

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pengembangan merupakan suatu rencana atau kebijakan yang disusun secara sistematis untuk mengarahkan usaha menuju kondisi yang lebih baik melalui pemanfaatan potensi yang dimiliki serta mengatasi berbagai hambatan yang ada. Konsep ini menekankan pada pentingnya adanya visi, analisis kondisi *internal* maupun *eksternal*, serta perumusan langkah konkret yang dapat dijalankan secara berkesinambungan. Dalam konteks UMKM, strategi pengembangan penting untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.²

Cakupan strategi pengembangan UMKM tidak hanya berfokus pada pemasaran, tetapi juga mencakup aspek *internal* dan *eksternal* yang mendukung keberlangsungan usaha. Aspek tersebut meliputi perbaikan manajemen usaha, peningkatan kualitas dan inovasi produk, penetapan harga yang sesuai, serta penguatan sistem keuangan melalui pencatatan yang teratur. Selain itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) juga penting agar pelaku UMKM memiliki kompetensi dan kemampuan manajerial yang lebih baik. Strategi lainnya adalah membangun branding sebagai identitas usaha serta memanfaatkan teknologi digital, seperti media

² Desta Ovilini and Paskalia Kartini, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Kapuas Hulu," *Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan* 15, no. 2 (2024): 1–12, <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i2.4602>.

sosial dan e-commerce, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan usaha.³

Dalam perekonomian Indonesia, UMKM memiliki peranan yang sangat penting sebagai penopang aktivitas ekonomi masyarakat. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), pemerataan ekonomi, dan pengembangan inovasi lokal. Berdasarkan data tahun 2019, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,47 juta unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 119.562.843 orang atau sekitar 96,92 persen dari total tenaga kerja nasional, serta memberikan kontribusi sebesar 60,51 persen terhadap PDB nasional.⁴

Pada level daerah, UMKM menjadi fondasi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal karena mampu menggerakkan berbagai sektor usaha, seperti perdagangan, kuliner, kerajinan, dan jasa. Keberadaan UMKM tidak hanya membuka peluang usaha bagi masyarakat, tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru yang dapat mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, UMKM turut meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat ketahanan ekonomi daerah karena memiliki sifat yang fleksibel dan mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi.

³ Taufik Rahman Ilyas, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Lokal Berbasis Platform Digital Di Kota Malang," *Journal of Humanities and Social ...* 5, no. 2 (2024): 1083–92, <https://ejournal.uit-lirboyoyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/view/5833%0Ahttps://ejournal.uit-lirboyoyo.ac.id/index.php/IJHSS/article/download/5833/1751>.

⁴ Fawwazky Raja et al., "Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 154–62, <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.328>.

Dengan demikian, UMKM memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi masyarakat dari tingkat bawah.⁵

Menurut data Pemerintah Kabupaten Jombang, pada tahun 2023 tercatat sebanyak 13.128 UMKM yang beroperasi di wilayah Jombang, mencakup sektor seperti agrobisnis, perdagangan, kerajinan, dan kuliner. Angka ini menunjukkan lonjakan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, saat jumlah UMKM tercatat sekitar 9.061 unit. Pertumbuhan ini mencerminkan potensi ekonomi lokal yang besar serta meningkatnya partisipasi masyarakat dalam usaha mikro hingga kecil, menandakan bahwa UMKM di Jombang memiliki peluang kuat untuk terus berkembang dan berkontribusi pada perekonomian daerah.⁶

Dari berbagai sektor UMKM di Kabupaten Jombang, bidang kuliner menjadi salah satu sektor yang paling berkembang karena tingginya minat masyarakat terhadap makanan tradisional dan olahan lokal. Produk kuliner halal juga memiliki potensi besar karena mayoritas masyarakat Jombang memperhatikan aspek kehalalan dan kualitas makanan. Selain itu, meningkatnya minat konsumen terhadap produk berbahan pangan lokal membuka peluang bagi UMKM kuliner untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Kondisi ini mendukung perkembangan UMKM

⁵ Rio Ferdinan Suryadi, "Peran UMKM Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus Di Indonesia," *Jurnal Central Publisher* 1, no. 9 (2023): 1096–1102.

