

SKRIPSI

**STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH PASCA PANDEMI COVID-19
DI KOTA PAREPARE**



OLEH:

**RENI ANGRENI
NIM: 19.2300.080**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PAREPARE**



OLEH

RENI ANGRENI

NIM: 19.2300.080

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : **Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi COVID-19 di Kota Parepare**

Nama Mahasiswa : Reni Angreni

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.080

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor B.2692/In.39.8/PP.00.9/07/2022

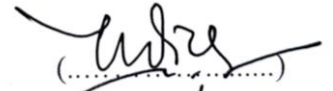
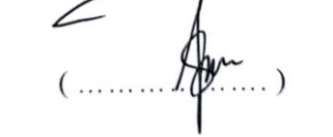
Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.

NIP : 1978 1101 200912 1 003

Pembimbing Pendamping : Ira Sahara, S.E., M.Ak.

NIP : 1990 1220 201903 2 016


(.....)

(.....)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



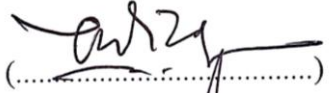

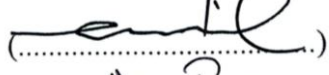


Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

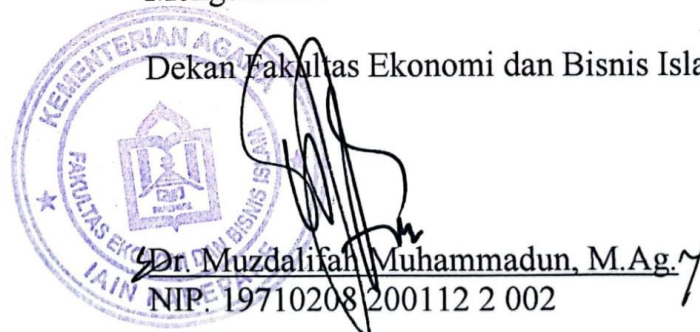
Judul Proposal Skripsi : Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi COVID-19 di Kota Parepare.
Nama Mahasiswa : Reni Angreni
Nomor Induk Mahasiswa : 19.2300.080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor B.2692/In.39.8/PP.00.9/07/2022
Tanggal Kelulusan : 31 Juli 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I .	(Ketua)	
Ira Sahara, S.E., M.Ak.	(Sekretaris)	
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	(Anggota)	
I Nyoman Budiono, M.M.	(Anggota)	

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. Berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, Rasul pilihan yang membawa cahaya penerang dengan ilmu pengetahuan. Serta iringan doa untuk keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang selalu setia sampai akhir zaman.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih dalam penyusunan skripsi ini kepada keluarga tercinta yaitu Ayahanda Syamsuddin dan Ibunda Sahari yang telah membesarkan, mendidik dan mendoakan saya dengan tulus, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik di waktu yang tepat. Selain itu, ucapan terima kasih tak terhingga juga penulis sampaikan kepada kakak tercinta Irmayani A.Md. Kep., dan Risnah S.Pd., serta adik tersayang Rafka yang senantiasa memberi dukungan baik moril maupun materi kepada penulis sejak kecil hingga saat ini, Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua keluarga tercinta yang pernah mendidik sejak SD, SMP, dan SMA, hingga penulis sampai pada penyusunan skripsi.

Tidak lupa pula penulis ucapkan terima kasih terkhusus pada Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I., selaku pembimbing utama, atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada penulis serta motivasi untuk bergerak lebih cepat dalam menyelesaikan penelitian ini dan penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ira Sahara, S.E., M.Ak.. selaku pembimbing pendamping atas segala bantuan, bimbingan serta arahan yang telah diberikan selama penulisan skripsi. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terimah kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.ag. selaku bapak Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa dan juga dosen Penasehat Akademik yang telah mengarahkan dan memberi saran kepada Mahasiswa..
3. Bapak I Nyoman Budiono, M.M selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuannya kepada kami sebagai mahasiswa program studi Perbankan Syariah
4. Bapak/Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Civitis Akademika IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini serta telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti di Kecamatan Soreang, Kota Parepare.
7. Kepada sahabat tercinta Maryam dan Surya, yang selalu menemani dalam suka maupun duka hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Kepada sahabat PBB Ikka, Nabila, Fati, Niar, Nurul, Ekki, Hetti, dan Ica yang selalu memberikan dukungan, bantuan dan selalu memberikan motivasi kepada penulis.
9. Kepada sahabat Alifah, Nina, dan Dila yang telah menemani penulis sejak awal perkuliahan hingga di titik ini.

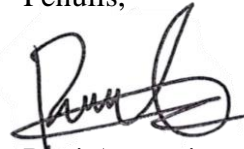
Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai rintangan dan hambatan telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Peneliti menyadari bahwa penulis skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penyusun dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Peneliti juga berharap semoga skripsi ini bernilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya. Semoga Allah SWT senantiasa melipatkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua juga memberikan kesehatan dan umur yang panjang sehingga kita semua dapat bertemu kembali. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis dan pembaca.

Parepare, 20 Mei 2023 M
29 Syawal 1444 H

Penulis,



Reni Angreni
NIM: 19.2300.080

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

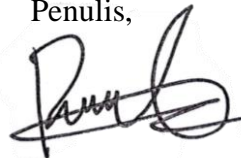
Mahasiswa yang tertanda tangan dibawa ini:

Nama : Reni Angreni
NIM : 19.2300.080
Tempat/Tgl Lahir : Pappareang, 30 Januari 2002
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 20 Mei 2023 M
29 Syawal 1444 H

Penulis,



Reni Angreni
NIM: 19.2300.080

ABSTRAK

Reni Angreni. *Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah pasca Pandemi di KoParepare* (Dibimbing oleh Andi Bahri S dan Ira Sahara)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Namun pada sekitaran awal 2020 ini di Indonesia terserang wabah penyakit yang di sebut Covid-19. Pandemi Covid-19 yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap sector perekonomian. Terutama pada Pelaku UMKM yang menyebabkan pendapatan mereka menurun secara drastis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang dirasakan pelaku UMKM pada masa pandemi covid-19 dan strategi untuk melanjutkan bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini yaitu 1 pelaku usaha mikro, 2 pelaku usaha kecil serta 1 pelaku usaha menengah. Uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dengan Triangulasi Sumber dan Triangulasi Teknik. Teknik analisis data yang digunakan yakni reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadaan bisnis UMKM pada masa pandemi di Kota Parepare mengalami keterpurukan dengan menurunnya pendapatan yang sangat drastis. Hal ini disebabkan berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi, yang disebabkan oleh Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan juga kepercayaan masyarakat yang turun akibat bencana Covid-19 terhadap produk yang ada di luar. Adapun strategi keberlanjutan bisnis UMKM pasca pandemi Covid-19 untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatannya pasca pandemi Covid-19, yaitu dalam tata kelola keuangan untuk menjaga keuangan agar tetap stabil para pelaku UMKM melakukan promosi melalui media sosial, para pelaku UMKM memanfaatkan teknologi dalam memperluas jangkauan usahanya agar bisa di minati oleh masyarakat secara luas. Teknologi digital sebagai platform dalam proses keberlangsungan kegiatan UMKM. Penguatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi UMKM. Serta mengambil bantuan pembiayaan baik di bank konvensional maupun syariah. untuk tetap bisa bertahan dan melanjutkan bisnisnya pasca Pandemi. Kebanyakan responden memilih menggunakan pembiayaan KUR yang memang di khususkan untuk pelaku UMKM, namun ada juga yang melakukan kerjasama dengan investor untuk menjadi pemberi modal 100% di outlet barunya dan menggunakan sistem bagi hasil untuk pembagian keuntungannya dengan akad *musyarakah* demi menghindari yang namanya riba.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, UMKM dan Strategi Keberlanjutan Bisnis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	10
B. Tinjauan Teoritis	13
C. Tinjauan Konseptual	31
D. Kerangka Pikir	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel	35
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data.....	37
F. Uji Keabsahan Data	39
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Kota Parepare	42
B. Hasil Penelitian	43
C. Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	62
BIODATA PENULIS	76

DAFTAR TABEL

NO.	Judul Gambar	Halaman
1.1	Persentase Pelaku UMKM	3
1.2	Persentase Tahun Berjalannya Usaha Pelaku UMKM	3
1.3	Persentase Metode Penjualan Pelaku UMKM	3

DAFTAR GAMBAR

NO.	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

No lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	VI
2	SK Penempatan Pembimbing	VIII
3	Berita Acara Revisi Judul	IX
4	Surat Izin Pelaksanaan Penelitian	X
5	Rekomendasi Penelitian	XI
6	Surat Selesai Meneliti	XII
7	Surat Keterangan Wawancara dengan Pelaku UMKM	XIII
8	Dokumentasi Wawancara	XVII
9	Biodata Penulis	XIX

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (ˆ).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
تَا / تَآ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a. *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- b. *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*. Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نُعْمٌ	: <i>nu‘ima</i>
عَدُوٌّ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf *ح* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*حِي*), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (*i*). Contoh:

عَرَبِيٌّ	: <i>‘Arabi</i> (bukan <i>‘Arabiyy</i> atau <i>‘Araby</i>)
عَلِيٌّ	: <i>‘Ali</i> (bukan <i>‘Alyy</i> atau <i>‘Aly</i>)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ل* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta‘murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau‘</i>
سَيِّئٌ	: <i>syai‘un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnillah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naşr Ḥamīd* (bukan: *Zaid*, *Naşr Ḥamīd Abū*).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 ialah musibah atau bencana yang dampaknya sangat terasa baik untuk lingkup global maupun lingkup terpencil pun. Segala aspek di era pandemi ini sangat terasa dampak penurunannya khususnya aspek perekonomian. Dampak perekonomian ini secara global sangat pedih rasanya. Naushad Khan dan Shah Faisal yang membuat suatu penelitian apakah pandemi Covid-19 ini mempengaruhi perekonomian China dan beliau mengemukakan bahwa Covid-19 ini sangat membawa pengaruh yang signifikan. Banyak sektor yang ditutup akibat adanya tindakan lockdown pemerintah yang mana kegiatan sosial mulai dibatasi, bahkan kegiatan bisnis seperti ekspor atau impor pun mulai dikurangi. Ini mengakibatkan adanya minus dalam pertumbuhan ekonomi (*decline*) 2% dari posisi 6% yang diperoleh sebelum pandemi Covid-19 ini terjadi.¹

Himanshu Koshle, dkk mengatakan dalam penelitiannya yang dilakukan pada sektor bisnis di India, dimana kerugian yang dialaminya sebesar USD 348 juta atau sekitar Rp 5.261.255.400.000 dikarenakan dampak dari kebijakan negaranya dan juga perekonomian dunia yang melambat. Penyebaran virus Covid-19 tergolong cepat peningkatannya dari beberapa virus yang terjadi pada dekade sebelumnya, seperti

¹ Naushad Khan dan Shah Faisal, "Epidemiology of Corona Virus in the World And Its Effects on The China Economy", <https://ssrn.com/abstract=3548292>, (25 Januari 2023).

virus H1N1 pada tahun 2009-2010, virus Ebola tahun 2014 dan virus Zika Amerika Latin pada tahun 2015-2016.²

Di Indonesia, hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Berdasarkan data pertanggal 04 Mei 2020 sudah terdapat 11.192 kasus Covid-19 di Indonesia. Dampak dari Covid-19 secara langsung sudah terlihat dari adanya pemecatan karyawan besar-besaran yang dilakukan oleh beberapa perusahaan, terjadi penutupan beberapa usaha yang berdampak kepada dirumahnya karyawan.³

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melakukan survei pada kinerja Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) dimasa pandemi Covid-19 yang mana survei ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pandemi bagi keberlangsungan kegiatan serta mengidentifikasi strategi pemulihan kinerja UMKM. Survei kajian cepat dampak pandemi Covid-19 terhadap kinerja UMKM Indonesia dilaksanakan secara daring pada 1 – 20 Mei 2020, dan melibatkan 679 valid responden dengan mata pencaharian utama sebagai pelaku usaha.

