

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Sentra Batik Bangkalan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Khoirul Anam^{1✉}, Lailatul Qadariah²

^{1,2}Ekonomi Syariah, Universitas Trunojoyo Madura

anamkhoirul190199@gmail.com

Abstract

This research aims to develop a strategy for developing micro, small and medium enterprises at batik centers in Bangkalan from an Islamic economic perspective. The research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. Data analysis used in this research uses the SWOT analysis technique (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). The results of the research show that alternative strategies that can be used in developing Micro, Small and Medium Batik Enterprises in Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency after the pandemic include using the market as a distribution place, promoting batik directly, utilizing social media and marketplaces to market batik, participating craftsmen in exhibitions to promote batik with the aim of increasing sales and expanding market share, government support in the form of developing human resource training for batik makers, establishing cooperation between batik entrepreneurs and suppliers of raw materials for making batik to obtain quality raw materials and anticipate increases in raw materials. This clearly has a big impact on the welfare of the general public and business actors and based on the perspective of Islamic Economics, working and trying to get better prosperity and happiness in this world and the hereafter is one of the commands recommended in Islam as long as it does not violate the rules of Islamic law, this is in accordance with the alternative strategy used by Micro, Small and Medium Batik Business actors in Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency because they create business strategies that are in accordance with Islamic law so that it becomes a good thing for the existence and sustainability of Micro, Small and Medium Businesses to survive. and even increase sales and can create jobs that can help many people who are having difficulty finding work when the Covid-19 pandemic hits.

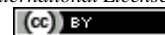
Keywords: *Development Strategy, Islamic Economics, SWOT Analysis, Micro Enterprises, Human Resources.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah pada sentra batik di Bangkalan dalam perspektif ekonomi islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Batik di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan setelah pandemi antara lain memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung, Memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memasarkan batik, Pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan Sumber Daya Manusia pembatik, Menjalin kerjasama antara pengusaha batik dengan supplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku. Hal ini jelas memberikan dampak yang besar terhadap kesejahteraan masyarakat umum serta pelaku usaha dan berdasarkan perspektif Ekonomi Islam bekerja dan berusaha untuk mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik serta mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat merupakan salah satu perintah yang di anjurkan dalam Islam selama tidak melanggar aturan syariat Islam, hal tersebut sesuai dengan alternatif strategi digunakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Batik di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan karena menciptakan strategi usaha yang sesuai dengan syariat islam sehingga menjadi sebuah kebaikan atas keberadaannya dan keberlangsungan bisnis Mikro, Kecil dan Menengah untuk tetap bertahan dan bahkan meningkatkan penjualannya serta dapat menciptakan sebuah lapangan pekerjaan yang bisa membantu banyak orang yang sedang kesulitan mencari pekerjaan disaat pandemi covid-19 melanda.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Ekonomi Islam, SWOT Analisis, Usaha Mikro, Sumber Daya Manusia.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Bekerja dan berusaha untuk mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik serta mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat merupakan salah satu perintah yang di anjurkan dalam Islam. Banyak jenis usaha atau pekerjaan yang bisa di lakukan oleh manusia baik secara individu maupun secara

kelompok, dengan tidak melanggar segala aturan syariat Islam agar mendapatkan keberkahan dalam hidup dunia dan akhirat. Bekerja dan berusaha harus dilandasi dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan juga perilaku profesional yang dibenarkan oleh Allah SWT sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits. Islam telah menganjurkan kepada umat muslim untuk menjalankan sistem ekonomi sesuai dengan aturannya, dimana

ekonomi Islam dalam versi Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama, maka ekonomi syariah berarti perbuatan atau kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip syariah.

Sistem ekonomi syariah merupakan cara dan pelaksanaan kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dimana perkembangan ekonomi syariah yang semakin marak ini merupakan cerminan kerinduan umat Islam dalam menjalankan bisnis secara Islami, pesatnya persaingan antara pembisnis mengakibatkan adanya persaingan yang tidak sehat demi mendapatkan keuntungan yang besar dalam aktifitas pengembangan usahanya. Sehingga banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan peraturan Allah SWT. Kegiatan (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pengembangan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri bagi usaha menekan angka kemiskinan suatu negara [1]. keberadaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan bagian besar dalam perekonomian nasional, partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan perekonomian [2].

Pada pertengahan tahun 2018, serangan wabah covid 19 yang terjadi secara global hampir diseluruh dunia termasuk di Indonesia telah memicu sentimen negatif terhadap berbagai bisnis khususnya bisnis UMKM [3]. Dampak negatif akibat wabah covid-19 ini mengambat pertumbuhan bisnis UMKM dimana pergerakan bisnis UMKM yang memerlukan ruang pamer atau promosi terhalang dengan adanya physical distancing dan adanya gerakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dianggap mampu mempercepat penanggulangan dan pencegahan penyebaran covid 19 yang semakin meluas di Indonesia. Pandemi covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen [4]. Biasanya meskipun sudah ada penjualan online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan [5]. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan untuk berlama-lama diluar rumah [6]. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya [7]. Data UMKM di Pulau Madura disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data UMKM di Pulau Madura

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM
1	Madura	1.126.787
2	Sumenep	401.201
3	Pamekasan	247.267
4	Sampang	229.644
5	Bangkalan	248.664