⁶ Administrator, "Pj Bupati Jombang Optimis Bawa UMKM Jombang Ke Tingkat Nasional Dan Internasional," *Berita Jombang*, 2024, https://www.jombangkab.go.id/berita/ekonomi/pj-bupati-jombang-optimis-bawa-umkm-jombang-ke-tingkat-nasional-dan-internasional-8840?utm_source=chatgpt.com.

Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik yang memanfaatkan ubi ungu sebagai bahan baku khas dengan nilai tambah dari segi cita rasa dan kesehatan.⁷

UMKM menjadi tulang punggung perekonomian di Kabupaten Jombang karena berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan ekonomi desa. Pemerintah Kabupaten Jombang juga mendukung perkembangan UMKM melalui program pembinaan, pelatihan, dan pendampingan untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha. Selain itu, pendataan UMKM dilakukan secara menyeluruh agar penyaluran program dan bantuan dapat lebih tepat sasaran. Dukungan tersebut turut membawa Kabupaten Jombang meraih peringkat ketiga se-Jawa Timur dalam kategori Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM, yang menunjukkan besarnya perhatian daerah terhadap penguatan UMKM lokal.⁸

Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan usaha harus berlandaskan pada nilai-nilai keislaman yang menekankan keseimbangan antara kepentingan individu dan kemaslahatan bersama. Prinsip seperti keadilan, kejujuran, amanah, serta bebas dari riba dan gharar menjadi dasar dalam setiap aktivitas usaha. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM dalam ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan

⁷ Dwi Widianingsih, "Model Pengembangan Industri Halal Food UMKM Di Jombang," *Journal of Islamic Economics Studies* 3, no. 2 (2022): 100–108.

⁸ Administrator, "UMKM Jombang Naik Kelas: Dukungan Penuh Pemkab Dongkrak Daya Saing Di Pasar Global," *Berita Jombang* (Pemerintah Kabupaten Jombang, 2025), https://www.jombangkab.go.id/berita/ekonomi/umkm-jombang-naik-kelas-dukkungan-penuh-pemkab-dongkrak-daya-saing-di-pasar-global-11371?utm_source=chatgpt.com.

materi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial, pemerataan ekonomi, dan keberkahan usaha yang dijalankan.⁹

Dalam Al-Qur'an Surat Al-Muthaffifin ayat 1-3, Allah juga berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ^١ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ^٢ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ^٣

Artinya: “Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!. (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi”. (Q.S. Al-Muthaffifin : 1-3)¹⁰

Ayat ini menegaskan larangan kecurangan dan penipuan dalam transaksi karena dapat merusak keadilan dan kepercayaan. Dalam muamalah, kejujuran dan keterbukaan menjadi prinsip utama agar transaksi berjalan adil, saling ridha, dan membawa keberkahan.

⁹ Syamsiah Muhsin, “Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Syamsiah,” *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2022): 67–78, <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>.

¹⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Quran Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019” (2019), <https://pustakalajnah.kemenag.go.id/detail/135>.

Dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 58, Allah juga berfirman:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”. (Q.S. An-Nisa' : 58)¹¹

Ayat ini menegaskan pentingnya menjaga amanah dalam setiap transaksi melalui sikap jujur, tidak merugikan pihak lain, dan menyampaikan kondisi barang sesuai kenyataan. Dengan menjaga amanah, transaksi dapat berjalan adil, terpercaya, dan membawa keberkahan.

Dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29, Allah juga berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah

¹¹ Ibid.

kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. An-Nisa’ : 29)¹²

Prinsip suka sama suka menegaskan bahwa setiap transaksi harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa paksaan maupun penipuan. Dengan adanya keterbukaan dan rasa saling ridha, transaksi dapat berjalan adil, jujur, dan membawa manfaat bagi kedua pihak.

Dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah ayat 275, Allah juga berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”. (Q.S. Al-Baqarah : 275)¹³

¹² Ibid.

¹³ Ibid.

Ayat ini menegaskan bahwa riba dan gharar dilarang dalam Islam karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak. Sebaliknya, jual beli diperbolehkan apabila dilakukan secara jujur, terbuka, dan atas dasar kerelaan kedua belah pihak sehingga tercipta keadilan dan kemaslahatan dalam aktivitas ekonomi.

