

## **Strategi Bertahan Usaha Mikro Kuliner Pada Era *Pandemic* (Covid19) Ditinjau Dari Sudut Pandang Ekonomi Syariah**

Guraida<sup>1</sup>, Iiz Izmuddin<sup>2</sup>

[guraida26296@gmail.com](mailto:guraida26296@gmail.com)<sup>1</sup>, [iizizmuddin@gmail.com](mailto:iizizmuddin@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*The general objective to be achieved in this research is to find out the strategies used by Micro Business actors in culinary deposits so that they can survive in the midst of the Pandemic from a sharia economic point of view. This research is a qualitative field research. By using primary data and secondary data. The analytical method used is a descriptive approach, namely identifying various problems faced by the culinary sector Micro Enterprises and analyzing them using SWOT/TOWS (IFE, EFE and IE) analysis, TOWS Matrix Analysis, SWOT Weight Tables. then formulate strategies to overcome them. The method of data collection in this study is by observation, interviews and documentation. The sample method uses snowball sampling. The results of the study found that in order to survive the pandemic, Micro-Entrepreneurs in the culinary sector of the city of Bukittinggi. Based on internal and external analysis, it can be found that the main strategy is the ST strategy (Strengths and Threats) with a total score of 5.35. Bukittinggi survives the pandemic era by using the ST strategy, which is to take advantage of strengths to overcome existing threats (Covid19). Meanwhile, from a sharia economic point of view, the overall strategy for implementing sharia economic principles in business is still not optimal for micro-enterprises.*

**Keywords :** covid19, strategic management, marketing, micro enterprises, sharia economics.

### **ABSTRACT**

Tujuan umum yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh para pelaku Usaha Mikro di bidang kuliner agar bisa bertahan di tengah Pandemi dari sudut pandang ekonomi syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif lapangan. Dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yaitu mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sektor kuliner dan menganalisisnya menggunakan analisis SWOT/TOWS (IFE, EFE dan IE), Analisis Matriks TOWS, Tabel Bobot SWOT. kemudian merumuskan strategi untuk mengatasinya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengambilan sampel menggunakan snowball sampling. Hasil penelitian menemukan bahwa untuk bertahan di masa pandemi, para Pengusaha Mikro di bidang kuliner kota Bukittinggi. Berdasarkan analisis internal dan eksternal dapat diketahui bahwa strategi utama adalah strategi ST (Strengths and Threats) dengan skor total 5,35. Bukittinggi bertahan di era pandemi dengan menggunakan strategi ST yaitu memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada (Covid19). Sedangkan dari sisi ekonomi syariah, strategi penerapan prinsip ekonomi syariah dalam bisnis secara keseluruhan masih belum optimal bagi pelaku usaha mikro.

**Kata kunci :** covid19, manajemen strategis, pemasaran, usaha mikro, ekonomi syariah.

**PENDAHULUAN**

**1. Latar Belakang**

Peran Usaha Mikro bagi perekonomian diantaranya adalah mendukung pertumbuhan ekonomi nasional mendistribusikan hasil pembangunan, dan menciptakan lapangan pekerjaan. (Ivo Novitaningtyas<sup>2</sup> Hanung Eka Atmaja<sup>1</sup>, *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, Volume 13. Analisis Aspek Pemasaran UMKM Di Masa Resesi Global Dampak Dari Pandemi Covid-19, 2 <<https://doi.org/Sinta4:SkNomor85/M/Kpt/2020>>).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 07 Tahun 2021 bahwa Usaha Mikro adalah Usaha Produktif milik orang Perorangan dan/Badan usaha perorangan yang Memenuhi Kriteria Usaha Mikro Sebagaimana Diatur Dalam Peraturan Pemerintah. Pemerintah Kemudahan And Pemberdayaan Koperasi, 'Ayat (2) Pp\_Nomor\_07\_Tahun\_2021, Sk No. 094547 A. Hal.2.