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur Tahun 2020. di Madura terdapat setidaknya 1.126.787 unit, Sumenep sejumlah 401.210 unit, Pamekasan sebanyak 247.269 unit, Sampang sebanyak 229.644 unit, dan Bangkalan sebanyak 248.664 unit. Dari data tersebut seharusnya dapat diidentifikasi bahwa Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang mempunyai sektor usaha mikro kecil dan menengah yang sangat banyak dan bervariasi [8]. Salah satu jenis usaha mikro berpotensi untuk berkembang di Kabupaten Bangkalan ialah kerajinan batik tulis. potensi produk unggulan Kabupaten Bangkalan didominasi oleh usaha kecil dan usaha kerajinan batik tulis [9]. Dengan bentuk dan motif yang khas, batik Madura khususnya batik tulis memiliki keunikan sendiri di mata konsumen [10]. Berbagai gaya yang unik dan bebas, dan juga sifat pribadi produksinya dilakukan di unit, masyarakat Madura masih mempertahankan produksi tradisional, yang ditulis dan diolah dengan cara tradisional [11]. Jumlah UMKM Batik di Bangkalan Tahun 2020 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah UMKM Batik di Bangkalan Tahun 2020

No	Usaha Batik di Bangkalan	Jumlah
1	Arosbaya	0
2	Bangkalan	8
3	Blega	0
4	Burneh	6
5	Galis	0
6	Geger	0
7	Kamal	1
8	Klampis	0
9	Kokop	0
10	Konang	0
11	Kwanyar	0
12	Labang	0
13	Modung	0
14	Sepulu	0
15	Socah	0
16	Tanahmerah	0
17	Tanjungbumi	90
18	Tragah	0
	Total	105

Dapat dilihat persebaran titik lokasi usaha batik di Kabupaten Bangkalan, dimana jumlah UMKM banyak terdapat di Kecamatan Tanjung Bumi dengan jumlah 90 UMKM. Di Kecamatan Bangkalan dengan jumlah 8 UMKM, Di Kecamatan Burneh dengan jumlah 6 UMKM, dan 1 UMKM di Kecamatan Kamal, selain kecamatan tersebut tidak terdapat UMKM batik. Tanjung Bumi merupakan sebuah kampung sebagai sentra penghasil batik yang berada di Kabupaten Bangkalan, yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai pengrajin batik tulis [12]. Dari banyaknya industri kreatif batik tulis, Tanjung Bumi yang dikenal dengan kampung pengrajin batik [13]. Motif dan corak warna yang khas cerah membuat batik Madura dari Tanjung Bumi ini memiliki ciri khas tersendiri sebagai produk budaya [14].

Dalam ekonomi Islam, mengembangkan UMKM tidak hanya skill yang dibutuhkan, melainkan bagaimana pengusaha juga bisa menerapkan prinsip-prinsip yang terbaik dalam membangun dan mengembangkan usaha, serta memudahkan para pelaku UMKM untuk

dapat membangun aktifitas ekonomi [15]. UMKM sangat berperan penting dalam pengembangan perekonomian suatu negara maupun daerah [16]. Oleh sebab itu, UMKM harus dikembangkan guna menciptakan masyarakat yang sejahtera [17]. Namun apakah cara dan jenis usaha yang ditempuh dalam memenuhi hajat hidup itu sudah sesuai dengan aturan Islam, itulah yang menjadi persoalan dan harus di perhatikan oleh pengusaha. Di dalam ekonomi Islam, menjalankan aktifitas jual beli harus dengan aturan Islam yang mengutamakan keadilan bersama tanpa ada yang merasa terzalimi, baik dari pihak pelaku UMKM maupun pihak pembeli. Dalam menjalankan pengembangan usaha, para pelaku UMKM di Bangkalan diharapkan untuk mampu mengelola dan mengembangkan UMKM secara profesional sesuai peraturan ekonomi Islam agar terhindar dari sistem penjualan kapitalis [18].

Melihat kondisi tersebut, maka diharapkan pengrajin Batik Bangkalan dapat mengelola faktor produksi secara optimal sehingga mampu meningkatkan hasil produksi. Peningkatan hasil produksi tersebut diharapkan menambah pendapatan atau keuntungan yang diterima pengrajin Batik Semarang demi keberlanjutan usaha dan perkembangan usaha. Penelitian ini mencoba untuk menganalisis lebih lanjut tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Sentra Batik Di Bangkalan. Atas dasar tersebut peneliti tertarik untuk mengangkat judul strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) di sentra batik bangkalan dalam perspektif ekonomi islam.

Strategi merupakan suatu rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya [19]. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Secara umum, sebuah strategi memiliki komponen strategi yang senantiasa dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Ketika komponen tersebut adalah kompetensi yang berbeda (*distinctive competence*), ruang lingkup (*scope*), dan distribusi sumber daya (*resource deployment*).

Sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan melakukannya dengan baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Dalam pengertian lain, kompetensi yang berbeda bermakna kelebihan perusahaan dibandingkan perusahaan lainnya. Pemasaran dan pembayaran secara online adalah salah satu kompetensi yang berbeda yang dimiliki oleh Amazon.com jika dibandingkan dengan penjual buku secara manual melalui gedung atau toko-toko penjualan. Kompetensi yang berbeda ini akan menjadi kekuatan bagi strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan.

