

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu

Dalam menyusun skripsi ini ada beberapa penelitian terdahulu yang bisa dijadikan rujukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Anita Kustiarini dan Dhiah Fitriyati. 2014. *“Strategi Pengembangan UKM Batu Arca di desa Watesumpak dalam menghadapi globalisasi.*

Hasil penelitian ini adalah (1) strategi untuk berdaya saing adalah meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen keuangan, meningkatkan inovasi, merekrut SDM sesuai bidangnya, (2) hambatan yang dihadapi para pengusaha adalah perolehan bahan baku, permodalan, pemasaran, pemasaran, dan kurangnya dukungan pemerintah (3) perkembangan UKM batu arca di desa Watesumpak dikatakan menurun.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti Strategi pengembangan UMKM. Perbedaannya adalah di obyek penelitian dan peneliti menggunakan analisis SWOT kemudian peneliti menganalisis dengan prespektif Islam.

2. Mohamad Regalfa M (2015) “*Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Melalui marketing Online oleh Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten banyuwangi*”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM menggunakan media online sebagai sarana pemasarannya mengalami peningkatan usaha (Omset).

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti Strategi pengembangan UMKM. Perbedaannya adalah di obyek penelitian dan peneliti menggunakan analisis SWOT kemudian peneliti menganalisis dengan prespektif Islam.

3. Heru Susanto 2016 “ *Strategi Pengembangan UMKM Pelaku ekonomi kreatif Subsektor Kerajinan dan Fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta* ”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsector kerajinan dan fesyen di daerah Yogyakarta dilihat dari hasil analisis SWOT terdapat beberapa strategi yaitu: a. meningkatkan kreatifitas SDM untuk menghasilkan produk sesuai dengan permintaan pasar, b. informasi pasar dan pemasaran yang lengkap tentang pasar nasional dan internasional, c. memberikan bekal jiwa kewirausahaan, d. mencari jalan alternatif sumber-sumber pembiayaan, e. mencari bahan baku yang berkualitas dan harganya terjangkau serta mampu menciptakan kreatifitas yang baru, f. meningkatkan kreatifitas dan efisiensi baik produksi maupun pemasaran.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan UMKM dan menggunakan analisis SWOT sedangkan Perbedaannya yaitu peneliti lebih menganalisis hasil penelitian tinjauan dalam prespektif Islam.

4. Ismail Nawawi “ *Strategi inovasi produksi dan kompetitif bisnis dalam prespektif islam.*

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan ini telah mampu membawa keseluruhan manajemen untuk tangkas dalam melakukan strategi inovasi produksi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dan mampu mendorong kompetisi bisnis. Strategi inovasi produksi yang dilakukan melibatkan bidang marketing, engineering, dan manufakturing. Berkat sinergi antar faktor-faktor tersebut dicapai concurrent engineering, strategi inovasi produk sesuai dengan dorongan pasar dan perkembangan teknologi yang pada akhirnya mendorong adanya kompetisi bisnis.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis bisnis dalam prespektif Islam, sedangkan perbedaannya adalah dari obyek penelitian dan peneliti membahas mengenai strategi pengembangan UMKM.

5. Ujang Syahrul M “*Strategi Pengembangan Ekonomi dan Bisnis Islam di tengah masyarakat Kota Kediri yang heterogen*”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa strategi pengembangan ekonomi Islam yaitu: a. memperbanyak pendirian

pendidikan, b. keuangan dan bisnis Syariah, c. Sosialisasi Ekonomi dan Bisnis Syariah, d. pengembangan produk dan bisnis Syariah, e. Regulasi dan kebijakan Pemkot Kediri mendukung ekonomi dan bisnis Islam. sehingga usaha pengembangan ekonomi Islam harus melibatkan banyak pihak antara lain, pemerintah, akademisi, pebisnis dan aktivis ekonomi dan bisnis Islam.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi pengembangan bisnis islam dan menggunakan analisis SWOT sedangkan Perbedaannya yaitu pada obyek penelitian.

