



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) DI DAERAH TUASAN DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA**

Zainarti

zainarti60mm@gmail.com

Dosen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Chairun Nisa Panjaiatan

chairunnisapanjaiatan@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Ditia Azzahra Aswin Tanjung

ditiaazzahratjg05@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Restu Agung Syahputra

restuagung01@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: zainarti60mm@gmail.com

Abstrak : *This research aims to analyze MSME development strategies in the Tuasan area using an Islamic economic perspective to improve the welfare of street vendors. Apart from that, this research also aims to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by MSMEs in the Tuasan area. This research uses a qualitative approach with a case study method to explore strategies for developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Tuasan area from an Islamic economic perspective, as well as their impact on the welfare of street vendors. A qualitative approach was chosen because it allows for an in-depth understanding of the local context and socio-economic dynamics that influence MSMEs and street vendors. The case study method is used because the focus of this research is on one specific community, namely street vendors in Tuasan, allowing a detailed description of the application of Islamic economic principles in the daily lives of street vendors. Based on the results of this research, MSMEs in the Tuasan area have significant strengths and opportunities to develop, although they are also faced with various weaknesses and threats. By applying Islamic economic principles, such as fairness in prices, use of capital based on profit sharing, improving product quality and innovation, as well as social and educational empowerment, MSMEs in Tuasan can improve the welfare of street vendors and make a positive contribution to society as a whole.*

Keywords: *UMKM, Islamic Economy, welfare, street vendors*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM di daerah Tuasan dengan menggunakan perspektif ekonomi Islam untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi UMKM di daerah Tuasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Tuasan dari perspektif ekonomi Islam, serta dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan pemahaman yang mendalam terhadap konteks lokal dan dinamika sosial ekonomi yang mempengaruhi UMKM dan pedagang kaki lima. Metode studi kasus digunakan karena fokus penelitian ini adalah pada satu komunitas spesifik, yakni pedagang kaki lima di Tuasan, memungkinkan deskripsi yang rinci tentang penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari pedagang kaki lima. Berdasarkan hasil penelitian ini, UMKM di daerah Tuasan memiliki kekuatan dan peluang yang signifikan untuk dikembangkan, meskipun juga dihadapkan pada berbagai kelemahan dan ancaman. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan dalam harga, penggunaan modal berdasarkan bagi hasil, peningkatan kualitas dan inovasi produk, serta pemberdayaan sosial dan pendidikan, UMKM di Tuasan dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat secara keseluruhan.

*STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DAERAH
TUASAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA*

Kata kunci : umkm, Ekonomi islam, kesejahteraan, pedagang kaki lima

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di daerah Tuasan, khususnya, banyak pedagang kaki lima yang termasuk dalam kategori UMKM. Namun, sebagian besar dari mereka masih berada dalam kategori prasejahtera dan menghadapi tantangan dalam mengembangkan usaha secara optimal.

UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia dengan berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan distribusi pendapatan. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap PDB nasional pada tahun 2023 dan menyerap sekitar 97% dari total angkatan kerja nasional. Meskipun kontribusi ini besar, tantangan masih ada, terutama dalam meningkatkan kualitas hidup pengusaha UMKM (Ansori et al., 2022b).

Di daerah Tuasan, Kota Medan, UMKM berperan penting dalam memenuhi kebutuhan ekonomi sehari-hari penduduk. Banyak dari mereka adalah pedagang kaki lima yang menjual berbagai barang konsumsi mulai dari makanan hingga barang-barang kebutuhan sehari-hari lainnya. Namun, sebagian besar dari mereka masih menghadapi masalah ekonomi, seperti keterbatasan modal usaha, akses terhadap teknologi, manajemen usaha yang kurang efektif, dan kekurangan pengetahuan tentang praktik-praktik terbaik dalam mengelola usaha.

Pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Tuasan menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan yang menghambat kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha dengan optimal. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan modal usaha. Banyak pengusaha UMKM di Tuasan mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses modal yang cukup untuk memperluas atau meningkatkan usaha mereka. Bank-bank lokal sering kali enggan memberikan pinjaman kepada UMKM karena kriteria kredit yang ketat dan kurangnya jaminan yang memadai (RAMBE, 2023).

Selain itu, akses terhadap teknologi juga menjadi masalah yang signifikan. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar masih rendah di kalangan UMKM Tuasan. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk bersaing dengan bisnis lain yang lebih modern dan efisien di pasar yang semakin digital ini.

Masalah lain yang dihadapi adalah manajemen usaha yang kurang efektif. Banyak pengusaha UMKM di Tuasan memiliki keterbatasan pengetahuan tentang manajemen usaha yang baik, yang menghambat mereka untuk mengoptimalkan proses operasional dan strategi pemasaran mereka. Kurangnya pendidikan dan pelatihan tentang praktik-praktik terbaik dalam manajemen usaha, pemasaran, dan keuangan membuat banyak pengusaha UMKM di Tuasan kesulitan untuk mengembangkan potensi mereka secara maksimal.

