan laporan maupun karya seseorang. Hasil dari informasi dan data dokumentasi yang diperoleh ketika wawancara atau saat observasi di UMKM Kampung Sentra Bandeng itu dilampirkan sebagai pendukung penelitian.¹³⁶

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah data selama dilapangan model Miles dan Huberman.¹³⁷ Teknik analisis datanya sebagai berikut:

a) Reduksi Data

¹³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, hlm. 233

¹³⁶Sugiyono, *Ibid.*, hlm. 240

¹³⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2019

Peneliti memilih serta menyederhanakan data kemudian mengelompokkan data dengan mengambil inti pokok data dari catatan tertulis saat melakukan observasi dan wawancara berkaitan dengan strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat yang menjadi karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng. Dan menjadi kesatuan data yang lengkap. Reduksi data tersebut dilakukan supaya bisa memudahkan peneliti saat penyajian data dan penarikan kesimpulan.

b) Penyajian Data

Setelah mereduksi data proses selanjutnya yaitu proses penyajian data. Penyajian data disajikan menggunakan uraian teks yang sifatnya naratif yang berasal dari kutipan wawancara yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dan dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang menjadi karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng di Kelurahan Tambakrejo.

c) Penarikan Kesimpulan

Proses terakhir dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan. Dengan penarikan kesimpulan tersebut diharapkan bisa menjawab rumusan masalah yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dan dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang menjadi karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng di Kelurahan Tambakrejo.

G. Uji Kredibilitas

Dalam uji kredibilitas peneliti memakai metode triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan atau pemeriksaan data dari berbagai sumber dengan menggunakan beberapa cara seperti triangulasi teknik, triangulasi sumber, triangulasi waktu. Triangulasi berfungsi untuk menguji keabsahan (kebenaran) data penelitian kualitatif. Didalam penelitian ini peneliti memakai Triangulasi

teknik, Triangulasi sumber, Triangulasi waktu untuk menguji keabsahan (kebenaran) data penelitian.¹³⁸

1) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Bertujuan untuk memastikan bahwa data hasil wawancara itu benar serta tidak menghasilkan data yang berbeda ketika dicek ulang dengan melakukan cara yang berbeda melalui dokumentasi maupun pertanyaan saat melakukan wawancara. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi, kemudian dicek dengan metode wawancara. Atau sebaliknya data dari hasil wawancara dicek dengan metode dokumentasi. Contoh saat melakukan wawancara kemudian mengajukan pertanyaan apakah produk yang dihasilkan sudah terdapat P-IRT (Sertifikat Izin Pangan Industri Rumah Tangga) atau label halal pada produk kemudian peneliti mengecek dengan dokumentasi langsung ke produknya.

2) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data bisa dilakukan dengan melakukan pengecekan data yang sudah didapatkan dari beberapa sumber seperti buku, jurnal teori yang sudah ada atau informan lain seperti data hasil wawancara, arsip maupun dokumen lainnya. Data yang sudah dikumpulkan atau didapat kemudian dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan. Peneliti menggali informasi dari sumber secara langsung yaitu pemilik usaha dan karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng untuk memastikan bahwa data yang diberikan narasumber saat wawancara itu memang benar. Misalnya dibuku atau jurnal ada teori yang mengatakan bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu terbatasnya modal, kemudian peneliti mengecek kebenaran teori tersebut dengan mewawancarai sumber informan seperti pemilik UMKM.

¹³⁸ L.J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015

3) Triangulasi Waktu

Melakukan pengecekan melalui wawancara, observasi ataupun teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda, sehingga dilakukan secara berulang-ulang sampai ditemukan kepastian datanya. Waktu bisa berpengaruh terhadap kredibilitas suatu data. Maka data yang diperoleh melalui teknik wawancara pada pagi hari saat narasumber masih dalam keadaan fresh biasanya akan memberikan data yang lebih valid atau kredibel.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dilingkungan masyarakat Kampung Sentra Bandeng memiliki peran yang positif dalam meningkatkan perekonomian daerah dalam mengurangi pengangguran seperti menyerap tenaga kerja di lingkungan masyarakat, menghasilkan produk yang memiliki manfaat dan dibutuhkan serta mengembangkan kreatifitas, menambah pendapatan masyarakat sekitar dan secara tidak langsung dapat meningkatkan taraf hidup para pekerjanya.

Pengembangan usaha di UMKM Kampung Sentra Bandeng merupakan suatu strategi untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang menjadi karyawan di UMKM tersebut. Dan bertujuan mewujudkan masyarakat yang mandiri, kemudian mampu membangun serta memelihara usaha yang telah didirikan, sehingga dapat berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

Beberapa strategi pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam perspektif Islam:

1. Modal

Modal merupakan sesuatu yang dibutuhkan serta menjadi pendukung baik untuk memulai suatu usaha atau mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.

Tabel 4. Sumber Modal UMKM Kampung Sentra Bandeng¹³⁹

Nama UMKM	Modal Pribadi	Pinjaman (Bank)
UD. Mina Makmur	✓	✓
UD. Putri Laut	✓	✓
UMKM Bu Nanik	✓	x
UMKM Bu Subagyo	✓	x
UMKM Bu Istianah	✓	x

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar sumber modal dalam menjalankan usaha UMKM Kampung Sentra Bandeng masih menggunakan modal pribadi. Meski demikian UMKM menggunakan strategi yang efektif dan efisien dalam pengelolaan modalnya dimana hanya memproduksi barang yang memiliki manfaat dan peminat yang banyak yaitu olahan bandeng presto. Dalam sekali produksi rata-rata UMKM mengeluarkan biaya kurang lebih 1,5 Juta Rupiah. Dengan bahan baku 60 kg ikan bandeng.

Dalam pengembangan usaha Pemilik UMKM juga mengadakan akses pelatihan kepada karyawan bertujuan agar para karyawan memiliki kreasi dan inovasi dalam pengolahan bahan baku maupun dalam pemasaran produk sehingga produk yang dihasilkan memiliki varian dan kualitas yang baik dan modal yang sudah dikeluarkan pemilik usaha untuk membayar gaji karyawan juga berdampak positif buat UMKM. Hubungan yang baik antara pemilik usaha, karyawan, maupun konsumen merupakan perilaku positif dalam bisnis menurut perspektif islam.

2. Produksi

Dalam proses produksi UMKM Kampung Sentra Bandeng cukup mudah memperoleh bahan baku karena ada pemasoknya yaitu PT. Empang Agung. Dalam transaksi jual beli bahan baku UMKM dan pemasok mengaplikasikan jual

¹³⁹Hasil Wawancara dengan Pemilik UMKM Kampung Sentra Bandeng (Bu darmono, Pak Suhartono, Bu Nanik, Bu Subagyo, Bu Istianah), Juli 2020

beli yang sah menurut syariat bukan hanya barang yang diperjual belikan bersifat halal tetapi juga terhindar dari unsur penipuan atau kecurangan dalam transaksi dan bersifat suka rela dibuktikan dengan adanya barang yang diperjualbelikan bersifat jelas baik kualitas maupun kuantitasnya.

Strategi pengembangan yang digunakan UMKM yaitu selalu memperhatikan kebersihan. Baik kebersihan bahan baku, peralatan pengolahan maupun tempat pemasaran. Dalam pemilihan bahan baku UMKM memperhatikan spesifikasi ikan segar seperti:

- 1) Mata bening dan cerah, bola mata menonjol, kornea jernih.
- 2) Insang berwarna merah cemerlang, tanpa lender, lembaran-lembaran insang masih terlihat jelas.
- 3) Sisik masih menempel dan utuh, ikan bandeng yang baik tidak berbau tanah.
- 4) Lapisan lendir permukaan badan jernih, transparan, mengkilat cerah dan belum ada perubahan warna.
- 5) Sayatan daging sangat cemerlang, berwarna asli, tidak ada pemerah sepanjang tulang belakang, perut utuh, ginjal merah terang, dinding perut dagingnya utuh, bau isi perut segar.

