

Strategi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Syari'ah : Antara Peluang dan Tantangan

Ade Suhartini¹

STIE Syariah Bengkalis

Jl. Poros - Sei Alam – Selatbaru – Kabupaten Bengkalis

Adesuhartini5@gmail.com

DOI: 10.46781/al-mutharahah.v21i01.823

Received : 30 Oktober 2023

Revised : 09 Februari 2024

Accepted : 18 Maret 2024

Published : 24 Mei 2024

ABSTRACT

The development of sharia finance in Indonesia is increasing rapidly so that it is a challenge as well as an opportunity for the business world and has great potential to improve the economy and businesses in Indonesia. MSMEs have a big opportunity to absorb labor so they need to be improved and maximized. However, most financial institutions do not have confidence in MSMEs because the income earned by MSME business actors is very small so only a few MSMEs borrow money for business capital from financial institutions. The aim of this research is to determine the opportunities and challenges that exist in the development of Sharia-based MSMEs. This research uses literature study techniques to search for relevant theories to answer research problems related to the development of Sharia-based Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), between opportunities and challenges. The results of this research are creating a website for purchasing products online, regularly marketing products online and offline, providing products beyond consumer demand, improving product quality, maintaining product advantages, increasing innovation by upgrading following developments. era by selling goods that are currently popular, looking for suppliers who sell and market goods at prices that are affordable to the public, expanding the target market by utilizing existing technology, maintaining good relationships with consumers and suppliers

Keywords: *opportunities, challenges, strategy, development, micro, small and medium enterprises.*

ABSTRAK

Keuangan Syariah berkembang dengan melonjak secara cepat sehingga menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang bagi dunia usaha dan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan ekonomi dan juga bisnis-bisnis di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) berpeluang besar dalam menyerap tenaga kerja sehingga perlu ditingkatkan dan dimaksimalkan. Namun sebagian besar lembaga keuangan belum memiliki kepercayaan terhadap UMKM karena penghasilan yang diperoleh oleh pelaku usaha UMKM sangat kecil sehingga hanya sedikit UMKM yang meminjam uang untuk modal usaha di lembaga keuangan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peluang dan tantangan yang ada dalam perkembangan UMKM berbasis Syari'ah. Penelitian ini menggunakan teknik studi literature dalam mencari teori yang relevan yang untuk menjawab permasalahan penelitian terkait Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Syariah, antara Peluang dan

Tantangan. Hasil pada penelitian ini adalah membuat web untuk pembelian produk secara online, rutin memasarkan produk secara online maupun offline, menyediakan produk di luar dari permintaan konsumen, meningkatkan kualitas produk, mempertahankan keunggulan- keunggulan yang dimiliki oleh produk, meningkatkan inovasi dengan meng-*upgrate* mengikuti perkembangan zaman dengan menjual barang- barang yang sedang populer, mencari *supplier* yang menjual dan memasarkan barang dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat, memperluas target pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada, menjaga hubungan baik dengan konsumen dan *supplier*.

Kata kunci : *peluang, tantangan, strategi, perkembangan, usaha mikro, kecil, dan menengah.*

A. Pendahuluan

Salah satu faktor pendorong perkembangan perekonomian di Indonesia saat ini banyaknya usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sedang bertumbuh. Berdasarkan Undang-Undang No 20 tahun 2008 yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan sektor yang mampu bertahan di tengah perekonomian yang krisis. Krisis ekonomi tersebut tidak membuat jumlah UMKM mengalami penurunan, tetapi justru semakin bertambah. UMKM mampu bertahan meskipun pengelolaan manajemennya sederhana.

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMKM Naik Kelas dan Modernisasi Koperasi. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. “Ini *critical engine* untuk perekonomian kita supaya maju. Jadi kita bertopang sangat besar kepada UMKM.”¹

Menurut data dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), pada 2020 terdapat sekitar 46,6 juta dari total 64 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses permodalan dari perbankan maupun lembaga keuangan bukan bank. Hambatan pembiayaan yang dialami UMKM menjadi landasan bagi Pemerintah untuk memberikan dukungan fasilitas pembiayaan lainnya, antara lain melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL), Mekaar PNM, Bank Wakaf Mikro, Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Skema pembiayaan ini dapat diakses UMKM sesuai kelasnya seiring dengan berkembangnya tingkat bisnis UMKM. Sejak 19 Januari 2022, skema KUR terdiri dari KUR Super Mikro, KUR Mikro, KUR Kecil, KUR Khusus, dan KUR PMI. Khusus untuk KUR Super Mikro dan KUR Mikro tidak diperlukan agunan tambahan. Perkembangan Kredit UMKM sendiri terus meningkat dan NPL terus terjaga stabil. Kredit UMKM terus meningkat hingga mencapai Rp1.275,03 triliun atau tumbuh 16,75% (yoy). NPL tetap terjaga pada kisaran 4%, di mana posisi terakhir pada April 2022 NPL tercatat mencapai 4,38%, lebih rendah dibandingkan periode sama tahun lalu yang berada di 4,41%. Namun, kenaikan tersebut dinilai masih jauh dibandingkan beberapa negara lain seperti Singapura (41%), Thailand (41%),

¹ Lina Rifda Naufalin, “Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bayumas,” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi* Vol.22, N (2020).

dan Tiongkok (60%). Jadi, target kontribusi ekspor UMKM diharapkan meningkat menjadi 17% di 2024.²