Industri Usaha Mikro merupakan salah satu bagian dari UMKM yang berpotensi untuk dikelola atau dikembangkan serta dapat meningkatkan pendapatan daerah termasuk dalam hal ini Kota Bukittinggi. Sama-sama kita ketahui bahwa Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota tujuan wisata dan kuliner di Sumatera Barat. Selain itu kota Bukittinggi didukung oleh 4 pasar induk, yakni Pasar Atas, Pasar Bawah, Pasar Banto. dan Pasar Aur Kuning, sehinggadengan demikian menjadikan Bukittinggi sebagai sentral perdagangan dan juga berpotensi di Bidang UMKM, salah satu yang lebih dominan pada Usaha Mikro yang bukan hanya berskala regional namun berpotensi juga ke skala nasional dan bahkan mancanegara.

Sebagaimana dijelaskan oleh kepala kasi pembinaan dinas koperasi UMK dan perdagangan kota Bukittinggi bahwa kota Bukittinggi sebagai kota wisata juga berpotensi dalam dunia perdagangan, hal ini dilihat berdasarkan sejak dikeluarkan PP-No.07 Tahun 2021 tentang kriteria UMKM maka terdapat 90% jenis usaha yang termasuk pada kategori Usaha Mikro di Kota Bukittinggi yang memiliki omset 1 Milyar pertahun. Salah satu industri Mikro yang berkembang di Kota Bukittinggi adalah Industri Keripik Singkong atau yang lebih dikenal dengan kerupuk sanjai.

Hal ini dapat dilihat dari Tabel di bawah ini. (Dinas Koperasi, UKM Dan Perdagangan Kota Bukittinggi)

No	Kriteria usaha	Tahun					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Usaha Mikro	7.675	7.130	6.711	6.332	6.013	6.771
2.	Usaha Kecil	1.538	1.264	1.220	652	652	652
3.	Usaha Menengah	89	74	70	31	31	31

Jumlah	9.302	8.468	8.001	7.015	6.696	7.454
--------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bukittinggi

Menunjukkan Peningkatan penjualan sektor perdagangan Bukittinggi dari tahun 2015-2020 dari segi perkembangan jumlah pertahun cukup baik, dan pada jenis Usaha Mikro yang menjadi dominan dalam perekonomian kota Bukittinggi. Dengan demikian hal inilah yang menunjukkan potensi Bukittinggi sebagai kota wisata, kuliner dan juga sentral perdagangan. Namun munculnya pandemi *disease (Covid19)* ini juga sangat mengoncang perekonomian yang sangat dirasakan oleh pelaku bisnis terutama pada Usaha Mikro.

Tentu dampak yang dirasakan bagi Usaha Mikro adalah penurunan penjualan, mengeluarkan biaya-biaya lainnya, masih tetap berlanjut meskipun pemasukan berkurang drastis. Hal ini tentunya menjadi problem bagi Usaha mikro yang notabene-nya memiliki omzet kecil.

berdasarkan hasil penelitian wawancara langsung kepada 30 informan terpilih menyatakan bahwa dampak yang dirasakan adalah mengalami penurunan aktivitas bisnis hingga lebih dari 50% selama pandemic, sebagian Usaha Mikro tidak dapat produktif sama sekali ditahun 2020 seperti penjual dipasar-pasar. Di balik menurunnya pendapatan Usaha Mikro selama hampir sepuluh (10) bulan terakhir, namun para pelaku usaha tetap harus bertahan dalam kondisi tersebut.

Selanjutnya Untuk mencegah penyebaran virus Covid19 pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat yang berdampak kepada hampir semua sektor kehidupan, begitu juga dengan Usaha Mikro kota Bukittinggi pada sektor kuliner sebagai salah satu sektor ekonomi yang mengalami dampak akibat pandemi ini. Agar dapat terus bertahan Pelaku Usaha Mikro sektor ini harus mampu mengkreasikan berbagai langkah atau strategi.