Sebelum melakukan proses produksi peralatan yang akan digunakan sudah dibersihkan atau dalam keadaan bersih. Dalam proses produksi UMKM menggunakan bahan baku yang halal secara zatnya yaitu ikan bandeng segar. Dan dalam proses pengolahannya juga tidak menggunakan pengawet yang dapat membahayakan kesehatan seperti formalin. Tetapi UMKM menggunakan pengawet alami yaitu kunyit asli.¹⁴⁰ Saat melakukan proses produksi, UMKM juga memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan lingkungan seperti tidak membuang limbah kotoran ikan ke sembarang tempat seperti ke saluran air tetapi limbah kotoran ikan dikumpulkan dan dimanfaatkan untuk pakan ternak. Hal tersebut sesuai dengan prinsip bisnis islam yaitu memproduksi barang harus

¹⁴⁰Hasil wawancara dengan pemilik UMKM Kampung Sentra Bandeng, Juli 2020

memiliki nilai halal dan kemanfaatan buat masyarakat serta tidak berdampak buruk buat orang lain maupun Lingkungan Sekitar.

Langkah awal dalam pengolahan bandeng presto yaitu bandeng dibersihkan dengan air mengalir dan digosok-gosok menggunakan sikat khusus pembersih bandeng dengan mengeluarkan isi perut serta insang bandeng kemudian dicuci kembali sampai bersih, setelah dibersihkan ikan bandeng kemudian diberi bumbu rempah-rempah seperti lengkuas, kunyit, garam dll yang telah dihaluskan dengan melumurnya sampai merata, selanjutnya setelah diberi bumbu bandeng kemudian ditata rapi dan dimasukkan ke dalam tungku besar yang memiliki kapasitas kurang lebih 60 kg, dan dimasak dengan suhu kira-kira 120c dalam waktu 1 setengah jam, setelah dimasak bandeng kemudian didinginkan dan dikemas ada yang divakum ada juga yang digoreng. Bandeng presto bisa bertahan sampai 3 hari tetapi jika disimpan dalam lemari pendingin bisa bertahan sampai 1 minggu.

3. Distribusi Pemasaran

Ketika menjalankan suatu bisnis, tentu akan dihadapkan pada suatu persaingan. Bagi UMKM Kampung Sentra Bandeng, persaingan itu merupakan hal yang wajar. Yang terpenting bagaimana menyikapi persaingan tersebut. Apabila suatu bisnis tidak dihadapkan pada suatu persaingan atau selalu berada di zona nyaman, maka bisnis tersebut akan merasa selalu berada diposisi teratas dan sulit untuk mengetahui kekurangan dan kelemahan dalam bisnisnya sehingga sulit untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dan lamban dalam pergerakan kemajuan bisnisnya.

Sebagian besar suksesnya suatu bisnis tergantung pada bagaimana sebuah bisnis memasarkan produknya. Dalam menjalankan usaha UMKM Kampung Sentra Bandeng menerapkan beberapa strategi pada pemasarannya seperti *marketing mix* atau bauran pemasaran. Implementasi *marketing mix* dapat diterapkan dalam variable: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

a. Produk (*Product*)

Dalam Strategi pengembangan produk yang dipasarkan, UMKM lebih mengutamakan kemanfaatan dan kebaikan produk yang dihasilkan untuk masyarakat. Seperti memproduksi olahan ikan bandeng menjadi bandeng presto yang memiliki nilai gizi yang baik untuk kesehatan.

Tabel 5. **Daftar Kandungan Gizi per 100 gr Ikan Bandeng**

Energi	129 kkal
Protein	20 gr
Lemak	4,8 gr
Fosfor	150 gr
Kalsium	20 mg
Besi	2 mg
Vitamin A	150 SI
Vitamin B1	0,05 mg

Sumber: Data dari UMKM Kampung Sentra Bandeng, 2020

Strategi pengembangan produk yang dipasarkan selanjutnya yaitu memproduksi olahan bandeng dengan berbagai variasi olahan bandeng seperti:

- Bandeng Presto Goreng
- Bandeng Presto Vacum
- Pepes Bandeng Presto
- Otak-otak Bandeng
- Nugget Bandeng
- Sambal dari olahan bandeng

Strategi pengembangan produk yang dipasarkan UMKM Kampung Sentra Bandeng selanjutnya yaitu legalitas produk dimana sudah terdapat label halal pada produk, P-IRT (sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga), dan SNI (Standar Nasional Indonesia).

b. Harga (*Price*)

Dalam menentukan harga tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan. Karena hakekat dari berdagang adalah untuk mencari keuntungan. Namun, untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebihan. Dalam proses penentuan harga, Islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual. Nabi Muhammad SAW mengajarkan penetapan harga yang baik. Barang yang bagus dijual dengan harga bagus. Dan barang dengan kualitas lebih rendah dijual dengan harga yang lebih rendah. Tidak selayaknya barang yang jelek dijual dengan harga mahal.

Harga seperti background pada suatu produk. Banyak konsumen ingin membeli suatu produk tetapi yang dilihat pertama kali adalah harga. Sehingga untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk, UMKM Kampung Sentra Bandeng menetapkan beberapa strategi harga pada produknya.

Dalam penetapan harganya UMKM tidak melakukannya dengan asal-asalan, tetapi dengan melihat terlebih dahulu penetapan harga di lapangan (pasar). Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui besaran harga produk di pasaran terhadap produk yang sejenis dengan produk mereka.

Dalam menentukan penetapan harga jual UMKM Kampung Sentra Bandeng memiliki Strategi penetapan harga yang berbeda-beda kepada konsumen, misalnya harga rendah ditetapkan atau diberlakukan untuk pembeli yang bertindak sebagai reseller (menjual kembali produk) seperti agen. Kemudian harga biasa diberlakukan untuk konsumen atau pembeli yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Tabel 6. Penetapan Harga Jual UMKM Kampung Sentra Bandeng per kg, pcs

Jenis Produk	Konsumen Biasa	Reseller
Bandeng Presto Goreng	Rp. 80.000	RP. 75.500
Bandeng Presto Vakum	RP. 75.000	Rp. 74.500
Pepes Bandeng Presto	Rp. 65.000	Rp. 64.500
Otak-otak Bandeng	Rp. 65.000	Rp. 64.500
Nugget Bandeng	Rp. 25.000/pcs	Rp. 24.500/pcs
Sambal Bandeng	Rp. 1.500/pcs	Rp. 1.000/pcs

Adanya bonus 1 pcs dalam pembelian dengan jumlah minimal 50 pcs.

Menurut peneliti, strategi penetapan harga yang dilakukan oleh UMKM Kampung Sentra Bandeng sesuai dengan harga wajar karena berbanding lurus dengan kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan.