Tantangan terakhir yang dihadapi oleh UMKM di daerah Tuasan adalah minimnya akses terhadap pendidikan dan pelatihan yang sesuai. Kurangnya pelatihan tentang prinsip-prinsip manajemen usaha yang baik dan praktik-praktik terbaik dalam pemasaran dan keuangan menyulitkan pengusaha UMKM untuk memperbaiki operasional mereka dan mendorong pengembangan potensi penuh mereka.

Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa strategi dan tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai daerah, yang dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan UMKM di daerah Tuasan.

*STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DAERAH
TUASAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA*

Studi oleh Robert Tua Siregar, Hery Padapotan Silitonga, dan Juan Anastasia Putri di Kota Pematangsiantar menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi lapangan dan studi kepustakaan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM di Kota Pematangsiantar sangat tergantung pada peran serta pemerintah dan para pelaku UMKM dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan usaha.

Penelitian lain oleh M. Khoiri Abdi dan Novi Febriyanti di Kota Bandar Lampung mengenai penyusunan strategi pemasaran UMKM di masa pandemi Covid-19 menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara dan dokumentasi. Mereka menemukan bahwa strategi pemasaran yang efektif untuk UMKM di masa pandemi Covid-19 melalui penjualan melalui e-commerce mampu meningkatkan daya saing dan akses pasar bagi UMKM.

Wan Laura Hardilawati dalam studi tentang strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19 juga menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara dan dokumentasi. Studi ini menunjukkan bahwa UMKM yang mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19 menggunakan strategi penjualan melalui e-commerce dan strategi agresif lainnya untuk mengatasi tantangan ekonomi yang dihadapi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, teridentifikasi beberapa gap penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut dalam konteks pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Tuasan, khususnya dalam perspektif ekonomi Islam:

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa belum banyak penelitian yang membahas secara khusus strategi pengembangan UMKM di daerah Tuasan dengan pendekatan ekonomi Islam. Studi-studi yang ada cenderung lebih umum dalam cakupannya atau lebih fokus pada strategi pengembangan berdasarkan paradigma ekonomi konvensional.

Terdapat gap dalam literatur mengenai penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan usaha pedagang kaki lima, terutama di daerah Tuasan. Prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan, berkelanjutan, dan distribusi yang adil dari kekayaan, belum banyak dieksplorasi dalam konteks usaha mikro yang beroperasi di tingkat basis seperti pedagang kaki lima.

Penelitian juga belum menginvestigasi secara mendalam dampak dari penerapan strategi pengembangan UMKM yang berbasis ekonomi Islam terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima di daerah Tuasan. Studi-studi terdahulu lebih cenderung fokus pada strategi bisnis yang lebih umum tanpa mempertimbangkan aspek-aspek khusus yang relevan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Dengan mengidentifikasi gap-gag penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DAERAH TUASAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM di daerah Tuasan dengan menggunakan perspektif ekonomi Islam untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi UMKM di daerah Tuasan.

Harapan dari penelitian ini adalah menghasilkan strategi pengembangan yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima di daerah Tuasan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kondisi ekonomi dan sosial UMKM serta masyarakat secara keseluruhan di daerah Tuasan.

KAJIAN TEORI

1. UMKM dalam UUD Ekonomi Islam

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU No. 33/2014) dan UUD No. 33 Pasal 4 Tahun 2014 merupakan landasan hukum yang sangat penting bagi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, terutama bagi para pedagang kaki lima yang mayoritas beragama Islam. Pemahaman mendalam tentang kedua undang-undang ini adalah krusial untuk mengerti peran jaminan produk halal dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima serta memberikan perlindungan kepada konsumen Muslim (Zainarti Dra. Zainarti, 2020). Melalui kajian teori yang komprehensif mengenai UU No. 33/2014 dan UUD No. 33 Pasal 4 Tahun 2014, kita dapat memahami bagaimana peraturan-peraturan ini membentuk kerangka kerja bagi penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia (Muhsin, 2022).

Pokok-Pokok UU No. 33/2014 dan UUD No. 33 Pasal 4 Tahun 2014

UU No. 33/2014:

Pasal 1:

Pasal ini menetapkan tujuan utama dari jaminan produk halal, yaitu untuk melindungi hak konsumen Muslim terhadap produk-produk yang halal dan memastikan kepastian hukum dalam pelaksanaan jaminan produk halal. Dengan adanya kepastian hukum ini, konsumen Muslim di Indonesia dapat merasa tenang dan aman ketika mengonsumsi produk yang telah diberi label halal. Selain itu, kepastian hukum ini juga memberikan landasan yang kuat bagi pelaku usaha untuk menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip halal yang telah ditetapkan.