Beberapa hasil penemuan diantaranya, Menurut Wan Laura Hardilawati dalam temuannya bahwa diharapkan pelaku UMKM responsive dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan agar terus bisa bertahan. (Hardilawati, 2020)

Selanjutnya penelitian Achmad Alfin, berbagai macam strategi yang bisa dilakukan pelaku usaha diantaranya melakukan penjualan secara E-commerce, melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian bisa dilakukan oleh pelaku usaha mengingat terjadinya perubahan kondisi dan diharapkan pelaku usaha bisa bertahan. Achmad Alfin.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi mengelaborasi lebih lanjut mengembangkan strategi-strategi lain yang dihadapi oleh Usaha Mikro di suatu daerah, sebagai umat muslim serta tidak melupakan nilai-nilai Islam baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dunia bisnis. Juga dapat memberikan jawaban atas apa yang harus dilakukan oleh pelaku usaha kuliner kerupuk sanjai kota Bukittinggi agar

dapat bertahan dan lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi Covid19 yang tidak bisa diprediksi kapan berakhirnya.

## 2. Rumusan Permasalahan

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi bertahannya usaha mikro dalam meningkatkan perekonomian kota Bukittinggi pada era pandemi?
2. Bagaimana tinjauan dari sudut pandang ekonomi syariah terhadap strategi bertahannya Usaha Mikro dalam meningkatkan perekonomian pada era pandemic.

## 3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi bertahannya usaha mikro kuliner kota Bukittinggi pada era pandemi?
2. Untuk menjelaskan tinjauan dari sudut pandang ekonomi syariah terhadap strategi bertahan usaha mikro pada era pandemic?

## KAJIAN PUSTAKA

### a. Pandemic Covid-19

Pandemic Covid-19 yang melanda dunia merupakan persoalan global yang harus segera diatasi oleh pemerintah. Pandemi ini pertama kali muncul di Wuhan, China pada Desember 2019. (Achmad Alfin, 'Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19', Inovasi Penelitian, Vol.1 No.6. Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19, Januari 2021, Hal. 3) Penyebaran *Coronavirus Disease* 2019 (Covid-19) secara global dan domestic masih berlanjut dan berdampak cukup signifikan terhadap sektor riil, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sehingga masih dibutuhkan waktu untuk kembali pulih. (**Otoritas Jasa Keuangan**), **Ringkasan Eksekutif Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 2/Pojk.03/2021. Hal.1)**

### b. Manajemen Strategi

Manajemen strategis sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan. definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategik adalah suatu seni dan ilmu dari suatu pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*) dan evaluasi (*evaluating*) tentang keputusan-keputusan strategis antar fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa akan datang.

## c. Pemasaran

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru. (Philip Kotler, Marketing Management (Jakarta: Erlangga, 2008), Hal.29). Dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. (Darmanto And Sri Wardaya, 'MANAJEMEN PEMASARAN Untuk Mahasiswa ,Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah', Deepublish, 9, 2016, 223 <[Http://www.Stiepignatelli.Ac.Id/Foto\\_Berita/Files/9. Buku Pemasaran.Pdf](http://www.stiepignatelli.ac.id/foto_berita/files/9_buku_pemasaran.pdf)>).

## d. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah.

Kriteria modal usaha Mikro, sebagaimana dimaksud pada ayat 2 terdiri atas :

- 1) Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Kriteria hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (4), Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Peraturan Pemerintah/Pp No. 07 Tahun 2021.

## e. Ekonomi Syariah

Menurut Muhammad Nejatullah Al-siddiqi ekonomi islam adalah respons pemikir muslim tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh Al-Qur'an dan sunnah, akal (*ijtihad*), dan pengalaman. Opcit, Ika Yunia Fauzia.

Pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi atau perilaku masyarakat yang berdasarkan prinsip Al-Qur'an dan sunnah.

Ada tiga aspek yang sangat mendasar dalam ajaran islam, yaitu :

### 1) Akidah (*Tauhid*)

#### a) Ekonomi Bersifat Ilahiyah

Yaitu semua kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia dalam rangka mengesakan Allah (beribadah kepada Allah). Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 102.