Tabel 7. Target dan Realisasi Penjualan UMKM Kampung Sentra Bandeng

Tahun	Target	Realisasi	Pencapaian/Achievement %
2018	Rp. 450.000.000	Rp. 459.000.000	102% (Mencapai Target)
2019	Rp. 465.000.000	Rp. 468.000.000	100.6% (Mencapai Target)
2020	Rp. 420.000.000	Rp. 412.000.000	98% (Tidak Mencapai Target)

Target dibutuhkan dalam setiap jenis-jenis usaha, tanpa target perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menjalankan proses operasional terkhusus dalam hal pengelolaan. Dalam suatu perusahaan sangat diperlukan adanya target karena tujuan perusahaan yaitu mencapai tingkat laba yang optimal, sehingga suatu perusahaan perlu membuat program yang bagus dan secermat mungkin. Target penjualan merupakan alat pengendalian terhadap kegiatan atau aktivitas penjualan yang sedang berlangsung. Target bisa dikatakan tercapai apabila realisasinya telah mencapai target yang ditetapkan.

Penyusunan target penjualan merupakan aktivitas penting dan mendasar dalam suatu manajemen perusahaan. Hal tersebut juga merupakan aktivitas awal periode bisnis untuk melihat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Target penjualan adalah jumlah nominal penjualan yang hendak dicapai dalam waktu periode tertentu baik dalam bentuk unit (jumlah barang) maupun dalam bentuk nominal (Rupiah).¹⁴¹

Dari Tabel 7. Dapat dilihat bahwa pada periode tahun 2018-2019 cenderung mengalami peningkatan target maupun realisasi penjualan dengan tingkat pencapaian sebesar $(459.000.000 : 450.000.000) \times 100\% = 102\%$ ditahun 2018 dan $(468.000.000 : 465.000.000) \times 100\% = 100.6\%$ ditahun 2019. Sedangkan periode tahun 2019-2020 Terjadi penurunan target maupun realisasi dengan tingkat pencapaian ditahun 2020 sebesar $(412.000.000 : 420.000.000) \times 100\% = 98\%$ atau tidak mencapai target. Terjadinya penurunan target dan realisasi penjualan UMKM Kampung Sentra Bandeng tahun 2020 disebabkan karena adanya Pandemi Covid-19. Dimana pada saat itu terdapat peraturan pemerintah mengenai pembatasan aktivitas masyarakat diluar rumah sehingga menyebabkan terganggunya distribusi pemasaran produk yang berdampak pada berkurangnya permintaan pasar dan pendapatan. Sehingga berdampak juga pada pengurangan jumlah produksi olahan bandeng. Dimana dalam situasi normal biasanya UMKM Kampung Sentra Bandeng setiap harinya mampu memproduksi sekitar 80-100 kg bandeng presto, tetapi saat pandemi hanya memproduksi (4 hari dalam 1 minggu) 60 kg bandeng presto.

c. Tempat (*Place*)

Distribusi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menyalurkan, mengirimkan serta mengantarkan barang yang dipasarkannya kepada para konsumen.

¹⁴¹ Mita Oktaviani, *Evaluasi Penerapan Anggaran Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Laba PT. Madu Baru*, D3 Thesis, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012

UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam penyaluran distribusinya menggunakan tiga cara yaitu:

1. UMKM Kampung Sentra Bandeng menyalurkan produknya kepada agen, dan dari agen tersebut kemudian disalurkan ke konsumen. Agen berada diluar Kota Semarang, seperti Solo, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Jakarta, Lampung, Sulawesi dan beberapa daerah lain. Untuk pendistribusian produk ke lokasi para agen, biasanya pihak UMKM sendiri yang mengantarkan sampai ke lokasi tujuan dan ada juga Agen yang datang langsung ke tempat produksi.
2. UMKM Kampung Sentra Bandeng menyalurkan produknya kepada pengecer dari pengecer selanjutnya disalurkan kepada konsumen. Para pengecer yang dimaksud yaitu warung atau toko yang berada disekitar lokasi produksi, sehingga untuk pengambilan produk biasanya dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi produksi UMKM Kampung Sentra Bandeng.
3. UMKM Kampung Sentra Bandeng melakukan penjualan langsung kepada konsumen di toko atau kios masing-masing UMKM. Biasanya para konsumen ini membeli dengan mendatangi langsung lokasi produksi UMKM.

Dalam melakukan kegiatan pendistribusiannya UMKM Kampung Sentra Bandeng menjauhi tindakan kedzaliman terhadap pesaing lain seperti suap untuk melicinkan saluran pasarnya. Karena UMKM lebih menonjolkan kualitas produk dan kecepatan pengiriman dalam proses distribusinya. UMKM Juga memperhatikan ketepatan pangsa pasar dalam pengembangan distribusi.

d. Promosi (*Promotion*)

Pada dasarnya promosi adalah alat untuk menginformasikan, menawarkan dan menjual produk atau jasa. Strategi untuk meningkatkan volume penjualan yang dilakukan oleh UMKM Kampung Sentra Bandeng yaitu dengan menggunakan strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan adalah dengan

melalui penjualan langsung, yaitu penjualan yang dilakukan dengan menawarkan produknya langsung kepada para pedagang atau konsumen di kios atau toko.

Strategi penjualan yang dilakukan UMKM Kampung Sentra Bandeng Selanjutnya yaitu dengan memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk-produknya, seperti *e-commerce* atau *marketplace* yaitu Tokopedia, Shopee, GoFood, GrabFood dll. dan juga melalui media social seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok dll. serta pernah mengikuti kegiatan Bazar yang diselenggarakan oleh beberapa lembaga organisasi atau kegiatan mahasiswa.

Strategi selanjutnya yaitu dengan mengutamakan etika dalam berpromosi seperti ramah kepada konsumen, tidak melakukan penipuan seperti berat produk tidak sesuai dikemasan dan jujur dalam mempromosikan produk baik kekurangan maupun kelebihan produk. Promosi sesuai dengan kualitas produk yang sebenarnya.

Kemudian strategi promosi selanjutnya yaitu dengan pemberian bonus diskon apabila membeli dengan jumlah minimal 50 pcs akan mendapatkan bonus 1 pcs. Dan juga berinovasi dalam memproduksi berbagai varian produk bandeng.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo

Dalam melakukan aktivitas bisnis tentunya ada faktor pendukung dan penghambat untuk mengembangkan bisnis. Faktor pendukung dan penghambat pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng antara lain:

1. Faktor Pendukung

- a. **Dekat dengan bahan baku.** Terdapat 3 tambak yang tidak jauh dari tempat produksi sehingga mendukung keberlangsungan proses produksi dan bisa meminimalkan biaya dalam pembelian bahan baku. PT. Empang Agung sebagai pemasok utama UMKM Kampung Sentra Bandeng.

- b. **Perizinan Usaha yang Mudah.** Perizinan yang sifatnya gratis yang diberikan oleh pemerintah kota Semarang sangat membantu pelaku UMKM dalam mengedarkan produknya ke masyarakat. Pelaku UMKM di Kota Semarang bisa mendapatkan legalitas usahanya secara cepat, mudah, dan terbebas dari pungli. konsep bernama Ijus Melon yang merupakan singkatan dari Ijin Usaha Mikro Melalui Online diperkenalkan walikota Semarang, Pak Hendi. Melalui Ijus Melon, pelaku usaha mikro yang ingin mendapatkan legalitas usahanya cukup mengurusnya melalui sebuah aplikasi ponsel pintar yang dapat diunduh di website DiskopUMKM.SemarangKota.Go.Id. Dengan sistem tersebut, hanya dibutuhkan waktu 4 Menit agar pelaku usaha mikro di Kota Semarang dapat mengambil surat legalitas usahanya.
- c. **Pelatihan.** Pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pertanian dan Perikanan, Dinas Koperasi dan UKM, dari Telkom dalam memasarkan produk ke Go Online menjadi pendukung dalam pengembangan UMKM.
- d. **Pemasaran.** Pameran dan media sosial merupakan teknik pemasaran yang sangat membantu pelaku UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam memasarkan produknya ke masyarakat. Apalagi pada masa pandemi Covid-19 peran media sosial dan *marketplace* sangat berpengaruh terhadap pengembangan penjualan produk daripada pemasaran langsung (*offline*) karena pada saat terjadi pandemi adanya aturan pemerintah mengenai pembatasan aktivitas masyarakat diluar rumah.

