

ANALISIS PERKEMBANGAN UMKM MENURUT PANDANGAN IBNU KHALDUN TERHADAP KEMAJUAN PEREKONOMIAN ISLAM INDONESIA

Fathorrahman

STAI Ma'arif sampang

e-mail: *fathorrahman060@gmail.com*

ABSTRACT

The development of MSMEs is currently a driving force for economic growth in Indonesia, this can be seen from the increasing number of MSME actors who open businesses through social media pages. The economic empowerment program for Muslims is also being developed by the government and is expected to be implemented well. The research method used is descriptive qualitative based on events, and social conditions in the community. The purpose of this study is to analyze the progress of MSMEs towards the Islamic economy in Indonesia. The results of the study show that MSMEs play an important role in the progress of the Islamic economy in Indonesia.

Keyword : *Islamic economy; MSME*

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ekonomi Indonesia terdapat ekonomi konvensional dan ekonomi syariah. Tentu saja ada perbedaan di antara keduanya, Ekonomi konvensional ialah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang terbatas (Kisnawati, 2013)

Ekonomi dari sudut pandang Islam adalah pelengkap kehidupan dan sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi dari sisi Tuhannya. Dalam Islam, ekonomi tidak berdiri sendiri, tetapi terkait erat dengan nilai-nilai agama dan sosial, kebutuhan fisik dan spiritual. Secara ekonomi, keduanya tidak dapat dipisahkan dari sudut pandang agama dan sosial. Jika ini terjadi dengan sendirinya, hubungan baik akan hancur, dan sifat manusia akan bergeser dari moralitas tinggi ke perilaku yang sangat buruk.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia lebih memilih menerapkan ekonomi syariah/Islam dalam kehidupan sehari-hari. Karena dalam ekonomi Islam tidak hanya tentang memperoleh

keuntungan materi, tetapi juga mencari keuntungan di akhirat. Dapat pula dilihat bahwa paradigma utama ekonomi Islam bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist.

Penelitian ini membahas tentang perkembangan UMKM terhadap perekonomian islam di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perkembangan kemajuan UMKM terhadap perekonomian islam Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif berdasarkan kejadian dan kondisi sosial di masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan objek yang diteliti dalam penelitian yaitu ekonomi islam di Indonesia terhadap kemajuan UMKM.

UMKM dapat didefinisikan sebagai usaha mikro, kecil dan menengah seperti bisnis perusahaan yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga atau usaha kecil. Di Indonesia, UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian negara karena UMKM merupakan salah satu alternatif upaya penanggulangan kemiskinan dan mempunyai ketahanan menghadapi krisis ekonomi negara. Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan (Suci et al., 2017)

Usaha mikro, kecil dan menengah ini mampu untuk mandiri, misalnya pada saat krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1998, mereka relatif mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar. Karena sebagian besar usaha kecil tidak terlalu bergantung pada modal atau pinjaman dalam jumlah besar dalam mata uang domestik dan asing. Oleh karena itu, jika terjadi fluktuasi nilai tukar yang besar biasanya perusahaan masih harus berhadapan dengan mata uang asing yang memiliki potensi terbesar terjadinya krisis moneter (Suci et al., 2017)

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah telah mengalami perkembangan dan pertumbuhan secara umum dari tahun ke tahun. Proses perkembangan usaha kecil dan menengah tidak lepas dari pengaruh berbagai faktor yang dapat mendorong kemajuan tersebut. Diantaranya adalah pemanfaatan teknologi dan sarana komunikasi, pemberian pinjaman komersial dari bank kepada masyarakat dan penurunan tarif pajak final pph. Perkembangan UMKM di Indonesia dengan dukungan pemerintah dalam satu atau lain cara mempengaruhi laju pertumbuhan jumlah unit UMKM menunjukkan tren yang baik.

Kemajuan yang dicapai oleh UMKM di Indonesia tidak terlepas dari perkembangan teknologi saat ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan perangkat TIK (Teknologi, Informasi, dan Komunikasi) merupakan salah satu faktor yang mendorong kemajuan UMKM. Pelaku usaha UMKM sudah mulai memanfaatkan teknologi seperti *handphone* untuk

menyebarkan usahanya melalui internet. Yang tadinya hanya berjualan di toko kini para pelaku banyak menawarkan produknya melalui platform media sosial yang dinilai cukup nyaman dan hemat biaya seiring dengan meningkatnya perilaku konsumen saat berbelanja online.

Saat ini media sosial memegang peranan penting dalam penyebaran informasi. Selain itu, media sosial juga memiliki potensi yang baik untuk pengembangan lebih lanjut dari sebuah perusahaan. Distribusi yang didukung oleh teknologi pun juga dapat meningkatkan jumlah produk yang dapat menjangkau konsumen. Wajar jika perkembangan kemajuan usaha kecil dan menengah dapat menjaga potensi perekonomian yang besar bagi Indonesia. Dengan adanya sistem pemasaran digital diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih maksimal dalam mengoptimalkan dan meningkatkan lagi hal tersebut, karena sistem pemasaran media sosial sekaligus akan membuat produk yang ditawarkan oleh UMKM lebih dikenal masyarakat luas.