B. Kerangka Teori

Kerangka teori sangat penting digunakan untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah. Hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan dalam penelitian, maka dengan ini penulis mengemukakan beberapa teori dari rumusan masalah :

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan suatu rencana skala besar yang berorientasi jangka panjang untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan.¹ Strategi sebagai respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi

¹ Ujang Syahrul M. Strategi Pengembangan Ekonomi dan Bisnis islam di Tengah Masyarakat Kota Kediri yang Heterogen. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global"* Malang, 2017. hlm 342

organisasi.² Dalam penelitian ini yang dimaksud peneliti dengan strategi yaitu rencana atau langkah-langkah dan usaha kongkret yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik, terutama dalam rangka menjadikan manusia-manusia yang mandiri, memiliki potensi yang berkualitas, kreatif, inovatif serta memiliki akhlak yang baik. Selanjutnya, keberhasilan suatu organisasi dalam menggunakan strategi untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan pesaingnya dapat melalui beberapa strategi sebagai berikut :³

- 1) Strategi *prospector* merupakan suatu strategi yang sangat mengedepankan keberhasilan organisasi dalam mengembangkan ide-ide dalam berinovasi seperti menciptakan produk baru dalam permintaan pasar.
- 2) Strategi bertahan (*defender*) merupakan strategi perusahaan yang mengutamakan stabilitas pasar dalam pencapaian targetnya.
- 3) Strategi penganalisis merupakan strategi dengan menganalisis suatu keadaan. Perusahaan yang menerapkan strategi ini akan menganalisis ide-ide bisnis yang baru sebelum organisasi untuk memasuki bisnis tersebut.
- 4) Strategi rector merupakan strategi perusahaan yang mengedepankan kreativitas terhadap perubahan lingkungan, serta perubahan tersebut

² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm.4.

³ Kuncoro, Mudrajad, *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*, Jakarta : Erlangga, 2005, hlm.88-89

hanya apabila terdapat tekanan dari lingkungan yang harus memaksa perusahaan untuk berubah.

Adapun melalui konsep-konsep strategi dapat memberikan pemahaman yang baik. Ada beberapa konsep strategi dalam bisnis yaitu :⁴

- 1) *Distinctive competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- 2) *Competitive advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

b. Strategi pembangunan Ekonomi daerah

Dalam pembangunan ekonomi daerah harus lebih difokuskan pada prakarsa, inisiatif, kemandirian dalam menyusun, merencanakan.. Yang artinya bahwa daerah harus mengetahui terhadap permasalahan-permasalahan serta potensi yang ada di daerahnya masing-masing.⁵

Secara umum strategi pembangunan ekonomi adalah mengembangkan kesempatan kerja bagi penduduk yang ada sekarang dan upaya untuk stabilitas ekonomi, serta mengembangkan basis ekonomi dan kesempatan kerja yang beragam. Pembangunan ekonomi akan berhasil bila mampu memenuhi kebutuhan dunia usaha. Hal tersebut untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya fluktuasi ekonomi sektoral yang akan memenuhi kesempatan kerja.

⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm.4.

⁵ Subandi, *sistem ekonomi Indonesia*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm.122.

Strategi pembangunan ekonomi daerah dapat dikelompokkan menjadi empat bagian yang mempunyai karakter seperti :⁶

1) Strategi pengembangan Fisik

Strategi dalam pengembangan kondisi fisik atau lokalitas daerah melalui program perbaikan gunanya untuk kepentingan pembangunan industry dan perdagangan, serta untuk menciptakan identitas suatu daerah kota, memperbaiki pesona atau kualitas hidup masyarakat dan memperbaiki pusat kota sebagai daya tarik dalam upaya memperbaiki dunia usaha daerah.

2) Strategi pembangunan dunia usaha

Dalam pembangunan ekonomi daerah, perencanaan startegi pembangunan dunia usaha merupakan hal yang paling penting, dengan daya tarik dan daya tahannya merupakan cara yang sangat menarik dalam menciptakan perekonomian daerah yang baik.

3) Startegi Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development Strategy*)

Sumber daya manusia merupakan penggerak utama bagi sistem pembangunan ekonomi, Strategi pengembangan sumberdaya manusia adalah hal yang terpenting dalam proses pembangunan ekonomi. Oleh sebab itu jika dalam pembangunan ekonomi tanpa didasari dengan peningkatan kualitas dan

⁶ Ibid, hlm 122-124.

ketrampilan sumber daya manusia, maka otomatis daerah atau kota akan menjadi daerah dengan perekonomian yang tertinggal. Adapun dalam mengembangkan kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu :

- a) Pelatihan dengan system, merupakan pelatihan yang rencanakan secara khusus agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan si pemberi kerja.
 - b) Pembuatan bank keahlian, dengan adanya informasi bank yang berisi data tentang keahlian dan latar belakang orang yang menganggur didaerah.
 - c) Pengembangan lembaga pelatihan bagi para penderita cacat sebagai bentuk pemberdayaan yang diharapkan penyandang cacat juga mampu bersaing dan berperan, sehingga penyandang cacat tidak merasa selalu dikucilkan.
- 4) Startegi pengembangan masyarakat (Community Based Development Strategy)

Dengan adanya Strategi ini dapat memberdayakan suatu kelompok masyarakat pada suatu daerah dengan memiliki tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menciptakan manfaat sosial yang dimiliki oleh masyarakat.