2. Faktor Penghambat

- a. **Aspek Permodalan.** Sebagian besar UMKM Kampung Sentra Bandeng masih menggunakan modal pribadi dalam menjalankan usahanya. Dan tidak menggunakan akses kredit karena kekhawatiran dalam hal pelunasan utang serta tidak adanya jaminan yang memadai untuk mengajukan pinjaman modal.

- b. **Aspek Sumber Daya Manusia.** Sebagian besar UMKM Kampung Sentra Bandeng belum memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang ditandai dengan belum dipisahkannya keuangan pribadi dengan keuangan bisnis.
- c. **Aspek Produksi.** Sebagian besar UMKM Kampung Sentra Bandeng masih menggunakan peralatan produksi yang sederhana, meskipun hal tersebut memberi keuntungan dalam hal biaya produksi yang terjangkau, namun peralatan yang masih tradisional menyebabkan produksi kurang efisien, khususnya apabila adanya pesanan produk dalam jumlah besar.
- d. **Aspek Sarana dan Prasarana.** Sebagian besar UMKM Kampung Sentra Bandeng kurang aktif dalam mengikuti program pemerintah dalam bentuk bantuan pendanaan dengan bunga lunak seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat). Dikarenakan kurangnya akses informasi dan pengetahuan dalam tata cara pengajuan pinjaman modal tersebut.
- e. **Aspek Kelembagaan.** Belum adanya organisasi yang mengelola keberadaan Kampung Sentra Bandeng dibuktikan dengan belum terdapat struktur organisasi dalam lingkup Kampung Sentra Bandeng.
- f. **Kondisi Iklim Usaha yang Kurang Kondusif.** Dengan adanya pandemi Covid-19 berdampak pada pengembangan UMKM dalam hal pengurangan jumlah produksi yang biasanya dalam keadaan atau situasi normal UMKM Kampung Sentra Bandeng memproduksi sekitar 80-100 kg bandeng presto saat pandemi hanya memproduksi 60 kg bandeng presto dikarenakan turunnya permintaan produk sehingga mengakibatkan turunnya pendapatan. Dan berdampak juga pada pengurangan jumlah karyawan.

C. Dampak Strategi Pengembangan UMKM Kampung Sentra Bandeng Bagi Kesejahteraan Masyarakat Perspektif *Maqashid Syariah*

Ketika menjalankan sebuah usaha pasti memiliki suatu strategi, dan strategi tersebut pasti akan memberi dampak. Dampak merupakan perubahan yang

terjadi akibat dari suatu tindakan yang telah dilakukan sebelumnya dan merupakan konsekuensi dari dijalankannya suatu kebijakan sehingga diharapkan dapat membawa perubahan positif kedepannya.¹⁴²

Islam memandang bahwa kesejahteraan masyarakat tidak selalu diukur dengan materi saja, atau dengan kata lain masyarakat yang mempunyai harta yang melimpah, tetapi dalam Islam kesejahteraan masyarakat itu juga termasuk dalam *maqasid syari'ah* yang berarti memiliki suatu tujuan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah (keislaman). Yaitu terlindunginya dan terjaganya kesucian agama, terjaganya akal, kehormatan dan terpenuhinya hak ekonominya.

Pengembangan strategi UMKM dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang menjadi karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng. Dengan cara melaksanakan program peningkatan kualitas hidup masyarakat, yang sesuai dengan penerapan kesejahteraan ekonomi masyarakat berdasar pada perspektif *maqashid syariah*. Terdapat lima poin indikator peningkatan kesejahteraan masyarakat menurut perspektif *maqashid syariah* yaitu:

1. Peningkatan kesejahteraan pada indikator jiwa (*hifz an-nafs*)

UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam menerapkan strategi pengembangan usaha salah satunya yaitu penentuan tenaga kerja, dengan ditentukannya tenaga kerja yang ada di UMKM maka berdampak pada terpenuhinya kebutuhan pokok para karyawan. Oleh sebab itu, para karyawan yang bekerja tersebut mereka bisa memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari keluarganya.

Karyawan yang bekerja di UMKM Kampung Sentra Bandeng dalam menjalankan pekerjaannya itu dengan semangat dan sungguh-sungguh sehingga mendukung usaha tersebut agar berkembang menjadi lebih baik. Terlihat perbedaan ketika mereka belum bekerja dan setelah bekerja, mereka mampu memenuhi kebutuhan hidup baik berupa peningkatan dalam hal pemenuhan

¹⁴²Soemarto, *Analisis Dampak Lingkungan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2013

kebutuhan pokok setiap harinya maupun kebutuhan yang mendesak seperti kesehatan dan juga pendidikan untuk anak-anak mereka.

2. Peningkatan kesejahteraan pada indikator harta (*hifz al-maal*)

Meningkatnya penghasilan para pemilik usaha akan berdampak pada kesejahteraan ekonomi masyarakat yang menjadi karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng. Dimana dalam penerapan strategi untuk mengembangkan usaha yang dilakukan UMKM yaitu dengan tersedianya modal. Oleh sebab itu, modal menjadi penopang atau pendukung utama dalam mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.

Dengan tersedianya modal pada UMKM, dimana modal tersebut bukan hanya digunakan untuk melakukan pembiayaan aktivitas produksi saja tetapi juga digunakan untuk membayar gaji para karyawan yang menjadikan para karyawan tersebut memperoleh tambahan penghasilan sehingga para karyawan bisa memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dengan cara mereka bekerja di UMKM dan juga memperoleh penghasilan setiap bulannya. Dengan cara bekerja tersebut mereka juga bisa menyisihkan sebagian penghasilannya untuk ditabung sehingga bisa digunakan untuk kebutuhan yang sifatnya darurat atau digunakan untuk memenuhi kebutuhan pada masa yang akan datang.

3. Peningkatan kesejahteraan pada indikator akal (*hifz al-aql*)

Setiap orang pasti mempunyai akal, maka dalam mengembangkan usaha, strategi yang dilakukan UMKM Kampung Sentra Bandeng yaitu dengan menjaga kualitas produk tetap terjaga. Oleh karena itu, para karyawan selalu memperhatikan kualitas produk dengan tetap menjaga kebersihan dalam pengolahan produk, berinovasi dalam pembuatan varian produk, menciptakan berbagai varian kemasan sehingga bisa menarik perhatian konsumen untuk membeli. Setiap pelaku usaha harus pandai dalam menjaga kualitas produknya sehingga usaha yang sedang dijalankan atau ditekuni bisa berjalan dengan baik

dan lancar. Hal tersebut menjadikan UMKM Kampung Sentra Bandeng bisa bertahan dan terus mengembangkan usahanya dari dahulu sampai sekarang.

4. Peningkatan kesejahteraan pada indikator agama (*hifz ad-din*)

Dengan adanya UMKM Kampung Sentra Bandeng yang berada di Tambakrejo para masyarakat sekitar bisa bekerja di UMKM tersebut. Hal tersebut bermakna bahwa UMKM didirikan bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan saja, tetapi disisi lain UMKM juga berperan membantu masyarakat sekitar untuk bekerja dan mendapatkan penghasilan yang halal setiap bulannya. Hal tersebut menjadikan karyawan mampu menyisihkan sebagian dari penghasilannya untuk beramal seperti bersedekah, infaq, dan membayar zakat.