Selain pemasaran digital, pemerintah telah melakukan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mewujudkan pembangunan ekonomi dengan tujuan meningkatkan pendapatan masyarakat dengan memberdayakan usaha UMKM. Pemberdayaan ekonomi umat Islam dengan mengembangkan perusahaan UMKM, untuk mengembangkan usaha dengan memberikan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi. Pemberdayaan ekonomi umat Islam ini adalah pengembangan ekonomi umat Islam itu sendiri untuk kepentingannya sebagai masyarakat, atau meningkatkan kemampuan rakyat secara menyeluruh dengan mengembangkan dan mendinamiskan potensinya melalui usaha yang sedang dijalankannya (Kasdi, 2016)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berupa kata-kata tertulis, data lisan dan perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang menekankan pada aspek pemahaman suatu masalah daripada masalah untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini menggunakan teknik analitik mendalam karena metodologinya adalah kualitatif, artinya sifat suatu masalah berbeda dengan sifat masalah yang lain. Metode ini sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitian dilakukan dalam kondisi alamiah atau disebut juga metode etnografi. Penelitian ini menyelidiki perkembangan kemajuan UMKM terhadap perekonomian Islam di Indonesia. Sumber data yang diperoleh dari informasi media sosial dan diamati oleh penulis berkaitan dengan masalah ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Perekonomian Islam di Indonesia

Perkembangan perekonomian Islam di Indonesia telah membuat langkah yang patut disyukuri dan diapresiasi. Perkembangan tersebut tidak hanya terjadi pada tataran wacana teoritis dan normatif, tetapi juga telah mencapai tataran yang lebih aplikatif dan praktis. Kemajuan pemikiran perekonomian Islam juga terlihat dalam upaya menemukan relevansinya dengan perekonomian modern. Saat ini sudah banyak dijumpai buku yang mengulas tentang hubungan antara perekonomian modern dan perekonomian Islam.

Ide-ide para pemikir ekonomi Islam diproyeksikan ke dalam konteks yang lebih modern. Misalnya, Abu Yusuf yang menggagas di bidang pajak dan tanggung jawab pemerintah pada ekonomi. Perkembangan perekonomian Islam di kalangan masyarakat pedesaan pun merupakan hal yang sangat baru bagi umat Islam. Ekonomi Islam berkembang bagi umat di Indonesia yang beragama Islam untuk menjalankan ekonomi berdasarkan hukum Islam dalam Al-Qur'an dan Hadits (Ninit Firdayanti, n.d.)

Bagi masyarakat Islam tidak hanya memiliki kemaslahatan duniawi dan kepentingan pribadi, tetapi juga kemaslahatan bagi ummat dan kebahagiaan di akhirat. Dalam masyarakat, nilai-nilai ekonomi Islam diusung oleh ekonomi Islam dalam aktivitas sehari-hari. Namun masyarakat tidak mengetahui bahwa sebenarnya mereka telah menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam tanpa disadari (Badruzaman, 2019)

Dalam kegiatan masyarakat pedesaan, kemajuan dan pertumbuhan ekonomi Islam dengan mudah membawa perubahan dari luar, dan pada umumnya petani Jawa menganut agama Islam karena pekerjaan mereka biasanya petani. di pedesaan. Dalam pendidikan Islam, banyak yang percaya bahwa ekonomi Islam mudah dihasut karena keyakinan agama, moral dan etika mereka yang umumnya percaya pada Islam di komunitas pedesaan mana pun. Sehingga jika kita meningkatkan perekonomian masyarakat pedesaan Indonesia, maka akan mudah diterima dengan baik.

Perekonomian Islam di Indonesia semakin berkembang dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan oleh penerapan nilai-nilai Syariah Islam oleh masyarakat Indonesia seperti :

1) Kesepakatan Berhutang tanpa Riba

Hutang yang disahkan oleh hukum Islam kepada orang atau lembaga yang hartanya akan dipinjamkan. Ketika meminjamkan harta, peminjam dan pemberi pinjaman harus melakukan persetujuan untuk melunasi hutang dalam jangka waktu yang disepakati. Dalam Islam diperbolehkan meminjam uang, tetapi harus ada kesepakatan tanpa adanya riba. Karena riba dilarang dalam Islam. Jadi jika ingin bertransaksi boleh, tetapi tidak dengan riba dan wajib menurut hukum Islam dengan akad yang jelas antara kedua belah pihak.