2. Bisnis Islam

a. Konsep Bisnis Islam

Bisnis merupakan pertukaran barang dan jasa, ataupun uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.⁷ Dalam Konteks Islam, kegiatan bisnis tidak di batasi jumlah (kuantitas) barang dan jasa termasuk keuntungan, namun terdapat batasan dalam cara memperolehnya.⁸ Kegiatan Bisnis dalam Islam harus menggunakan hidup didunia ini dengan giat berusaha dan bekerja yang tak terlewatkan untuk mendapatkan imbalan didunia dan di akhirat, karena setiap usaha dan amal itu disaksikan oleh Allah.⁹ Sebagaimana dipaparkan dalam firman Allah SWT QS. Al Muluk ayat 15 :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya : *Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*

Selain itu Allah juga berfirman dalam QS. Al A'raaf ayat 10 :

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا ۗ مَا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

⁷ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insani Press, 2003, hlm.15.

⁸ Ibid, hlm.18.

⁹ Ismail Nawawi, *Ekonomi Islam Perspektif Teori, system, dan Aspek Hukum*, (Surabaya: ITS Press, 2009, hlm.159.

Artinya : “*Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur.*”

b. Tujuan Bisnis Islam

Dengan syariat sebagai kendali dalam menjalankan roda bisnis, tujuan bisnis diantaranya:

- 1) Keuntungan (profit) baik materi dan non materi (manfaat), ending dari setiap usaha yaitu dengan mencari profit dalam bentuk materi sebanyak-banyaknya dengan cara yang halal, bukan dengan cara yang haram. Sedangkan mencari profit non materi baik internal maupun eksternal seperti persaudaraan, silaturahmi, kepedulian sosial Islam yaitu membuka kesempatan kerja dan bersedekah yang kesemuanya dapat menjadi sarana secara bersama-sama untuk mendekatkan diri kepada Allah.¹⁰
- 2) Pertumbuhan akan terus meningkat; ini bermaksud agar bisnis yang dijalankan tidak sekedar untuk mengembalikan modal, mencari keuntungan semata. Hal itu juga bertujuan agar ke depannya dapat mengembangkan bisnis Islami tersebut lebih maju dan berkembang.¹¹
- 3) Keberkahan; Faktor keberkahan atau orientasi untuk menggapai ridha Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan

¹⁰ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, hlm.6.

¹¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 85.

hidup manusia Muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya elemen niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntunan syariat. Karenanya, para pengelola bisnis perlu mematok orientasi keberkahan yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi di atas senantiasa berada di dalam koridor syariat yang menjamin diraihnya keridhaan Allah SWT.¹²

c. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Etika dalam Islam adalah perilaku atau tingkah laku bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang didalamnya terdapat nilai-nilai Islam yang mengedepankan halal dan haram yang terkandung dalam al-quran dan as-sunnah.¹³ Dalam Al-Quran, bisnis tidak hanya mengejar keuntungan duniawi untuk kepentingan sesaat tetapi ada nilai-nilai moral yang harus diperhatikan sesuai dengan ketentuan Allah SWT sebagai pemilik harta yang mutlak.¹⁴ Dalam melakukan aktivitas bisnis terdapat beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang melakukan aktivitas usaha, yaitu:¹⁵

¹² Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hlm.21

¹³ Amalia, F. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, Vol 6. No 1. 2014. hlm.118.

¹⁴ Djakfar, Muhammad, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang: UIN-Maliki Press, 2014, hal. 143.

¹⁵ Amalia, F. Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, Vol 6. No 1. 2014. hlm.119.

- 1) Proses mencari rezeki bagi seorang muslim adalah suatu kewajiban.
- 2) Pencarian rezeki haruslah yang halal.
- 3) Mengedepankan kejujuran dalam menjalankan usaha.
- 4) Dalam proses pencarian rezeki sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
- 5) Proses Kegiatan Bisnis jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
- 6) Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi dalam persaingan usaha yang sehat.
- 7) Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
- 8) Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri.

d. Strategi Bisnis dalam Islam

Pada zaman Rasulullah SAW umat Muslim telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak di antara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya yang berlandaskan nilai-nilai keIslaman dalam membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman.

Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya.¹⁶ Strategi bisnis berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan persaingan di dalam setiap bisnis utamanya. Pentingnya keputusan strategi berkaitan dengan sumber daya perusahaan. Sebagaimana kita ketahui bahwa strategi memberikan stabilitas arah dan orientasi yang konsisten dengan memungkinkan fleksibilitas untuk beradaptasi dengan lingkungannya.

Adapun Strategi dalam mengembangkan usaha (bisnis) antara lain :¹⁷

1) Strategi Produksi dalam Islam

Secara singkat produksi berarti menghasilkan barang dan jasa. Menurut ilmu ekonomi produksi merupakan kegiatan dalam menghasilkan barang dan jasa atau kegiatan untuk menambah nilai guna atau manfaat suatu barang.¹⁸ Sedangkan Dalam Islam produksi sebagai usaha manusia untuk memperbaiki kondisi fisik material dan moralitas, agar dapat mencapai tujuan hidup, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁹

Produksi dalam Islam merupakan ibadah, sebagai seorang

¹⁶ Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hlm. i

¹⁷ Foziaa, M., Rehmana, A., & Farooq, A. (2016). Entrepreneurship and Leadership: An Islamic Perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 24(1), 15.hlm8.

¹⁸ Suprayitno Eko, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang : UIN Malang Press, 2008, hlm 157

¹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.230.

Muslim memproduksi sama artinya dengan mengaktualisasikan keberadaan hidayah Allah yang telah diberikan kepada manusia.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ 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.

Tujuan produksi dalam Islam adalah untuk menciptakan *mashlahah* yang optimum bagi konsumen atau bagi manusia secara keseluruhan. Dengan *mashlahah* yang optimum ini, maka akan dicapai *falah* yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan ekonomi sekaligus tujuan hidup manusia.²⁰ Adapun prinsip-prinsip produksi dalam Islam yaitu :²¹

a) Motivasi berdasarkan Keimanan

Kegiatan produksi yang dilakukan seseorang pengusaha muslim harus di barengi dengan keimanan dan keyakinan positif, yaitu semata-mata untuk mendapatkan ridha Allah SWT, dan balasan di akhirat. Sehingga dengan

²⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.264.

²¹ Hakim lukman, *Prinsip-Prinsip ekonomi islam*, Surakarta : Erlangga, 2012, hlm.72.

motivasi atau keyakinan positif tersebut maka prinsip kejujuran, amanah, kebersamaan akan dijunjung tinggi. Prinsip-prinsip tersebut menolak prinsip individualisme (mementingkan diri sendiri), curang, khianat yang sering dipakai oleh pengusaha yang tidak memiliki motivasi atau keyakinan positif. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Az Zukhruf ayat 32 sebagai berikut :

أَهُمْ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ ۗ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي
 الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ
 بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ سُخْرِيًّا ۗ وَرَحِمْتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya : “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan diantara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan didunia 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.”

Hal ini menunjukkan bahwa pada seorang pengusaha muslim tidak semata-mata mencari keuntungan maksimum, tetapi puas terhadap pencapaian tingkat keuntungan yang wajar (layak). Tingkat keuntungan dalam berproduksi bukan dari aktivitas yang curang, tetapi keuntungan tersebut sudah merupakan ketentuan Allah sehingga keuntungan seseorang pengusaha muslim didalam

berproduksi dicapai dengan menggunakan atau mengamalkan prinsip-prinsip Islam, sehingga Allah SWT ridha terhadap aktivitasnya.

b) Berproduksi berdasar Azas manfaat dan maslahat

Seorang muslim dalam melakukan aktivitas produksi tidak hanya semata-mata mencari keuntungan maksimum untuk menumpuk asset kekayaan. Tetapi juga seberapa penting manfaat keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat. Sebagaimana Allah berfirman pada QS. Al-Qasas ayat 77 sebagai berikut :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ
مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ
الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

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.*”

Pada ayat tersebut, dalam berproduksi harus membawa manfaat, kemaslahatan dan kebaikan, serta terhindar dari masalah-masalah yang merugikan masyarakat seperti merusak lingkungan, dan gangguan lainnya dan

memproduksi harus sesuai dengan kebutuhan material dan spiritual.

c) Mengoptimalkan kemampuan akalinya

Seorang muslim harus menggunakan akalinya serta profesionalitas dalam memperoleh sumber daya manusia. Manusia perlu berusaha mengoptimalkan kemampuan dengan ilmu pengetahuan atau wawasan yang luas. Sebagai firman Allah dalam QS Ar-Rahman ayat 33 yaitu :

يَمْعَشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنْسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَنِ ۖ

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.”