5. Peningkatan kesejahteraan pada indikator keturunan (*hifz an-nashl*)

Dalam indikator ini karyawan yang bekerja di UMKM Kampung Sentra Bandeng Etika sebagai marketer atau pemasar saat bekerja di UMKM dapat dijadikan sumber pengetahuan dan pengetahuan tersebut dapat diajarkan ke anak-anak mereka, dengan menjelaskan bagaimana menjadi seorang pelayan yang baik terhadap konsumen, sehingga kelak apabila anaknya sudah dewasa bisa juga diterapkan pada saat anaknya sudah bekerja.

Dengan penerapan etika yang baik kepada konsumen diharapkan mampu mengembangkan UMKM dalam penjualan produk sehingga UMKM bisa maju dan berkembang dengan baik dan mampu mempertahankan karyawannya untuk tetap bekerja. Dengan begitu karyawan akan selalu mendapatkan pendapatan disetiap harinya sehingga karyawan bisa tetap memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan pendidikan ataupun kesehatan untuk anak mereka.

Keberadaan UMKM Kampung Sentra Bandeng di Tambakrejo mempunyai peran yang positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, karena mayoritas karyawan di UMKM adalah masyarakat sekitar lingkungan tempat produksi, sehingga berdampak terutama dalam hal peningkatan pendapatan baik itu setiap harinya ataupun setiap bulannya.

Masyarakat di Tambakrejo yang kebanyakan menjadi ibu rumah tangga dapat terbantu dengan adanya UMKM tersebut sebagai tambahan sumber pendapatan keluarga. Dikarenakan sebelum adanya UMKM mereka hanya mengandalkan penghasilan suaminya saja, hal ini menuntut mereka untuk mencari solusi lain yaitu dengan bekerja di UMKM tersebut. Dengan menerapkan etika yang baik seperti ramah terhadap konsumen dan mengutamakan kebersihan saat melakukan proses produksi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung sebagai penopang perekonomian baik tingkat nasional maupun kedaerahan. Berperan strategis dalam pengurangan tingkat pengangguran serta membuka lapangan pekerjaan. Hal tersebut membuktikan bahwa pentingnya menjaga keberlangsungan UMKM.

Beberapa Strategi yang bisa diterapkan dalam pengembangan UMKM menurut perspektif islam yaitu tentunya dengan mengutamakan kemanfaatan dan kehalalan produk yang dihasilkan. UMKM Kampung Sentra Bandeng memproduksi barang yang memiliki manfaat buat kesehatan gizi masyarakat yaitu bandeng presto. Dalam hal pelayanan pemasaran kepada konsumen lebih mengutamakan kejujuran, dalam berpromosi tidak menipu, berpromosi sesuai dengan kualitas barang yang ditawarkan, keramahan dalam transaksi jual beli, mengutamakan kebersihan saat proses produksi, perekrutan karyawan harus memiliki etos kerja dan semangat kerja yang tinggi, melakukan pelatihan kepada karyawan agar dalam pelaksanaan bisnis bisa efektif dan efisien dan juga meningkatkan daya saing dengan berinovasi dalam hal varian maupun kemasan produk.

B. Saran

Sebaiknya kendala atau hambatan yang dialami UMKM Kampung Sentra Bandeng bisa segera dievaluasi dan dicarikan solusinya. Misal dalam hal permodalan UMKM bisa bersinergi lagi dengan kebijakan pemerintah yang sudah ada misalnya bantuan Kredit Usaha Rakyat (KUR), dengan mencari informasi bantuan pembiayaan tersebut dikelurahan, dan kelurahan sebagai penyambung

informasi dari pemerintah pusat. Atau dari dinas koperasi dan UKM lebih bersinergi lagi kepada masyarakat sebagai fasilitator pendampingan pengembangan UMKM. Pembukuan keuangan yang baik, tidak mencampurkan pengelolaan keuangan pribadi dan keuangan bisnis sehingga Lembaga Keuangan Mikro (LKM) tidak ragu dalam memberikan bantuan modal, dengan cara mengikuti seminar atau pelatihan mengenai pengelolaan pembukuan keuangan. Memanfaatkan perkembangan teknologi sehingga dalam proses produksi maupun pemasarannya bisa efektif dan efisien, Bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam hal bantuan modal berupa peralatan produksi. Permasalahan distribusi pemasaran karena adanya Pandemi Covid-19 bisa diatasi dengan memanfaatkan teknologi digital seperti e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada dll.) maupun media social (Instagram, Facebook, Tiktok dll).

C. Penutup

Puji syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya berupa kesehatan, kekuatan, kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis berharap adanya saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan tulisan ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat diambil hikmahnya bagi penulis pribadi maupun bagi semua pihak pada umumnya. Aamiin...

DAFTAR PUSTAKA

Yunan. 2009. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Medan: Universitas Sumatera Utara

Saragi, Adhe Anggreini. 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Kerajinan Batu Bata berdasarkan analisis SWOT, (kasus kecamatan piyungan, kabupaten bantul, daerah istimewa yogyakarta)*". Skripsi, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Karsidi, Ravik. 2007. *Pemberdayaan Masyarakat Untuk Usaha Kecil dan Mikro*, Jurnal Penyuluhan Institut Pertanian Bogor Vol. 3, No. 2, Edisi September 2007 (ISSN: 1858-2664)

Amalia, Alfi, dkk. 2011. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarangan Dikota Semarang*", Dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

Hafsah, M.J. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Jurnal Infokop No. 25 Tahun XX

Aziz, Aminudin dan Fathul. 2012. *Manajemen dalam perspektif islam*. Majenang: Pustaka ELBayan

Indrawijaya, Adam. 1989. *perubahan dan pengembangan Organisasi*. Bandung: Sinar Baru

Arief Rahmana, dkk. 2012. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*, Jurnal Teknik Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Muhamadiyah Malang

Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Cetakan Pertama, Satu Nusa

Kasmir. 2012. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, Rajawali Pers

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Bandung: Diponegoro, 2010, (Al-Baqarah, 2 : 275)

Muhammad dan R. Lukman Fauroni. 2002. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah

Suwiknyo, Dwi. 2010. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah (Penerbit CV Dipenogoro, 2005)

Ismanto, Kuat. 2000. *Manajemen Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Yuyun, Wirasasmita. 1994. *Kewirausahaan: Buku Pegangan*. Jatinangor: UPT-Pnerbitan IKOPIN

Hardiansah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

Soewadji, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Azwar, Saefudin. 2001. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Moleong, Lexy. 1997. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2019

Sudaryanto, dkk. 2011. *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN*. Universitas Negeri Jember

- Kuncoro, M. . 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Pearce, John A. dan Richard B. Robinson. 2014. *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- David, FR. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-konsep*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Rangkuti, F. 2017. *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*. Jakarta: Gramedia
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, hlm. 538
- Amenda. 2013. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Mangkuprawira. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: Ghalia
- Lubis, AY. *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id, pdf, hlm. 9
- Afifuddin. 2010. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: CV Alfabeta
- Kartasasmita, G. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: Cides
- Budiarta, Kustoro. 2015. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Ford, Brian, dkk. 2008. *The Ernst & Young Business Plan*, penerjemah Irma Andriani. Jakarta: PT Cahaya Insani Suci
- Hafsah, M.J. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun XX
- Hafsah, M.J. 2000. *Kemitraan Usaha Konsep dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan

Broom, H.N dan Justin G. Longenecker. 1979. *Small Bussines Management*. South Wistern Publishing Co.Cincinati.Ohio

Sulaeman, S. 2004. *Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dalam Menghadapi Pasar Regional dan Global*, Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun 2004, hlm. 116