Salah-satu bentuk UMKM yang mempunyai karakteristik tertentu adalah UMKM yang berbasis Islam. UMKM berbasis Syari'ah merupakan kegiatan ekonomi produktif rakyat yang skalanya kecil dan menengah yang dikelola secara komersil, dan pengelolaannya secara perinsip syari'at islam. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S Al- Isra'ayat 26-27:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: "Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan yang sesungguhnya."³

Pada hakikatnya bentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Syari'ah ini mempunyai tujuan yang sama dengan UMKM pada umumnya, hanya saja terdapat perbedaan pada sistem dan tata kelola yang sesuai dengan prinsip dan kaidah Islam. Pengembangan UMKM dapat dikolabosikan dengan lembaga keuangan syariah (LKS), dimana permodalan adalah salah satu problema utama UMKM. Di sisi lainnya, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tidak hanya berorientasi pada pencarian profit semata, melainkan juga memiliki sisi kemanusiaan, yaitu melakukan pemberdayaan kepada para pengusaha UMKM.⁴

Usaha yang dilakukan untuk pengembangan koperasi dan UMKM melalui LKS pada dasarnya memerlukan langkah-langkah taktis dan strategis berupa peningkatan visi dan misi bisnis yang sesuai syariah Islam, sehingga tercipta SDM yang Islami dan berkualitas serta mempunyai dampak kepada omset penjualan usaha-usaha rumah tangga setelah memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan syariah. Selain dari pada itu lembaga keuangan syariah terhadap UMKM sangat dibutuhkan dalam menunjang kegiatan UMKM melalui pembiayaan, baik yang dilakukan langsung maupun secara tidak langsung melalui. Peran perbankan syariah yang diharapkan oleh UMKM bukan hanya melalui produk saja tetapi juga melalui program pengembangan, sehingga produk-produk perbankan syariah bisa dikenalkan melalui program pengembangan. *Baitul Maal wat Tamwil (BMT)* merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang dapat mendukung permodalan UMKM. Diantara beberapa hambatan dari UMKM syariah yang merupakan masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja, modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), informasi pasar serta kesulitan dalam pemasaran.⁵

Adapun yang menjadi permasalahan perkembangan UMKM berbasis syari'ah dikarenakan terbatasnya Sumber Daya Manusia yang berkualitas baik, lemahnya akses ke lembaga keuangan,

² Siaranpres, "Perkembangan-Umkm-Sebagai-Critical-Engin-Perekonomian-Nasional-Terus-Mendapat-Dukungan-Pemerintah," 4.6/553/Set.M.Ekon.3/10, 2022, <https://www.ekon.go.id/Publikasi/Detail/4593>.

³ Al – Qur'an Dan Terjemahannya.

⁴ Singgih Muheramtohad, "Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Indonesia" 8, no. 1 (2017): 65–77.

⁵ S Kartawinata, B., Wijayangka, C., Dabinda, H., & Aprilia, "Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebelum Dan Sesudah Memperoleh Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan Syariah.," *Jurnal Eco-Buss* Vol.2. No. (2020), <https://doi.org/10.32877/Eb.V2i2.108>.

khususnya perbankan yang membantu permodalan UMKM Desa, serta kesulitan dalam pemasaran dan informasi pasar. Hal ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu. Di antaranya penelitian yang dilakukan oleh Kementrian Negara KUMKM bekerja sama dengan BPS (2003) yang menyatakan bahwa UMKM yang mengalami kesulitan usaha 72.47 persen, sisanya 27.53 persen tidak ada masalah. Dari jumlah rasio 72.47 persen yang mengalami kesulitan usaha tersebut, diidentifikasi beberapa permasalahan dan kesulitan yang dihadapi adalah : (1) permodalan, sebesar 51.09 persen ; (2) pemasaran, 34.72 persen ; (3) bahan baku, 8.59 persen ; (4) ketenagakerjaan, 1.09 persen ; (5) distribusi transportasi, 0.22 persen ; dan (6) lainnya sebesar 3.93 persen. Selain itu terkait lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan. Pernyataan ini mendukung penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa di antara permasalahan pokok yang dihadapi oleh UMKM adalah banyaknya UMKM yang belum bankable, baik disebabkan oleh belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan financial. Selain itu kendala yang paling dominan dihadapi oleh para UMKM di Indonesia adalah faktor pembiayaan dan marketing.⁶

B. Metode Penelitian

Model penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literature. Metode tersebut menjelaskan berbagai kondisi dan situasi terkait penelitian ini. Berdasarkan bentuk data, penelitian ini menggunakan data sekunder, sedangkan dari segi jenis data, penelitian ini menggunakan data kualitatif. Sebagai pelengkap metode kualitatif, penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dengan menelaah dokumentasi berupa buku, jurnal, artikel, website dan hasil penelitian lainnya yang berkaitan dengan peluang dan tantangan UMKM serta dokumen lainnya yang relevan seperti mengutip data-data dari Undang - undang dan BPS guna menjawab masalah penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini penelaahan dan pengkajian mendalam terhadap data-data diatas. Sesuai dengan sifat dan jenis data yang menitikberatkan kepada data sekunder dan berjenis kualitatif, penelitian ini dianalisis dengan metode diskriptif analisis. Setelah semua data peneliti dapatkan, langkah selanjutnya peneliti melakukan tahap reduksian data, melakukan penyajian data dan penarikan kesimpulan yang di perkuat dengan data dokumentasi sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman dengan menawarkan tiga model tersebut. mendalam yang kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pola deskriptif. Hasil kajian diharapkan dapat melahirkan suatu peluang dan tantangan yang dapat digunakan oleh usaha mikro kecil dan menengah.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan menengah 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