² Himanshu Koshle, dkk , “Breakdown of Business and Workers in India, Impact of Corona Virus, March 19”, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3557544, (25 Januari 2023).

³ World Bank, “Consumer Price Index (2010=100)”, World Bank Accounts Data, 2020.

Tabel 1. 1 Persentase Pelaku UMKM

Pelaku Usaha	Persentase
Usaha mikro	54,98%
Usaha Ultra-mikro	33,02%
Usaha Kecil	8,1%
Usaha Menengah	3,89%

Tabel 1. 2 Persentase Tahun Berjalannya Usaha Pelaku UMKM

Tahun Berjalannya Usaha	Persentase
0-5 tahun	55,2%
6-10 tahun	24%
Lebih dari 10 tahun	20,8%

Tabel 1.3 Persentase Metode Penjualan Pelaku UMKM

Metode Penjualan	Persentase
Door To door	41%
Toko Fisik	34%
Agen/Reseller	32%
Market Place	15%
Penjualan Online	54%

Data survei menunjukkan bahwa selama pandemi, 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan.

Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,01% usaha ultra-mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,83% usaha menengah. Berdasarkan lama usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 23,27% usaha berusia 0-5 tahun, 10,9% usaha berusia 6-10 tahun dan 8,84% usaha yang telah berjalan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan metode penjualan, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 47,44% usaha penjualan offline atau fisik, 40,17% usaha penjualan online, dan 39,41% usaha dengan metode penjualan offline sekaligus online.⁴

Saat ini tercatat sebanyak 15.004 UMKM yang terdata oleh Dinas Perdagangan. Para pelaku UMKM ini sendiri tersebar di 22 kecamatan yang ada di Kota Pare-pare, yang dimana mereka sudah jelas terkena dampak dari Pandemi covid yang sempat melanda dunia. Bahkan sebagian dari UMKM ini terpaksa harus gulung tikar dikarenakan menurunnya pendapatan secara drastis⁵.

Pandemi Covid-19 telah membawa perekonomian nasional dan global ke arah resesi ekonomi. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan global yang negatif atau kontraksi. Perekonomian nasional sendiri, baru mengalami kontraksi pada triwulan II tahun 2020 dengan pertumbuhan ekonomi -5,3%.

Kontraksi tersebut terutama disebabkan oleh penurunan konsumsi rumah tangga akibat pembatasan sosial untuk mencegah Covid-19, penurunan belanja

⁴ No Name, "Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID-19", <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-UMKM-di-masa-pandemi-covid19/22071>, (25 Januari 2023).

⁵ Dinas Perdagangan Kota Pare-pare, "Data UMKM terdampak Covid-19", <https://dinasperdagangan.pareparekota.go.id>, (24 Februari 2023).

investasi termasuk untuk pembangunan dan perolehan aset tetap, dan penurunan realisasi belanja pemerintah termasuk belanja barang. Disamping itu, terjadi penurunan perdagangan luar negeri yang cukup tajam. Palung penurunan pertumbuhan ekonomi telah dilalui pada triwulan II, namun Covid-19 masih menahan pertumbuhan ekonomi pada triwulan III dan IV.⁶

Pemerintah berupaya untuk meningkatkan performance ekonomi nasional pada triwulan III dan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sekitar 5,05%. Sedangkan pada Triwulan IV pertumbuhan ekonomi tahun 2020 mencapai 5,02%.

Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2022 (year on year) sebesar 5,31%, angka ini lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi pada 2021 lalu yang hanya mencapai 3,70% saja. Tidak hanya mengungguli besaran pada 2021, namun pertumbuhan ekonomi Indonesia 2022 ini merupakan capaian tertinggi sejak tahun 2013 lalu yang mencapai 5,56%. Tingginya pertumbuhan ekonomi tahun 2022 didukung oleh peningkatan persentase ekspor (16,28%) dan impor (14,75%).

Perekonomian Indonesia tahun 2022 dihitung berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp19.588,4 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp 71,0 juta atau US\$ 4.783,9. Pertumbuhan PDB Indonesia terhitung sejak 2016 memperoleh hasil fluktuatif. Di tahun 2016, pertumbuhan mencapai 5,03%. Peningkatan terjadi dalam tahun 2017 yang mencapai 5,07%, tahun 2018 sebesar 5,17%, dan 2019 mengalami penurunan sehingga pertumbuhan ekonomi hanya 5,02% saja. Angka pertumbuhan ekonomi merosot tajam hingga mencapai

⁶Dedy Hasongko, “UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit” <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317>, (24 januari 2023).

hasil -2,07% pada 2020. Hal ini diakibatkan adanya pandemi covid-19 serta pembatasan sosial yang berdampak pada terbatasnya aktivitas perekonomian di Indonesia. Meskipun masih dalam kondisi pandemi, namun pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan, yakni mencapai 3,70% pada 2021.⁷

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia yang memiliki peranan sangat strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat kemiskinan. Menurut data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, UMKM di Indonesia mencakup lebih dari 60% dari total jumlah usaha yang ada di Indonesia dan memberikan lapangan kerja bagi sekitar 110 juta orang atau sekitar 58% dari total penduduk Indonesia.⁸

UMKM diatur dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah yang merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan menjadi sector terbesar kontribusinya terhadap pembangunan nasional dan juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu dalam upaya mengurangi pengangguran serta mampu menghadapi berbagai masalah yang belum terselesaikan yang berhubungan dengan iklim usaha.

Terkait pandemi Covid-19, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan maksud membatasi segala aktivitas yang dilakukan masyarakat agar penyebaran virus ini dapat terkendalikan

⁷ Badan Pusat Statistik, “Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”, www.bps.go.id, (23 Januari 2023).

⁸ Siaran Pers, “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah”, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593>, (Diakses pada tanggal 23 januari 2023).

dengan catatan jika ada keperluan mendesak baru bisa melakukan urusan tersebut tapi harus mematuhi protokol yang sudah ditentukan.⁹ Hal ini juga tentu berdampak pada kegiatan operasional para UMKM yang mana menurunnya tingkat penjualan akibat kurangnya konsumen yang membeli produk mereka dibanding hari biasa sebelum adanya Covid-19. Banyak masyarakat yang mengeluh akan kebijakan pemerintah yang melakukan pembatasan sosial ini, maka dari itu pemerintah mengeluarkan kebijakan melalui Perpres No. 99 Tahun 2020 tentang “Pengadaan Vaksin dan Pelaksanaan Vaksinasi Dalam Rangka Penanggulangan Pandemi Covid-19”. Tujuan dari pelaksanaan pemberian vaksinasi Covid-19 ini adalah menurunkan kesakitan & kematian akibat Covid-19 tersebut, melindungi dan memperkuat sistem kesehatan secara menyeluruh dan menjaga produktifitas dan meminimalkan dampak sosial dan ekonomi.

Dari kebijakan pemberian vaksin yang telah dilakukan secara menyeluruh, keadaan di Indonesia mulai membaik bahkan di kota Parepare sekali pun. Pemerintah perlahan mencabut kebijakan PSBB dan masyarakat pun sedikit demi sedikit kembali menjalani kegiatan normal mereka terkhususnya bagi para UMKM yang dapat beroperasi kembali seperti biasanya. Hingga saat ini di Indonesia bahkan di seluruh dunia sudah pulih dari pandemi Covid-19. Ini adalah kesempatan bagi para pebisnis untuk memulihkan pendapatan mereka dengan cara pebisnis dapat menyesuaikan diri melalui penyusunan marketing strategi melalui pendekatan strategi bisnis.

⁹ Badan Pemeriksa Keuangan, “Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)”, <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135059/pp-no-21-tahun-2020>, (25 januari 2023)

Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan untuk mencari peluang dan beradaptasi dengan keadaan adalah pendekatan yang didasarkan pada *resources-based view* (RBV). Melalui RBV perusahaan dapat membentuk kekuatan persaingan melalui berbagai sumber daya yang dimiliki dengan menyatukan perbedaan kemampuan atau kekuatan sebagai sebuah strategi bersaing. Persepektif ini menyatakan bahwa seorang pemimpin (manajer) dikatakan berhasil jikalau dapat memanfaatkan sumberdaya internal yang unik dan berbeda sebagai kekuatan perusahaan untuk bersaing dengan yang lain.¹⁰ Pebisnis harus memikirkan kembali upaya apa yang dapat dilakukan agar membuat bisnis tetap berjalan dan nantinya dapat memulihkan penjualan dan bahkan meningkatkannya setelah masa krisis pandemi ini benar-benar berakhir. Dari pertimbangan tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan tema skripsi: “Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bisnis UMKM pada masa pandemi di Kota Parepare?
2. Bagaimana strategi keberlanjutan bisnis UMKM pasca Pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keadaan bisnis UMKM pada masa pandemi di Kota Parepare
2. Untuk mengetahui strategi keberlanjutan bisnis UMKM pasca Pandemi Covid-19

¹⁰ Barney, J.B, “Firm resources and sustained competitive advantage”, *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1, (1991), hal 19.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan atau manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Dalam penelitian ini dapat dijadikan media untuk mencoba menerapkan pemahaman teoritis yang diperoleh di bangku kuliah dalam kehidupan nyata dan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan bahan kajian juga gambaran informasi tentang Strategi Keberlanjutan Bisnis UMKM Pasca Pandemic Covid-19.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian yang menjadi bahan acuan dan bahan perbandingan peneliti dalam melaksanakan penelitian, penelitian relevan juga berguna untuk menambah dan memperkaya bahan kajian. Adapun beberapa penelitian yang relevan yang berhubungan dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul “Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Di Indonesia” merupakan penelitian yang ditulis oleh Gregorius Rio Alfrian & Endang Pitaloka mengemukakan bahwa: Pandemi COVID-19 yang terjadi di Indonesia memang berdampak pada perekonomian Indonesia terutama terhadap UMKM. Pembatasan-pembatasan sosial yang dilakukan guna mencegah penyebaran juga membuat pelaku usaha konvensional atau UMKM harus beradaptasi terhadap keadaan yang sedang terjadi. Ada pula 5 strategi yang sudah diteliti dari 10 jurnal guna untuk mencegah atau menyelamatkan UMKM yang ada pada kondisi pandemic sekarang ini, berikut 5 strategi untuk bertahan yaitu: Pertama, Mempelajari tentang digital marketing seperti membuat media promosi melalui media social. Kedua, Memperkuat Sumber daya manusia dengan cara menanamkan pembelajaran mengenai era globalisasi dan teknologi. Ketiga, Inovasi kreatif untuk membuat konsumen tertarik membeli suatu produk pada masa pandemic Keempat Meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan lebih detail dan

menjamin kebersihan dan keamanan produk. Dan terakhir, Kebijakan pemerintah terhadap UMKM/ bantuan dari pemerintah seperti memberikan bantuan sosial atau bantuan dana agar UMKM tetap berjalan. Dengan 5 strategi yang sudah disimpulkan dari 10 jurnal, maka UMKM harus mendapatkan perhatian khusus baik dari pemerintah maupun pelaku usaha itu sendiri, karena pada saat keadaan pandemi sekarang ini beberapa UMKM berusaha untuk mengembangkan usahanya dan beradaptasi kembali demi menghidupkan kembali perekonomian Indonesia.¹¹ Sedangkan peneliti sekarang ingin melakukan penelitian terkait strategi keberlanjutan bisnis para pelaku UMKM setelah pandemi covid-19.