Laena, I. 2010. *Membedah UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Tentang Strategi Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*. Jakarta: Lugas Foundation

Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 Tanggal 27 Juni 1994, tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Badan Pusat Statistik Nasional, 2021

Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hlm. 1287

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES

Anoraga, Panji. 2010. *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*. Yogyakarta : Dwi Chandra Wacana

Bank Indonesia. 2022. *Five Finger Philosophy: Upaya Memberdayakan UMKM*, (<http://www.bi.go.id>), Diakses, 30 November 2022

Hamid, RS. & M. Ikbal.2017. *Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Remaja Pintar Berbasis Ekonomi Kreatif Desa Lera Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur*. RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat, Vol. 1 No. 1. pp, 2017, hlm. 39-45

- Ukkas, I. 2017. *Strategi dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*, Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, Vol. 1 No. 1, pp,2017, hlm.24-27
- Sugiyanto, dkk. 2021. *Potensi Kekayaan Intektual Pada Pemberdayaan Umkm Dan Koperasi Kota Tangerang Selatan*, Proceedings Universitas Pamulang, Vol. 1 No. 1.pp, 2021, hlm. 502-520
- Supardi, dkk. 2021. *Peluang dan Perubahan Cara Berpikir Saat Pandemi (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat)*, Jurnal Pengabdian Dharma Laksana, Vol. 3 No. 2, 2021, hlm. 162-168
- Goso & Samsul Bachri. 2016. *IMPLEMENTASI PEMBERDAYAAN USAHA EKONOMI MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palolpo, Vol. 2, No.1. pp, 2016, hlm. 1-10
- Idayu, Riyanthi dkk. 2021. *Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat*, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, Vol. 7, No. 1 Juni 2021
- Limanseto, Haryo. 2022. *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*, (<https://ekon.go.id>), Diakses 27 November 2022
- Permana, SH. 2015. *Peningkatan Produktivitas Rakyat dan Daya Saing Bangsa: Pengembangan di Sektor UMKM, dalam buku bunga rampai dengan judul Mewujudkan Agenda Prioritas Nawacita*, Jakarta: Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR RI bekerjasama dengan Azza Grafika, 2015, hlm.75
- Goeltom, MS. 2005. *Kebijakan Perbankan dalam Mendukung Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Makalah disampaikan dalam seminar nasional, diselenggarakan oleh Pimpinan Pusat Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (DPP-HIPPI)

- Mubyarto .2006. *Ekonomi Kerakyatan dalam Era Globalisasi*. (<http://ekonomirakyat.org>), Diakses 28 November 2022
- Marzuki, Alie. 2015. *Indikator Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Kader, Mukhtar Abdul. 2018. *Peran Ukm Dan Koperasi Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Di Indonesia*, JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, 8(1), 2018, hlm. 15-32
- Hoesein, Zainal Arifin. 2016. *Peran Negara Dalam Pengembangan Sistem Ekonomi Kerakyatan menurut UUD1945*, Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, 23(3), 2016, hlm. 503–528
- Zulkarnain. 2006. *Kewirausahaan (Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dan Penduduk Miskin)*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa
- Yasin, A.Z. 2002. *Petani, Usaha Kecil Dan Koperasi Berwawasan Ekonomi Kerakyatan*. Pekanbaru: UnriPress
- Mubaryo. 1999. *Reformasi Sistem Ekonomi: Dari Kapitalis Menuju Ekonomi Kerakyatan*. Yogyakarta: Aditya Media
- Sumawinata, Sabini. 2004. *Politik Ekonomi Kerakyatan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004
- Ismawan, Indra. 2001. *Sukses di Era Ekonomi Liberal bagi Koperasi dan Perusahaan Kecil Menengah*. Jakarta: PT. Grasindo
- Hapsari, Dwi Ratna Indri. 2019. *Hukum dalam Mendorong Dinamika Pembangunan Perekonomian Nasional ditinjau dari Prinsip Ekonomi Kerakyatan*, Legality, 26(2)
- Firmansyah, Arif. 2012. *Penafsiran Pasal 33 UUD1945 dalam Membangun Perekonomian Di Indonesia*, Syiar Hukum: Jurnal Ilmu Hukum, 13(1), 2012, hlm. 264–288

Sikhondze, Wilson B. 1999. *“The Role of Extension in Farmer Education and Information Dissemination in Swaziland”*. Journal: Adult Education and Development No. 53/1999, Institute for International Cooperation of The German Adult Education Association, Bonn : 112/DW, 1999

Karsidi, Ravik. 2007. *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK USAHA KECIL DAN MIKRO (Pengalaman Empiris di Wilayah Surakarta Jawa Tengah)*, Konsep: Jurnal Penyuluhan, Vol. 3 No. 2, September 2007

Zulkarnain. 2003. *Membangun Ekonomi Rakyat: Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa

Suryana, Y. dan Bayu. 2010. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Prenadamedia Group

Dharmawati, D.M. 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Abdurahman, Syaikh. 2016. *Tafsir Al-Kari, Rah-Rohman, Fi Tafsir Kalam, Durul Haq*

Rival, Veithazal. 2012. *Islam Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press

Wahdino, Sastro. 2001. *Ekonomi Makro Dan Mikro Islam*. Jakarta: PT Dwi Chandra Wacan

Fauzia, dkk. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid al-Syari'ah*. Jakarta: Prenadamedia Group

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014, hlm. 231

Aravik, Havis. 2016. *EKONOMI ISLAM: Konsep, Teori, dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai Al-Maududi*. Malang: Empatdua

- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Nasution, Mustafa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam Edisi Pertama, Depok: Kencana*
- Usman, Abdul Halim. *Manajemen Strategis Syariah*, 110
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2*, Jakarta: Erlangga
- Abdullah, Al-Muslih & Shalah ash-Shawi. 2004. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Daarul Haq
- Ferreland, O.C D. Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran, edisi kesebelas*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran 1, Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga
- Arifin, Zainal. 2009. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hamid, Abu & Al Ghazali. 1983. *al- Mustashfa fi'ilm al Ushul*, Beirut al-Kutub al- Ilmiah
- Karim, Adiwarmam A. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sustina. 2003. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Al-Albani, Muhammad Nashiruddin. 2007. *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2*. Jakarta: Pustaka Azzam
- Kartajaya, Hermawan & Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Al-Imam Muslim, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim Jilid I, II, III, IV*, Jakarta: Klang Book Centre, 2007, hlm. 324
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dan Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Departemen Agama RI. 1995. *Al Qur'an Al Karim dan Terjemahannya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra
- Al Ghazali, M. 1993. *Akhlaq Seorang Muslim*. Semarang: CV. Adi Grafika
- Karim, Adiwarmann A. 2007. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sukarno, Wibowo & Supriadi Dedi. 2013. *Ekonomi Makro Islam*. Jakarta: CV. Pustaka Setia
- Faturocman. 2012. *Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. 2015. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Karim, Adiwarmann. 2012. *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada
- Amirudin, Sodiq. 2015. *Konsep Kesejahteraan Dalam Islam*, Jurnal Equilibrium, Vol. 3, No.2, Desember 2015, hlm. 390-391