Pasal 4:

Pasal ini menjelaskan prinsip-prinsip yang harus diikuti dalam jaminan produk halal, termasuk prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat. Prinsip kehati-hatian mengharuskan pelaku usaha untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi, mulai dari bahan baku hingga produk akhir, memenuhi standar halal. Transparansi berarti bahwa informasi mengenai kehalalan produk harus disampaikan secara jelas dan terbuka kepada konsumen. Akuntabilitas mengharuskan pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas kehalalan produk yang mereka produksi dan edarkan. Partisipasi masyarakat memungkinkan konsumen dan masyarakat umum untuk terlibat dalam pengawasan dan pelaksanaan jaminan produk halal.

Pasal 5:

Pasal ini menegaskan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memproses, memproduksi, mengedarkan, dan menjual produk halal. Kewajiban ini memastikan bahwa setiap tahap dalam rantai pasok produk harus memenuhi standar kehalalan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, pelaku usaha bertanggung jawab penuh untuk memastikan bahwa produk mereka aman dan halal untuk dikonsumsi oleh umat Muslim.

Pasal 23:

Pasal ini menetapkan peran penting Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam memberikan fatwa halal. MUI bertanggung jawab untuk mengevaluasi dan menetapkan apakah suatu produk memenuhi kriteria halal. Fatwa halal yang dikeluarkan oleh MUI menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal bagi produk mereka.

Pasal 24:

Pasal ini menjelaskan peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam menyelenggarakan jaminan produk halal. BPJPH bertanggung jawab untuk mengelola,

mengawasi, dan memastikan pelaksanaan jaminan produk halal sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. BPJPH juga bekerja sama dengan MUI dan lembaga terkait lainnya untuk memastikan bahwa proses sertifikasi halal berjalan dengan baik dan efisien.

UUD No. 33 Pasal 4 Tahun 2014:

UUD No. 33 Pasal 4 Tahun 2014 menetapkan hak-hak dasar dan kewajiban negara dalam hal kebebasan beragama. Pasal ini menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk memeluk dan mengembangkan agamanya masing-masing. Ini berarti bahwa umat Muslim memiliki hak untuk mengonsumsi produk yang sesuai dengan ajaran agama mereka, termasuk produk yang halal. Selain itu, pasal ini menetapkan kewajiban negara untuk menghormati dan melindungi kebebasan beragama dan beribadah. Negara harus memastikan bahwa semua warga negara dapat menjalankan ibadah dan ajaran agama mereka tanpa hambatan. Pasal ini juga menegaskan kewajiban negara untuk memelihara kerukunan antarumat beragama. Dengan adanya kerukunan, masyarakat dapat hidup berdampingan secara damai meskipun memiliki keyakinan agama yang berbeda.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti keadilan dalam harga, penggunaan modal berdasarkan bagi hasil, peningkatan kualitas dan inovasi produk, serta pemberdayaan sosial dan pendidikan, UMKM di Tuasan dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat secara keseluruhan. Strategi-strategi ini tidak hanya membantu dalam mengatasi tantangan yang dihadapi tetapi juga membuka peluang baru untuk pengembangan dan pertumbuhan UMKM di daerah Tuasan. Dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas lokal sangat penting untuk memastikan keberhasilan strategi-strategi ini dalam jangka panjang. Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai, UMKM di Tuasan dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal serta kesejahteraan masyarakat sekitar.

2. Teori Pengembangan UMKM

Teori pengembangan UMKM menjelaskan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertama-tama, akses permodalan menjadi faktor kritis yang menentukan bagi UMKM. UMKM sering kali menghadapi kendala dalam mengakses modal yang cukup untuk mengembangkan usaha mereka, terutama di daerah pedesaan atau untuk usaha yang baru dimulai. Hal ini mempengaruhi kemampuan UMKM untuk memperluas kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk, atau mengembangkan inovasi baru.

Selain akses permodalan, akses pasar juga merupakan faktor penting dalam pengembangan UMKM. UMKM memerlukan akses pasar yang luas untuk dapat mencapai target pasar yang lebih besar dan meningkatkan penjualan. Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan mempertahankan keberlanjutan dalam mendapatkan akses pasar yang stabil.

Sumber daya manusia merupakan faktor lain yang sangat penting dalam pengembangan UMKM. Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh tenaga kerja sangat mempengaruhi produktivitas dan inovasi dalam UMKM. Pengembangan SDM dalam UMKM meliputi pelatihan dan pengembangan karyawan, peningkatan keterampilan teknis dan manajerial, serta kemampuan untuk mengakses keterampilan yang diperlukan di pasar tenaga kerja lokal.

Kebijakan pemerintah juga berperan dalam pengembangan UMKM. Kebijakan yang mendukung UMKM, seperti program pelatihan, insentif fiskal, bantuan teknis, dan akses yang lebih mudah terhadap pasar publik, dapat mempengaruhi pertumbuhan UMKM secara signifikan. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif dan menangani hambatan-hambatan struktural yang dihadapi oleh UMKM, seperti birokrasi yang rumit, regulasi yang tidak jelas, dan akses terhadap infrastruktur yang diperlukan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut secara komprehensif, UMKM dapat ditingkatkan dalam hal inovasi, daya saing, dan kontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional secara keseluruhan. Peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang faktor-faktor ini diharapkan dapat membantu pengambilan keputusan di tingkat kebijakan, bisnis, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan inklusif (Erzal, 2021).