Selain itu, berkaitan dengan QS Al-Mujaadilah ayat 11 sebagai berikut :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ
فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ
الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا
تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝

Artinya : “Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi

kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa Sumber daya manusia yang berkualitas memiliki ilmu pengetahuan yang luas, dalam hal tersebut Allah telah memberikan jaminan derajat yang mulia baik didunia maupun diakhirat.

d) Adanya sikap Tawazun (keberimbangan)

Produksi menurut Islam juga mensyaratkan adanya sikap tawazun (keberimbangan) antara dua kepentingan, yaitu kepentingan umum dan kepentingan khusus. Produksi dapat menjadi haram ketika barang yang diperoleh ternyata akan membahayakan masyarakat mengingat adanya pihak-pihak yang dirugikan dari kehadiran produk, baik berupa barang maupun jasa. Hal ini tentu tidak terjadi ketidakseimbangan bagi kegiatan ekonomi.

e) Harus optimis

Produsen muslim yakin bahwa apapun yang diusahakan yang sesuai dengan ajaran Islam tidak membuat hidupnya menjadi kesulitan. Allah SWT telah menjamin rezekinya dan telah menyediakan keperluan hidup manusia. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al Mulk ayat 15 sebagai berikut :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا

مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١١﴾

Artinya : “dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepadaNya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.

Selain itu berkaitan dengan QS.Al Ra'd ayat 11 sebagai berikut :

لَهُرَّ مُعَقِّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۗ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ

اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ ۗ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya : “bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

pada ayat diatas menjelaskan bahwa allah hanya mengubah nasib manusia jika manusia berusaha untuk merubah keadaan pada diri mereka sendiri, untuk itu kita sebagai manusia selalu bersikap optimis dan memiliki keyakinan positif dalam melakukan segala apapun untuk tujuan yang lebih baik.

f) Menghindari praktik produksi yang haram

Seorang produsen muslim menghindari praktik produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap, dan spekulasi sebagaimana firman Allah QS Al-Maidah ayat 90 sebagai berikut :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ

رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

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

2) Strategi pemasaran dalam Islam

Pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan proses pertukaran.²² Sedangkan Pemasaran Islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari unsur inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip al-Qur'an dan hadist.²³ Dalam pengelolaan suatu usaha tentu harus berlandaskan dengan norma dan moralitas karena keberhasilan

²² Philip Kotler, *Marketing*, (alih bahasa : Herujati Purwoko), hlm 2

²³ Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen bisnis Syariah : Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung : Alfabeta, hlm.340.

suatu usaha tidak hanya di lihat dengan prestasi dan finansial semata. Akan tetapi terdapat tolak ukur yang berlandas nilai-nilai Islam. dalam hal ini terdapat empat landasan normatif dalam aksioma etika yaitu :²⁴

a) Landasan Tauhid

Makna Tauhid dalam etika adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keesaan Allah. Dimana hal tersebut merupakan landasan etika yang dijadikan pondasi setiap muslim dalam melakukan kegiatan ekonomi. Seorang *syariah marketer* dalam kegiatan pemasaran dilakukan berdasarkan syariat Islam. sehingga dapat menghindari segala macam perbuatan-perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk yang dijualnya. Sebagaimana pada QS AL-Zalzalah ayat 7-8 yaitu :

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ

ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya : "Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula."

b) Landasan Keadilan dan Keseimbangan

²⁴ Mochammad Nadjib, *Investasi Syariah*, Editor Jusmalia, hlm. 7-14

Makna keadilan ini mencakup dengan pembagian manfaat kepada semua pihak yang melakukan kegiatan bisnis. landasan keadilan atau keseimbangan berkaitan dengan kewajiban terjadinya perputaran kekayaan pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya konsentrasi ekonomi yang hanya pada segelintir orang. Islam telah melarang adanya konsep kapitalis. Dimana konsep kapitalis ini hanya berfokus ke golongan tertentu saja dan merugikan pedagang kecil. Hal ini berkaitan dengan QS Al-Hasyr ayat 7 sebagai berikut :

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya : “apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.”