Berbagai kendala masih menghambat optimalisasi pengembangan UMKM, meskipun berbagai upaya peningkatan kapasitas usaha telah dilakukan. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama dalam memperluas usaha, meningkatkan produksi, dan memanfaatkan teknologi baru. Selain itu, kualitas produk yang belum konsisten serta keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang teknis dan manajerial turut memperlambat perkembangan usaha. Kondisi tersebut diperparah oleh minimnya akses pelatihan, pendampingan, dan informasi yang dibutuhkan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM.

Selain faktor *internal*, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan *eksternal* yang memengaruhi penjualan usaha. Rendahnya pemanfaatan teknologi dalam produksi dan pemasaran digital membuat banyak UMKM belum mampu mengikuti perkembangan pasar. Hambatan lain seperti terbatasnya jaringan distribusi, promosi yang kurang optimal, dan akses pasar yang masih sempit turut menghambat pertumbuhan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan UMKM sulit berkembang secara maksimal sehingga

diperlukan strategi yang lebih komprehensif serta dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak.¹⁴

Optimalisasi pengembangan usaha dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang dan potensi yang dimiliki UMKM, seperti penggunaan sumber daya lokal, pengalaman pengelola, dan kedekatan dengan konsumen. Upaya tersebut perlu didukung oleh peningkatan kualitas SDM, baik dalam kemampuan teknis, manajerial, maupun literasi digital. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik, inovasi produk, strategi pemasaran yang tepat, serta pemanfaatan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar UMKM secara berkelanjutan.

Di samping itu, penguatan potensi *internal* UMKM juga menjadi faktor penting dalam mendorong perkembangan usaha. Kreativitas, kualitas produk, dan jejaring sosial dapat menjadi keunggulan untuk meningkatkan penjualan di tengah persaingan pasar. Peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pendampingan bisnis juga membantu pelaku UMKM lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Selain itu, pengelolaan keuangan yang baik, seperti pengaturan arus kas dan pengendalian biaya, dapat meningkatkan efisiensi operasional. Dengan demikian, penguatan SDM, pengelolaan keuangan, serta optimalisasi potensi *internal* dan peluang

¹⁴ Dian Saripujiana et al., “Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Bakoel Barokah Kelurahan Gunung Sari Ulu Balikpapan,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi* 3, no. 1 (2024): 320–30, <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v3i1.2788>.

eksternal dapat menjadi fondasi bagi perkembangan UMKM yang lebih berdaya saing.¹⁵

Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik yang berlokasi di Desa Godong, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang. Berdasarkan hasil pra-observasi, usaha ini termasuk kategori usaha mikro yang mengalami perkembangan cukup pesat sejak dirintis pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19. Kondisi ekonomi pada masa pandemi mendorong pemilik usaha, Bu Chintya, untuk berinovasi dengan memanfaatkan bahan pangan lokal berupa ubi ungu menjadi produk onde-onde yang memiliki nilai jual dan daya tarik tersendiri.

Pemilihan ubi ungu sebagai bahan utama tidak hanya memberikan cita rasa yang khas dan tampilan yang menarik, tetapi juga menambah nilai gizi pada produk. Keunikan tersebut menjadi daya tarik yang membedakan Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dari onde-onde tradisional pada umumnya. Selain varian original, UMKM ini juga menawarkan beberapa varian rasa seperti stroberi, blueberry, greentea, dan coklat. Potensi tersebut dapat semakin dikembangkan melalui inovasi kemasan, pemanfaatan pemasaran digital, peningkatan kemampuan manajerial, serta pengelolaan keuangan yang baik. Dengan strategi yang tepat, UMKM ini memiliki peluang untuk

¹⁵ Anka Agustivia Risaputri Setyawan, "Peningkatan Potensi Umkm Melalui Inovasi Produk, Pelatihan Branding, Dan Pelatihan Pemasaran Di Desa Mojopuro, Kecamatan Jatiroto," *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2021): 90–100.

memperluas pasar sekaligus memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar.