⁶ Sri Maulida and Ahmad Yunani, "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi" 2, no. 1 (2017): 181–96.

memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2021 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terdiri dari tiga bentuk usaha berdasarkan skalanya, yaitu meliputi; Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah. Dibawah ini dapat dijelaskan pengertian dari ketiganya didasarkan Undang-undang;

- a. Yang dimaksud dari usaha mikro ialah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria aset: Maksimal 50 Juta, kriteria Omzet: Maksimal 300 juta rupiah.
- b. Usaha Kecil dapat diartikan sebagai 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. Kriteria aset: 50 juta - 500 juta, kriteria Omzet: 300 juta - 2,5 Miliar rupiah.
- c. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria aset: 500 juta - 10 Miliar, kriteria Omzet: >2,5 Miliar - 50 Miliar rupiah (UU No. 20 Tahun 2008).⁷

2. Peluang dan Tantangan

Berkembangnya suatu Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia ini mempunyai sebuah potensi serta peluang yang cukup baik, diantaranya yaitu :

a. Peluang

- 1) Potensi sumber dana, Indonesia mempunyai penduduk muslim terbesar di dunia, dan mempunyai potensi sumber dana yang cukup besar. Dalam meningkatnya

⁷ “Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Keci Dan Menengah (Pasal 6)” (2021).

jumlah kelas menengah ke atas menjadikan sebuah peluang untuk mengembangkan dana sosial, zakat produktif serta wakaf. Lembaga keuangan mikro menggabungkan sumber dana sosial dengan sumber dana komersial. Contohnya seperti lembaga keuangan mikro mengadakan sebuah sosialisasi tentang wakaf uang kepada umat Islam yang berpendapatan menengah ke atas agar memperoleh pembiayaan serta tujuan yang produktif. Meningkatkan penghasilan masyarakat terutama penduduk muslim yang juga menjadikan peluang tersebut mampu menghimpun dana dalam bentuk tabungan atau simpanan.⁸

- 2) Alokasi pembiayaan, di Indonesia jumlah masyarakat, baik individu maupun kelompok usaha mikro membutuhkan support dalam pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) guna untuk memperlebar market sharenya. Dalam kelompok usaha mikro ini ternyata lebih mudah (fleksibel) serta memiliki resilient atau daya tahan yang tinggi. Sehingga kemampuan untuk membayar kewajibannya kembali tinggi. Usaha mikro kemajuannya yang pesat menjadikan peluang besar dalam penyaluran pembiayaan. Hal ini menjadikan peluang semakin besar untuk menyalurkan pembiayaan. Terdapat kegiatan-kegiatan yang bersifat komunitas, antara lain arisan, pengajian, serta lainnya yang dapat mendirikan untuk melakukan kegiatan yang bersifat produktif senantiasa memberikan peluang bagi lembaga keuangan mikro di dalam alokasi pembiayaan tersebut.⁹
- 3) Sokongan dari teknologi, masyarakat Indonesia yang telah mempunyai *smartphone* dengan konektivitas yang baik mampu memanfaatkan untuk menciptakan jejaring antar nasabah, dalam penggunaan aplikasi yang sangat sederhana. Aplikasi tersebut mampu digunakan untuk menginformasikan produk-produk syariah baik dari segi alokasi pembiayaan.¹⁰
- 4) Peluang pengembangan, apabila dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya yang mempunyai skala besar, lembaga keuangan mikro mempunyai kelebihan dari segi kedekatan dengan nasabah dikarenakan jumlahnya yang sangat banyak serta dapat terjangkau sampai ke masyarakat pelosok-pelosok. Di dalam hubungan yang erat dan memiliki sifat personal dapat memungkinkan LKM dapat lebih mampu untuk mengenali secara baik potensi usaha serta karakter nasabah. Usaha pengembangan lembaga keuangan mikro dapat menjadikan paling baik dengan menggali potensi angkatan-angkatan muda yang memiliki militansi yang tinggi guna membantu masyarakat miskin dan usaha mikro. Lembaga Keuangan Mikro

⁸ D. A Diartono, "Pengembangan Model Cyber Cluster E-Commerce Berbasis Cms Dan Seo Produk UMKM," *Jurnal Of Computing And Cybernetics System* Vol.9. No. (2015).

⁹ D. C Lantu, "Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Di Indonesia: Valiadasi Kuantitatif Model," *Jurnal Management Teknologi* Vol. 15. N (2016).

¹⁰ D. N Wiranta, "Penguatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Peluang Dan Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).," *Jurnal Lingkar Widyaiswara* Vol. 2. No (2016).