- Jauhar, A. 2009. *Maqshid Syariah*. Jakarta: Penerbit Amzah
- Fuad, M. dkk. 2003. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hasil wawancara dengan Ibu Darmono (Pemilik UMKM Mina Makmur) pada tanggal 20 Juli 2020
- Siagian, Sondang P. 2004. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Wibowo. 2013. *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, L.J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hasil Wawancara dengan Pemilik UMKM Kampung Sentra Bandeng (Bu Darmono, Pak Suhartono, Bu Nanik, Bu Subagyo, Bu Istianah), Juli 2020
- Soemarto. 2013. *Analisis Dampak Lingkungan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Oktaviani, Mita. 2012. *Evaluasi Penerapan Anggaran Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Laba PT. Madu Baru*. D3 Thesis, Universitas Negeri Yogyakarta
- Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2019
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2020
- <http://www.rmoljateng.com/read/2019/08/22/21433/Kota-Semarang-Miliki-UMKM-Berizin-Terbanyak-Pertama-Di-Indonesia->, Diakses Pada Tanggal 29 Januari 2020 Pukul 20.55 Wib
- <https://sigijateng.id/2019/kebanyakan-umkm-di-kota-semarang-tertarik-usaha-produk-makanan/>, Diakses Pada Tanggal 29 Januari 2020 Pukul 21.15 Wib

*<http://www.jatengprov.go.id>, Diakses pada tanggal 27 Januari 2020 Pukul 20.45
Wib*

<https://diskopumkm.semarangkota.go.id/informasi-publik/informasi-berkala/umkm>, Diakses Pada Tanggal 27 Januari 2020 Pukul 21.00 Wib

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1.

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Alfian Ridho
2. Tempat & Tgl. Lahir : Pesawaran, 31 Januari 1997
3. Alamat Rumah : Lumbirejo, Kec. Negeri Katon, Kab. Pesawaran,
Lampung
4. Agama : Islam
5. No. Telepon : 081957222122
6. E-Mail : alfianridho9@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. MI Al-Hidayah Lumbirejo, Kec. Negeri Katon, Kab. Pesawaran. Lulus tahun 2009
- b. MTs Nurul Hidayah Roworejo, Kec. Negeri Katon, Kab. Pesawaran. Lulus tahun 2012
- c. MAN 1 Pringsewu, Jl. Imam Bonjol Barat, Kab. Pringsewu, Lampung. Lulus tahun 2015
- d. UIN Walisongo Semarang angkatan 2016

2. Pendidikan Non-Formal

Pondok Pesantren Al-Muawwanah Pringsewu, Kab. Pringsewu, Lampung.
Lulus tahun 2016.

Semarang, 31 Januari 2023

Alfian Ridho
1605026091

Lampiran 2.

Daftar Pertanyaan Wawancara terhadap UMKM Kampung Sentra Bandeng

Daftar Pertanyaan Penelitian (Kampung Sentra Bandeng):

1. Sejak tahun berapa merintis usaha ini?

*Visi & Misi

2. Biasanya buka tutup usaha dihari apa aja dan mulai jam berapa?

3. Bahan baku untuk pembuatan bandeng presto itu diperoleh dari mana? Apakah bapak/ibu memiliki tambak sendiri, atau ikan-ikan itu beli dipasar/ada pemasoknya?

4. Bahan dan alat yang digunakan dalam proses memasak ikan bandeng itu apa aja?

5. Proses /cara memasaknya itu gimana?

6. Proses pengolahan dari awal sampai jadi bandeng presto membutuhkan waktu berapa lama?

7. Dalam sekali produksi membutuhkan berapa kilo ikan bandeng?

8. setiap harinya melakukan produksi apa gimana?

9. Packaging menggunakan plastic/kardus? variasi ukuran/pergram itu berapa aja?

10. Bandeng presto awet sampai berapa bulan ya?

11. Selain bandeng presto, ada olahan produk apalagi? bandeng presto ada varian rasanya?

12. Harga perbungkusnya itu berapa (variasi ukuran)?

*Apakah ada diskon ketika konsumen membeli dengan jumlah berapa?

13. Kira-kira perharinya biasanya laku berapa bungkus?
14. Sekali produksi itu membutuhkan modal berapa?
15. Modalnya itu hanya modal pribadi apa ada pinjaman/bantuan dari pihak lain?
16. Omzet perbulannya itu berapa?
17. Strategi yg sudah dilakukan untuk menarik konsumen itu seperti apa?
18. Pemasarannya itu bagaimana? Apakah hanya di toko sendiri, atau ada yg dititipkan di warung-warung? Aplikasi online? Atau ada agen distributornya? Penetapan harganya sama aja apa bagaimana?
19. Pemasarannya sampai keluar daerah apa disekitaran semarang aja?
20. Kebanyakan pembelinya itu dari lingkungan semarang aja apa juga dari masyarakat luar daerah?
21. Kendala selama merintis usaha ini itu apa? Cara mengatasinya bagaimana?
22. Rencana strategi yang akan dilakukan kedepannya untuk memajukan lagi usaha ini itu apa? Memperluas pemasarannya lagi? Atau menambah varian produk?
23. Selama merintis usaha ini peran yang kira-kira sudah dilakukan pemerintah setempat dalam melihat potensi usaha ini itu apa? Apakah ada bantuan modal atau mempromosikan lewat online di media pemerintahan?
24. Awal terbentuknya kampung sentra bandeng itu seperti apa? Perkembangan dari awal terbentuk sampai sekarang itu mengalami perkembangan yang seperti apa?
25. Apakah produk umkm sudah ada sertifikat halal/ ada P-IRTnya?
26. Apakah manajemen/pencatatan keuangannya sudah professional? Dibuktikan dengan apa?

27. Untuk membantu proses produksi, distribusi/pemasaran ada berapa tenaga kerja disini?
28. Setiap tenaga kerja itu mendapat upah berapa? Sistem pengupahannya perbulan/perhari?
29. Sistem penerimaan tenaga kerja itu ada kriteria khusus atau seperti apa?
30. Pernah melakukan pelatihan-pelatihan apa tidak dalam pengembangan usaha dan pelatihan karyawan?
31. Sering mengikuti bazaar apa tidak?
32. Apakah ada penghargaan-penghargaan yang didapatkan selama merintis usaha?
33. Ada data laporan penjualan perbulan tidak?

Lampiran 3.

Daftar Pertanyaan Kuesioner UMKM Kampung Sentra Bandeng

A. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Kampung Sentra Bandeng)

No.	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Kampung sentra bandeng merupakan salah satu sumber penggerak ekonomi masyarakat sekitar				
2	Kampung sentra bandeng dapat meningkatkan perekonomian masyarakat				
3	Dengan adanya kampung sentra bandeng dapat membuka lapangan kerja baru				
4	Kampung sentra bandeng banyak menyerap tenaga kerja				
5	Tenaga kerja kampung sentra bandeng adalah masyarakat sekitar				
6	Kampung sentra bandeng merupakan usaha masyarakat setempat				
7	Dengan adanya kampung sentra bandeng sangat membantu masyarakat dalam menyalurkan hasil tambak ikan bandeng				
8	Dengan adanya kampung sentra bandeng sebagian masyarakat tidak lagi mencari pekerjaan dengan keluar daerah				
9	Masyarakat yang bekerja pada kampung sentra bandeng memperoleh upah sesuai dengan apa yang dikerjakan				

10	Kampung sentra bandeng membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari				
-----------	---	--	--	--	--

B. Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Kampung Sentra Bandeng)

No.	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	UMKM kampung sentra bandeng memiliki modal yang cukup				
2	Bahan baku untuk produksi mudah diperoleh				
3	UMKM kampung sentra bandeng berada dilokasi yang strategis				
4	Peralatan produksi UMKM masih tradisional				
5	UMKM memiliki SDM/Karyawan yang professional				
6	UMKM kampung sentra bandeng memiliki kemasan produk yang menarik				
7	UMKM kampung sentra bandeng memiliki variasi/macam-macam produk				
8	Promosi dan pemasaran produk UMKM melalui media online				