Dari sudut pandang ekonomi Islam, penelitian terhadap UMKM ini menjadi relevan karena ekonomi Islam menekankan konsep *falāh* (kesejahteraan), *maslahah* (kemanfaatan), serta aktivitas usaha yang halal dan etis. Pengembangan UMKM juga dipandang sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat kemandirian ekonomi, dan menciptakan pemerataan pendapatan. Melalui penelitian pada UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik, dapat diketahui bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam diterapkan dalam kegiatan usaha sekaligus mengidentifikasi strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, UMKM ini tidak hanya memiliki potensi bisnis, tetapi juga menjadi contoh penerapan ekonomi Islam dalam usaha mikro.

Relevansi penelitian ini semakin tampak ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Penelitian Shyla Shinta Nur Haliza dan Mochamad Chobir Sirad menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM melalui bauran pemasaran mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam.¹⁶ Sementara itu, penelitian Ari Purnama, Elyanti Rosmanidar, dan Marissa Putriana menemukan bahwa penerapan prinsip ekonomi Islam dan analisis SWOT dapat meningkatkan

¹⁶ Shyla Shinta Nur Haliza et al., “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti Ud Primadona Tulungagung),” *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam* 3, no. 4 (2023): 191–201.

kesejahteraan pedagang kaki lima.¹⁷ Namun, kedua penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji strategi pengembangan UMKM kuliner lokal untuk meningkatkan penjualan produk. Dari sinilah muncul research gap, yaitu belum adanya penelitian yang mengintegrasikan strategi pengembangan usaha, analisis SWOT, dan prinsip ekonomi Islam dalam meningkatkan penjualan pada UMKM kuliner tradisional di Kabupaten Jombang. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan memadukan strategi pengembangan dan nilai-nilai syariah untuk meningkatkan penjualan UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik Kabupaten Jombang.

Melihat peran UMKM yang sangat signifikan dalam perekonomian, baik sebagai penyerap tenaga kerja maupun kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tantangan yang dihadapi UMKM dalam pengembangannya, serta pentingnya prinsip-prinsip ekonomi Islam sebagai landasan etis dalam upaya pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Maka diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangannya. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Ekonomi Islam”**

¹⁷ Elyanti Rosmanidar Ari Purnama and Marissa Putriana, “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Kawasan Tugu Keris Kota Baru),” *Jurnal Development* 12, no. 2 (2024): 174–83.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus penelitian

- a. Mengidentifikasi strategi pengembangan yang telah dilakukan oleh UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan,
- b. Mengidentifikasi faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan faktor *eksternal* (peluang dan ancaman) yang dimiliki oleh UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik,
- c. Mengidentifikasi implementasi prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan,
- d. Mengidentifikasi rumusan strategi pengembangan UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi islam.

2. Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana strategi pengembangan yang telah dilakukan oleh UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan?
- b. Apa saja faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan faktor *eksternal* (peluang dan ancaman) yang dimiliki oleh UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik?

- c. Bagaimana implementasi prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan?
- d. Bagaimana rumusan strategi pengembangan UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan.
- 2. Untuk mengidentifikasi faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan faktor *eksternal* (peluang dan ancaman) yang dimiliki oleh UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik.
- 3. Untuk mendeskripsikan implementasi prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan.
- 4. Untuk memberikan rekomendasi mengenai rumusan strategi pengembangan UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi islam

D. Kegunaan Penelitian

- 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam ranah Ekonomi

Syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan UMKM dalam perspektif Islam.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan pengembangan UMKM, khususnya dalam perspektif ekonomi Islam. Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Pelaku UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pelaku UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik dalam mengembangkan usaha untuk meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan digital *Marketing*, inovasi produk dan kemasan, pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia agar usaha mampu meningkatkan daya saing dan penjualan.

b. Bagi Pemerintah Kabupaten Jombang dan DINKOPUKM

penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dan lembaga terkait dalam menyusun program pembinaan, pelatihan digitalisasi UMKM, akses pembiayaan berbasis syariah, serta fasilitasi promosi produk guna mendukung perkembangan dan keberlanjutan UMKM.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan kajian mengenai strategi pengembangan dan digitalisasi UMKM dalam perspektif ekonomi Islam dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Perspektif