Pada ayat diatas menjelaskan bahwa Islam telah mengatur tentang distribusi dan kekayaan yang tidak hanya pada

golongan orang kaya saja tetapi kesemua lapisan masyarakat.

c) Landasan Kehendak bebas

Makna kehendak bebas berarti manusia memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan yang salah ataupun yang benar. Oleh karena itu dalam melakukan kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara yang adil, benar dan tidak menghalalkan segala cara. Sebagaimana disebutkan pada QS Al-Baqarah ayat 188 yaitu :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ

لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : “*dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.*”

Allah melarang umatnya memakan harta dengan jalan yang bathil tetapi Allah memberikan kebebasan kepada umat manusia untuk berlomba-lomba dalam mengembangkan bisnis nya. Seperti pada QS.Al-Baqarah ayat 148 sebagai berikut :

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّبٌ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا
يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٤٨﴾

Artinya : "dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."

d) Landasan Pertanggungjawaban

Landasan pertanggungjawaban sangat berkaitan dengan kebebasan, karena segala bentuk kebebasan yang dilakukan oleh manusia tidak terlepas dari suatu pertanggungjawaban kepada Allah, diri sendiri, masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut sesuai dengan QS Al Mudatsir ayat 38 sebagai berikut :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya : "tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya."

Selain itu Adapun Implementasi pemasaran syariah sebagai berikut :²⁵

a) Berbisnis cara Nabi Muhammad SAW

Yang sangat penting dalam berbisnis adalah kejujuran. Karena kejujuran merupakan moralitas dan

²⁵ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, Syariah Marketing, Bandung : PT Mizan Pustaka, 2006, hlm.43

karakteristik Nabi agar kehidupan dunia akan berjalan dengan baik. Adapun beberapa sifat Rosulullah yang berhasil dalam mengelola strategi pemasaran yaitu :²⁶

(1) *Shiddiq* (Jujur atau benar)

dalam melakukan aktivitas bisnis Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasaran yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.

(2) *Amanah* (dapat dipercaya)

Amanah berarti terpercaya, bertanggung jawab, kredibel. Pada saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasnya, baik itu berupa hasil penjualannya maupun sisa barang.

(3) *Fathanah* (Cerdas)

Dalam hal ini pemimpin mampu memahami, menghayati, serta mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. dalam berbisnis sifat *fathanah* merupakan segala kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan harus mengoptimalkan potensi akal nya untuk mencapai suatu tujuan. Seperti dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan inovasi produk.

²⁶ Ibid, hlm.xxviii

(4) *Tabligh* (Komunikatif)

Jika seorang pedagang harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

b) Muhammad sebagai syariah Marketer

Dalam melakukan aktivitas bisnis Nabi Muhammad memberikan contoh terhadap setiap transaksi bisnisnya, seperti jujur, adil dan transparansi dan tidak pernah membuat pelanggannya kecewa. Selain itu nabi Muhammad juga sangat memperhatikan standar kualitas produk sesuai dengan permintaan pelanggan. sebagaimana pada QS.Al-Mulk ayat 2 yaitu :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ

الْعَزِيزُ الْغَفُورُ ﴿٢﴾

Artinya : “yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun.”

c) Muhammad sebagai pedagang professional

Nabi Muhammad sebagai pedagang yang professional tidak ada tawar menawar dan perkelahian dengan pelanggannya. Segala suatu permasalahan antara

Muhammad dengan pelangganya selalu diselesaikan dengan baik.

d) Muhammad sebagai pebisnis yang jujur

Nabi Muhammad selalu menerapkan prinsip-prinsip perdagangan yang adil dan menghindari transaksi-transaksi yang terdapat unsur Riba (Tambahan) seperti pada QS.Al-Imron ayat 130 dan QS.Al-Baqarah ayat 278 yaitu :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً
وَ اتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾

Artinya : ”Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”

Selain Riba, transaksi yang dilarang seperti judi, garar, keraguan, eksploitasi, monopoli, pengambilan untung secara berlebihan dan pasar gelap.

e) Muhammad menghindari bisnis haram

Nabi Muhammad melarang jenis perdagangan yang terdapat unsur haram didalamnya. Seperti memperjualbelikan benda-benda yang dilarang menurut al-Quran yaitu: melarang mengkonsumsi daging babi, darah, bangkai dan khamr.

f) Muhammad dengan penghasilan yang halal

Nabi Muhammad menghindari segala sesuatu yang kotor, keji, gagasan-gagasan yang tidak baik, murni, bersih dikalangan umat manusia. Al-Quran memerintahkan manusia untuk memakan makanan yang bersih, suci, dan sehat.