ذَلِكُمْ اللَّهُ رَبُّكُمْ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ خَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَأَعْبُدُوهُ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ وَكِيلٌ

Artinya: “yang memiliki sifat-sifat yang) demikian itu ialah Allah Tuhan kamu; tidak ada Tuhan selain Dia; Pencipta segala sesuatu, Maka sembahlah Dia; dan dia adalah pemelihara segala sesuatu”.

## b) Ekonomi yang bersifat Rabbaniyah

Yaitu semua aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh manusia haruslah bisa membawa kemaslahatan bagi manusia dengan cara pengelolaan dan pemanfaatan segala sumber daya alam dengan sebaik-baiknya. Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT surat Az- Zumar ayat 62.

اللَّهُ خَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ وَكِيلٌ

Artinya: “Allah menciptakan segala sesuatu dan Dia memelihara segala sesuatu.”

Dalam ayat tersebut menjelaskan kita harus mampu memanfaatkan apa yang ada didunia ini dengan sebaik-baiknya, sehingga bisa membawa kemaslahatan bagi masyarakat.

## 2) Hukum Islam (Syari'ah)

### a) Kaidah Fiqih

“(asal darisegala sesuatu itu adalah boleh selama tidak ada dalil yang melarangnya)”.

### b) Segala aturan dalam ekonomi islam ditegakkan untuk mewujudkan kemaslahatan dan meniadakan krusakan.

## 3) Akhlaq (moral)

Yaitu menegakkan norma dan etika yang merupakan “ruh” ekonomi islam itu sendiri, dengan cara mentransformasikan etika transendental (etika yang bersumber dari alqur'an dan hadis) dalam segala aktivitas ekonomi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Subjek penelitian ini yang digunakan terutama adalah kepada para pedagang Mikro kuliner kerupuk sanjai. selanjutnya, untuk memperoleh data yang benar-benar valid, turut melakukan wawancara dengan Kepala/Staf Dinas Koperasi, UMK dan perdagangan Kota Bukittinggi. menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yaitu melakukan identifikasi berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh Usaha Mikro sektor kuliner dan menganalisisnya dengan menggunakan analisis SWOT/TOWS (IFE, EFE dan IE), Analisis

Matrik TOWS, Tabel Bobot SWOT. kemudian merumuskan strategi untuk mengatasinya. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode sampel menggunakan snowball sampling.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil analisis SWOT, Strategi Bertahan Usaha Mikro Pada Era Pandemi Yang Ditinjau Ekonomi Syariah adalah :

#### a. Hasil analisis matrik IFES

Tabel 1.

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai skor
	<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>			
1.	Fleksibilitas waktu dalam pengelolaan usaha	0.10	4	0,4
2.	Tingginya daya tahan terhadap dinamika perubahan pekonomian.	0.10	5	0,5
3.	Adanya dukungan dari seluruh perangkat Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan	0.10	4	0,4
4.	Lokasi yang strategis	0.15	5	0,75
5.	Halalan thoyibah, produk olahan sendiri menyediakan harga grosir dan eceran	0.10	4	0,4
6.	Menjaga kualitas harga, rasa serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	0.10	4	0,4
	<b>Sub Total</b>	<b>0,65</b>		<b>2,85</b>
<b>No</b>	<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>			
1.	Belum optimalnya teknis pemasaran produk usaha mikro dan kecil.	0.10	4	0,4
2.	Teknologi terbatas, sehingga	0.10	4	0,4

	perluanya pengembangan dan pelatihan teknologi dalam menanggapi transformasi era digital.			
3.	Lemahnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Covid-19	0.05	3	0,15
4.	Kurangnya kesadaran pedagang untuk menggunakan timbangan standar.	0.05	4	0,2
5.	Tingginya tingkat persaingan usaha	0.05	3	0,15
	<b>Sub Total</b>	<b>0,35</b>		<b>1,3</b>
	<b>TOTAL (S+W)</b>	<b>1,00</b>		<b>4,15</b>

Sumber penelitian lapangan (data diolah), Juni 2021.