Syariah (LKMS) membuat sebuah model yang khas di Indonesia dikarenakan membangun dengan basis yang luas serta melibatkan sektor mikro. Hal ini mampu menjadikan kekuatan pengembangan ekonomi syariah dalam sektor keuangan berbasis mikro dengan jangkauan yang luas. Dan mampu merangkum aplikasi keuangan mikro syariah untuk menjadikan referensi utama dalam menguatkan branding Indonesia sebagai tempat terbesar di lembaga keuangan syariah.¹¹

Kewajiban Pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang ikut serta dalam pembangunan ekonomi nasional yaitu salah satunya dengan adanya strategi untuk meningkatkan kerja sama antara pembiayaan syariah dengan koperasi, BMT serta UMKM di Indonesia. Kebijakan kerja sama bertujuan untuk memperkuat sebuah komposisi pembiayaan kepada sektor-sektor produktif yang secara umum mendukung adanya sebuah peningkatan kapasitas perekonomian di Indonesia, antara lain untuk mendorong meningkatnya sebuah alokasi pembiayaan yang produktif. UMKM dapat dijadikan untuk mengembangkan sebuah permodalan. Kegiatan peluang untuk UMKM agar dapat memanfaatkan kebijakan ini dan untuk memperoleh modal dari perbankan. Bank tersebut dapat mendapatkan penambahan penghasilan dengan jumlah pembukaan jaringan kantor jika Bank dapat menyalurkan pembiayaan tersebut kepada UMKM dengan harga paling rendah 20% serta UMK paling rendah 10% dari total portofolio pembiayaan.¹²

b. Tantangan

Dalam data survei BMT di Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat yang dilakukan oleh Bank Indonesia, mengidentifikasi bahwa tantangan terbesar dalam BMT Indonesia adalah untuk mewujudkan sebuah sistem pengaturan industri yang baik. Industri BMT wajib mempunyai standart regulasi yang sudah diakui oleh otoritas terkait dalam sistem keuangan Indonesia, halnya standart akuntansi serta audit, rating system, dan standart parameter pengaturan dan sebuah prosedur. Sangatlah penting bagi industri BMT untuk memperoleh kepastian hukum operasinya termasuk sebuah kejelasan dalam mengatur dan mengawasi.¹³

Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, tersebar di hampir seluruh wilayah di nusantara ini. Demikian pun, Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang jumlahnya semakin bertambah seiring perkembangan trend masyarakat, yang mulai mengarah ke lembaga keuangan syariah. Pada kondisi sekarang, keuangan mikro dapat dijadikan sebagai salah satu pendekatan dalam menyelesaikan masalah-masalah pengentasan kemiskinan dengan melakukan pemberdayaan ekonomi, melalui penyaluran untuk kegiatan ekonomi produktif. Lembaga keuangan mikro dapat pula membuat pola

¹¹ A Nasruloh, "Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional.," *Vol. 1. No. 8 Jurnal Pro* (2017).

¹² E Dhamayantie, "Nguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM.," *Jurnal Matriks: Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 11. N (2017).

¹³ S Maryati, "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengembangkan UMKM Dan Agri Bisnis Pedesaan Di Sumatera Barat.," *Jurnal Economica* Vol. 3. No (2017).

kelompok, untuk penyaluran dana tanpa agunan. Dimana, dalam satu kelompok terdiri dari beberapa individu yang saling bertanggungjawab terhadap pelunasan pinjaman seluruh anggota kelompok. Hal ini, menyebabkan apabila salah satu anggota tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka akan menghambat penyaluran pinjaman anggota lainnya dalam kelompok tersebut.¹⁴

Dalam perjalanan lembaga keuangan mikro di Indoenesi masih dihadapkan beberapa tantangan, sebagai berikut: akses permodalan, sumber daya manusia, dan regulasi. Lembaga keuangan mikro keberadaannya sangat beragam bentuknya, dari masih beroperasi sendiri-sendiri yang belum berstandart secara baku serta mempunyai sistem interkoneksi anta lembaga keuangan. Di sisi lain, paradoks arus uang masih menjadi tantangan terberat bagi lembaga keuangan mikro saat ini, yakni ketika semua masyarakat lebih untuk memilih menyimpan uang di bank umum. Memang masih rendah kepercayaan masyarakat untuk menyimpan uang di lembaga keuangan mikro mengharuskan lembaga tersebut menawarkan imbalan yang tinggi atau dapat meminta support pembiayaan dari lembaga keuangan lain yang jauh lebih besar.¹⁵

Dalam Lembaga Keuangan Mikro Syariah, terutama BMT titik permasalahan yang berat sedang dihadapi yang terletak pada regulasi kelembagaan. POJK NO. 3 tahun 2016 menjadikan sebuah dasar untuk berdirinya BMT, namun masih ada tekanan dengan UU LKM dan Perkoperasian. Sehingga membuat BMT menjadi tidak fleksibel karena kedua peraturan tersebut mempersulit ruang geraknya dengan aspek-aspek yang berbeda. Regulasi yang menyusun BMT belum sempurna karenanya tidak ada standart mengenai pembuatann anggaran tersebut. BMT berada di bawah landasan hukum koperasii, dan koperasi tersebut tidak menggunakan PSAK sebagai standart perhitungan keuangannya.¹⁶

3. Peluang dan tantangan perkembangan UMKM berbasis Syari'ah

Dari penelitian yang di paparkan di atas langkah selanjutnya ialah maka kita akan menggunakan analisis SWOT terkait peluang dan tantangan perkembangan UMKM berbasis syariah sebagai berikut:

Tabel I. Matriks SWOT peluang dan tantangan perkembangan UMKM

STRANGHT (S)	WEAKNESS (W)
1. keragaman produk yang ada.	1. Terbatasnya promosi yang dilakukan.
2. Lokasi yang	2. Belum memiliki sistem <i>online marketing</i> .
	3. Kurang berinovasi.