2. Skripsi berjudul “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19” yang diteliti oleh peneliti Wan Laura Hardilawati mengemukakan bahwa: Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia berdampak pada ketidakstabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM ini merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbuan pemerintah dan penerapan PSBB yang menghimbau masyarakat untuk tetap dirumah sehingga cukup banyak UMKM yang harus berenti beroperasi untuk sementara waktu. Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi.

Ada beberapa strategi bertahan yang di rekomendasikan yang dapat di lakukan UMKM untuk dapat mempertahankan bisnisnya, yaitu (1) melakukan penjualan melalui *e-commerce* karena masyarakat sekarang banyak beralih ke belanja

¹¹ Gregorius Rio Alfrian, Endang Petaloka. “Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bertahan pada Kondisi Pandemi Covid-19 di Indonesia” *Jurnal Akuntansi & Ekonomi* Vol. 06 No. 2 (2020) hal. 144.

online. (2) Melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital (*digital marketing*) untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen. (3) melakukan perbaikan kualitas produk dan kualitas serta jenis layanan. (4). Melakukan pemasaran hubungan pelanggan (*customer relationship marketing*) untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan¹². Sedangkan peneliti sekarang ingin melakukan penelitian terkait strategi keberlanjutan bisnis para pelaku UMKM setelah pandemi covid-19 dan lokasi penelitian bertempat di kota Pare-pare.

3. Penelitian yang berjudul “Peran Pembiayaan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah UMKM di Kota Palopo” merupakan penelitian yang ditulis oleh Ardiyanti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran pembiayaan syariah terhadap peningkatan pendapatan UMKM yaitu memberikan kontribusi positif dalam mengembangkan UMKM serta membantu pengusaha-pengusaha kecil dan menengah untuk memperluas bisnisnya. Dengan memberikan fasilitasi, layanan pembiayaan kepada pelaku UMKM baik untuk tujuan modal kerja, investasi, bahkan multiguna yang bertujuan untuk meningkatkan atau mengembangkan usaha nasabah. Untuk itu, kami dari pihak bank berharap dengan adanya bantuan modal kerja bagi pelaku UMKM ini, maka pengusaha-pengusaha kecil bisa mengembangkan usahanya terutama dalam meningkatkan omzet dan aset nasabah. Penelitian ini terfokus kepada peran pembiayaan syariah terhadap

¹² Wan Laura Hardilawati, “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”.*Jurnal Akuntansi & Ekonomi* Vol. 10 No. 1, Juni 2020, hal. 96.

pengembangan UMKM di Kota Palopo. Sedangkan peneliti sekarang terfokus kepada strategi keberlanjutan bisnis UMKM yang ada di kota Pare-pare .¹³

B. Tinjauan Teoritis

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Dalam kamus istilah manajemen, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.¹⁴ Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha organisasi.¹⁵

Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu :

- 1) Dari perspektif apa suatu organisasi ingin dilakukan (*intends to do*),
- 2) Dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).¹⁶

Mendefinisikan manajemen strategis sebagai upaya yang didisiplin kan untuk membuat keputusan dan tindakan penting yang membentuk dan

¹³Ardiyanti, “Peran Pembiayaan Syariah dalam Meningkatkan Jumlah UMKM di Kota Palopo”, (Palopo: Institut Agama Islam Negeri Palopo), 2021.

¹⁴ Panitian Istilah Manajemen Lembaga PPM, *Kamus Istilah Manajemen* (Jakarta: Balai Aksara, tth), hal. 245.

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke 2 (Yogyakarta: Andi, 2002), hal. 3.

¹⁶ Stoner, Freeman, dan Gilbert. Jr dalam Atep Misbahudin , *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada BPRS PNM AL Moslem dalam Meningkatkan Pendapatan Bank*, (Jakarta: UIN Syarifhidayatullah, 2008), hal. 13.

membantu bagaimana menjadi organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dikerjakan organisasi (atau entitas lainnya), dan mengapa organisasi (atau entitas lainnya) mengerjakan hal seperti itu.¹⁷

Sedangkan Bryson berpendapat bahwa manajemen strategis adalah sekumpulan konsep, prosedur, dan alat serta sebagian karena sifat khas praktik perencanaan sektor publik di tingkat lokal¹⁸. Jadi pada dasarnya manajemen strategis sama saja dengan manajemen lainnya yang berfungsi untuk merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan serta mengendalikan hal-hal strategis. Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.

b. Level Strategi

Dalam suatu organisasi terdapat tiga level strategi, yaitu level korporasi, level unit bisnis atau lini bisnis, dan level fungsional yaitu :

- 1) Strategi Level Korporasi, dirumuskan oleh manajemen puncak yang mengatur kegiatan dan operasi organisasi yang memiliki lini atau unit bisnis lebih dari satu.
- 2) Strategi Level Unit Bisnis, lebih diarahkan pada pengelolaan kegiatan dan operasi suatu bisnis tertentu.

¹⁷ Yusrizal dan Sudirman S, Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Provinsi Sumatera Utara, *Journal TANSIQ* (Desember 2018), hal. 52.

¹⁸ John M. Bryson, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hal. 4.

- 3) Strategi Level Fungsional merupakan strategi dalam kerangka fungsi-fungsi manajemen yang dapat mendukung strategi level unit bisnis.¹⁹

c. Jenis Strategi

- 1) Strategi Integrasi

Integrasi kedepan, integrasi kebelakang, dan integrasi horizontal terkadang mengacu pada strategi integrasi vertical. Strategi ini yaitu yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan control serta melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaingnya.

- 2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk mengacu sebagai strategi intensif karna mereka mensyaratkan usaha intensif jika posisi bersaing perusahaan dengan produk yang ada ingin dikembangkan. Strategi ini memerlukan usaha tyang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

- 3) Strategi Disversifikasi

Ada dua strategi disversifikasi yaitu disversifikasi terkait dan disversifikasi tidak terkait bisnis. Dikatakan terkait ketika rantai nilai mereka memiliki kecocokan dengan strategi antar bisnis sedangkan bisnis dikatakan tidak terkait ketika rantai nilai mereka sama, sehingga tidak ada kecocokan dengan strategi antar bisnis yang terjadi. Strategi ini dimaksud untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002), hal. 5.

atau memulai usaha baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba perusahaan.

4) Strategi Divensif

Sebagai tambahan untuk strategi integrative, intensif dan diversifikasi, organisasi dapat melakukan pengurangan, pelepasan, atau likudasi. Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan.

5) Strategi Generik Michael porter

Porter mengemukakan bahwa untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif dapat menggunakan tiga landasan strategi dimana ketiganya merupakan strategi umum yaitu:

a) Strategi Keunggulan Biaya

Strategi yang menekankan pada pembuatan produk standar biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang sangat peka terhadap perubahan harga. Dalam penerapannya, strategi keunggulan biaya umumnya harus dilakukan bersama dengan diverensiasi.

b) Strategi difrensiasi

Merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik dan ditujukan kepada konsumen yang relative tidak terlalu peduli terhadap perubahan perubahan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

c) Strategi fokus

Merupakan strategi yang menekankan pada pembuatan produk dan penyediaan jasa untuk memenuhi kebutuhan para kelompok kecil konsumen. Organisasi yang menerapkan strategi ini dapat memusatkan perhatian pada kelompok pelanggan, pasar geografis dan segmen ini pada produk tertentu.²⁰

2. Keberlanjutan Bisnis

a. Pengertian *Business Sustainability* (keberlanjutan bisnis)

Keberlanjutan atau *sustainability* berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Dalam istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* adalah kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Konsep keberlanjutan usaha mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap berada dalam bisnisnya dalam pada masa yang akan datang. Pelaku usaha selalu berusaha untuk mampu mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnisnya.²¹

Menurut Handayani, Keberlangsungan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan, dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha, cara-cara yang

²⁰ Fred R. David, Forest R. David, *Manajemen Strategik*, Edisi 15 (Jakarta: Salemba Empat, 2019), hal. 125-141.

²¹ Puspitaningtyas, Z. *Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability*, (Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara, 2017), hal. 254.

dipergunakan ini bersumber dari pengalaman sendiri, orang lain, serta berdasarkan pada kondisi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia usaha (*business*) sehingga keberlanjutan usaha merupakan bentuk konsistensi dari usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha.²²

b. Indikator *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha)

Permasalahan dan solusi dari pelaku UMKM terhadap keberlanjutan usahanya adalah sebagai wujud dari langkah-langkah yang akan dilanjutkan untuk mempertahankan, meningkatkan dan mengembangkan bisnis mereka melalui penguatan manajemen bisnis. Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam mengupayakan keberlanjutan usaha pada UMKM manajemen pengelolaan sangatlah dibutuhkan untuk keberlangsungan proses pelaku usaha serta eksistensi tersebut. Yang mempengaruhi keberlanjutan usaha yaitu:

1) Permodalan

Setiap kegiatan usaha baik profit atau non profit senantiasa membutuhkan dana untuk modal yang digunakan untuk membelanjai dan menjalankan usahanya. Pada dasarnya, dana atau modal yang

²² Handayani, N. *Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Keamatan Pasar Kliwon, Surakarta*, (Laporan Penelitian Individual, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2007), hal. 47

dimiliki suatu pelaku UMKM digunakan untuk membiayai operasional kegiatan misalnya untuk membeli bahan dasar, bahan pembantu, membayar gaji para karyawan dan lain sebagainya. Dengan harapan melalui penjualan, perusahaan akan dapat memperoleh kembali dana yang telah dikeluarkan.

Menurut Kasmir, modal adalah suatu barang yang digunakan sebagai suatu dasaran atau bahan sebuah pekerjaan yang digunakan untuk sebuah keperluan usaha, mulai dari biaya yang dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (prainvestasi), pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap sampai dengan modal kerja.²³

Menurut Muhammad Sharif Chaudhy, modal adalah kekayaan yang dipakai untuk menghasilkan kekayaan lagi. Modal merupakan semua barang yang digunakan untuk produksi tidak untuk konsumsi, melainkan untuk produksi lebih lanjut. Mesin, peralatan, alat-alat pengangkutan, persediaan barang mentah, uang tunai yang di tanamkan dalam usaha dan sebagainya. Semua adalah contoh modal. Jadi, modal adalah kekayaan yang didapatkan oleh manusia melalui tenaganya sendiri dan kemudian menggunakannya untuk menghasilkan kekayaan lebih lanjut.²⁴

²³ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 250

²⁴ Muhammad Sharif Chaudhy, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 201.

Menurut John Soeprihanto, modal dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a) Modal menurut waktu pengeluarannya

(1) Modal investasi adalah modal yang digunakan dalam jangka panjang, namun dapat dipakai secara berulang kali. Biasanya dilakukan pada awal pendirian usaha tersebut. Seperti modal berupa tanah, bangunan, mesin, ataupun peralatan.

(2) Modal kerja adalah modal yang akan digunakan untuk melakukan pendanaan terhadap biaya operasional dari usaha yang dijalankan. Modal kerja ini akan digunakan dalam jangka waktu yang lebih pendek.

b) Modal menurut sumber dana

(1) Modal sendiri, yaitu modal yang didapatkan dari pendanaan yang diperoleh dari diri sendiri.