Lingkungan dimana organisasi atau perusahaan tersebut beraktivitas lokal, regional, atau internasional adalah salah satu contoh ruang lingkup dari kegiatan organisasi. Oleh karenanya, strategi yang akan dilakukan mencakup ruang lingkup yang dihadapi oleh perusahaan. Yang dimaksud sumber daya adalah bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimilikinya dalam menerapkan strategi perusahaan.

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Mengemukakan bahwa pengembangan UKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti penciptaan iklim usaha yang kondusif, bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, mengembangkan promosi, dan mengembangkan kerjasama yang setara [20].

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Secara praktik UMKM sering dikaitkan dengan usaha yang memiliki keterbatasan modal. Namun tidak sedikit berawal dari UMKM kemudia berubah menjadi perusahaan yang maju. Pertumbuhan UMKM ini pun cukup bagus dari tahun ke tahun. Pemerintah pun serius dan memberikan perhatian pada usaha ini. Alasannya, usaha kecil ini menjadi tulang punggung penyediaan tenaga kerja. Sebagai negara berkembang, Indonesia sangat penting memperhatikan UMKM. Alasannya, UMKM mempunyai kinerja lebih baik dalam tenaga kerja yang produktif, meningkatkan produktivitas tinggi, dan mampu hidup di sela-sela usaha besar.

UMKM tidak hanya berbeda dari aspek modal, omzet, dan jumlah tenaga kerja. Perbedaan UMKM dengan usaha besar dapat pula dibedakan berdasarkan ciri dan karakteristik yang terdapat dalam UMKM itu sendiri. Ciri-ciri UMKM dapat dijelaskan berdasarkan kelompok usahanya. Usaha mikro umumnya dicirikan oleh beberapa kondisi berikut belum melakukan manajemen/pencatatan keuangan, sekalipun yang sederhana atau masih sedikit yang mampu membuat neraca usahanya, pengusaha atau SDM nya berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD dan belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.

Pada umumnya belum mengenal perbankan, tetapi lebih mengenal rentenir atau tengkulak. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas

lainnya, termasuk NPWP. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari 4 orang. Ciri-ciri usaha kecil diantaranya pada umumnya sudah melakukan pembukuan keuangan, walaupun masih sederhana, tetapi keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dari keuangan keluarga dan sudah membuat neraca usaha. SDM nya sudah lebih maju dengan rata-rata pendidikan SMA dan sudah memiliki pengalaman usaha. Pada umumnya sudah memiliki izin usaha dan persyaratan kegiatan lainnya, termasuk NPWP. Tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki antara 5 sampai 19 orang.

Ciri-ciri usaha menengah sebagai berikut pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur, bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran dan produksi. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan mengaudit dan penialaian atau pemeriksaan, termasuk yang dilakukan oleh bank. Telah melakukan pengaturan atau pengelolaan dan menjadi anggota organisasi perburuhan. Sudah ada program jamsostek dan pemelihara kesehatan. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas, antara lain izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelola lingkungan, dan lain-lain. Kualitas SDM meningkat dengan penggunaan sarjana sebagai manajer.

2. Metode Penelitian

Peneliti mengambil sampel lokasi Desa Tanjung Bumi karena memiliki jumlah usaha mikro batik terbanyak di bandingkan desa lainnya, dan lebih banyak menyerap tenaga kerja yang bekerja di usaha mikro batik tersebut. Desa Tanjung Bumi merupakan salah satu desa sentra batik yang mempunyai batik khas gentongan dengan proses pembuatan yang memakan waktu kurang lebih satu tahun dan lebih spesifik kerajinan ini adalah kerajinan tangan.

Metode penelitian ini adalah penelitian lapangan/field research. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Penelitian field research dikerjakan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yang berkenaan dengan Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Sentra Batik Di Bangkalan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini yang menjadi fokus kajian adalah UMKM Sentra Batik. berdasarkan data-data yang diperoleh oleh peneliti baik data primer maupun data sekunder.

3. Hasil dan Pembahasan

Untuk mengukur serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Usaha mikro batik Tanjung Bumi, peneliti menggunakan metode analisis data Kuantitatif. Analisis yang dipilih adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah diperoleh,

maka dapat di klasifikasikan sesuai dengan S-W-O-T. sehingga terdapat 5 kekuatan (S), 5 kelemahan (W), 5 peluang (O) dan 5 ancaman (T). Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis agar bisa merumuskan strategi organisasi dengan tepat. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan atau strengths dan kelemahan atau weakness. Sedangkan faktor eksternal yakni peluang atau opportunities dan ancaman atau threats. Alat yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor tersebut disebut matrik SWOT.

Strategi S-O (Strenght - Opportunities). Strategi S-O memanfaatkan pasar tradisional sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung. produk yang dipasarkan harus memiliki kualitas yang baik. Pengrajin batik tulis mempromosikan produk mereka dengan pemasaran langsung dari mulut ke mulut dengan memberikan contoh kain kepada instansi-instansi tertentu, meninggalkan identitas berupa kartu nama. Konsumen atau pelanggan yang puas dengan produk ataupun layanan yang kamu berikan akan merekomendasikannya ke keluarga, teman bahkan pengikut (followers) di sosial media. Distribusi batik pada pedagang dengan pelayanan distributor biasanya mendapat batik dengan memproduksi dari pabrik. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa distributor menjual batik dalam jumlah besar ke Pasar Klewer dan distributor mempunyai pelanggan tersendiri yang biasanya mengambil barang dagangan mereka untuk di jual kembali kepada konsumen mereka.

Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan batik secara online. Pelaku usaha mikro batik Tanjung Bumi dapat memasarkan batik dengan berbagai macam cara misalnya dapat dilakukan secara langsung ataupun dengan sosial media, strategi digital marketing setiap ada model tas baru yang diproduksi, selesai produksi tas di foto atau dibuat konten melalui vidio dan kemudian di edit dengan semenarik mungkin untuk minat konsumen [21]. Setelah pengeditan dan pembuatan konten selalu langsung mengupload di Marketplace Shopee, Tiktok, Instagram. Dalam bisnisnya menerapkan setiap harinya selalu update produk terbaru dan packing pesanan setiap harinya melalui storynya di media sosialnya yaitu Whatsapp, Instagram, Facebook yang bertujuan agar konsumen mengetahui selalu aktif dan menerapkan live tiktok dalam mempromosikan produknya, live tiktok dilakukan seminggu sekali dengan live tiktok strategi ini juga bisa menambah omset dalam penjualannya. Penerapan Strategi digital marketing juga mengadakan promosi dengan diskon potongan Rp 2.000/produk pembelian.

Marketplace menjadi pilihan yang tepat untuk menjadi platform penjualan bagi Jajanan Syar'i disana mereka bisa melakukan berbagai marketing yang canggih dan tentunya menarik konsumen [22]. Dengan menggunakan marketing yang tepat di Marketplace terbukti mereka mampu meningkatkan penjualan untuk produknya. Dengan memanfaatkan Marketplace salah

satunya seperti Shopee produk yang dijual Jajanan Syar'i akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Platform yang dikelola oleh admin Jajanan Syar'i ini memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam melakukan penjualan di Marketplace, Jajanan Syar'i juga membuat penawaran menarik di platform mereka dan ini merupakan strategi marketing yang dilakukan untuk menarik konsumen ketika melihat produk Jajanan Syar'i. Dengan cara Jajanan Syar'i ini melakukan pendaftaran terkait yang sudah disediakan oleh pihak Marketplace, setelah melakukan pendaftaran penawaran yang disediakan, maka pihak Jajanan Syar'i bisa memberikan penawaran menarik tersebut kepada konsumennya.

Adapun bentuk akad transaksi jual beli yang dapat diadopsi dalam transaksi online ialah bay' al-murabahah (biasa disebut murabahah dan bay' al-salam biasa disebut salam Bai' al-murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, dimana penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada saat ini inilah produk akad jual beli yang paling banyak digunakan, karena inilah praktik yang paling mudah dalam implementasinya dibandingkan dengan produk pembiayaan yang lainnya. Adapun dasar hukum dari bay' al-murabahah orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Baiy' al-murabahah memberi banyak manfaat kepada penjual. Salah satunya adalah keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, sistem ini juga sangat sederhana, hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya oleh penjual. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengapa akad bay' al-murabahah dapat dipergunakan dalam penjualan on-line berbasis media social.

Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin. Perkembangan usaha mikro batik semakin hari semakin pesat. Pemerintah Kecamatan yang bekerja sama dengan DPMD melakukan pelatihan pemasaran online untuk pengusaha Batik Tulis Tanjung Bumi selama pandemi ini. Kegiatan ini dilakukan di Kecamatan Tanjung Bumi. Upaya ini dilakukan pemerintah kecamatan untuk mempermudah pelaku usaha batik tulis Tanjung Bumi dalam memasarkan

produk yang mereka hasilkan. Karena saat pandemi covid-19 saat ini sangat efektif dan efisien jika para pelaku usaha mikro memasarkan produk mereka dengan pemasaran secara online. Dengan begitu produk yang mereka hasilkan akan lebih mudah diketahui oleh masyarakat dan konsumen tidak perlu lagi melakukan kontak langsung dengan konsumen atau pembeli agar tidak tertular virus Covid-19.

Strategi W-O (Weakness - Opportunities). Strategi W-O pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Pemasaran batik tulis Tanjung Bumi juga dapat dilakukan dengan cara langsung dengan mengikuti kegiatan pameran-pameran yang diadakan event tertentu. Strategi promosi batik sudah mengikuti prinsip syariah, yaitu dengan promosi langsung yang tidak ada unsur penipuan dalam promosinya dan berlaku adil kepada semua konsumen. Dalam Islam melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah SAW sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi berlebihan, justru Beliau memberikan informasi apa adanya. Dampak promosi yang berlebihan akan menimbulkan kekecewaan konsumen akibat dari mendapatkan suatu barang tetapi tidak sesuai dengan ekspektasinya. Rasulullah bersabda: Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu adalah usaha untuk melariskan barang dagangan dan juga berusaha dengan cara yang tercela. Salah satu caranya dengan promosi yang dilakukan dengan mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah maupun provinsi.