Selain itu adapun etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip bagi *syariah marketer* dalam melakukan pemasaran yaitu :²⁷

- a) Memiliki kepribadian spiritual
- b) Berperilaku baik dan simpatik
- c) Berlaku adil dalam bisnis
- d) Bersikap melayani dan rendah hati
- e) Menepati janji dan tidak curang
- f) Jujur dan tepercaya
- g) Tidak suka berburuk sangka

²⁷ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir, *Syariah Marketing*, Bandung : PT Mizan Pustaka, 2006, hlm.67.

h) Tidak suka menjelekan

i) Tidak melakukan sogok

3. Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian dan Kriteria UMKM

Dalam perekonomian suatu negara UMKM termasuk kelompok usaha yang mempunyai jumlah paling besar, terbukti dalam berbagai goncangan yang terjadi pada krisis ekonomi Indonesia silam, UMKM mampu bertahan dalam goncangan tersebut.²⁸ UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi.²⁹ Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 20 tahun 2008 tentang UMKM. Pada bab I, pasal 1, definisi UMKM sebagai berikut :³⁰

- 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

²⁸Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R, Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan*, 2013. hlm.6.

²⁹ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, Jakarta: LP3ES, 2012, hlm.11.

³⁰ Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang *Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)* diakses dari <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>

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 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.

Pada UMKM terdapat perbedaan karakteristik antara usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. adapun kriteria UMKM menurut Undang-undang No.20 tahun 2008 BAB IV pasal enam (6) sebagai berikut :³¹

- 1) Kriteria Usaha Mikro
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah).

³¹ Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 *tentang Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)*. hlm.5. diakses dari <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>

2) Kriteria Usaha Kecil

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah)

3) Kriteria usaha menengah

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp 10.000.0000.000 (sepuluh miliar juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

b. Strategi Pengembangan UMKM

Dalam mengembangkan UMKM ada tahapan-tahapan yaitu :

- 1) Memulai usaha (*start-up*)
- 2) Pertumbuhan (*growth*)
- 3) Perluasan (*expansion*)

4) Merambah keluar negeri (*going overseas*)

Dari model 4 tahapan pengembangan UMKM sudah berhasil diterapkan oleh negara Singapura. Namun pada saat ini di Indonesia belum memiliki model pembinaan untuk jangka menengah maupun jangka panjang.³²

Salah satu strategi pengembangan UMKM yang sangat baik untuk diterapkan di negara-negara berkembang adalah pengelompokan (*clustering*). Kerja sama sekaligus persaingan antara sesama UMKM di sub sektor yang sama didalam suatu kelompok (*klaster*) akan meningkatkan efisiensi bersama (*collective efficiency*) dalam proses produksi, spesialisasi, dan fleksibel (*flexible specialization*) dan pertumbuhan yang tinggi.

c. UMKM dalam tantangan Globalisasi

1) Globalisasi Ekonomi

Globalisasi merupakan sebuah istilah yang memiliki hubungan dengan ketergantungan antarbangsa dan antarmanusia di seluruh dunia melalui perdagangan, teknologi, Investasi, budaya, populer, dan bentuk-bentuk Interaksi yang lain sehingga batas-batas suatu negara menjadi bias.³³ Sedangkan Globalisasi Ekonomi merupakan suatu gerakan yang secara menerus akan membentuk otoritas baru dalam

³² Setiawan, A. H. (2004). Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 1(Nomor 2), hlm 119.

³³ Apidar, Ekonomi Internasional: sejarah, teori, konsep dan permasalahan dalam aplikasinya, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012, hlm 261

penguasaan aktivitas ekonomi seluruh negara.³⁴ Dalam bidang ekonomi, perdagangan internasional juga menunjukkan perkembangan yang pesat, pertukaran barang dan jasa pun seperti tidak memiliki batasan antar negara, kemajuan teknologi membuat perdagangan internasional semakin mudah. Adapun bentuk-bentuk globalisasi ekonomi adalah :³⁵

- a) Globalisasi Produksi, dimana perusahaan berproduksi di berbagai negara, agar biaya produksi menjadi lebih rendah, hal ini dilakukan baik karena upah buruh yang rendah, tariff bea masuk yang murah, Infrastruktur yang memadai ataupun karena iklim usaha dan politik yang kondusif.
- b) Kehadiran globalisasi tenaga kerja asing merupakan gejala terjadinya globalisasi tenaga kerja.
- c) Globalisasi pembiayaan, perusahaan global mempunyai akses untuk memperoleh pinjaman atau melakukan investasi
- d) Globalisasi jaringan Informasi, masyarakat suatu negara dengan mudah mendapatkan informasi dari negara-negara dunia karena kemajuan teknologi melalui : TV, Radio, Media cetak, dll.