3. **Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariat Islam. Prinsip-prinsip ini mencakup berbagai aspek kehidupan ekonomi, termasuk dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu prinsip utama dalam Ekonomi Islam adalah zakat, yang merupakan kewajiban bagi umat Islam untuk memberikan sebagian dari kekayaan mereka kepada orang-orang yang membutuhkan. Zakat tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi redistribusi kekayaan, tetapi juga sebagai stimulus bagi perekonomian lokal dengan mendukung keberlangsungan UMKM melalui pemberdayaan masyarakat yang lebih luas (Sa'diyah, 2018).

Selain zakat, prinsip wakaf juga relevan dalam konteks UMKM. Wakaf mengacu pada kontribusi aset atau sumber daya lainnya untuk tujuan sosial atau amal yang diwakafkan. Dalam konteks UMKM, wakaf dapat digunakan untuk mendukung pengembangan infrastruktur yang dibutuhkan oleh UMKM, seperti sarana produksi, pelatihan keterampilan, atau akses modal yang lebih mudah. Hal ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka di pasar.

Prinsip syariah juga menjadi landasan bagi pengembangan UMKM dalam Ekonomi Islam. Prinsip ini mencakup larangan terhadap praktik riba (bunga) dan transaksi yang bersifat spekulatif atau merugikan salah satu pihak. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, UMKM dapat menghindari risiko finansial yang tinggi dan mempromosikan praktik ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan.

Dalam konteks Ekonomi Islam, pemerintah juga memiliki peran penting dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM. Kebijakan ini mencakup insentif fiskal, bantuan teknis, dan pendekatan kelembagaan yang memungkinkan UMKM untuk mengakses modal dengan lebih mudah, serta memberikan akses pasar yang lebih luas.

Dengan memadukan prinsip-prinsip Ekonomi Islam dengan praktik modern, UMKM dapat ditingkatkan dalam hal inovasi, daya saing, dan kontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional secara keseluruhan. Pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip ini diharapkan dapat membantu pengambilan keputusan di tingkat kebijakan, bisnis, dan masyarakat dalam mendukung pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan inklusif, sesuai dengan nilai-nilai Ekonomi Islam (Ansori et al., 2022a).

4. **Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima**

Kesejahteraan pedagang kaki lima mengacu pada kondisi di mana para pedagang dapat hidup dengan layak dan sejahtera. Kesejahteraan ini dapat diukur dengan beberapa indikator

*STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DAERAH
TUASAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA*

utama yang mencakup pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan akses terhadap layanan dasar. Pertama, pendapatan menjadi indikator kunci dalam menilai kesejahteraan pedagang kaki lima. Pendapatan yang cukup dan stabil memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, tempat tinggal, dan pendidikan bagi keluarga mereka.

Selanjutnya, kesehatan juga menjadi aspek penting dalam kesejahteraan pedagang kaki lima. Kondisi sanitasi yang buruk di sekitar lokasi pedagang kaki lima sering kali menyebabkan masalah kesehatan, seperti penyakit infeksi dan gangguan pernapasan. Akses terhadap layanan kesehatan yang terjangkau dan berkualitas menjadi kunci untuk meningkatkan kesejahteraan mereka (Fatma, 2019).

Pendidikan merupakan faktor yang mempengaruhi masa depan generasi pedagang kaki lima. Akses terhadap pendidikan yang baik dapat membantu anak-anak pedagang kaki lima untuk keluar dari lingkaran kemiskinan dan meningkatkan peluang mereka dalam mencapai kesejahteraan yang lebih baik di masa depan.

Akses terhadap layanan dasar, seperti air bersih, sanitasi, dan transportasi yang terjangkau, juga berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima. Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya meningkatkan kualitas hidup mereka, tetapi juga memperluas kesempatan mereka untuk mengembangkan usaha mereka dengan lebih baik.

Untuk mencapai kesejahteraan pedagang kaki lima secara menyeluruh, diperlukan kerja sama dari pemerintah, masyarakat sipil, dan sektor swasta. Pemerintah perlu mengimplementasikan kebijakan yang mendukung akses terhadap layanan dasar, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan kualitas hidup pedagang kaki lima. Masyarakat sipil dapat memberikan dukungan melalui program-program pelatihan dan pengembangan keterampilan, sedangkan sektor swasta dapat berperan dalam memberikan akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan kapasitas produksi.