Keunggulan saat mengikuti pameran adalah dapat mengenalkan batik tulis Tanjung Bumi dengan motif yang beranekaragam yang khas dan unik kepada masyarakat luas baik domestik maupun internasional agar lebih menggunakan batik dalam acara resmi maupun tidak resmi karena batik merupakan warisan Indonesia yang sudah diakui oleh dunia dan kita sebagai warga Negara Indonesia sendiri harus melestarikan budaya nenek moyang Indonesia agar tidak punah. Kemudahan yang dapat dirasakan dari strategi promosi antara lain dengan adanya internet sangat memudahkan para pemilik usaha untuk dapat memperjualbelikan batik secara terbuka di dunia maya, selain itu peran pemerintah dalam mempromosikan Batik Pekalongan juga sangat membantu dengan mengadakan event disetiap tahunnya mulai dari pameran batik, pagelaran busana, gala dinner dan lainnya. Adanya beberapa grosir juga sangat membantu meningkatkan penjualan batik tulis.

Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan SDM pembatik. Para pengusaha batik memiliki karyawan mulai dari anak sekolah sampai dengan ibu-ibu. kemampuan yang dimiliki masing-masing pengrajin hanya sebatas membatik sesuai ketrampilan yang dimiliki. Para pengrajin batik perlu mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah yang berkaitan dengan

membatik. Selain akan menambah produktivitas pengrajin batik juga akan menambah pengalaman pengrajin dalam ilmu membatiklah satu aspek yang diutamakan dalam pembangunan ekonomi adalah dari aspek sumber daya manusia. Karena keberhasilan dari suatu negara tergantung pada sumber daya manusia yang dimiliki. Juga terkait dengan tanggung jawabnya dalam mengelola sumber daya yang ada dalam negara tersebut. Firman Allah swt dalam QS. al- Baqarah ayat 30.

فِيهَا أَنْتَجِعُ قَالَوَا ۖ خَلِيفَةُ الْأَرْضِ فِي جَاعِلٍ ۖ إِنِّي لِلْمَلَكَةِ رَبُّكَ قَالَ وَإِذْ
إِنِّي قَالَ ۖ لَكَ وَنُقِيسَ بِحَمْدِكَ تُسَبِّحُ وَنَحْنُ الدِّمَاءُ وَنُسْفِكُ فِيهَا يُعْسِدُ مَنْ
تَعْلُمُونَ لَا مَا أَكْثَرُ

Artinya: Bahwa manusia diciptakan Allah SWT untuk ditempatkan di bumi sebagai penguasa dan dijadikan sebagai khalifah untuk membangun bumi. Dalam kaitannya untuk meningkatkan kualitas dan menjaga keberlangsungan pembangunan itu sendiri. Yang mana modal utama pembangunan ekonomi tersebut adalah manusia yang berkarya dengan akhlak mulia yaitu jujur, konsisten, cerdas, amanah dan inovatif. Firman Allah swt dalam QS al-Munafiqun ayat 9.

يَفْعَلْ ۖ وَمَنْ اللَّهُ ذِكْرُ عَنْ أَوْلَادِكُمْ وَلَا أَمْوَالِكُمْ تُلْهَكُمْ لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيَا
الْحُسْرُونَ هُمْ قَوْلُكَ ذَلِكَ

Artinya: Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang berbuat demikian maka mereka itulah orang-orang yang merugi. Pelatihan membatik didesa kludan dapat memberikan motivasi peserta pelatihan secara kewirausahaan, sehingga pelatihan membatik tidak hanya memberikan ketrampilan membatik tetapi juga mendukung keluarga. Dengan memberikan pelatihan tentang dukungan pendapatan keluarga dan dukungan di targetkan dengan partisipasi masyarakat. Hal tersebut dicapai dengan yang awalnya ibu rumah tangga setelah mengikuti pelatihan membatik menjadi mempunyai ketrampilan membatik.

Dari 7 yang diteliti, sebanyak 87% pendapatan keluarga meningkat, dan 13% keluarga tetap, karena pelatihan masih berjalan sebagai penunjang pendapatan keluarga di desa tersebut. Jadi pelatihan membatik tidak hanya memberikan pelatihan membatik saja, melainkan juga dapat memberikan motivasi masyarakat untuk berwirausaha dan agar dapat membantu meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Kludan Kecamatan Tanggulangin. Strategi S-T yaitu menjalin kerjasama antara pengusaha batik dengan suplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku pembuatan batik. Menjaln kerjasama dengan suplier bahan baku pembuatan batik merupakan strategi yang harus dilakukan oleh pengusaha mikro Batik Tulis Tanjung Bumi. Kerjasama dilakukan agar pengusaha memperoleh stok bahan baku yang berkualitas, mendapatkan harga bahan baku terbaik. Ancaman lain yang dihadapi usaha mikro batik batik tulis tanjung bumi adalah naiknya harga bahan baku batik.