9	UMKM selalu melakukan evaluasi dan inovasi dalam pengembangan produk				
10	Harga produk UMKM relatif terjangkau				

C. Kesejahteraan Masyarakat

No.	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Kampung sentra bandeng merupakan salah satu sumber pendapatan masyarakat				
2	Dengan adanya kampung sentra bandeng dapat menambah pendapatan masyarakat sekitar				
3	Dengan adanya kampung sentra bandeng masyarakat tidak lagi kesulitan dalam mencari nafkah				
4	Kampung sentra bandeng dapat menciptakan pendapatan baru bagi masyarakat sekitar				
5	Masyarakat yang bekerja pada UMKM kampung sentra bandeng dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat dan keluarganya				
6	Setelah bekerja pada UMKM kampung sentra bandeng membantu masyarakat dalam memenuhi gizi masyarakat dan keluarganya				

7	UMKM kampung sentra bandeng membantu masyarakat dalam membiayai pendidikan anak-anak mereka ke jenjang yang lebih tinggi				
8	Masyarakat yang bekerja pada UMKM kampung sentra bandeng membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anak-anaknya				
9	Setelah masyarakat bekerja pada UMKM kampung sentra bandeng membantu masyarakat dalam merenovasi rumah				
10	Setelah masyarakat bekerja pada UMKM kampung sentra bandeng membantu masyarakat membangun rumah				

D. Usaha/Bisnis Menurut Perspektif Islam (Kampung Sentra Bandeng)

No.	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Dalam proses produksi UMKM kampung sentra bandeng mengutamakan kebersihan				
2	Bahan baku yang digunakan untuk produksi bersifat halal dan memiliki manfaat				
3	Saat proses jual beli tidak adanya unsur riba				
4	Dalam proses pemasaran/penjualan mengedepankan sikap ramah terhadap pelanggan				

5	Dalam penetapan harga sesuai dengan kualitas produk yang dipasarkan				
6	UMKM selalu mengutamakan sikap jujur terhadap kelebihan dan kekurangan produk yang dijual				

*Dari 50 sampel yaitu karyawan UMKM Kampung Sentra Bandeng Tambakrejo:

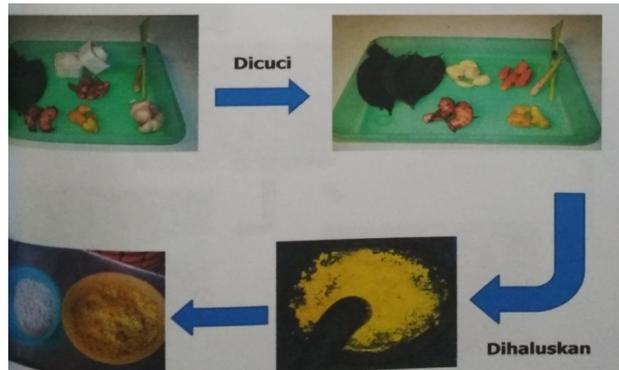
- 35 Karyawan Menjawab “Sangat Setuju”
- 15 Karyawan Menjawab “Setuju”

Lampiran 4.

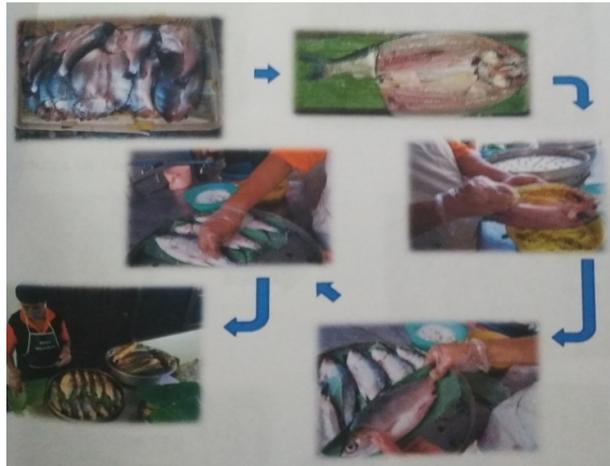
Hasil Dokumentasi



Proses pencucian dan pembersihan ikan bandeng



Proses pembuatan bumbu untuk bandeng presto



Proses pelumuran bumbu dan penataan pada panci presto



Proses pemasakan ikan bandeng



Proses penirisan atau pendinginan dan penyimpanan



Proses pengemasan produk





Wawancara dengan UMKM Bandeng Bu Subagyo



Pasca wawancara dengan Bu Darmono, UD. Mina Makmur



Pasca wawancara dengan Bpk. Suhartono, UD. Putri Laut

Lampiran 5. Surat Mohon Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

www

Nomor : B-1476/Ua.10.5/D1/PP.00.9/07/2020

10 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Permohonan Ijin Pra Riset / Penelitian

Kedada Yth :

Kepala Kampung Sentra Bandeng Kota Semarang

Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi unuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin pra riset kepada :

Nama : Alfian Ridho
Nim : 1605026091
Semester : VIII
Jurusan / Prodi : S.1 EKONOMI Syariah
Alamat : Jl. Prof. Dr. Hamka, Purwoyoso, Ngaliyan, Semarang
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam
Waktu Penelitian : 14 s.d. 31 Juli 2020
Lokasi Penelitian : Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang

Demikian surat permohonan pra riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan

Dekan Bidang Akademik
Lembagaan.



Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Lampiran 6. Bukti Tanda Tangan Telah Melakukan Wawancara

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hartini Darmono
Jabatan : Pemilik usaha (UD. MINA MAHMUR)
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa,
Nama : Alfian Ridho
Nim : 1605026091
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar-benar telah melaksanakan penelitian untuk penulisan skripsi di UMKM Kampung Sentra Bandeng dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Kerakyatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Juli 2020

Pemilik usaha


Dra. Hartini D.

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Setyo widiatmoko, S.H.

Jabatan : Lurah Tambakrejo

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa,

Nama : Alfan Ridho

Nim : 1605026091

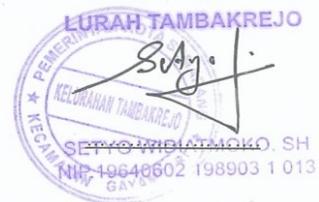
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar-benar telah melaksanakan penelitian untuk penulisan skripsi di UMKM Kampung Sentra Bandeng dengan judul "~~Penerapan~~ Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Kampung Sentra Bandeng Kelurahan Tambakrejo Kota Semarang".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 20 Juli 2020

Lurah Tambakrejo





**HIMPUNAN MAHASISWA JURUSAN
EKONOMI ISLAM (HMJ EI) MASA BHAKTI 2022**
Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
Office : Gedung Student Centre FEBI UIN Walisongo Semarang.
Jl. Prof. Dr. Hamka, Ngaliyan, Semarang. Telp. 081232569325 (Soya Angga)

TRANSKIP KO KURIKULER

Nama Mahasiswa : Alfian Ridho
NIM : 1605026091
Jurusan : Ekonomi Syariah / Ekonomi Islam

NO	ASPEK KEGIATAN	JUMLAH KEGIATAN	NILAI
1	Keagamaan dan Kebangsaan	03	14
2	Penalaran dan Idealis	05	23
3	Kepemimpinan dan Loyalitas	09	10
4	Pemenuhan Bakat dan Minat	06	23
5	Pengabdian Masyarakat	02	15
	Jumlah	25	85

Jumlah : 85

Predikat : B+ (Baik)

Semarang, 21 Desember 2022

Telah diteliti dan dikoreksi oleh:
HMJ Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Mengetahui,
Wakil Dekan III
Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang



Soya Angga Arifin N.
2005026101

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004