Perspektif merupakan kerangka konseptual yang menyaring bagaimana peneliti atau pengamat memahami suatu objek, situasi atau fenomena, termasuk menentukan aspek mana yang diperhatikan, bagaimana relasi antar unsur dipahami, dan apa implikasi yang diambil dari pemahaman tersebut. Dengan memilih perspektif tertentu, misalnya perspektif sosiologis, psikologis maupun kultural, maka peneliti menetapkan asumsi dasar mengenai realitas sosial ataupun individu, seperti asumsi tentang manusia, lingkungan, interaksi dan perubahan yang akan memengaruhi seluruh proses penelitian mulai dari formulasi masalah, pengumpulan data, analisis hingga interpretasi hasil. Dengan demikian, perspektif bukan hanya sekadar gaya pandang, tetapi juga

landasan epistemologis yang membimbing bagaimana data dibaca dan kesimpulan ditarik.¹⁸

b. Ekonomi Islam

Ekonomi islam didefinisikan sebagai suatu sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai dan prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta ijtihad para ulama. Sistem ini dijalankan dengan mengedepankan prinsip keadilan, kejujuran, dan *kemaslahatan (maslahah)* bagi seluruh lapisan masyarakat. Dalam praktiknya, ekonomi syariah tidak hanya menekankan aspek keuntungan materi, tetapi juga memperhatikan nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Setiap transaksi ekonomi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, praktik yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), serta maysir (perjudian atau spekulasi yang berlebihan). Tujuan utama dari sistem ini adalah menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat, serta memastikan keberkahan dalam setiap aktivitas ekonomi.¹⁹

c. Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu upaya perencanaan dan pengambilan keputusan yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses penyusunan strategi

¹⁸ H. Kuntoro, *Dasar Filosofis Metodologi Penelitian* (Surabaya: Pustaka Melati, 2011), hlm. 15.

¹⁹ Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. 25.

tidak hanya sebatas membuat rencana, tetapi juga mencakup analisis lingkungan baik *internal* maupun *eksternal* yang dapat memengaruhi jalannya organisasi atau lembaga. Strategi melibatkan pengembangan visi dan misi yang jelas, penetapan tujuan yang terarah, serta perumusan langkah-langkah konkret yang akan dijalankan. Selanjutnya, strategi juga menekankan pada proses implementasi yang efektif agar rencana dapat dijalankan sesuai dengan sasaran yang diharapkan. Tidak kalah penting, strategi harus selalu disertai dengan evaluasi secara berkesinambungan guna menilai keberhasilan serta menemukan perbaikan untuk langkah selanjutnya.²⁰

d. Pengembangan

Pengembangan adalah suatu proses yang berfokus pada peningkatan dan perbaikan suatu usaha agar mampu mencapai kondisi yang lebih baik dari sebelumnya. Proses ini mencakup upaya untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sehingga usaha yang dijalankan dapat lebih adaptif terhadap kebutuhan yang ada. Pengembangan juga erat kaitannya dengan upaya mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan perubahan yang berkesinambungan dalam jangka panjang. Tidak hanya sebatas

²⁰ Delipiter Lase dan Eliyunus Waruwu, *Manajemen Strategi: Pendekatan Sistematis untuk Pembelajaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2024), hlm. 25.

peningkatan keterampilan atau kapasitas, pengembangan juga melibatkan pemanfaatan potensi yang dimiliki, inovasi, serta perencanaan yang terarah agar hasil yang dicapai dapat memberikan dampak nyata.²¹

e. Meningkatkan

Meningkatkan diartikan sebagai suatu proses atau upaya untuk menjadikan sesuatu berada pada kondisi yang lebih baik dibandingkan sebelumnya, baik dari segi kualitas, kuantitas, kemampuan, maupun hasil yang dicapai. Dalam konteks usaha dan organisasi, peningkatan dilakukan melalui perencanaan, pengembangan kemampuan, inovasi, serta pemanfaatan sumber daya secara optimal agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Peningkatan juga berkaitan dengan proses perubahan yang berkelanjutan guna menghadapi tantangan dan menyesuaikan diri terhadap perkembangan lingkungan. Dengan adanya upaya peningkatan, suatu usaha diharapkan mampu berkembang, memperoleh hasil yang lebih maksimal, serta menciptakan keberlanjutan dalam jangka panjang.²²

f. Penjualan

Penjualan merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan untuk menawarkan, mempromosikan, dan menyalurkan barang atau

²¹ Hartiningsih Astuti, *Konsep Pengembangan Usaha Mikro: Strategi Sukses Pelaku Usaha Mikro* (Insight Mediatama, 2025), hlm. 22.