Dengan meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima, kita tidak hanya meningkatkan kualitas hidup mereka secara individu, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi masyarakat secara keseluruhan (Shinta et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di daerah Tuasan dari perspektif ekonomi Islam, serta dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang kaki lima. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan pemahaman yang mendalam terhadap konteks lokal dan dinamika sosial ekonomi yang mempengaruhi UMKM dan pedagang kaki lima. Metode studi kasus digunakan karena fokus penelitian ini adalah pada satu komunitas spesifik, yakni pedagang kaki lima di Tuasan, memungkinkan deskripsi yang rinci tentang penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari pedagang kaki lima. Dua teknik utama pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur dengan pedagang kaki lima dan observasi partisipan di lokasi usaha mereka. Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana ekonomi Islam dapat diterapkan untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk mendukung pengembangan UMKM berbasis ekonomi Islam di daerah tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Kekuatan UMKM di Daerah Tuasan

UMKM di daerah Tuasan memiliki beberapa kekuatan yang membuat mereka mampu bertahan dan bersaing dalam pasar yang kompetitif. Salah satu kekuatan utama adalah keunikan produk yang mereka tawarkan. Pedagang kaki lima di daerah ini

menyediakan berbagai produk yang tidak hanya unik tetapi juga bervariasi. Misalnya, pedagang gorengan di Tuasan terkenal dengan variasi gorengan mereka yang meliputi pisang goreng, tahu isi, dan tempe goreng. Setiap produk gorengan ini memiliki ciri khas tersendiri yang membuatnya berbeda dari produk gorengan lainnya di tempat lain. Begitu juga dengan pedagang mie rebus yang menyediakan mie dengan berbagai topping menarik, mulai dari bakso, ayam suwir, hingga telur setengah matang. Penjual jus buah di daerah ini juga menawarkan jus buah alami tanpa tambahan gula, menjadikannya pilihan yang sehat bagi konsumen. Mereka seringkali menambahkan variasi rasa baru untuk menarik minat pelanggan. Contohnya, seorang pedagang gorengan menjelaskan, "Saya memulai usaha ini sekitar lima tahun yang lalu. Produk utama yang saya jual adalah gorengan berbagai jenis seperti pisang goreng, tahu isi, dan tempe goreng."

Selain keunikan produk, kualitas produk juga menjadi kekuatan utama UMKM di Tuasan. Para pedagang sangat fokus pada kualitas produk mereka untuk memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga. Mereka menggunakan bahan-bahan segar dan berkualitas tinggi dalam setiap produk yang dijual. Seorang penjual jus buah menyatakan, "Produk saya adalah jus buah 100% alami tanpa bahan pengawet atau tambahan lainnya. Saya juga sering memberikan variasi rasa baru untuk menarik pelanggan." Fokus pada kualitas ini tidak hanya membuat pelanggan puas tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya membantu bisnis mereka tumbuh dan berkembang.

Harga yang terjangkau merupakan kekuatan lain yang dimiliki oleh UMKM di Tuasan. Produk-produk yang dijual oleh para pedagang kaki lima di daerah ini ditawarkan dengan harga yang sangat kompetitif, sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Strategi penetapan harga ini membuat produk-produk mereka lebih menarik di mata konsumen, terutama di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu. Seorang pedagang mie rebus mengungkapkan, "Saya biasanya fokus pada kualitas dan harga yang terjangkau. Saya juga sering memberikan diskon atau promo untuk menarik pelanggan." Dengan memberikan harga yang terjangkau serta penawaran khusus, para pedagang mampu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan mereka.

Secara keseluruhan, kekuatan UMKM di daerah Tuasan terletak pada keunikan produk, kualitas produk yang tinggi, dan harga yang terjangkau. Kombinasi dari ketiga faktor ini membuat mereka mampu bersaing dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Para pedagang tidak hanya fokus pada penjualan jangka pendek tetapi juga berusaha untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka melalui inovasi produk dan pelayanan yang memuaskan. Dengan demikian, UMKM di Tuasan mampu menjadi pilar penting dalam perekonomian lokal dan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar (Ansori et al., 2022a).

2. Kelemahan UMKM di Daerah Tuasan

UMKM di daerah Tuasan menghadapi beberapa kelemahan yang menjadi tantangan signifikan dalam operasional mereka. Salah satu kelemahan utama adalah persaingan yang ketat di antara pedagang kaki lima. Banyaknya pedagang yang menjual produk serupa menyebabkan kompetisi yang sangat tinggi, sehingga setiap pedagang harus berusaha keras untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Seorang pedagang gorengan mengungkapkan, "Tantangan utama adalah persaingan dengan pedagang lain di sini dan fluktuasi harga bahan baku." Kompetisi yang ketat ini memaksa para pedagang untuk terus berinovasi dan menawarkan sesuatu yang

berbeda atau lebih baik daripada pesaing mereka, yang kadang kala sulit dilakukan tanpa sumber daya yang memadai.