Pandemi covid-19 membuat bahan baku batik Tanjung Bumi mengalami kenaikan, terutama pada kain batik dan malam. Strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha batik ialah dengan cara menyetok bahan baku kain dan pewarnaan lebih banyak dari biasanya untuk mengatasi kenaikan harga bahan baku jika sewaktu-waktu mengalami kenaikan. Para pelaku usaha mikro batik tulis tidak perlu khawatir menaikkan harga jual batik jika tidak ingin kehilangan pelanggan mereka. Sehingga saat pandemi seperti ini para pengusaha batik Tanjung Bumi tidak akan kesulitan untuk mendapatkan hasil bahan baku dan proses produksi akan terus berlangsung tanpa ada kendala. Pengusaha batik melakukan di Kota Pekalongan melakukan suatu kerja sama yang berbentuk koperasi batik setono. Koperasi ini dibentuk oleh para pengusaha batik dikota pekalongan untuk mengajak usaha bersama agar dapat mempermudah pembelian bahan baku untuk membuat batik bersama-sama sehingga harga bahan baku bisa menjadi lebih murah. Bahan baku merupakan faktor penting dalam proses produksi disamping tidak terlepas dari bidang yang lain seperti pemasaran, keuangan, dan personalia. Tanpa adanya persediaan bahan baku produksi tidak akan berjalan dengan baik oleh karena itu pengaturan persediaan bahan baku harus dilakukan dengan sebaik-baiknya dengan memperhatikan waktu pemesanan maka biaya-biaya seharusnya dikeluarkan bisa ditekan. Persediaan baku yang terlalu banyak akan menimbulkan resiko kerusakan dan kehilangan bahan baku yang semakin besar, sebaliknya saat persediaan terlalu kecil maka akan mengganggu proses produksi. Tingginya pemesanan membuat ongkos pemesanan semakin banyak, jadi pengendalian pengadaan bahan baku perusahaan harus dapat menentukan secara tepat jumlah persediaan bahan baku yang ada agar dapat memperlancar proses produksi dengan biaya yang minimal.

Startegi W-T memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk memahami pembuatan pembukuan agar dapat mengelola keuangan dengan baik. Usaha yang dilakukan oleh pengrajin batik mempunyai kelemahan dalam hal pembukuan. Setiap transaksi yang keluar dan transaksi yang masuk tidak dicatat secara rinci. Pentingnya pelatihan ini yang akan diadakan oleh pemerintah untuk pelaku usaha khususnya berkaitan dengan khas masuk dan khas keluar agar pelaku usaha dapat mempunyai strategi dalam mengatur keuangan dengan baik. Misalnya untuk dapat membeli bahan baku dengan jumlah yang banyak dari biasanya saat terjadi kenaikan harga bahan baku nantinya. Pemahaman tentang pencatatan laporan keuangan semakin tinggi sesudah mengikuti pelatihan pembukuan sederhana bagi usaha mikro dapat meningkatkan akses permodalan usaha.

Pengembangan UMKM Dalam Perspektif Islam. Ekonomi islam merupakan turunan dari Islam, bukan turunan dari kegiatan ekonomi, sebab kehidupan manusia muslim itu tercelup kedalam Islam secara seluruhnya. Masalahnya hanyalah apakah manusia itu sudah berserah diri sepenuhnya kepada celupan Allah

SWT atau belum?. Jika ia sudah berserah diri kepada Allah SWT maka seluruh kehidupannya Islam. jika belum atau masih setengah-setengah ia belumlah Islam. Jadi manusia islam atau muslim itu keseluruhan hidupnya Islam, sebab Islam itu menyeluruh dan sempurna. Ia beriman secara Islam, belajar secara Islam, berfikir secara Islam, berkerja keras secara Islam, bertindak secara Islam, berekonomi Islam, berpolitik secara Islam, berusaha secara Islam, bersosial secara Islam dan seterusnya. Ekonomi Islam itu sendiri (sebagai cabang dari Islam) adalah akibat wajar dari berislamnya seseorang.

Pada setiap aktivitas kehidupan perlu dilakukan berdasarkan perencanaan yang baik. Islam merupakan agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain adalah memanfaatkan karunia Allah secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu seperti kegiatan ekonomi, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah ubah. Untuk memanfaatkan karunia Allah tersebut tentunya diperlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang mampu menciptakan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas dalam memaksimalkan produk yang dibuatnya. Sumber daya manusia merupakan potensi manusia yang dapat dikembangkan untuk proses produksi sehingga dapat memperbaiki kehidupan ekonomi masyarakat tersebut. Islam memberkati pekerjaan dunia ini dan menjadikannya bagian dari ibadah dan jihad, kemudian Allah akan melihat dan mempertimbangkan apa yang telah dikerjakan manusia. Firman Allah swt dalam Q.S At-Taubah ayat 105.

عَلِمَ إِلَى دُونِ وَسْطَرٍ ۖ لِّمُؤْمِنِينَ أَوْ وَرَسُولُهُ عَمَلَكُمْ لَئِنْ فَتَنَّا زَيِّعُوا أَعْمَالَهُمْ
تَعْمَلُونَ كُنْتُمْ بِمَا قَبْلُكُمْ لَشَهَادَتِكُمْ لَغَيْبٍ

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. Berdasarkan ayat tersebut bahwa setelah penyampaian harapan tentang pengampunan Allah swt, ayat ini melanjutkan dengan perintah beramal saleh. Agaknya hal ini perlu, karna walaupun taubat telah diperoleh, tetapi waktu yang telah lalu dan yang pernah diisi dengan kedurhakaan, kini tidak mungkin kembali lagi. Manusia telah mengalami kerugian dengan berlalunya waktu itu tanpa diisi oleh kebajikan, karena itu, ia perlu giat melakukan aneka kebajikan agar kerugian tidak terlalu besar.