(2) Modal dari luar, yaitu modal yang diperoleh dari pihak luar dan bukan dari diri sendiri atau si pemilik usaha. Biasanya modal ini didapatkan dari bank, kerabat dekat, atau rekan bisnis.²⁵

2) Pemasaran

Pemasaran menurut Willian J. Stanton adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini

²⁵ John Soeprihanto, *Manajemen Modal Kerja*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1997), hal. 9.

maupun konsumen potensial.²⁶ Pemasaran secara umum memiliki arti sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan barang ataupun jasa melalui promosi agar para konsumen tertarik dan melakukan pembelian demi tercipta penawaran yang kemudian dapat memenuhi kebutuhan masing-masing.

Didalam pemasaran ada beberapa tahap yang harus diperhatikan diantaranya:

a) Memilih tujuan menetapkan harga

Pertama-tama industri tersebut memutuskan dimana ingin memposisikan tawaran pasarnya. Semakin jelas tujuan suatu industri maka akan semakin mudah untuk menetapkan harga.

b) Menentukan permintaan

Setiap harga akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda dan hal ini mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap tujuan pemasaran suatu industri.

c) Memperkirakan biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan suatu industri untuk produknya. Biaya menentukan batas terendahnya. Industri tersebut ingin menetapkan harga yang menutupi biaya produksi, distribusi, dan penjualan produk, termasuk laba yang lumayan untuk upaya dan resikonya.

²⁶ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1985), hal. 7.

Untuk memperlancar keberlanjutan usaha pelaku UMKM harus melakukan kegiatan pemasaran agar produksi yang dihasilkan dapat dikenal dan agar mendapatkan permintaan dari konsumen. Dalam memasarkan produknya, pemilik usaha menggunakan pola hubungan dengan agen mitra dengan prinsip saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan saling memperkuat. Melalui pola pemasaran seperti ini pelaku UMKM menjadi memiliki banyak relasi yang luas dengan mitra untuk memasarkan produknya lebih luas lagi.

3) Teknologi

Menurut Rachmawan Budianto, teknologi dapat diartikan sebagai barang, alat, proses, metode serta prosedur yang dapat digunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya²⁷. Atau bisa didefinisikan sebagai keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana.

Pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya agar tetap berlanjut dalam waktu yang lama. Namun biasanya pelaku UMKM khususnya yang ada di pasar masih sedikit menggunakan teknologi dalam memproduksi barang-barangnya dan kebanyakan hanya menggunakan tenaga manusia dalam kegiatan produksinya.

²⁷ Rachmawan Budianto, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hal. 74.

4) Tenaga Kerja

Tenaga kerja sinonim dengan manusia dan merupakan faktor keberlanjutan produksi yang amat penting. Bahkan kekayaan alam suatu negara tidak akan berguna jika tidak dimanfaatkan oleh manusia. Alam memang sangat dermawan bagi suatu negara dalam menyediakan sumber daya alam yang tak terbatas, tetapi tanpa usaha manusia semua tidak akan terpakai.²⁸

c. Manfaat *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha)

Pelaku usaha tidak hanya cukup untuk memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, tetapi juga dapat memahaminya dan menerapkan pengetahuan pengelolaan yang telah dimiliki. Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan mampu untuk mengambil keputusan secara tepat sehingga *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha) dapat terus berkelanjutan. Hasil tersebut tidak lepas dari manfaat Keberlanjutan Usaha, yaitu:

- 1) Meningkatkan keuntungan *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha) tidak lepas dari kelestarian lingkungan. Semakin terjaga lingkungan usaha maka dapat disimpulkan usaha tersebut dapat mendapat keuntungan dari lingkungan sekitar.
- 2) Produktivitas meningkat *Business Sustainability* (Keberlanjutan Usaha) hampir sama dengan menyederhanakan proses produksi dan mengurangi

²⁸ Manullang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 2012), hal. 12-27.

aktivitas yang berlebihan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.

- 3) Sumber daya manusia yang berkualitas Sumber daya manusia yang dikelola dengan baik dengan melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar dan mampu bersaing secara kompetitif demi mewujudkan kinerja usaha yang baik.
- 4) Mengefisiensi energi keberlanjutan suatu usaha tidak lepas dari memanfaatkannya teknologi yang berkembang saat ini. Teknologi mendukung usaha seperti pemasaran bisa dilakukan secara online, mesin produksi yang di design semakin efisien, pembukuan keuangan bisa dilakukan dengan sistem di computer.

3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Pengertian usaha menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, daya upaya, ikhtiar) untuk mencapai suatu maksud kerajinan belajar pekerjaan (untuk menghasilkan sesuatu).²⁹ Sedangkan Kata Mikro secara bahasa berasal dari bahasa Yunani yaitu “*micro*” yang berarti “kecil” atau “*small*”. Dengan demikian terdapat beberapa pengertian usaha mikro, antara lain: Perusahaan yang dimiliki dan dioperasikan secara independen, tidak mendominasi dalam bidangnya, dan memenuhi ukuran standar tertentu atas laba atau jumlah karyawan.

²⁹ Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1987), hal. 1136.

Menurut Buchari Alma menyatakan bahwa usaha mikro merupakan suatu usaha individu atau keluarga atau yang beranggotakan individu yang belum memiliki izin usaha secara lengkap.³⁰ Pengertian lain dikemukakan Warkum Sumitro, UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi dari 50 orang.³¹

Pada undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha milik perseorangan atau badan usaha perseorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh undang-undang.

Dengan demikian terdapat beberapa pengertian usaha mikro, antara lain: Perusahaan yang dimiliki dan dioperasikan secara independen, tidak mendominasi dalam bidangnya, dan memenuhi ukuran standar tertentu atas laba atau jumlah karyawan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur UMKM menyatakan bahwa:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Kriteria Usaha Mikro menurut UU no 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

³⁰ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta,2010), hal.

³¹ Warkum Sumitro, *Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 168.

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Ciri-ciri Usaha Mikro:

- a) Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti;
 - b) Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat;
 - c) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun, dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha;
 - d) Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai;
 - e) Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah;
 - f) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank;
 - g) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-Undang ini.

Kriteria Usaha Kecil menurut UU no 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Ciri-ciri Usaha Kecil:

- a) Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah;
 - b) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah;
 - c) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana, keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga, sudah membuat neraca usaha;
 - d) Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP;
 - e) Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha;
 - f) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam hal keperluan modal;
 - g) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning.
- 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-Undang ini.

Kriteria Usaha Menengah menurut UU no 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Ciri-ciri usaha menengah :

- a) Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, lebih teratur bahkan lebih modern, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi;
- b) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur, sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan;
- c) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan, telah ada Jamsostek, pemeliharaan kesehatan dll;

- d) Sudah memiliki segala persyaratan legalitas antara lain izin tetangga, izin usaha, izin tempat, NPWP, upaya pengelolaan lingkungan dll;
- e) Sudah akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan;
- f) Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik.³²

b. Landasan Hukum

Landasan hukum tentang usaha kecil dan menengah (UKM) tercantum dalam undang-undang Nomor. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil. Untuk memperkuat permodalan, dikeluarkan peraturan menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 10/PER/M.KUKM/VI/2006 tentang petunjuk teknis program pembiayaan produktif koperasi dan usaha mikro (P3KUM) Pola Syariah.³³

Ada beberapa perintah ajaran agama Islam agar umatnya melakukan usaha bisnis yaitu:³⁴

1) Berbisnis bagian dari kehidupan

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Jumu'ah (62) Ayat 10 yang mengatakan:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
 Terjemahnya:

³² Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, Bab 1, Pasal 1.

³³ Euis Amalia, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), hal. 48

³⁴ Irfadilla, “*Peran Perbankan Syariah Dalam Mendorong Usaha Kecil dan Menengah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam*”, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Karim, 2011), hal. 35.

Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.³⁵

2) Berbisnis mencari ridha Allah bukan untung

Kegiatan bisnis bagi umat Islam ditujukan tidaklah untuk mencari untung yang besar semata sebab bila pelaku bisnis hanya mengutamakan untung yang besar, maka yang bersangkutan akan terjebak pada mengejar laba baik halal maupun haram atau tidak sah. Berbisnis dalam Islam tidaklah mengutamakan untung besar, tetapi berusaha untuk menyenangkan pelanggan dalam membeli produk kita. Oleh karena itu seorang muslim dalam berbisnis harus ikhlas, dan memberi kesan baik kepada pembeli.

3) Berbisnis sama dengan manifestasi kerja keras

Suatu hasil usaha yang diperoleh dengan cara bekerja keras membanting tulang, mandi keringat merupakan rezeki yang halal dalam ajaran Islam. Suatu kegiatan bisnis merupakan suatu kerja keras, karena ia didahului oleh kepercayaan pada diri sendiri, membuat prestasi dengan sepenuh hati, keberanian menerima resiko, serta memasang niat untuk hanya mencari ridha Allah semata. Dalam kerja keras ini tersembunyi adanya kepuasan bathin, yang tidak dinikmati oleh profesi lain. Agama Islam tidak hanya menekankan kerja keras untuk dunia semata, atau untuk akhirat saja, tetapi untuk kedua-duanya. Artinya dalam mencari kehidupan dunia jangan sampai melupakan bekal untuk akhirat.³⁶

³⁵ “Al-jumu’ah Qur’an Kemenag”, <https://www.quran.kemenag.go.id/surah/62>, (26 Januari 2023)

³⁶ Irfadilla, “Peran Perbankan Syariah dalam Mendorong Usaha Kecil dan Menengah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam”, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Karim, 2011, hal 37.

C. Tinjauan Konseptual

Judul skripsi ini adalah “**Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare**”, judul tersebut mengandung unsur-unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasan proposal skripsi ini lebih fokus dan lebih spesifik. Disamping itu, tujuan konseptual memiliki pembatasan makna yang terkait dengan judul tersebut akan memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan serta dapat menghindari kesalah pahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembahasan makna dari judul tersebut.

1. Strategi

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.³⁷

2. Keberlanjutan Bisnis

Keberlanjutan atau *sustainability* berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Dalam istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* adalah kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Konsep keberlanjutan usaha mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap berada dalam bisnisnya dalam pada masa yang akan datang. Pelaku usaha selalu berusaha untuk mampu mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnisnya.³⁸

³⁷ Panitian Istilah Manajemen Lembaga PPM, *Kamus Istilah Manajemen* (Jakarta: Balai Aksara, tth), hal. 245.