¹⁴ R Oktafia, "Percepatan Pertumbuhan Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Di Jawa Timu," *Jurnal Economica* Vol. I. No (2017).

¹⁵ M. Z Syukron, "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang Di Kabupaten Kudus," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol 5. No (2016).

¹⁶ M Jannah, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban," *Jurnal Orientasi Kewirausahaan* Vol.5. No. (2019).

strategis, 3. Sumberdaya manusia (SDM) yang berkualitas. 4. Izin usaha yang mudah, 5. Kualitas produk yang di pasarkan.	4. Modal terbatas. 5. Sulit akses dalam mendapatkan bahan baku dan barang dagang.
STRATEGI S-O.	STRATEGI W-O
1. Membuat web untuk pembelian produk secara online. 2. Rutin memasarkan produk secara online maupun offline 3. Menyediakan produk diluar dari permintaan konsumen. 4. Meningkatkan kualitas produk. 5. Mempertahankan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk.	1. Pengelola UMKM harus meningkatkan promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. 2. Membuat sistem pemasaran online. 3. Meningkatkan inovasi dengan <i>meng-upgrate</i> mengikuti perkembangan zaman dengan menjual barang-barang yang sedang populer. 4. Mencari <i>supplier</i> yang menjual barang dengan harga yang lebih murah. 5. Menjual barang dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat
STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
1. Memperluas target pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada. 2. Menjaga hubungan baik dengan konsumen	1. Meminjam modal dari bank atau instansi lain yang mendukung dan memberikan pinjaman kepada pelaku UMKM. 2. Bekerjasama dengan beberapa <i>supplier</i> . 3. Memberikan diskon tertentu kepada pelanggan,

dan <i>supplier</i> , 3. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan. 4. Mempertahankan harga agar tetap stabil dan mampu bersaing. ¹⁷	
--	--

4. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM

Hasil dari matriks analisis SWOT yang di dapatkan dari perumusan S-O,W-O,S-T, W-T antara lain dapat dilihat sebagai berikut:

1. Strategi S-O
- a. Membuat web untuk pembelian produk secara online

Strategi ini seharusnya bisa di lakukan oleh pemilik UMKM hal ini dilakuakan akan dapat membantu meningkatkan penjualan pada UMKM jika penjualan meningkat otomatis dapat meningkatkan pendapatan dan secara tidak langsung jika pendapatan meningkat maka dapat menambah jumlah modal UMKM yang minim. Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi santri, Dermilan siregar bahwasanya perdagangan secara online memberikan efek menguntungkan karna nyaman bagi pelanggan untuk melakukannya. Jika di lihat dari segi Syari'ah hal ini boleh saja dilakukan asal jangan menyimpang dari aturan dan ketentuan jual beli dalam syari'at Islam yakni tidak mengandung unsur riba, ghorar, tirani, monopoli, dan penipuan.¹⁸

Hal ini dijelaskan dalam Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُفْرِمُونَ إِلَّا كَمَا يُفْرِمُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : *Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya,*

¹⁷ Sabinus Be Blasius Manggu, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkulu Berdasarkan Analisis SWOT," *Jurnal Wicida* Vol. 27 No (2023).

¹⁸ Dermilan Siregar Dewi Santri, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* Vol.3, No. (2023).

*lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.*¹⁹

b. Rutin memasarkan produk secara online maupun offline

Hal ini dapat dilakukan oleh pengelola UMKM agar produk yang di jual oleh UMKM bisa dikenal oleh masyarakat bukan hanya di dalam daerah namun juga di luar daerah. Pernyataan ini juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andi Fitriansyah, Netti Nurlenawati, Dexi Triadinda dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa kedua strategi pemasaran ini memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing.²⁰

c. Menyediakan produk di luar dari permintaan konsumen

Hal ini dapat dilakukan untuk menarik lebih banyak pelanggan atau menjadi daya tarik pada UMKM sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja atau membeli produk yang kita tawarkan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ambyah Atas Aji dalam penelitiannya yang mana merencanakan barang dagang, menentukan sumber barang dagang, mengumpulkan informasi tentang permintaan konsumen, dan menyediakan barang yang di inginkan dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik usaha.²¹

d. Meningkatkan kualitas produk

Meningkatkan kualitas produk merupakan salah satu strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM yang mana peningkatan kualitas produk membuat UMKM semakin maju dan semakin di minati oleh para konsumen.

Dalam Al Quran yang berhubungan dengan hal konsumsi yaitu, pergunkan barang-barang yang baik dan berfaedah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Karena dengan barang-barang yang berfaedah dan baik akan membawa ke perbuatan yang baik pula. Barang-barang yang bermanfaat dan baik disini yaitu yang memiliki kualitas baik. Sebagaimana yang tercantum dalam Al Quran surat Al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Yang artinya : *Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.*²²

e. Mempertahankan keunggulan- keunggulan yang dimiliki oleh produk

¹⁹ Al-qur'an dan terjemahannya.

²⁰ Andi Fitriansyah, Netti Nurlenawati, Dexi Triadinda, "Studi Komperatif Pemasaran Offline Store Dengan Pemasaran Online B2c Pada Umkm Warbaks Sotang Mozarella Di Rangasdengklok," *Journal Of Syntax Literate* Vol.8 No.4 (2023).

²¹ Ambyah Atas Aji, "Evaluasi Pengadaan Dan Penanganan Barang Dagang Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan Anggota Dikoprasi Serba Usaha Pasar Tani Alami Kabupaten Boyolali," *Vol.23, No.1, 2023.*

²² Alqur'an dan terjemahan.