³⁴ Ali Yafie, Fiqih Perdagangan Bebas, Jakarta : Teraju Mizan, 2003, hlm 7

³⁵ Apidar, Ekonomi Internasional: sejarah, teori, konsep dan permasalahan dalam aplikasinya, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012, hlm 286.

e) Globalisasi Perdagangan, hal ini terwujud dalam bentuk penurunan dan penyerahan tarif serta penghapusan berbagai hambatan normatif. Dengan demikian kegiatan perdagangan dan persaingan menjadi semakin cepat, ketat dan fair. Dalam kaitanya dengan globalisasi, perdagangan internasional ikut terkena dampaknya baik negatif maupun positif yaitu :

(a) Dampak positif seperti : produksi global dapat ditingkatkan, meningkatkan kemakmuran masyarakat dalam suatu negara, meluaskan pasar untuk produk dalam negeri, dapat memperoleh lebih banyak modal dan teknologi yang lebih baik, menyediakan dana tambahan untuk penyediaan ekonomi.

(b) Dampak negatif : karena perkembangan sistem perdagangan luar negeri yang menjadi lebih luas sehingga dapat menghambat pertumbuhan sektor industri, dapat memperburuk neraca pembayaran, sektor keuangan semakin tidak stabil, memperburuk proses pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

2) UMKM dan tantangan Globalisasi

Pelaku UMKM harus mampu berkompetisi dalam kehidupan ekonomi untuk menjadi yang tercepat dan terbaik di antara para pesaing melalui strategi yang tepat. Dalam

menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) saat ini, pelaku UMKM diharapkan agar mampu bertahan di negeri sendiri dan bersaing di pasar global. UMKM dapat mendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor Indonesia, tetapi sampai saat ini UMKM masih belum kuat untuk ekspor.³⁶ Daya saing UMKM di Indonesia relatif rendah sehingga tidak mampu bersaing dengan barang-barang impor.³⁷ Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala yaitu :³⁸

- a) Kualitas barang yang dihasilkan UMKM lebih rendah dari pada barang yang dibuat oleh UB karena banyak hal, seperti rendahnya teknologi yang di gunakan oleh UMKM dan buruknya kualitas SDM, termasuk dalam manajemen dan pemasaran.
- b) Tingkat efisiensi dalam proses produksi yang rendah yang tercerminkan oleh biaya produksi per satu unit output yang relatif tinggi.
- c) Kebijakan-kebijakan ekonomi makro Indonesia termasuk regulasi-regulasi perdagangan, tanpa disengaja lebih menguntungkan barang-barang impor dari pada UMKM, yang pada akhirnya mengulangi stimulasi bagi UMKM

³⁶ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, Jakarta: LP3ES, 2012, hlm.60.

³⁷ *Ibid.* hlm.69.

³⁸ *Ibid.* hlm.69-70.

untuk meningkatkan kualitas produknya sehingga mengurangi daya saing.

Pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan langkah yang strategis karena UMKM sangat berpengaruh besar terhadap perekonomian negara. Peningkatan kualitas produksi yang kreatif dan inovasi merupakan salah satu strategi yang sangat penting untuk dilakukan untuk meningkatkan standar, desain, dan kualitas produk agar diterima dan mampu bersaing di pasar globalisasi.³⁹

Pada hakikatnya globalisasi merupakan sarana terbaik bagi umat Islam untuk memperkenalkan budaya dan ajaran Islam ke seluruh penjuru dunia. Seperti dalam Al Quran bahwa tidak ada pemaksaan dalam agama, umat Islam dapat menawarkan budaya, Ideologi, dan gaya hidup Islami, kepada dunia dengan menampilkan keteladanan Rasulullah dan para nabi lainnya. Tauhid, kesederhanaan, kejujuran, dan etika, merupakan di antara hikmah Islami yang saat ini dinanti umat manusia modern. Peluang inilah yang harus dimanfaatkan dengan baik oleh umat Islam dalam mewujudkan kehidupan dan masyarakat yang diridhoi oleh Allah.⁴⁰

³⁹https://www.kompasiana.com/sabirinsaiga/era-pasar-bebas-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-indonesia-siap-atau-tidak_571f8ae5c322bd7408cd1b24 diakses pada tanggal 26 April 2016 22:52 WIB

⁴⁰ Mashdurohatun. Tantangan Ekonomi Syariah dalam Menghadapi Masa Depan Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol.1. 2011. hlm.80.