Berdasarkan hasil analisis matrik IFE pada tabel 1. dapat dilihat bahwa sisi internal memiliki total nilai bobot kekuatan di masing-masing elemen adalah kekuatan 0,65 dan kelemahan 1,3 maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel IFE adalah 4,15. Maksud dari angka total bobot skor sebesar 4,15 menunjukkan bahwa Strategi Bertahan Usaha Mikro Untuk Meningkatkan Perekonomian Pada Era *Pandemic Disease (Covid19)* memiliki posisi internal yang kuat dalam meningkatkan kekuatan dan mencapai peluang yang tersedia bahwa Strategi Bertahan Usaha Mikro Pada Era *Pandemic Disease (Covid19)* memiliki posisi internal yang kuat dalam meningkatkan kekuatan dan mencapai peluang yang tersedia.

**b. Hasil Analisis Matrik EFE**

**Tabel 2.**

No	Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Bobot	Rating	Nilai skor
1.	Besarnya potensi pasar untuk produk usaha mikro kecil.	0,10	5	0,5
2.	Tingginya permintaan terhadap suatu produk, serta keaktifan di dunia medsos menciptakan pelanggan yang loyal	0,10	4	0,4



3.	Menjalin kerja sama dengan pedagang lain serta transportasi online	0,05	3	0,15
4.	Kota education dan religi, serta menjadi ciri khas kuliner daerah itu sendiri hingga ke manca Negara	0,10	4	0,4
5.	Meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk	0,05	3	0,15
	<b>Sub total</b>	<b>0,4</b>		<b>1,6</b>
<b>No</b>	<b>Ancaman(Threat)</b>			
1.	Kondisi pandemic yang menyebabkan menurunnya perekonomian masyarakat secara signifikan	0,15	5	0,75
2.	Merebaknya digitalisasi pemasaran produk usaha mikro kecil	0,10	4	0,4
3.	Lemahnya daya beli masyarakat sebagai dampak pandemic covid19	0,10	4	0,4
4.	Naiknya harga bahan baku untuk produksi sehingga terjadinya gejolak harga pada waktu waktu tertentu	0,05	3	0,15
5.	Lebih menariknya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pesaing.	0,10	4	0,4
6.	Inovasi Produk	0,10	4	0,4
	<b>Sub Total</b>	<b>0,6</b>		<b>2,5</b>
	<b>TOTAL (O+T)</b>	<b>1,00</b>		<b>4,1</b>

Sumber penelitian lapangan (data diolah), April 2021

Berdasarkan hasil analisis matrik EFE pada tabel 2. dapat dilihat bahwa sisi eksternal memiliki total nilai bobot peluang di masing-masing elemen adalah peluang 1,6 dan ancaman 2,5 Maka dapat diperoleh total bobot skor EFE sebesar 4,1. Hal ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro kota Bukittinggi dalam usaha perdagangan kuliner mampu merespon peluang dan ancaman yang ada diluar lingkungan

Hal ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro kota Bukittinggi dalam usaha perdagangan kuliner mampu merespon peluang dan ancaman yang ada diluar lingkungan.

**c. Matriks Internl Eksternal (IE)**

**Tabel 3**

IFE SCORE				
E R O C S E F E		Strong (3,0 -4,0)	Average (2,0 -2,99)	Weak (1,0 -1,99)
	Strong (3,0 -4,0)	I	II	III
	Average (2,0 -2,99)	IV	V	VI
	Low (1,0 -1,99)	VI	VIII	XI

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak dinas UMK dan berdagangan Bukittinggi, dan dan masyarakat sebagai pelaku usaha mikro kuliner, serta data yang telah diolah dapat diketahui bahwa Usaha Mikro kuliner kerupuk sanjai kota Bukittinggi saat ini berada pada posisi II.

**d. Total Bobot Skor**

**Tabel 4**

Internal	Strengths (S) Kekuatan	Weaknesses (W) Kelemahan
Eksternal	Strategi S-O Total skor 2,85+1,6 = 4,45	Strategi W-O Total skor 1,3+1,6 =2,9
Opportunities (O) Peluang		

Threats (T) Ancaman	Strategi S-T Total skor $2,85+2,5 = 5,35$	Strategi W-T Total skor $1,3+2,5 = 3,8$
------------------------	---	---

Sumber: (Data primer yang diolah), Juni 2021.