²² M. Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hlm. 45.

jasa kepada konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan. Penjualan tidak hanya berfokus pada proses transaksi, tetapi juga mencakup upaya memahami kebutuhan konsumen, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta menciptakan kepuasan agar terjadi pembelian secara berkelanjutan. Dalam kegiatan usaha, penjualan memiliki peranan penting karena menjadi sumber utama pendapatan perusahaan dan penentu keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui strategi pemasaran, inovasi produk, pelayanan yang baik, serta pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan minat konsumen.²³

g. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan. Usaha ini memiliki kriteria berupa kekayaan bersih tidak lebih dari Rp50.000.000, di luar tanah dan bangunan tempat usaha, atau total penjualan tahunan tidak melebihi Rp300.000.000.

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri secara independen, dijalankan oleh individu maupun badan

²³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 181.

usaha, dan bukan merupakan anak atau cabang dari usaha menengah maupun besar. Usaha ini memiliki kekayaan bersih antara Rp50.000.000 hingga Rp500.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan), atau pendapatan tahunan lebih dari Rp300.000.000 hingga Rp2.500.000.000.

Sedangkan usaha menengah adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, bukan bagian dari usaha kecil maupun besar, baik langsung maupun tidak langsung. Kriterianya adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 hingga Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan, atau penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 hingga Rp50.000.000.000.²⁴

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini menjelaskan variabel secara terukur pada UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik.

- a. Strategi pengembangan usaha dioperasionalkan melalui pemasaran, inovasi produk, system keuangan, pengelolaan SDM, dan pemanfaatan teknologi.
- b. Prinsip Ekonomi Islam mencakup keadilan, kejujuran, Amanah, *kemaslahatan (maslahah)* dan bebas *riba* maupun *gharar* yang menjadi pedoman dalam aktivitas usaha.

²⁴ Suharto Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, "Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73, <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

1. Bagian awal

Terdiri dari halaman sampul luar, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan daftar abstrak.

2. Bagian Utama (Inti)

Terdiri dari beberapa bab dan masing-masing bab memiliki penjabaran masing-masing, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini terdiri dari Latar belakang masalah, Fokus penelitian, Tujuan penelitian, Batasan masalah, Kegunaan manfaat, Penegasan Istilah, dan Sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI, bab ini berisi penjelasan-penjelasan keputusan yang berfungsi sebagai acuan teoritik dalam melakukan penelitian, di dalamnya dijelaskan mengenai strategi berbagai daftar ilmu dan rujukan terkait strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan produk.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini tentang penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi peneliti dan subyek penelitian, metode pengumpulan data yang terdiri dari sumber

dan jenis data (kata-kata dan tindakan, sumber tertulis, foto), metode pengumpulan data (Observasi, Interview (Wawancara), dan dokumentasi), analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB IV HASIL PENELITIAN, bab ini menguraikan tentang pertama, profil UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik Kabupaten Jombang, Kedua, laporan hasil penelitian berupa paparan data dan analisisnya.

BAB V PEMBAHASAN, Bab ini berisi tentang temuan penelitian yang merupakan pembahasan terhadap hasil penelitian yaitu terkait dengan strategi pengembangan usaha UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik Kabupaten Jombang.

BAB VI PENUTUP, bab ini terdiri atas kesimpulan terhadap pembahasan data-data yang telah dianalisis dan saran sebagai bahan pertimbangan dan menjadikan sumbangan pemikiran bagi lembaga atau instansi khususnya di UMKM Onde-onde Ubi Ungu Bu Menik Kabupaten Jombang.

3. Bagian akhir

Bagian akan memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi proposal, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.