Mempertahankan keunggulan- keunggulan yang dimiliki UMKM yang mana setiap bidang UMKM di desa Dedap memiliki keunggulannya masing-masing yang menjadi ciri khas dari usaha itu sendiri. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dani Rahadian Muharam yang menyatakan bahwa mempertahankan keunggulan-keunggulan dapat dilakukan untuk bersaing di pasar dengan usaha dan perusahaanlainnya.²³

2. Strategi W-O

- a. Pengelola UMKM harus Meningkatkan promosi yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hal ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan lebih luas UMKM agar UMKM mampu bersaing dengan pesaing yang ada di pasar secara global dan menyeluruh dan agar UMKM bisa lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan pembelian. Promosi bisa dilakukan dengan berbagai macam cara di antaranya dengan cara pemasangan iklan, pemasaran langsung yang dilakukan oleh pelaku UMKM melalui berbagai media, melakukan promosi penjualan misalnya melakukan obral dalam jangka waktu tertentu, atau bisa juga melakukan penjualan pribadi dengan mendatangi langsung konsumen dengan melakukan penjualan secara personal dan berbagai cara lainnya.

- b. Membuat sistem pemasaran online

Pemasaran online merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan produk dan usaha secara menyeluruh dan tak terbatas kesetiap penjuru dunia agar UMKM bisa dikenal secara luas. Strategi ini juga di dukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Dindin pemasaran secara online dapat membantu menghadapi permasalahan penjualan terutama pada masa Covid 19 lalu. Salah satu contoh pemasaran secara online yang dapat di lakukan ialah dengan membuat market penjualan melalui beberapa *e-commerce* seperti lazada, shopee dan lain sebagainya.²⁴

- c. Meningkatkan inovasi dengan meng-*upgrate* mengikuti perkembangan zaman dengan menjual barang- barang yang sedang populer

Hal ini dilakukan agar UMKM tidak kalah saing dengan UMKM lain di era yang maju ini dimana permintaan dan kebutuhan masyarakat semakin berkembang mengikuti tren perkembangan zaman di era digital ini. Maka dari itu inovasi dibutuhkan untuk kelangsungan perkembangan UMKM yang ada di desa Dedap. Hal ini di dukung oleh

²³ Dani Rahadian Muharam, "Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Astragraphia TBK Cabang Manado," *Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi* vol.4, no. (2016).

²⁴ Andry Dindin Abdurrahim Brata Sonjaya, Yanti Susila, Tresnawati, Afief Maula Novendra, "Strategi Bertahan Dan Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid 19 UKM Kota Bandung Studi Kasus Usaha Kecil Rajut," *Jurnal Ilmu Administrasi* 2 no. (2023).

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yanto yang menatakan bahwa inovasi merupakan strategi bisnis.²⁵

Kreatif ialah kemampuan menggunakan apa yang dimilikinya dalam menghasilkan sesuatu yang terbaik dan bermanfaat bagi kehidupan sebagai wujud pengabdian yang tulus kehadirat-Nya dan rasa syukur atas nikmat-Nya. Allah Swt. berfirman:

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ الَّذِي خَلَقَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضَ وَجَعَلَ الظُّلُمٰتِ وَالنُّوْرَ ؕ ثُمَّ الَّذِيْنَ كَفَرُوْا بِرَبِّهِمْ يُعَذِّبُوْنَ

Artinya: “Segala puji bagi Allah yang telah menciptakan langit dan bumi dan mengadakan gelap dan terang, Namun orang-orang yang kafir mempersekutukan (sesuatu) dengan Tuhan mereka”. (QS. al-An’ām [6]: 1) ²⁶

- d. Mencari *supplier* yang menjual barang dengan harga yang lebih murah

Hal ini dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk mengatasi keterbatasan modal yang dimiliki, selain itu juga jika UMKM dapat memasok barang dengan harga yang lebih murah maka UMKM akan dapat mempertahankan harga untuk menjadi stabil, sekaligus meminimalisir pengeluaran. Hal ini dapat dilakukan dengan mendatangi langsung ke pusat industri atau bazar bisnis hal ini dilakukan untuk menghindari atau memperkecil resiko kerugian.

- e. Menjual produk dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat

Menjual produk dengan harga terjangkau oleh masyarakat merupakan salah satu strategi *marketing* yang dapat dilakukan untuk menarik pelanggan menetapkan harga harus disesuaikan dengan kualitas dan daya beli masyarakat terhadap produk yang di jual. Hal ini juga di dukung oleh Aulia azzahra yang mana hasil dari penelitiannya menyatakan penetapan harga yang tepat mampu meningkatkan jumlah penjualan.²⁷

3. Startegi S-T

- a. Memperluas target pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada

Memperluas target pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada dapat dilakukan untuk lebih mengembangkan dan memperluas lingkup usaha UMKM yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun strategi memperluas pangsa pasar salah satunya yang dapat dilakukan oleh pemilik atau pengelola UMKM di desa Dedap adalah dengan menambah produk serta layanan baru sesuai dengan yang di inginkan oleh

²⁵ Asri Ady Bakri Akhmad Al Aidhi, M Ade Kurnia Arahap, Arief Yanto Rukmana, “Peningkatan Daya Saing Ekonomi Melalui Peran Inovasi, Multidisiplin West Science” 2 no. (2023).