Berdasarkan pada tabel 4. di atas dan telah melakukan pertimbangan semua faktor yang mempengaruhi Strategi Bertahan Usaha Mikro Pada Era *Pandemic Disease (Covid19)* Pada Usaha Kuliner kerupuk sanjai Kota Bukittinggi maka dapat disimpulkan bahwa dapat dipilih adalah strategi S-T yang memiliki skor tertinggi sebesar 5,35.

Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan sebelumnya, maka untuk meningkatkan daya saing dalam Bertahan Usaha Mikro Pada Era *Pandemic Disease (Covid19)* Pada Usaha Pedagang Kuliner kerupuk sanjai yaitu dengan menggunakan strategi S-T (*Strengths- Threats*). Pengembangan usaha yang baik itu dimulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha.

Faktor modal bukanlah hal terpenting dalam mengembangkan usaha tetapi strategi bagaimana kita sebagai pengusaha dapat mengembangkan usaha dengan baik. Islam memang sangat mengatur hubungan yang kuat antara Akhlaq, Akidah, Ibadah dan Muammalah. Aspek muammalah merupakan aturan main bagi manusia dalam menjalankan kehidupan social sekaligus merupakan dasar untuk membangun sistem perekonomian yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Muammalah mengajarkan manusia untuk mencari rezeki secara halal dan baik. Dapat kita ambil sebagai acuan dalam berbisnis terhadap srategi bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW berlandaskan pada prinsip-prinsip yang bersifat universal.

- a. *Shiddiq*, yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Bagi pembisnis yang jujur, Rasulullah saw. memberikan sebuah kabar bahagia sebagaimana dikemukakan dalam sabdanya:

*"Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para Nabi, para shiddiqin, orang-orang yang mati syahid dalam berperangan, dan orang-orang yang saleh (kelak didalam surga)."*(HR. Imam Tirmidzhi)

- b. Kreatif, berani, dan percaya diri, yaitu berusaha untuk mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis yang baru yang prospektif dan berwawasan masa depan, dengan tidak mengabaikan prinsip kekinian. Sifa ini merupakan paduan antara amanah dan fathanah, yang sering diterjemahkan dalam nilai-nilai bisnis dan manajemen dengan bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, sadar produk dan jasa, serta belajar berkelanjutan.

- c. *Tabligh*, yaitu mampu berkomunikasi dengan baik yang juga diterjemahkan dalam bahasa manajemen dengan cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali, dan supervisi.
- d. *Istiqomah*, yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplemntasikan nilai-nilai diatas walau banya mendapatkan godaan dan tantangan. Hanya dengan istiqomah dan munajadah, peluang-peluang bisnis yang prospektif dan mneguntungkan akan selalu terbuka lebar.

Keniscayaan bagi pebisnis muslim untuk menerapkan prinsip-prinsip dan strategi-strategi untuk mencapai keuntungan dan keberkahan secara bersamaan. Maka dalam Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan namun juga mengharapkan keberkahan. Namun, untuk mendapatkannya diperlukan kesungguhan, kedisiplinan, keyakinan, yang terus menerus untuk mengaplikasikannya.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menemukan bahwa strategi bertahan di era pandemi Pelaku Usaha Mikro sektor kuliner kota Bukittinggi Berdasarkan Analisis Internal dan Eksternal dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama adalah strategi ST (*Strengts dan Threats*) dengan total skor sebesar 5,35, Artinya Usaha Mikro sektor kuliner Kota Bukittinggi bertahan pada era pandemic dengan memakai strategi ST adalah memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada (Covid19). Sedangkan ditinjau dari sudut pandang ekonomi syariah masih belum optimalnya secara keseluruhan menerapkan prinsip ekonomi syariah dalam bisnis bagi pelaku Usaha Mikro