35 ayat diatas menerangkan kepada kaum beriman untuk dapat bekerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja guna memperoleh pendapatan yang dapat memperbaiki ekonominya. Produktivitas merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah kegiatan ekonomi, karena dengan adanya produktivitas sebuah tujuan akan dapat tercapai. Agar terciptanya keseimbangan antar kebutuhan sumber daya manusia

dengan tuntutan serta kemajuan bisnis. Maka diperlukan pemberdayaan Sumber daya manusia yang berkualitas untuk meningkatkan produktivitas. Pemberdayaan sumber daya manusia sama halnya dengan pengembangan masyarakat baik pengembangan individu ataupun kolektif. Pengembangan masyarakat dalam islam merujuk pada tiga potensi dasar manusia yaitu, potensi akal, potensi fisik dan potensi qalbu. Atau lebih kongkritnya pemberdayaan dalam intelektual, ekonomi dan tatanan rohaninya.

Manusia harus mengoptimalkan segala potensi dalam dirinya yang telah diberikan oleh Allah swt. Potensi paling harga dan termahal dan hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektual). Bahkan Allah memberikan peringatan kepada hamba-Nya untuk menggunakan akal pikirannya. Firman Allah swt. Q.S Yunus ayat 100.

لَا إِلَهَ إِلَّا عَلَىٰ لَرْجَسًا وَيَجْعَلُ ۖ لِلَّهِ بِإِذْنٍ إِلَّا تَوَمَّنْ أَنَّ فَسْلًا كَانَ وَمَا
يَعْقِلُونَ

Artinya: Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnya. Berdasarkan ayat tersebut Allah swt telah menciptakan manusia memiliki potensi berbuat baik dan buruk, dan menganugerahkan kepadanya akal untuk memilih jalan yang benar serta menganugerahkan pula kebebasan dalam memilih apa yang dikehendakinya. Bagi yang menggunakan akal dan potensinya secara baik, maka dia telah memperoleh izin Allah swt untuk beriman. Sedang yang enggan menggunakannya, Allah swt pun menjadikan dalam jiwanya kegoncangan dan kebimbangan, kesesatan dan kekufuran yang akan mengantarkan menuju murkah-Nya.

Berdasarkan ayat tersebut bahwa segala aktifitas manusia harus dilakukan dengan ilmu, kecerdiakan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Karena islam memandang akal sangat penting bagi manusia sebab apapun kegiatan dan perilaku manusia harus dipikirkan terlebih dahulu. Melalui potensi dasar yang dimiliki tersebut, manusia dapat bekerja untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya. Pendapatan yang diperoleh keluarga tersebut dapat digunakan untuk membeli barang atau jasa serta keperluan menabung dan investasi.

Dengan demikian, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh manusia harus sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan hadist. Begitupun dengan kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam kegiatan perdagangan harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam, karena aturan-aturan dalam islam sangat mendalam dan meyakinkan. pemahaman Islam mengajarkan bahwa suatu kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin melaksanakan semua aturan islam disegala aspek kehidupan termasuk pencaharian kehidupan (ekonomi). Melalui prinsip-prinsip Ekonomi Islam, maka perekonomian kehidupan masyarakat Kota Palopo sesuai dengan syariat Islam.

Di mana terdapat sikap saling jujur antara pemilik usaha dan para pekerja, tidak merusak lingkungan serta adanya sikap saling tolong menolong.

4. Kesimpulan

Penelitian ini untuk menyusun strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sentra batik di Bangkalan dan dalam perspektif ekonomi islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi mempunyai 5 aspek kekuatan, 5 aspek kelemahan, 5 aspek peluang, 5 aspek ancaman. Terdapat beberapa strategi yang relevan dengan kondisi sekarang. Adapun alternatif strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan Usaha Mikro Batik di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan setelah pandemi antara lain Memanfaatkan pasar sebagai tempat distribusi, promosi batik secara langsung, Memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memasarkan batik secara online, Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan pemasaran online secara rutin, Pengrajin berpartisipasi dalam pameran untuk mempromosikan batik dengan tujuan meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan untuk mengembangkan Sumber Daya Manusia pembatik, Menjalinkan kerjasama antara pengusaha batik dengan supplier bahan baku pembuatan batik untuk memperoleh bahan baku yang berkualitas dan mengantisipasi kenaikan bahan baku, Hal ini jelas memberikan dampak yang besar terhadap kesejahteraan masyarakat umum serta pelaku usaha dan berdasarkan perspektif Ekonomi Islam bekerja dan berusaha untuk mendapatkan kesejahteraan yang lebih baik serta mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat merupakan salah satu perintah yang di anjurkan dalam Islam selama tidak melanggar aturan syariat Islam, hal tersebut sesuai dengan alternatif strategi digunakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Batik di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan karena menciptakan strategi usaha yang sesuai dengan syariat islam sehingga menjadi sebuah kebaikan atas keberadaannya dan keberlangsungan bisnis Mikro, Kecil dan Menengah untuk tetap bertahan dan bahkan meningkatkan penjualannya serta dapat menciptakan sebuah lapangan pekerjaan yang bisa membantu banyak orang yang sedang kesulitan mencari pekerjaan disaat pandemi covid-19 melanda.