Selain persaingan, fluktuasi harga bahan baku juga menjadi tantangan besar bagi UMKM di Tuasan. Ketidakstabilan harga bahan baku seperti minyak goreng, tepung, dan buah-buahan membuat para pedagang kesulitan dalam menetapkan harga jual yang stabil. Ketika harga bahan baku naik, mereka harus memilih antara menaikkan harga jual produk atau mengurangi margin keuntungan mereka. Kedua pilihan ini memiliki risiko, baik kehilangan pelanggan karena harga yang lebih tinggi atau mengalami penurunan profitabilitas. Fluktuasi ini tidak hanya mempengaruhi keseharian operasional tetapi juga perencanaan jangka panjang dan pengembangan usaha mereka.

Keterbatasan modal menjadi kelemahan lain yang sering dihadapi oleh pedagang kaki lima di Tuasan. Banyak pedagang yang beroperasi dengan modal terbatas, yang membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha. Keterbatasan modal ini menghambat mereka dalam menambah variasi produk, memperluas lokasi usaha, atau melakukan promosi yang efektif. Tanpa modal yang memadai, sulit bagi mereka untuk berinvestasi dalam peralatan yang lebih baik atau meningkatkan kualitas pelayanan. Keterbatasan modal juga membuat mereka rentan terhadap fluktuasi pasar dan perubahan kondisi ekonomi yang bisa mengganggu kestabilan usaha mereka.

Secara keseluruhan, persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan keterbatasan modal merupakan kelemahan-kelemahan utama yang dihadapi oleh UMKM di daerah Tuasan. Tantangan-tantangan ini mempengaruhi kemampuan mereka untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Meski demikian, banyak pedagang yang tetap bertahan dengan mengandalkan kreativitas, keuletan, dan hubungan baik dengan pelanggan. Namun, untuk dapat benar-benar mengatasi kelemahan-kelemahan ini, diperlukan dukungan yang lebih besar dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga keuangan, dalam bentuk pelatihan, akses terhadap modal, dan stabilisasi harga bahan baku. Dukungan ini akan membantu UMKM di Tuasan untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.

3. Peluang Pengembangan UMKM di Daerah Tuasan

UMKM di daerah Tuasan memiliki beberapa peluang pengembangan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Salah satu peluang utama adalah diversifikasi produk. Dengan menambah variasi produk, para pedagang dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan mereka. Misalnya, pedagang gorengan yang saat ini menjual pisang goreng, tahu isi, dan tempe goreng dapat mempertimbangkan untuk menambahkan jenis gorengan baru seperti bakwan jagung, risoles, atau pastel. Seorang pedagang gorengan mengungkapkan, "Saya pikir masih banyak peluang untuk meningkatkan penjualan, misalnya dengan menambah variasi produk dan meningkatkan kualitas." Begitu pula dengan pedagang mie rebus yang dapat menambahkan menu baru atau variasi topping yang lebih menarik untuk menarik minat konsumen yang lebih luas.

Peluang lain yang dapat dimanfaatkan adalah peningkatan promosi. Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial sebagai alat promosi dapat sangat efektif dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kesadaran akan produk yang dijual. Pedagang dapat memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk mereka, membagikan testimoni pelanggan, dan

menawarkan promo atau diskon khusus. Selain itu, promosi langsung melalui kegiatan seperti event lokal, bazar, atau pembagian selebaran juga dapat membantu menjangkau pelanggan potensial. Seorang pedagang mie rebus menjelaskan, "Saya biasanya fokus pada kualitas dan harga yang terjangkau. Saya juga sering memberikan diskon atau promo untuk menarik pelanggan." Dengan strategi promosi yang tepat, UMKM di Tuasan dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan.

Lokasi strategis juga merupakan peluang penting yang dapat dimanfaatkan oleh para pedagang kaki lima di Tuasan. Memilih lokasi yang ramai pengunjung, seperti dekat sekolah, pasar, atau pusat perbelanjaan, dapat secara signifikan meningkatkan volume penjualan. Penjual jus buah, misalnya, melihat peluang besar dalam mencari lokasi yang lebih strategis untuk meningkatkan penjualan. "Saya pikir masih banyak peluang untuk meningkatkan penjualan dengan mencari lokasi yang strategis dan meningkatkan promosi," ungkap penjual jus buah tersebut. Dengan memilih lokasi yang tepat, para pedagang dapat menarik lebih banyak pelanggan yang lalu lalang dan secara tidak langsung meningkatkan pendapatan mereka.

Secara keseluruhan, diversifikasi produk, peningkatan promosi, dan pemilihan lokasi strategis adalah tiga peluang pengembangan utama yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM di daerah Tuasan. Dengan memanfaatkan peluang-peluang ini, para pedagang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait dalam bentuk pelatihan, akses modal, dan kebijakan yang mendukung juga sangat penting untuk membantu para pedagang memaksimalkan potensi mereka. Dengan strategi yang tepat dan dukungan yang memadai, UMKM di Tuasan dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal serta kesejahteraan masyarakat sekitar.