## SARAN

Dari kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Usaha Mikro kota Bukittinggi pada pelaku usaha kuliner kerupuk sanjai harus memiliki strategi yang lebih menarik pada masa pandemi ini untuk bisa bertahan dan bersaing karna merebaknya digitalisasi pemasaran produk Usaha Mikro dan sesuai dengan kajian ekonomi Islam agar bisa menjaga *brandimage* Bukittinggi sebagai kota religidan juga meningkatkan jumlah pelanggan/konsumen.
2. Besarnya peranan dari Usaha Mikro khususnya industri kecil kerupuk sanjai perlu menjadi perhatian serius bagi pemerintah daerah maupun instansi terkait yang berada di Kota Bukittinggi melalui terobosan-terobosan dan investasi baru dari pihak lain untuk lebih memajukan industri kecil ini menjadi lebih berskala nasional maupun berskala global.
3. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman sumber daya manusia melalui sosialisasi pada pedagang kuliner industry kerupuk sanjai dikota Bukittinggi tentang konsep ekonomi syariah, sehingga dapat terciptanya bisnis atau usaha yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah secara kaffah, apalagi kota Bukittinggi didukung oleh mayoritas agama Islam dan halal tourism.

4. untuk pelaku Usaha Mikro Sektor Kuliner kerupuk sanjai agar dapat mempertahankan strategi yang telah ada dan mengadopsi inovasi baru dikarenakan tuntutan perubahan dan kondisi, sedangkan untuk pengambil kebijakan agar melakukan pendampingan dan pelatihan terkait dengan strategi dan inovasi yang dibutuhkan oleh Pelaku Usaha Mikro sektor kuliner ini sehingga dapat bertahan dalam kondisi yang sekalipun.
5. Perlu dilakukan kebijakan-kebijakan yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pelaku usaha kerupuk sanjai dan diberikan solusi serta keterampilan agar usaha ini dapat terus berkembang dan tetap bertahan pada masa pandemic dan menjadi kebanggaan kota Bukittinggi dan Propinsi Sumatera Barat. Inovasi dan kreativitas juga dapat ditumbuhkan agar produk ini lebih bervariasi dan dapat mengikuti perkembangan selera pasar tanpa meninggalkan ciri-ciri tradisionalnya. Penggunaan alat-alat yang lebih modern seperti proses pemotongan ubi kayu menjadi lebih rapi dan tipis sehingga dapat meningkatkan kualitas dari kerupuk sanjai. Begitu juga dengan kemasan yang telah mempergunakan kemajuan teknologi, sehingga kerupuk sanjai dapat lebih tahan lama dan memiliki kemasan yang menarik.

#### **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

- Achmad Alfin. (N.D.). Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Inovasi Penelitian, Vol.1 No.6*(Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19), 1.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN untuk mahasiswa ,usaha mikro,kecil dan menengah. *Deepublish*, 9, 223. [http://www.stiepignatelli.ac.id/foto\\_berita/files/9](http://www.stiepignatelli.ac.id/foto_berita/files/9). Buku pemasaran.pdf
- Dinas Koperasi, U. D. P. K. B. (2019). *Perkembangan Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Bukittinggi Tahun 2019*.
- Fauzia, I. Y. (2015). No Title. In P. Ika , GROUP (Ed.), *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah* (p. hal 3-5).
- Hanung Eka Atmaja1, I. N. (n.d.). No Title. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis, Volume 13*(Analisis Aspek Pemasaran UMKM di Masa Resesi Global Dampak dari Pandemi Covid-19), 2. <https://doi.org/Sinta 4 : SK Nomor 85/M/KPT/2020>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid -19.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Volume 6 No 3 (2024) 1099-1112 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i3.3585

*Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.

<https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>

Kemudahan, P., & Koperasi, P. (2008). *ayat (2)*. 086507.

OJK. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 65/POJK.03/2016 Tentang Manajemen Risiko Bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah*. 3–46.

Philip Kotler. (2008). *Marketing Management*. Erlangga.