²⁶ Al-qur’an dan terjemahannya.

²⁷ Sakila Aulia Azzahra, Ayumi Isna Ningsih, Puji Lestari, “Strategi Peneapan Harga Di Point Coffe,” *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Indonesia* Vol.2, No. (2023).

konsumen, menjual produk dan layanan kepada pelanggan yang sudah ada dengan meningkatkan jumlah, melebarkan pasar kedaerah baru dan banyak lagi.²⁸

b. Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan *supplier*

Menjaga hubungan baik dengan para *supplier* merupakan salah satu strategi yang harus dilakukan untuk menjaga kestabilan UMKM dari berbagai aspek. Selain menjaga hubungan baik dengan konsumen atau berfokus kepada kepuasan pelanggan menjaga hubungan baik dengan *supplier* atau pemasok dan mitra juga tidak kalah pentingnya hal ini dikarenakan secara tidak langsung juga akan membuat bisnis kita semakin di percaya. Hal yang dapat dilakukan yakni dengan memahaami kebijakan *supplier*, menghubungi *supplier* secara teratur, melakukan pembayaran tepat waktu, memberikan apresiasi saat momen tertentu dan lain sebagainya. Menjaga hubungan baik dalam islam juga diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an surar Al- Anfal ayat 1 yang berbunyi:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَنْفَالِ قُلِ الْأَنْفَالُ لِلَّهِ وَالرَّسُولِ فَأَتَقُوا اللَّهَ وَأَصْلِحُوا ذَاتَ بَيْنِكُمْ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Yang artinya: *Mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang (pembagian) harta rampasan perang. Katakanlah, "Harta rampasan perang itu milik Allah dan Rasul (menurut ketentuan Allah dan Rasul-Nya), maka bertakwalah kepada Allah dan perbaikilah hubungan di antara sesamamu, dan taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya jika kamu orang-orang yang beriman."*²⁹

c. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan

Mempertahankan kualitas pelayanan dapat dilakukan untuk mempertahankan kenyamanan konsumen dalam berbelanja sehingga dapat membuat konsumen menjadi pelanggan pada UMKM kita dan tertarik untuk terus berbelanja dan membeli produk-produk maupun jasa yang kita tawarkan. Kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan, baik yang tampak jelas maupun tersembunyi.

Menurut Tanjung, menyatakan terdapat nilai-nilai islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu: Profesional (*Fathanaah*)³⁰ "sProfesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan". Sifat profesionalisme digambarkan dalam Al-Quran surat At-Taubah ayat 105:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُم بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: " Katakanlah (Nabi Muhammad), Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan

²⁸ "Memperluas Target Pasar Dengan Memanfaatkan Teknologi," n.d., <https://koinworks.com>.

²⁹ Al- Qur'an dan terjemahannya.

³⁰ Susie Suryani Suyadi, Syahdanur, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bengkalis-Riau," *Jurnal Ekonomi KIAM* Vol. 29 No (2018).

dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.³¹

d. Mempertahankan harga agar tetap stabil dan mampu bersaing

Harga merupakan salah satu hal yang menjadi tolak ukur konsumen dalam memutuskan pembelian barang sebagian besar konsumen akan tertarik dengan harga yang lebih murah untuk menjadi target pembeliannya.

4. Strategi W-T.

a. Meminjam modal dari bank atau instansi lain yang mendukung dan memberikan pinjaman bagi pelaku UMKM

Meminjam modal dari bank atau instansi lain yang mendukung dan memberikan pinjaman kepada para pelaku UMKM dapat dilakukan untuk mengatasi kekurangan atau kesulitan modal yang di alami oleh pelaku UMKM. Sehingga permasalahan tersebut bisa diatasi dan UMKM bisa beroperasi dengan normal tanpa harus mengalami kesulitan dana. Dengan demikian oprasional UMKM dapat berjalan dengan baik. Dalam Islam meminjam uang dari orang lainmaupun lembaga juga di perbolehkan asalkan dengan sarat sesuai dengan adap dan ketentuan utang dan piutang syari'at islam sebagaimana dimuatkan di dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَوِيًّا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَصِلَ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبُ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تُكْتَبَ لَهُ سَعِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّحُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Yang artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu*

³¹ Al-Qur'an dan terjemshsn

sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa, maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.³²

b. Bekerjasama dengan beberapa supplier

Bekerja sama dengan beberapa *supplier* merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan kualitas produk yang ada pada UMKM sekaligus dapat mengontrol pengeluaran dan meminimalisir anggaran pengeluaran. Selain itu jika bekerjasama dengan beberapa *supplier* bisa membuat kita memilih yang terbaik dan memperluas kemungkinan keuntungan dan kemungkinan perluasan pangsa pasar.

c. Memberikan diskon tertentu kepada pelanggan

Diskon atau potongan harga ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi pembeli untuk melihat dan memilih produk yang menjadi target pembeliannya. Untuk itu seharusnya pihak UMKM bisa melakukan hal ini untuk menarik minat konsumen untuk membeli barang yang dijual. Pemberian diskon dapat dilakukan pada pelanggan maupun pembeli biasa.³³