³⁸ Puspitaningtyas, Z. *Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability*, (Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara, 2017), hal. 254.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a) Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

b) Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

c) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

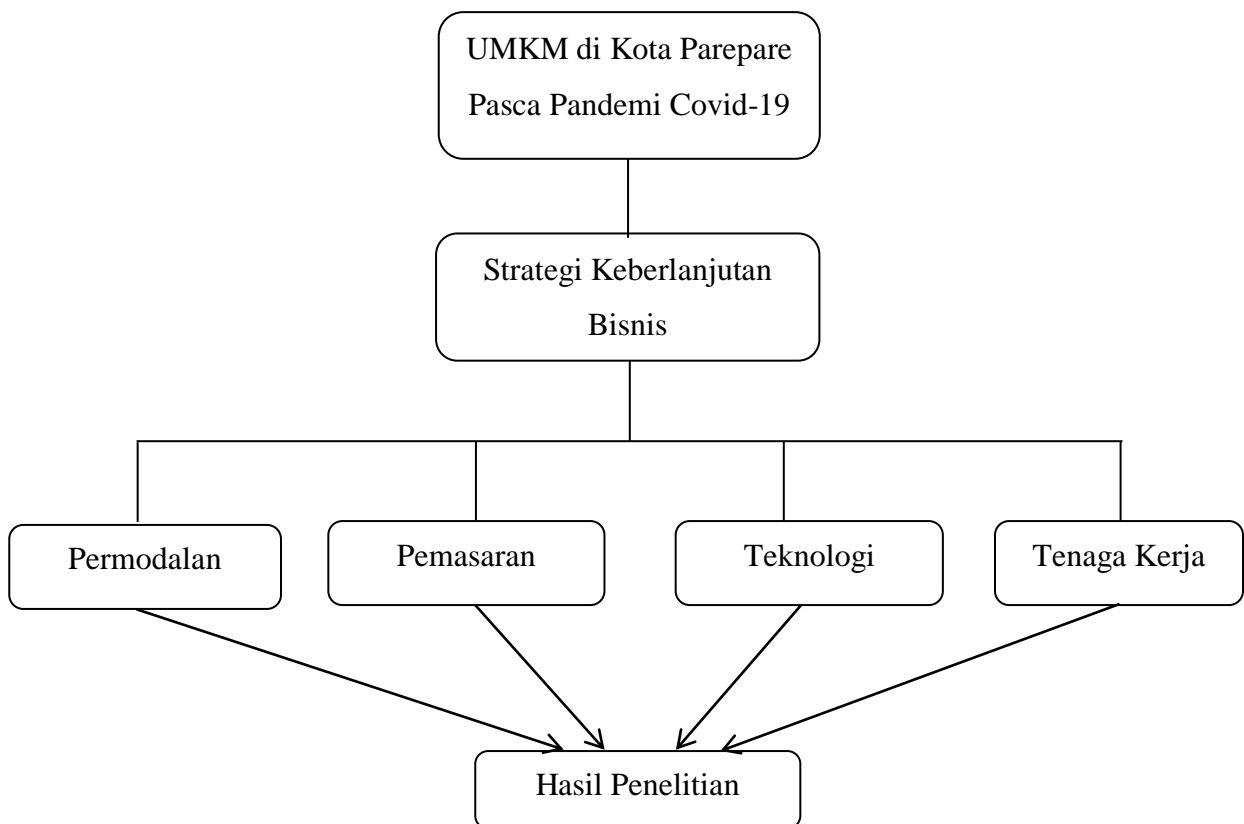
4. Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa penyebaran penyakit corona virus disease 2019 di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh korona virus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah Covid-19 pertama kali dideteksi di kota wuhan,

provinsi hubei, Tiongkok dan ditetapkan sebagai pandemic oleh organisasi kesehatan Dunia (WHO).³⁹

D. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir merupakan pedoman peneliti untuk melaksanakan penelitian dan membantu peneliti untuk fokus pada penelitian yang akan dilakukan. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pikir Penelitian.

³⁹ *World Health Organization 2020*, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian dari penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif disebut juga sebagai penelitian neutralistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah dengan memperhatikan keadaan sebenarnya lokasi penelitian dengan data kualitatif, tidak menggunakan model matematik (model perhitungan) dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Moleong juga menjelaskan bahwa setelah melakukan analisis pada beberapa definisi dan arti dari penelitian kualitatif kemudian dibuatlah suatu kesimpulan yang berasal dari pokok-pokok pengertian penelitian kualitatif.⁴⁰

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian fenomenologi, yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman-pengalamannya. Penelitian fenomenologi memiliki tujuan yaitu untuk menginterpretasikan serta menjelaskan pengalaman-pengalaman yang dialami seseorang dalam kehidupan ini, termasuk pengalaman saat interaksi dengan orang lain dan lingkungan sekitar.⁴¹

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus

⁴⁰ Lexy J moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hal 55.

⁴¹ STIE Indonesia, "Metode Penelitian", (STIE Indonesia 2020) hal 54.

penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian⁴²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dan perolehan data dilakukan di Kecamatan Soreang, Kota Pare-pare, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian yang akan dilaksanakan kurang lebih 1 bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan penelitian).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek yang mungkin terpilih atau keseluruhan ciri yang dipelajari. Dengan kata lain populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, dan sebagainya.

Berdasarkan dari survei dan observasi yang telah dilakukan maka calon peneliti mengambil populasi dari keseluruhan UMKM yang ada di kota Parepare sebanyak 15.004 UMKM.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Syarat yang paling penting untuk diperhatikan dalam mengambil sampel ada dua macam, yaitu jumlah sampel yang mencukupi dan

⁴² No Name, "https://id.m.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif, (7 Januari 2023)

profil sampel yang dipilih harus mewakili. Untuk itu, perlu ada cara untuk memilih sampel agar benar-benar mewakili semua populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh.

Berdasarkan data diatas maka sample dari penelitian ini adalah 5 UMKM di Kecamatan Soreang yaitu 1 responden usaha mikro, 2 responden usaha kecil dan yang terakhir 1 responden usaha menengah.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data adalah data-data yang bersifat kualitatif dalam bentuk data primer maupun data sekunder. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif.

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, atau dengan kata lain data yang pengumpulannya dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung seperti hasil wawancara.⁴³ Adapun pihak yang akan diwawancarai oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu beberapa pelaku UMKM kota Parepare khususnya yang ada di Kecamatan Soreang. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari lapangan baik yang berupa observasi maupun hasil wawancara.

- b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat

⁴³ Eko Putro Widoyoko, "Teknik Penyusunan Instrument Penelitian", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016). hal. 87.

dokumen.⁴⁴ Data sekunder yang digunakan peneliti yaitu dari dokumentasi, buku-buku literatur, jurnal, dan artikel yang dapat mendukung data primer peneliti.

2. Sumber data adalah semua keterangan yang bersumber dari data diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistic atau dalam bentuk lainnya, guna keperluan penelitian tersebut.⁴⁵

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Tanpa diketahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standard data yang di tetapkan.⁴⁶ Dalam penelitian ini mengumpulkan data yang dilakukan melalui:

1. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah dasar ilmu yang dapat dilakukan secara langsung dengan mata, atau dengan menggunakan alat bantu yang sederhana sampai dengan alat bantu yang canggih.⁴⁷

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dengan cara mengamati langsung terhadap objek yang akan diteliti, yang dimana peneliti akan mendatangi secara

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2104), hal. 137.

⁴⁵ Joko Subagyo, *Metode Peneletian (Dalam Teori Praktek)*. (Jakarta: Rineka Cipta:2006), hal. 87.

⁴⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2014), hal. 62.

⁴⁷ Firdaus Hamta, *Metodologi Penelitian Akuntansi* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 43.

langsung pelaku usaha UMKM yang ada di Parepare tepatnya yang ada di Kecamatan Soreang untuk mengetahui bagaimana strategi keberlanjutan bisnis usaha mikro kecil dan menengah pasca pandemi covid-19 di Kota Parepare.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau interview adalah suatu interaksi yang dilakukan antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, dimana seseorang yang melakukan wawancara meminta informasi kepada orang yang diteliti yang berputar di sekitar pendapat dan keyakinannya sendiri.⁴⁸

Wawancara atau interview adalah mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan untuk mendapatkan jawaban-jawaban dari responden.

Sebelum peneliti melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan, sehingga wawancara tetap berfokus meneliti tentang strategi keberlanjutan bisnis usaha mikro kecil dan menengah pasca pandemi covid-19 di Kota Parepare. Dengan penelitian terstruktur ini responden diberikan pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ini digunakan untuk mencatat, menyalin, mengambil gambar, menggandakan data atau dokumentasi tertulis lainnya.⁴⁹

Dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan menggunakan dokumen atau arsip yang berhubungan dengan judul penelitian, baik sejarah, visi misi, dokumentasi

⁴⁸ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, Ed.1 (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 50.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mied Methods)*, cet. Ke-3 (Bandung: Penerbit Alfabet, 2013), hal. 74.

dengan masyarakat yang menggunakan mobile banking syariah dan sebagainya. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui tulisan, buku-buku dan penelitian lainnya.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan.⁵⁰

Adapun uji keabsahan data yang dilakukan peneliti diantaranya yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda, yang dimana membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.⁵¹

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik adalah penggunaan berbagai macam teknik pengungkapan data yang dilakukan kepada sumber data. Triangulasi teknik adalah mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.⁵²

⁵⁰ Muhammad Kamal Zubair and Dkk, *Pedoman Penulisan karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), hal. 23.

⁵¹ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", (Teknologi Pendidikan 10, no. 1, 2010), hal. 56.

⁵² Djam'an Satory dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta Cv, 2017), hal. 171.

G. Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pentransformasian yang terjadi di dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Mereduksi data merupakan kegiatan membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo.⁵³

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh pada saat dilapangan. Maka peneliti perlu menyederhanakan data yang diperoleh pada saat dilapangan dan membuang data yang tidak ada kaitannya dengan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah kedua setelah mereduksi data adalah menyajikan data. Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun, dimana adanya penarikan kesimpulan dan tindakan. Penyajian data yang sering digunakan pada penelitian kualitatif adalah bentuk naratif, dan menyederhanakan informasi yang kompleks kedalam bentuk yang sederhana tanpa mengurangi isinya dan mudah dipahami.⁵⁴

3. Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verifying*)

Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dimana kesimpulan yang awal masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak dikemukakan bukti-bukti yang kuat.⁵⁵

⁵³ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, Ed.1 (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 129-130.

⁵⁴ Firdaus Hamta, *Metodologi Penelitian Akuntansi, Ed. 1* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 104.

⁵⁵ Djam'an satory dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandug : Alfabeta Cv, 2017), hal. 220.

Dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa peneliti sudah dapat menyimpulkan apa yang ditemukan dilapangan namun harus didukung dengan bukti-bukti yang valid atau instrumen-instrumen sehingga kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Parepare

Kota Parepare adalah salah satu daerah tingkat II di Indonesia. Kota ini memiliki luas 99,33 km² dan lebih dari 140.000 orang tinggal di sana. B.J. Habibie, Presiden ketiga Indonesia, adalah salah satu orang terkenal yang lahir di Kota Parepare. Mayoritas penduduk beragama Islam dan suku yang mendiami kota ini adalah suku bugis sehingga masyarakat lebih banyak berbicara menggunakan bahasa bugis. Sejarah Kota Parepare: Pada awalnya, dataran tinggi yang sekarang disebut Kota Parepare terdiri dari semak-semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring, mulai dari utara (Cappa Ujung) hingga selatan kota. Setelah itu, seiring perkembangan sejarah, dataran itu dinamakan Kota Parepare. Kota Parepare terbagi atas 4 kecamatan yaitu kecamatan Bacukiki dengan luas sekitar 66,70 km² atau 67,15% total luas wilayah Kota Parepare dengan 4 kelurahan, kecamatan Bacukiki Barat dengan luas 13,09 km² terdiri atas 6 kelurahan, kecamatan Ujung dengan luas 11,30 km² terdiri atas 5 kelurahan dan kecamatan Soreang seluas 8,33 km² dengan 7 kelurahan.

Kota Parepare berada di teluk dengan menghadap ke Selat Makassar. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang di Bagian Timur, Kabupaten Pinrang di bagian utara, dan Kabupaten Barru di bagian selatan. Meskipun terletak di tepi laut, sebagian besar wilayahnya berbukit-bukit.

Menurut data dari stasiun klimatologi, Kota Parepare memiliki iklim tropis dengan dua musim: musim kemarau dari Maret hingga September dan musim hujan

dari Oktober hingga Februari. Suhu rata-rata Kota Parepare adalah 28,5°C, dengan minimum 25,6°C, dan maksimum 31,5°C.