Daftar Rujukan

- [1] Ari, A. R., Fatmawati, F., & Raharti, R. (2022). Micro, Small And Medium Enterprise Development Strategy (Msme) Based On Creative Economy In Panggungharjo Village, Yogyakarta. *Prosiding Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa*, 1(1), 38–45. DOI: <https://doi.org/10.46576/prosfeb.v1i1.35> .
- [2] Putra, L. R., Mindarti, L. I., & Hidayati, F. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Ukm) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan). *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.30996/jpap.v4i1.1281> .
- [3] Putro, H. P. N., Rusmaniah, R., Jumriani, J., Handy, M. R. N., & Mutiani, M. (2021). Business Development Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Kampung Purun. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 23. DOI: <https://doi.org/10.20527/iis.v3i1.3991> .
- [4] Mulyasana, D., & Yustika, M. (2022). The Development Strategy Micro, Small, and Medium Enterprise of Bandung City Reviewing from Quality Management. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 491–500. DOI: <https://doi.org/10.36555/almana.v6i3.1948> .
- [5] Warno, W., Isrowiyah, N., & Junusi, R. E. (2020). Development Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises through Islamic Financial Inclusion. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 55. DOI: <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v9i1.470> .
- [6] Shobaruddin, M. (2020). Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Malang Melalui Literasi Informasi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2), 151. DOI: <https://doi.org/10.24198/jkip.v8i2.26141> .
- [7] Gunawan, B., Mubarak, M. S., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Umkm Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis SWOT. *Jurnal Teknologi dan Open Source*, 3(1), 1–13. DOI: <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.526> .
- [8] Brenda Annisa Vinuri. (2022). Small and Medium Micro Enterprise Development Strategy (MSMEs) Kletekan Village Through Digital Marketing. *KREASI: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 207–218. DOI: <https://doi.org/10.58218/kreasi.v2i2.141> .
- [9] Maulidah, F. L., & Oktafia, R. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro Serta Dampaknya Bagi Kesejahteraan Masyarakat di Desa Kweden Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo (Menurut Pandangan Maqashid Syariah). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 571. DOI: <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1211> .
- [10] Gherghina, S. C., Botezatu, M. A., Hosszu, A., & Simionescu, L. N. (2020). Small and Medium-Sized Enterprises (Smes): The Engine of Economic Growth Through Investments and Innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1). DOI: <https://doi.org/10.3390/SU12010347> .
- [11] Untari, D., Fajariana, D. E., & Ridwan, M. (2019). Preparing The Asean Economic Community (Mea) with The Development Strategy of Small and Medium Enterprises (UMKM) to Get Business Credit In Kelurahan Cihaduyut Bandung. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEABAR)*, 3(03). DOI: <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i03.587> .
- [12] Mang'anyi, E., & Govender, K. (2019). Exploring the Development Strategies of Rural Small, Medium and Micro Enterprises. *Central European Management Journal*, 27(4), 95–123. DOI: <https://doi.org/10.7206/cejm.2658-0845.11> .
- [13] Unismuh, R., Jam'an, A., Arsal, M., Adiningrat, A. A., & Marhumi, S. (2022). Business Development Strategy of Micro Small Medium Enterprise (Msmes) Ar By Applying The Tuyul Model Design (Faith, Effort, Believe, Tenacity, Agile). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(2), 117. DOI: <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v9i2.2121> .
- [14] Sholicha, N., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). DOI: <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2286> .
- [15] Aulia, B. U., & Siswanto, V. K. (2018). MSME (Micro Small Medium Enterprise) Development Strategy With LED Approach In The Dolly Ex-Red Light District. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 202). Institute of Physics Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1088/1755-1315/202/1/012056> .
- [16] Sulistiyo, H., & Putra, R. A. K. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan Kabupaten

- Bekasi. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 38–48. DOI: <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.145> .
- [17] Dina Eka Putri, F., & Budiyo, S. M. (2023). Pengaruh Berakhirnya Wabah Covid-19 Terhadap Perekonomian UMKM di Kota Surakarta. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), 267–274. DOI: <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.184> .
- [18] Hermawati, A., Anggarani, D., Irawati, S., & Bahri, S. (2020). Swot Analysis Utilization In Designing Performance Development Strategy For Micro, Small & Medium Enterprises In Malang Area Coordinator. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(4), 5198–5206. DOI: <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I4/PR201618> .
- [19] Cahyani, L., Hidayat, R., & Marcelino, D. (2023). Strengthening Digital Capabilities and Entrepreneurship For SMEs in the Creative Economy Sector During a Pandemic. *Jurnal Penyuluhan*, 19(01), 93–103. DOI: DOI: <https://doi.org/10.25015/19202342367> .
- [20] Setyanto, A. R., Samodra, B. R., & Pratama, Y. P. (2015). Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *ETIKONOMI*, 14(2). DOI: <https://doi.org/10.15408/etk.v14i2.2271> .
- [21] Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Omset dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jesya*, 6(1), 881–898. DOI: <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1018> .
- [22] Maulidyyah, Annisa' Rizky., Qadariyah, L. (2023). Analisis Strategi Marketing Berbasis Marketplace dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Makanan Khas Kota Gresik Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Jajanan Syar'i Kota Gresik). *Kaffa Jurnal Fakultas Keislaman*, 2(1).