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka ditarik kesimpulan bahwa dalam perkembangan UMKM menggunakan strategi perumusan S-O, W-O, S-T, W-T antara lain dapat dilihat sebagai berikut: Membuat web untuk pembelian produk secara online, Rutin memasarkan produk secara online maupun offline, Menyediakan produk di luar dari permintaan konsumen, Meningkatkan kualitas produk, Mempertahankan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk, Pengelola UMKM harus meningkatkan promosi yang dilakukan baik secara langsung atau tidak, Membuat sistem pemasaran online, Meningkatkan inovasi dengan meng-*upgrade* mengikuti perkembangan zaman dengan menjual barang-barang yang sedang populer, Mencari *supplier* yang menjual barang dengan harga yang lebih murah, Menjual produk dengan

³² Al-Qur'an dan terjemahannya

³³ Ronda Deli Sianturi, "Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Journal of Business and Economics Research (JBE)* Vol. 1 No. (2020).

harga yang terjangkau oleh masyarakat, Memperluas target pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada, Menjaga hubungan baik dengan konsumen dan *supplier*, Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, Mempertahankan harga agar tetap stabil dan mampu bersaing, Meminjam modal dari bank atau instansi lain yang mendukung dan memberikan pinjaman bagi pelaku UMKM, Bekerjasama dengan beberapa *supplier*, Memberikan diskon tertentu kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an dan terjemahannya

Akhmad Al Aidhi, M Ade Kurnia Arahap, Arief Yanto Rukmana, Asri Ady Bakri. "Peningkatan Daya Saing Ekonomi Melalui Peran Inovasi, Multidisiplin West Science" 2 no. (2023).

Ambyah Atas Aji. "Evaluasi Pengadaan Dan Penanganan Barang Dagang Dalam Upaya Memenuhi Kebutuhan Anggota Dikoprasi Serba Usaha Pasar Tani Alami Kabupaten Boyolali." *Vol.23, No.1, 2023*.

Andi Fitriansyah, Netti Nurlenawati, Dexi Triadinda. "Studi Komperatif Pemasaran Offline Store Dengan Pemasaran Online B2c Pada Umkm Warbaks Sotang Mozarela Di Rangasdengklok." *Journal Of Syntax Literate Vol.8 No.4 (2023)*.

Aulia Azzahra, Ayumi Isna Ningsih, Puji Lestari, Sakila. "Strategi Peneapan Harga Di Point Coffe." *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Indonesia Vol.2, No. (2023)*.

Blasius Manggu, Sabinus Be. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkayang Berdasarkan Analisis SWOT." *Jurnal Wicida Vol. 27 No (2023)*.

Dani Rahadian Muharam. "Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Astragraphia TBK Cabang Manado." *Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akutansi vol.4, no. (2016)*.

Dewi Santri, Dermilan Siregar. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen Vol.3, No. (2023)*.

Dhamayantie, E. "Nguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM." *Jurnal Matriks: Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Vol. 11. N (2017)*.

Diartono, D. A. "Pengembangan Model Cyber Cluster E-Commerce Berbasis Cms Dan Seo Produk UMKM." *Jurnal Of Computing And Cybernetics System Vol,9. No. (2015)*.

Dindin Abdurrahim Brata Sonjaya, Yanti Susila, Tresnawati, Afief Maula Novendra, Andry. "Strategi Bertahan Dan Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid 19 UKM Kota Bandung Studi Kasus Usaha Kecil Rajut." *Jurnal Ilmu Administrasi 2 no. (2023)*.

Jannah, M. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban." *Jurnal Orientasi Kewirausahaan Vol.5. No. (2019)*.

- Kartawinata, B., Wijayangka, C., Dabinda, H., & Aprilia, S. "Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sebelum Dan Sesudah Memperoleh Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Eco-Buss* Vol.2. No. (2020). <https://doi.org/10.32877/Eb.V2i2.108> .
- Lantu, D. C. "Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model." *Jurnal Management Teknologi* Vol. 15. N (2016).
- Lina Rifda Naufalin. "Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bayumas." *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi* Vol.22, N (2020).
- Maryati, S. "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengembangkan UMKM Dan Agri Bisnis Pedesaan Di Sumatera Barat." *Jurnal Economica* Vol. 3. No (2017).
- Maulida, Sri, and Ahmad Yunani. "Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi" 2, no. 1 (2017): 181–96.
- "Memperluas Target Pasar Dengan Memanfaatkan Teknologi," n.d. <https://koinworks.com>.
- Muheramtohad, Singgih. "Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Indonesia" 8, no. 1 (2017): 65–77.
- Nasruloh, A. "Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional." *Vol. 1. No. 8 Jurnal Pro* (2017).
- Oktafia, R. "Percepatan Pertumbuhan Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Di Jawa Timu." *Jurnal Economica* Vol. I. No (2017).
- Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Keci dan Menengah (Pasal 6) (2021).
- Ronda Deli Sianturi. "Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* Vol. 1 No. (2020).
- Siaranpreshm. "Perkembangan-Umkm-Sebagai-Critical-Engin-Perekonomian-Nasional-Terus-Mendapat-Dukungan-Pemerintah." 4.6/553/Set.M.Ekon.3/10, 2022. <https://www.ekon.go.id/Publikasi/Detail/4593>.
- Suyadi, Syahdanur, Susie Suryani. "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bengkalis-Riau." *Jurnal Ekonomi KIAM* Vol. 29 No (2018).
- Syukron, M. Z. "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang Di Kabupaten Kudus." *Jurnal Ilmu*

Administrasi Bisnis Vol 5. No (2016).

Wiranta, D. N. "Penguatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Peluang Dan Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)." *Jurnal Lingkar Widyaiswara* Vol. 2. No (2016).