Secara geografis Kota Parepare terletak antara 3°57'39" – 4°04'49" LS dan 119°36'24" – 119°43'40" BT. Sedangkan ketinggiannya bervariasi antara 0 – 500 meter di atas permukaan laut.⁵⁶

B. Hasil Penelitian

Berikut merupakan uraian hasil penelitian kepada beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Soreang, Kota Parepare mengenai dampak apa saja yang dirasakan oleh pelaku usaha ketika pandemi dan bagaimana strategi yang dijalankan para pelaku usaha demi mempertahankan usaha mereka pasca Pandemi Covid-19 yang terjadi di Kota Parepare.

1. Keadaan Bisnis UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Parepare

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap usaha kecil yaitu penjual pempek khas Palembang:

“Sebelum adanya covid-19 alhamdulillah penjualan lumayan lancar, pemasukan juga tergolong stabil. Bisa membantu lah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sebagiannya bisa untuk ditabung. Pada masa pandemi usaha saya ini mengalami penurunan pendapatan secara signifikan disebabkan adanya PSSB dan juga diberlakukannya batasan jam malam sehingga para konsumen juga berkurang. Selain itu awal adanya pandemi ini masyarakat sangat ketakutan dan memilih untuk tetap berdiam diri dirumah, karena hal itu penjualan pun sangat berkurang. Semenjak pandemi semua

⁵⁶ Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Provinsi Sulawesi Selatan, *Kota Parepare*, <https://sulselprov.go.id>, (20 Juni 2023)

aktivitas dilakukan secara terbatas apalagi pemerintah membuat peraturan dilarang keluar rumah kecuali untuk urusan mendesak sehingga saya kehilangan banyak konsumen yang menyebabkan pendapatan menurun drastis.”⁵⁷

Hasil tersebut juga selaras dengan wawancara terhadap pelaku usaha kecil (Moko Donuts) yang ternyata juga merasakan dampak yang hampir sama.

“Sebelum ada pandemi penjualan lumayan tinggi, pada awalnya outlet pertama kami berlokasi di food court samping kantor pos Parepare, nah itukan tempat berkumpulnya beberapa UMKM jadi banyak pengunjung yang datang karena banyak pilihan kuliner. Waktu pandemi itu kita kan tidak tau akan terjadi hal seperti ini dan alhamdulillah waktu itu sebelum pandemi masuk ke Kota Parepare kita sudah bangun outlet baru yang di Jalan Abubakar Lambogo sehingga saat pandemi Covid-19 sudah memasuki wilayah parepare outlet yang ada di food court terpaksa kami tutup dan kita alihkan ke outlet yang baru, meskipun rencana awalnya kita mau menjalankan kedua outlet tersebut, namun kami harus menutup outlet yang satu dan kami fokus mengurus outlet terbaru kami. Dampak yang paling terasa itu berkurangnya jumlah pelanggan karena pembeli takut akan tersebar virus jika membeli makanan dari luar. Selain itu adanya pembatasan waktu operasional juga sangat mempengaruhi penjualan.”⁵⁸

Pelaku usaha menengah juga merasakan dampak akibat adanya pandemi covid-19 yang terjadi di Kota Parepare:

⁵⁷ Adhim, Owner Pempek Khas Palembang, *Wawancara* di Soreang tanggal 8 Juni 2023.

⁵⁸ Afif Akhmadi, Owner Moko Donuts, *Wawancara* di Soreang pada tanggal 1 Juni 2023.

“Pandemi covid-19 datang secara tiba-tiba otomatis kami juga kena dampaknya yah meskipun untuk toko bangunan dampaknya tidak terlalu signifikan. Waktu awal-awal saya juga sangat kesulitan apalagi dengan adanya aturan PSBB, hal ini membuat perekonomian mengalami penurunan signifikan dan mempengaruhi daya beli masyarakat, namun seiring berjalannya waktu dan adanya kebijakan vaksinasi perlahan daya beli masyarakat mulai naik, hal ini tentu mempengaruhi penjualan dan selama pandemi dampak yang terasa hanya penurunan omset sebanyak 10-15% dari sebelum adanya pandemi namun itu masih bisa kita tangani.”⁵⁹

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara terhadap 1 pelaku usaha mikro, 2 pelaku usaha kecil serta 1 pelaku usaha menengah sebagian besar menyatakan terpuruk usahanya. Mereka mengalami penurunan pendapatan yang signifikan yang diakibatkan adanya pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah untuk memutus rantai penyakit covid-19. Adanya pandemi menyebabkan masyarakat takut untuk melakukan kegiatan diluar rumah yang kemudian menyebabkan penjualan sebagian pelaku usaha ini mengalami penurunan. Menurunnya permintaan konsumsi dari masyarakat juga membuat para pengusaha ini terpaksa melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap beberapa karyawannya karena ketidak mampuannya untuk membayar gaji karyawan lagi di tengah menurunnya pendapatan.

Penurunan penjualan produk menyangkut kuantitas, jenis produk dan jumlah laba UMKM yang ada di Kota Parepare. Kuantitas adalah jumlah produk yang laku tiap hari dan tiap bulannya mengalami penurunan. Demikian juga dengan jenis produk yang laku dijual setiap hari dan setiap bulannya menunjukkan tren menurun

⁵⁹ Ilyas, Owner Toko Inti Bangunan, *Wawancara* di Soreang Pada tanggal 8 Juni 2023.

sejak pandemi Covid 19 terjadi. Kondisi ini berimplikasi pada penurunan laba atau pendapatan UMKM yang mengalami penurunan secara signifikan.

2. Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap usaha kecil yaitu penjual pempek khas Palembang:

Untuk mempertahankan usaha ini saya memanfaatkan e-commerce yang saat ini sedang banyak digunakan oleh masyarakat dalam memudahkan belanja secara online. Saya bekerja sama dengan Gojek dan Grab, dan pelanggan bisa langsung memilih produk apa yang ingin dibeli dengan harga yang sudah ditentukan di aplikasi dan bisa langsung mengetahui jumlah harga yang konsumen pesan secara menyeluruh. Untuk mempermudah pengantaran, saya menggunakan Go-send yang ada di aplikasi Gojek kepada pelanggan yang memesan melalui telfon atau diluar aplikasi Gojek atau Grab dan tidak perlu datang ke lokasi. Tidak lupa juga saya mempromosikan jualan ke sosial media diantaranya yaitu whatsapp, instagram, dan Facebook.⁶⁰

Pemanfaatan teknologi dan perbaikan sistem pemasaran ternyata menjadi salah satu strategi yang dipergunakan pelaku usaha mikro untuk mempertahankan bisnisnya. Selain itu para pelaku usaha kecil juga melakukan strategi yang hampir sama untuk bisa bertahan dan melanjutkan bisnisnya setelah pandemi Covid-19 di Kota Parepare.

“Strategi yang saya gunakan itu dengan cara memperbaiki pemasaran produk dengan mempromosikan jualan saya di Instagram. Facebook, dan Whatsapp

⁶⁰ Adhim, Owner Pempek Khas Palembang, *Wawancara* di Soreang tanggal 8 Juni 2023.

untuk memudahkan interaksi dengan konsumen yang ingin membeli. Untuk memudahkan konsumen, kami juga menyediakan service home delivery, dengan mengantarkan pesanan ke masing-masing alamat rumah dengan kurir. Pasca pandemi covid-19 saya kembali membangun outlet kedua di JL. Andi Makkasau N0. 50C, Lakessi, Kec. Soreang, Kota Parepare yang dimana 100% modalnya dari investor sehingga saya hanya bertindak sebagai pengelola modal dengan perjanjian bagi hasil sebesar 50-50, dengan menggunakan akad *Musyarakah*".⁶¹

Hasil tersebut juga selaras dengan wawancara terhadap pelaku usaha kecil (Kedai Kopi PeDeAeM) yang ternyata juga melakukan strategi yang hampir sama.

“Strategi yang saya lakukan untuk melanjutkan usaha ini dengan menggunakan uang tabungan saya untuk menutupi mines pada masa pandemi, selain itu saya juga menggunakan uang pribadi serta mengambil pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI untuk upgrade alat-alat yang saya miliki di Kedai ini.”⁶²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Strategi keberlanjutan bisnis yang dapat dilakukan para pelaku usaha UMKM di Kota Parepare terkhusus Kecamatan Soreang yaitu dengan memperhatikan aspek pemasaran, aspek permodalan, aspek teknologi dan aspek tenaga kerja. Strategi di bagian pemasaran dengan pemasaran digital (*Digital Marketing*) dimana para pelaku usaha mempromosikan merek dagang mereka melalui media digital dan jaringan internet dan para pelaku usaha UMKM memanfaatkan sosial media seperti

⁶¹ Afif Akhmadi, Owner Moko Donuts, *Wawancara* di Soreang pada tanggal 1 Juni 2023.

⁶² Muhammad Aرسال, Owner Kedai Kopi PeDeAeM, *Wawancara* di Soreang pada tanggal 1 Juni 2023.

Instagram, Whatsapp, Facebook, dan sosial media lainnya agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen. Selanjutnya terkait masalah permodalan untuk tetap bisa bertahan dan melanjutkan bisnisnya pasca Pandemi kebanyakan responden memilih menggunakan pembiayaan KUR yang memang di khususkan untuk pelaku UMKM, namun ada juga yang melakukan kerjasama dengan investor untuk menjadi pemberi modal 100% di outlet barunya dan menggunakan sistem bagi hasil untuk pembagian keuntungannya dengan akad *musyarakah* demi menghindari yang namanya riba.

C. Pembahasan

1. Keadaan Bisnis UMKM pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Parepare

Covid-19 adalah pandemi global yang berdampak buruk pada manusia dan masyarakat. Setelah menyebar dari China pandemi dengan cepat menyebar ke 210 negara termasuk Indonesia. Pandemi Covid-19 merupakan kejutan besar bagi perekonomian global termasuk Indonesia. Ekonomi menyusut setidaknya selama paruh pertama tahun ini dan mungkin lebih lama jika langkah-langkah untuk menahan Covid-19 tidak berhasil.⁶³

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan gangguan pada rantai pasokan nasional dan global volatilitas di pasar keuangan, guncangan pada permintaan konsumen dan dampak negatif di sektor-sektor utama seperti makanan dan minuman. Tak dipungkiri dampak wabah Covid-19 akan terasa di industri makanan dan minuman. Usaha Mikro Kecil dan Menengah diperkirakan akan sangat terpengaruh.

⁶³ Bahtiar, R. A. (2021) 'Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya', *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf

Pandemi covid-19 ini membawa dampak yang sangat besar terhadap para pelaku usaha mikro kecil dan menengah diantaranya penurunan pendapatan yang terlihat signifikan, hal ini di karenakan adanya sosial distancing dan masyarakat banyak yang tidak berani keluar rumah karena takut terpapar covid-19.

Hasil tersebut juga selaras dengan data yang didapatkan peneliti dari hasil survei yang dilakukan *Kata Data Insight Center (KIC)* pada bulan Juni 2020 sebagai berikut:

“Berdasarkan hasil survei *Kata Data Insight Center (KIC)* terhadap 206 anggota UMKM, mayoritas UMKM dengan 82,9% merasakan dampak negatif dari pandemi ini dan hanya 5,9% yang tumbuh positif. Situasi pandemi ini bahkan menyebabkan pendapatan 63,9% UMKM yang terdampak turun lebih dari 30%. Hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan pendapatan. Survei KIC juga menunjukkan bahwa UMKM telah melakukan beberapa upaya untuk menjaga kondisi perdagangannya. Mereka melakukan beberapa langkah efisiensi seperti: pengurangan produksi barang jasa, pengurangan jam kerja dan pengurangan jumlah karyawan dan saluran penjualan pemasaran. Meski begitu ada juga UMKM yang memimpin khususnya menambah saluran pemasaran sebagai bagian dari strategi bertahan hidup mereka .”⁶⁴

Berdasarkan observasi atau wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, rata-rata yang terdampak secara signifikan dari pandemi covid-19 UMKM di Kota Parepare terkhusus di Kecamatan Soreang mengalami penurunan omset penjualan selama bencana Covid-19. Hal ini disebabkan oleh Pemberlakuan Pembatasan

⁶⁴ Katadata.co.id , *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*.
<https://katadata.co.id/UMKM>, (15 Juni 2023).

Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan juga kepercayaan masyarakat yang turun akibat bencana Covid-19 terhadap produk yang ada di luar. Beberapa UMKM berhasil melakukan penyesuaian atau adaptasi produk dengan cepat dan juga dalam strategi pemasaran agar tetap bisa bertahan. Ada beberapa penyesuaian yang dilakukan oleh UMKM karena dalam menjalankan bisnis mengharuskan pelakunya untuk terus responsif terhadap perubahan lingkungan mereka agar bisa terus bertahan.

2. Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare

Pandemi Covid-19 yang terjadi sangat memberikan dampak bagi pelaku usaha Kecil dan memaksa mereka memutar otak untuk mempertahankan bahkan melanjutkan usaha mereka. Dimulai dari kebijakan pemberian vaksin yang telah dilakukan secara menyeluruh, keadaan di Indonesia mulai membaik bahkan di kota Parepare sekali pun. Pemerintah perlahan mencabut kebijakan PSBB dan masyarakat pun sedikit demi sedikit kembali menjalani kegiatan normal mereka terkhususnya bagi para UMKM yang dapat beroperasi kembali seperti biasanya. Hingga saat ini di Indonesia bahkan di seluruh dunia sudah pulih dari pandemi Covid-19. Ini adalah kesempatan bagi para pebisnis untuk memulihkan pendapatan mereka dengan cara pebisnis dapat menyesuaikan diri melalui penyusunan marketing strategi melalui pendekatan strategi bisnis.

Permasalahan dan solusi dari pelaku UMKM terhadap keberlanjutan usahanya adalah sebagai wujud dari langkah-langkah yang akan dilanjutkan untuk mempertahankan, meningkatkan dan mengembangkan bisnis mereka melalui penguatan manajemen bisnis. Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan sumber daya untuk

mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam mengupayakan keberlanjutan usaha pada UMKM manajemen pengelolaan sangatlah dibutuhkan untuk keberlangsungan proses pelaku usaha serta eksistensi tersebut. Yang mempengaruhi keberlanjutan usaha yaitu:

- 1) Permodalan

Setiap kegiatan usaha baik profit atau non profit senantiasa membutuhkan dana untuk modal yang digunakan untuk membelanjai dan menjalankan usahanya. Pada dasarnya, dana atau modal yang dimiliki suatu pelaku UMKM digunakan untuk membiayai operasional kegiatan misalnya untuk membeli bahan dasar, bahan pembantu, membayar gaji para karyawan dan lain sebagainya. Dengan harapan melalui penjualan, perusahaan akan dapat memperoleh kembali dana yang telah dikeluarkan.

Menurut Kasmir, modal adalah suatu barang yang digunakan sebagai suatu dasaran atau bahan sebuah pekerjaan yang digunakan untuk sebuah keperluan usaha, mulai dari biaya yang dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (prainvestasi), pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap sampai dengan modal kerja.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara Strategi keberlanjutan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha ini antara lain dengan mengambil bantuan pembiayaan di bank sebagai bantuan permodalan dikarenakan

⁶⁵ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 250

waktu pandemi ada beberapa UMKM yang mengalami penurunan yang signifikan, selain karena penurunan omset alasan lainnya yaitu untuk membuka outlet baru di lokasi yang strategis agar produknya lebih mudah lagi untuk ditemukan para pembeli.

2) Pemasaran

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.⁶⁶ Pemasaran secara umum memiliki arti sebagai salah satu upaya untuk mengenalkan barang ataupun jasa melalui promosi agar para konsumen tertarik dan melakukan pembelian demi tercipta penawaran yang kemudian dapat memenuhi kebutuhan masing-masing. Untuk memperlancar keberlanjutan usaha pelaku UMKM harus melakukan kegiatan pemasaran agar produksi yang dihasilkan dapat dikenal dan agar mendapatkan permintaan dari konsumen. Dalam memasarkan produknya, pemilik usaha menggunakan pola hubungan dengan agen mitra dengan prinsip saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan saling memperkuat. Melalui pola pemasaran seperti ini pelaku UMKM menjadi memiliki banyak relasi yang luas dengan mitra untuk memasarkan produknya lebih luas lagi.

Pelaku usaha juga melakukan perbaikan di bagian pemasaran dengan cara mempergunakan sosmed dengan sebaik-baiknya sebagai

⁶⁶ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1985), hal. 7.

platform untuk melakukan promosi produk mereka. Pelaku usaha juga mempermudah pemesanan produk dengan adanya sistem delivery sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah untuk keluar rumah. Langkah yang di ambil oleh pelaku usaha terkait permasalahan tenaga kerja yaitu dengan mengurangi jumlah tenaga kerja/karyawan yang digunakan, sebab penurunan omzet diakibatkan penurunan permintaan konsumen akan barang yang dijual.

3) Teknologi

Menurut Rachmawan Budianto, teknologi dapat diartikan sebagai barang, alat, proses, metode serta prosedur yang dapat digunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya⁶⁷. Atau bisa didefinisikan sebagai keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia diawali dengan mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. Pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usahanya agar tetap berlanjut dalam waktu yang lama. Namun biasanya pelaku UMKM khususnya yang ada di pasar masih sedikit menggunakan teknologi dalam memproduksi barang-barangnya dan kebanyakan hanya menggunakan tenaga manusia dalam kegiatan produksinya.

Pelaku usaha memperkuat sumber daya dalam segi sarana prasarana berbasis teknologi dibidang penjualan seperti membuat konten menarik

⁶⁷ Rachmawan Budianto, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hal. 74.

sekaligus memasarkan produk mereka melalui sosial media (whatsaap, facebook,instagram, youtube, tiktok) dan dibidang produksi seperti penggunaan alat otomatis yang membuat produk mereka konsisten, mereka juga melakukan peningkatan yaitu pemanfaatan aplikasi seperti Qasir dan Olsera Point Of Sale.

4) Tenaga Kerja

Tenaga kerja sinonim dengan manusia dan merupakan faktor keberlanjutan produksi yang amat penting. Bahkan kekayaan alam suatu negara tidak akan berguna jika tidak dimanfaatkan oleh manusia. Alam memang sangat dermawan bagi suatu negara dalam menyediakan sumber daya alam yang tak terbatas, tetapi tanpa usaha manusia semua tidak akan terpakai.⁶⁸

Penurunan permintaan konsumen UMKM di kota Parepare pada masa pandemi covid-19 mengakibatkan penyediaan barang yang dijual menjadi berkurang, banyaknya karyawan akan berbanding terbalik dengan permintaan barang, sehingga menyebabkan kelebihan biaya operasional bagi pelaku usaha, langkah yang ditempuh dalam masalah ini dengan mengurangi atau memangkas karyawan yang ada. Sebab terjadi penurunan kunjungan pelanggan dikarenakan adanya aturan pembatasan perjalanan, pembatasan kapasitas tempat makan, dan kekhawatiran akan penyebaran virus telah mengurangi jumlah pelanggan yang datang ke tempat makan/sektor kuliner. Hal ini berdampak pada pengurangan

⁶⁸ Manullang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 2012), hal. 12-27.

penjualan dan pendapatan UMKM Parepare. Dengan mengurangi jumlah karyawan/tenaga kerja maka biaya pengeluaran maupun operasional akan berkurang, sebab biaya gaji untuk karyawan tidak lagi dibayarkan. Dana yang tadinya digunakan untuk gaji karyawan dapat digunakan untuk cost saving/penghematan biaya usaha, bila mana usaha terkendala pada pembelian bahan baku jualan, maka dapat mengambil dana tersebut untuk keberlangsungan usaha UMKM tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan di BAB IV, maka penulis menyimpulkan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Keadaan bisnis UMKM pada masa pandemi di Kota Parepare rata-rata merasakan penurunan omset selama adanya covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala transportasi, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama bidang kuliner. Selain itu pembatasan jam operasional juga menjadi penyebab penurunan pendapatan pelaku UMKM.
2. Strategi keberlanjutan bisnis UMKM pasca pandemi Covid-19 yang dapat dilakukan para pelaku usaha UMKM di Kota Parepare terkhusus Kecamatan Soreang yaitu dengan memperhatikan aspek pemasaran, aspek permodalan, aspek teknologi dan aspek tenaga kerja. Strategi di bagian pemasaran dengan pemasaran digital (*Digital Marketing*) dimana para pelaku usaha mempromosikan merek dagang mereka melalui media digital dan jaringan internet dan para pelaku usaha UMKM memanfaatkan sosial media seperti *Instagram, Whatsapp, Facebook*, dan sosial media lainnya agar lebih mudah dijangkau oleh konsumen. Selanjutnya terkait masalah permodalan untuk tetap bisa bertahan dan melanjutkan bisnisnya pasca Pandemi kebanyakan responden memilih menggunakan pembiayaan KUR yang memang di khususkan untuk pelaku UMKM, namun ada juga yang melakukan kerjasama

dengan investor untuk menjadi pemberi modal 100% di outlet barunya dan menggunakan sistem bagi hasil untuk pembagian keuntungannya dengan akad *musyarakah* demi menghindari yang namanya riba.

B. Saran

1. Pelaku UMKM dapat mengadopsi strategi bertahan yang sudah dijelaskan dan diharapkan dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan bisnis di masa pandemik ini maupun dimasa yang akan datang, karena pelaku usaha yang dapat bertahan adalah yang responsif terhadap perubahan sekitar dan mampu menyesuaikan diri baik dari segi produk, sistem pemasaran dan penjualan maupun penggunaan teknologi yang mendukung bisnis.
2. Pemerintah yang berwenang, diharapkan terus memberikan edukasi dalam bentuk sosialisasi atau pelatihan kepada pelaku usaha. Membentuk jaringan komunikasi bagi UMKM sehingga mudah dipantau dan keterampilan UMKM akan semakin meningkat.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang berkaitan dengan strategi keberlanjutan bisnis usaha mikro kecil dan menengah pasca pandemi covid-19 di kota parepare agar hasil penelitian dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
4. Bagi penulis sendiri semoga dapat menjadi penambahan wawasan keilmuan dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Amalia, Euis. *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Press. 2009.
- Arikunto, Suharismi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 1996.
- Bachri, Bachtiar S. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif". *Teknologi Pendidikan* 10. No. 1. 2010.
- Bryson, John M. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2005.
- Budianto, Rachmawan. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2015.
- Chaudhy, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2012.
- David, Fred R dan Forest R. David. *Manajemen Strategik*. Edisi 15. Jakarta: Salemba Empat. 2019.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Ed.1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2011.
- Hamta, Firdaus. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish. 2015.
- Kamal, Muhammad Zubair and Dkk. *Pedoman Penulisan karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press. . 2020
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2011.
- Manullang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada Press. 2012.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2018.
- Panitia Istilah Manajemen Lembaga PPM. *Kamus Istilah Manajemen*. Jakarta: Balai Aksara. 2008.
- Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1987.
- Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, Bab 1, Pasal 1.
- Satory, Djam'an and Aan Komariah. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Soeprihanto, John. *Manajemen Modal Kerja*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta. 1997.

- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 1985.
- Subagyono, Joko. *Metode Peneletian (Dalam Teori Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mied Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabet. 2013.
- Sumitro. Warkum. *Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi. 2002.
- Widoyoko, Eko Putro. *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2016.

Skripsi/Jurnal

- Ardiyanti. 2021. "Peran Pembiayaan Syariah dalam Meningkatkan Jumlah UMKM di Kota Palopo". Skripsi Sarjana: Jurusan Perbankan Syariah: Palopo.
- Barney, J.B. "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1. (1991).
- Budiono Inyoman, Aris. 2022. "The Role Of Human Resources Management On Employee Satisfaction Of PT. Panin Dubai Sdaya Bank", (RJOAS Doi 10.18551).
- Gregorius Rio Alfrian, Endang Petaloka. "Strategi Usaha Mikro Kecil dan Menengah {UMKM} Bertahan pada Kondisi Pandemi Covid-19 di Indonesia". *Jurnal Akuntansi & Ekonomi* Vol. 06 No. 2. (2020)
- Handayani, N. 2007. "Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon Surakarta." Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Irfadilla. 2011. "Peran Perbankan Syariah Dalam Mendorong Usaha Kecil dan Menengah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam". Skripsi Sarjana: Jurusan Perbankan Syariah: Riau.
- Puspitaningtyas, Z. 2017. *Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability*, (Yogyakarta: Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara).
- STIE Indonesia. 2020. "Metode Penelitian". STIE Indonesia.
- Stoner, Freeman, dan Gilbert. Jr. 2008. Dalam Atep Misbahudin *Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada BPRS PNM AL Moslem dalam Meningkatkan Pendapatan Bank*. Skripsi Sarjana: Jurusan Muamalah: Jakarta.
- Wahyuni Samsuriati. 2020. "Peran Pembiayaan Mikro Syariah dalam Mengembangkan UMKM di Kabupaten Maros". Skripsi Sarjana: Jurusan Perbankan Syariah: Makassar.
- Wan Laura Hardilawati. "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19". *Jurnal Akuntansi & Ekonomi* Vol. 10 No. 1. (2020).

Yusrizal dan Sudirman S. “Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Provinsi Sumatera Utara”. *Journal TANSIQ*. (2018).

Internet

- “Al-jumu’ah Qur’an Kemenag”. <https://www.quran.kemenag.go.id/surah/62>. (Diakses pada tanggal 26 Januari 2023)
- Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian Provinsi Sulawesi Selatan. “Kota Parepare”. <https://sulselprov.go.id>. (Diakses pada tanggal 20 Juni 2023)
- Badan Pemeriksa Keuangan. “Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)”. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135059/pp-no-21-tahun-2020>. (Diakses pada tanggal 25 Januari 2023)
- Badan Pusat Statistik. “Pertumbuhan Ekonomi Indonesia”. www.bps.go.id. (Diakses pada tanggal 23 Januari 2023).
- Bahtiar, R. A. (2021) “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya”, *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), pp. 19–24. Available at: https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf.
- Dedy Hasongko. “UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit” <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317>. (Diakses pada tanggal 24 Januari 2023).
- Dinas Perdagangan Kota Pare-pare. “Data UMKM terdampak Covid-19”. <https://dinasperdagangan.pareparekota.go.id>. (diakses pada 24 Februari 2023).
- Himanshu Koshle, dkk . “Breakdown of Business and Workers in India, Impact of Corona Virus, March 19”. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3557544. (diakses pada 25 Januari 2023).
- Katadata.co.id. “Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”. <https://katadata.co.id/UMKM> (Diakses pada tanggal 15 Januari 2023)
- Naushad Khan dan Shah Faisal. “Epidemiology of Corona Virus in the World And Its Effects on The China Economy”. <https://ssrn.com/abstract=3548292>, (diakses pada 25 Januari 2023).
- No Name. “Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi COVID-19”, <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-UMKM-di-masa-pandemi-covid19/22071>. (diakses pada 25 Januari 2023).
- No Name. ”https://id.m.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif. (diakses pada 7 Januari 2023)
- Siaran Pers. “Perkembangan UMKM Sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah”.

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593>. (Diakses pada tanggal 23 januari 2023).

World Bank. "Consumer Price Index (2010=100)". World Bank Accounts Data, 2020.

World Health Organization 2020, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. (Diakses pada tanggal 22 Januari 2023)

LAMPIRAN-LAMPIRAN



NAMA MAHASISWA : RENI ANGRENI
 NIM : 19.2300.080
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : PERBANKAN SYARIAH
 JUDUL : STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS
 USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
 PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA
 PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan wawancara penelitian

A. PELAKU UMKM

1. Maaf, dengan Bapak/Ibu siapa saya bicara?
2. Apa nama usaha yang Bapak/Ibu jalankan?
3. Dimana lokasi alamat usaha Bapak/Ibu miliki?
4. Seberapa banyak modal yang Bapak/Ibu butuhkan untuk usaha ini?
5. Bagaimana metode pengenalan produk bapak sewaktu memulai usaha?
6. Bagaimana kondisi usaha bapak/ibu sebelum adanya pandemi covid-19?
7. Bagaimana keadaan usaha Bapak/Ibu selama Pandemi Covid-19?
8. Adanya pandemi Covid-19, dampak apa saja yang Bapak/Ibu alami terhadap usaha yang Bapak/Ibu miliki?

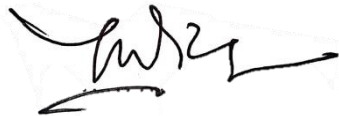
9. Untuk produk yang Bapak/Ibu punya, adakah penyesuaian atau perubahan produk selama pandemi Covid-19 ini?
10. Bagaimana kelanjutan bisnis Bapak/Ibu pasca pandemi Covid-19? Serta strategi atau cara yang seperti apa yang telah Bapak/Ibu lakukan untuk tetap melanjutkan bisnis yang Bapak/Ibu rintis sejak sebelum adanya Covid-19?
11. Berapa rata rata penghasilan tahunan yang bapak/ibu peroleh?

Parepare, 30 Mei 2023

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Andi Bahri S, M.E.,M.Fil.I.

NIP. 19781101 200912 1 003



Ira Sahara, S.E., M.Ak.

NIP. 19891017 201903 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2692/In.39.8/PP.00.9/07/2022 14 Juli 2022
 Lampiran :-
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: 1. **Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.** (Pembimbing Utama)
 2. **Ira Sahara, S.E., M.Ak.** (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Reni Angreni
 NIM. : 19.2300.080
 Prodi. : Perbankan Syariah

Tanggal **13 Juni 2022** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI PEMBIAYAAN
 SYARIAH POST PANDEMI COVID-19 DI PAREPARE**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.


 Dekan
Muzdalifah Muhammadun

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : RENI ANGRENI
 N I M : 19.2300.080
 Prodi : Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI
 PEMBIAYAAN SYARIAH POST PANDEMI COVID-19 DI PAREPARE

Telah diganti dengan judul baru:

STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
 PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PAREPARE

dengan alasan / dasar:

.....

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Juli 2023

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fil.I.

Ira Sahara, S.E., M.Ak.

Mengetahui;
 Dekan,

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP. 197102082001122002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2451/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Di
 KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RENI ANGRENI
 Tempat/ Tgl. Lahir : PAPPAREANG, 30 JANUARI 2002
 NIM : 19.2300.080
 Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
 Semester : VIII (DELAPAN)
 Alamat : DESA MATTIRO TASI KECAMATAN MATTIRO SOMPE
 KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PAREPARE


Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 15 Mei 2023
 Dekan,


 Muztalifah Muhammadun



SRN IP0000438

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 438/IP/DPM-PTSP/5/2023

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **RENI ANGRENI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**

ALAMAT : **PAPPAREANG, KEC. MATTIRO SOMPE, KAB. PINRANG**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PASCA PANDEMI COVID-19 DI KOTA PAREPARE**


LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **26 Mei 2023 s.d 26 Juni 2023**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **29 Mei 2023**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pangkat : **Pembina Tk. 1 (IV/b)**
NIP : **19741013 200604 2 019**

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 Fax.24404
Po Box 909 Parepare 91100 website : www.iainpare.ac.id, email : mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : B-4013/In.39.8/FEBI-09/PP.00.9/07/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare menerangkan sesungguhnya bahwa :

Nama : RENI ANGRENI
Tempat/Tanggal Lahir : PAPPAREANG, 30 JANUARI 2002
Nim : 19.2300.080
Fakultas/ Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Alamat : PAPPAREANG, DESA MATTIROTASI, KEC. MATTIRO
SOMPE, KAB. PINRANG

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN Parepare dengan Judul Skripsi :
**“STRATEGI KEBERLANJUTAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PASCA
PANDEMI COVID-19 DI KOTA PAREPARE”**
Mulai Tanggal 26 Mei sampai dengan 26 Juni 2023

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

6 Juli 2023
Dekan,



Muzdalifah Muhammadun

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawa ini:

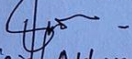
Nama : Afif Akhmad
Umur : 33 Tahun
Jenis Usaha : Moko Donuts

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Reni Angreni yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "**Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare**"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 1 Juni 2023

Yang bersangkutan


(Afif Akhmad)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawa ini:


Nama : Ilyas
Umur : 38 Tahun
Jenis Usaha : Toko Bangunan

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Reni Angreni yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "**Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare**"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 1 Juni 2023

Yang bersangkutan


(...Ilyas.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawa ini:


Nama : Adhim
Umur : 32 Tahun
Jenis Usaha : Pempek khas Palembang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Reni Angreni yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "**Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare**"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 1 Juni 2023

Yang bersangkutan


(Adhim.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawa ini:

Nama : Muhammad Arsal

Umur : 35 Tahun

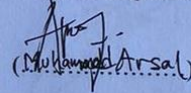
Jenis Usaha : kedai kopi PeDeAem

Menerangkan bahwa benar telah memberikan wawancara kepada saudari Reni Angreni yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "**Strategi Keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare**"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 1 Juni 2023

Yang bersangkutan


(Muhammad Arsal)

DOKUMENTASI WAWANCARA

1. Dokumentasi wawancara dengan Muhammad Aرسال selaku Owner Kedai Kopi PeDeAeM



2. Dokumentasi wawancara dengan Afif Akhmadi selaku Owner Moko Donuts



3. Dokumentasi wawancara dengan Ilyas selaku owner Toko inti Bangunan



4. Dokumentasi wawancara dengan Adhim selaku Owner Pempek Khas Palembang



BIODATA PENULIS



RENI ANGRENI, lahir di Pappareang, 30 Januari 2002, merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan ayah Syamsuddin dan ibu Sahari. Alamat Pappareang desa Mattiro Tasi, Kec. Mattirosompe, Kab. Pinrang. Penulis memulai pendidikan di SDN 283 Manisawa, lulus pada tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 3 Mattirosompe, lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 9 Pinrang, lulus pada tahun 2019. Selanjutnya pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan program S1 di Institut Agama Islam Negeri Parepare, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Program studi Perbankan Syariah. Dalam menempuh perkuliahan penulis bergabung dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) kom. Stain parepare, Kelompok Studi Ekonomi Islam-Forum Ekonomi Syariah IAIN

Parepare (KSEI-FENS), Kiat Wirausaha Mahasiswa IAIN Parepare (KIRIN), Penulis juga pernah menjadi Anggota Devisi Kajian & Keilmuan Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA FEBI) pada tahun 2021, Ketua Komisi A (Undang-Undang) Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (SEMA FEBI) pada tahun 2022.

Penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di BSI KC MAKASSAR 1 dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Kaliang, Kec. Duampanua, Kab. Pinrang. Penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi keberlanjutan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Parepare.