4. Ancaman yang Dihadapi UMKM di Daerah Tuasan

UMKM di daerah Tuasan menghadapi berbagai ancaman yang dapat mengganggu kelangsungan dan pertumbuhan usaha mereka. Salah satu ancaman utama adalah persaingan yang ketat dari pedagang lain yang menjual produk serupa. Banyaknya pedagang kaki lima di Tuasan yang menawarkan jenis produk yang hampir sama menyebabkan kompetisi yang intens. Setiap pedagang harus berusaha keras untuk menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Persaingan ini tidak hanya datang dari pedagang lokal, tetapi juga dari toko-toko ritel yang lebih besar dan memiliki modal yang lebih kuat. Ancaman ini memaksa para pedagang kaki lima untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka agar tetap kompetitif.

Selain persaingan yang ketat, perubahan selera dan preferensi konsumen juga menjadi ancaman signifikan bagi UMKM di Tuasan. Konsumen saat ini cenderung memiliki preferensi yang berubah-ubah dan cepat beralih ke tren baru. Jika para pedagang tidak mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini, mereka berisiko kehilangan pelanggan. Misalnya, tren makanan sehat dan organik yang semakin meningkat bisa membuat produk-produk gorengan yang dianggap kurang sehat menjadi kurang diminati. Pedagang yang tidak mampu mengikuti tren ini dengan menawarkan variasi produk yang lebih sehat dan sesuai dengan selera konsumen dapat mengalami penurunan penjualan. Oleh karena itu, kemampuan untuk membaca tren pasar dan beradaptasi dengan cepat menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi ancaman ini.

Krisis ekonomi juga merupakan ancaman besar bagi UMKM di daerah Tulasan. Ketidakstabilan ekonomi yang lebih luas, seperti inflasi, resesi, atau peningkatan harga bahan baku, dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Ketika ekonomi sedang lesu, konsumen cenderung mengurangi pengeluaran mereka untuk barang-barang non-esensial, termasuk produk yang dijual oleh pedagang kaki lima. Penurunan daya beli ini secara langsung berdampak pada penjualan dan profitabilitas UMKM. Seiring dengan itu, krisis ekonomi juga dapat menyebabkan kenaikan harga bahan baku yang digunakan oleh para pedagang, sehingga mereka harus menaikkan harga jual produk atau menanggung penurunan margin keuntungan. Situasi ini membuat para pedagang berada dalam posisi yang sulit, di mana mereka harus menyeimbangkan antara menjaga harga yang terjangkau dan mempertahankan keuntungan.

Secara keseluruhan, ancaman yang dihadapi oleh UMKM di daerah Tulasan meliputi persaingan yang ketat, perubahan selera konsumen, dan krisis ekonomi. Tantangan-tantangan ini memerlukan strategi yang tepat dan respons cepat dari para pedagang untuk memastikan kelangsungan usaha mereka. Selain itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas lokal, sangat penting untuk membantu UMKM menghadapi ancaman-ancaman ini. Dengan dukungan yang memadai, UMKM di Tulasan dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk terus berkembang dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

5. Strategi Pengembangan UMKM Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pengembangan UMKM di daerah Tulasan dapat diperkaya dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan pada keadilan, kerja sama, dan pemberdayaan. Pendekatan ini tidak hanya akan memperkuat fondasi usaha tetapi juga memberikan dampak positif pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Salah satu prinsip utama dalam ekonomi Islam adalah keadilan dalam penetapan harga. Menetapkan harga yang adil berarti harga tersebut tidak merugikan konsumen maupun penjual. Harga yang adil harus mencerminkan nilai sesungguhnya dari produk atau jasa yang ditawarkan, tanpa adanya unsur eksploitasi atau manipulasi. Dengan menerapkan prinsip keadilan dalam harga, para pedagang di Tulasan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang. Konsumen yang merasa diperlakukan dengan adil cenderung akan kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Seorang pedagang kaki lima, misalnya, dapat menetapkan harga gorengan yang sesuai dengan kualitas bahan dan usaha yang dikeluarkan, sehingga pelanggan merasa puas dengan nilai yang mereka terima.

Selain keadilan dalam harga, penggunaan modal berdasarkan bagi hasil merupakan strategi lain yang dapat diterapkan. Sistem bagi hasil seperti musyarakah atau mudharabah memungkinkan pedagang untuk mengatasi keterbatasan modal dengan melibatkan investor yang bersedia berbagi risiko dan keuntungan. Dalam musyarakah, kedua belah pihak (pedagang dan investor) menyumbangkan modal dan berbagi keuntungan serta kerugian sesuai dengan porsi investasi masing-masing. Sementara itu, dalam mudharabah, pedagang mengelola usaha dengan modal dari investor dan keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan awal. Sistem ini tidak hanya adil tetapi juga memotivasi kedua pihak untuk bekerja sama demi kesuksesan usaha. Seorang pedagang mie rebus, misalnya, dapat menggunakan modal dari investor untuk memperluas usahanya, menambah variasi produk, dan meningkatkan layanan.

*STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI DAERAH
TUASAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN PEDAGANG KAKI LIMA*

Peningkatan kualitas dan inovasi produk juga menjadi strategi penting dalam pengembangan UMKM berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Islam menganjurkan perbaikan terus-menerus dan pengembangan diri. Oleh karena itu, para pedagang di Tuasan perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka agar tetap kompetitif di pasar. Inovasi dapat dilakukan dengan menambahkan variasi baru pada menu, memperbaiki kemasan produk, atau meningkatkan kualitas bahan baku yang digunakan. Misalnya, pedagang jus buah dapat menawarkan variasi rasa baru atau jus campuran yang unik untuk menarik pelanggan. Peningkatan kualitas produk akan membantu pedagang mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru, sehingga meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Pemberdayaan sosial dan pendidikan merupakan strategi lain yang tidak kalah penting. Memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pedagang kaki lima dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam manajemen usaha dan pemasaran. Pelatihan tersebut dapat mencakup aspek-aspek seperti manajemen keuangan, strategi pemasaran, penggunaan teknologi informasi, dan keterampilan pelayanan pelanggan. Dengan meningkatkan keterampilan ini, para pedagang dapat menjalankan usaha mereka dengan lebih efektif dan efisien, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pemerintah dan lembaga terkait dapat bekerja sama untuk menyediakan program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pedagang kaki lima di Tuasan. Misalnya, program pelatihan tentang penggunaan media sosial untuk promosi dapat membantu pedagang meningkatkan visibilitas dan menjangkau lebih banyak pelanggan.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan UMKM di daerah Tuasan berdasarkan perspektif ekonomi Islam mencakup penetapan harga yang adil, penggunaan modal berdasarkan bagi hasil, peningkatan kualitas dan inovasi produk, serta pemberdayaan sosial dan pendidikan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, UMKM di Tuasan dapat memperkuat fondasi usaha mereka, meningkatkan daya saing, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal serta kesejahteraan masyarakat sekitar. Dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas lokal juga sangat penting untuk memastikan keberhasilan strategi-strategi ini dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, UMKM di daerah Tuasan memiliki kekuatan dan peluang yang signifikan untuk dikembangkan, meskipun juga dihadapkan pada berbagai kelemahan dan ancaman. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan dalam harga, penggunaan modal berdasarkan bagi hasil, peningkatan kualitas dan inovasi produk, serta pemberdayaan sosial dan pendidikan, UMKM di Tuasan dapat meningkatkan kesejahteraan pedagang kaki lima dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat secara keseluruhan. Strategi-strategi ini tidak hanya akan membantu dalam mengatasi tantangan yang dihadapi, tetapi juga akan membuka peluang baru untuk pengembangan dan pertumbuhan UMKM di daerah Tuasan.

DAFTAR PUSTAKA

Ansori, Manual, U., Brämswig, K., Ploner, F., Martel, A., Bauernhofer, T., Hilbe, W., Kühr, T., Leitgeb, C., Mlineritsch, B., Petzer, A., Seebacher, V., Stöger, H., Girschikofsky, M., Hochreiner, G., Ressler, S., Romeder, F., Wöll, E., Brodowicz,

- T., ... Baker, D. (2022a). PENGEMBANGAN USAHA KULINER PEDAGANG KAKI LIMA (Studi Kasus Pada Pedagang Kaki Lima Kota Tua Ampenan). *Science*, 7(1), 1–8. <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9><http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017><http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11910031>
- Ansori, Manual, U., Brämswig, K., Ploner, F., Martel, A., Bauernhofer, T., Hilbe, W., Kühr, T., Leitgeb, C., Mlineritsch, B., Petzer, A., Seebacher, V., Stöger, H., Girschikofsky, M., Hochreiner, G., Ressler, S., Romeder, F., Wöll, E., Brodowicz, T., ... Baker, D. (2022b). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER PASCA PANDEMI COVID-19 DI DESA PARINGAN KECAMATAN JENANGAN KABUPATEN PONOROGO. *Science*, 7(1), 1–8. <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9><http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017><http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11910031>
- Erzal, deni candra. (2021). Analisis Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Usaha Pempek 26 Ilir Palembang untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam Tesis Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M . E) Da.
- Fatma, R. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT (Study Kasus: Tahu 151 A Kelurahan Abian Tubuh Kota Mataram). Skripsi, 1–144.
- Muhsin, S. (2022). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam Syamsiah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 72. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- RAMBE, F. (2023). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. In *Etd.Uinsyahada.Ac.Id*. <http://etd.uinsyahada.ac.id/8609/1/1840100339.pdf>
- Sa'diyah, H. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui Program Pusyar (Pembiayaan Usaha Syariah).
- Shinta, S., Haliza, N., & Sirad, M. C. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti Ud Primadona Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 3(4), 19.
- Zainarti Dra. Zainarti, M. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformulasi Sumber Daya Manusia Berkarakter Islami.