2) Kesepakatan Transaksi Online

Perkembangan saat ini menunjukkan bahwa kontrak jual beli dapat dilakukan tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara online. Bisnis online juga harus mematuhi hukum Islam untuk melakukan akad. termasuk akad jual beli, yaitu:

- a. **Murabahah**, yaitu kesepakatan penjualan dimana barang harus sudah tersedia atau diberikan dan harga harus disepakati bersama antara kedua belah pihak
- b. **Salam**, yaitu bentuk kesepakatan penjualan barang yang harus sesuai dengan pesanan yang disepakati. Dalam segala hal yang berkaitan dengan spesifikasi jenis barang, kualitas dan kuantitas barang tidak boleh ditutupi. Jika ada cacat pada barang yang dijual, waktu penyerahan juga harus ditentukan dan disepakati secara jelas dan pembayaran di muka atau transfer bank harus dilakukan setelahnya melalui kesepakatan bersama.
- c. **Istishna**, yaitu akad jual beli barang yang dipesan sama dengan akad salam, tetapi pembayarannya dapat dilakukan dengan cara mencicil. Menurut ajaran Islam, harus dilarang untuk membeli dan menjual secara online, bahkan jika dilakukan dengan perjanjian Syariah Islam. Tujuannya agar tidak terjadi kecurangan atau kerugian di antara salah satu pihak. Namun, jika anda berada dalam situasi darurat dan perlu melakukan pembelian secara online, ini diperbolehkan asalkan anda berhati-hati saat membuat kontrak penjualan online

3) Bank Ekonomi Syariah

Tidak banyak bank syariah di Indonesia dibandingkan dengan bank biasa, namun proses kerjanya pula sangat berbeda. Bank konvensional melakukan transaksi simpan pinjam dengan sistem riba. Sedangkan bank ekonomi syariah kini menjalankan sistem simpan pinjam tanpa riba, namun dengan sistem bagi hasil berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

4) Transaksi Produk Halal

Ada kesepakatan atau syarat untuk melakukan transaksi ekonomi syariah dalam menjual produk halal, yaitu:

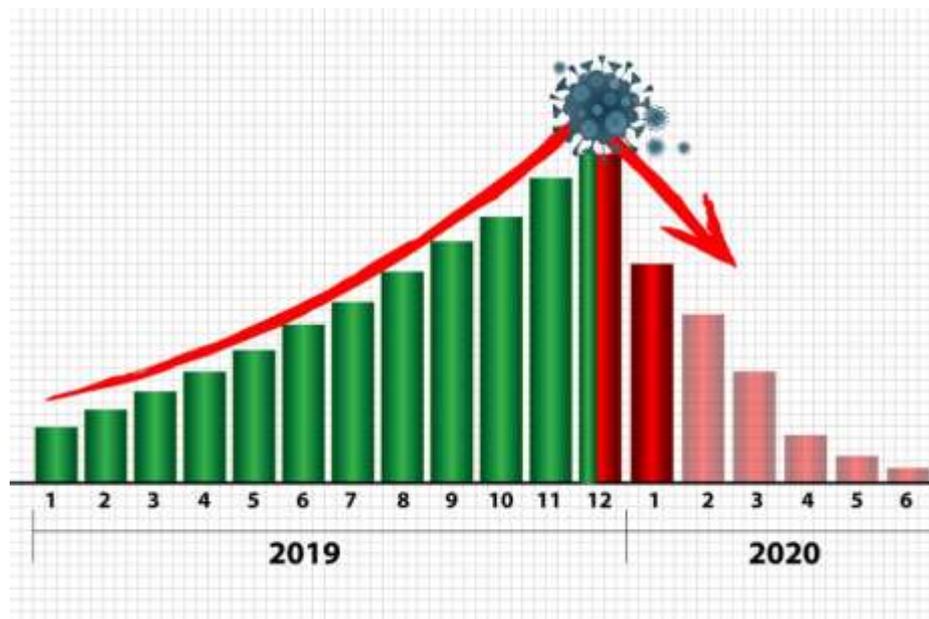
- a. Sebuah produk yang dijual tidak boleh mengandung sistem atau unsur Haram karena menerapkan sistem Islam di sini.
- b. Tidak diperkenankan ada produk yang haram seperti yang dihasilkan dari penipuan, pencurian, dll.

- c. Tidak ada unsur paksaan untuk membeli dan menjual, perlu saling menyukai antara produk dan orang yang akan membeli barang tersebut (Ninit Firdayanti, n.d.)

Sebagai pengetahuan, ekonomi Islam adalah ilmu yang didasarkan pada prinsip dasar nilai-nilai Islam (al-Quran dan as-Sunnah) dan penerapannya adalah pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya untuk mencapai kemuliaan atau kesejahteraan (Kusmanto, 2014)

Sistem ekonomi Islam telah berkembang pesat di masyarakat pedesaan dan perkotaan. Sistem ekonomi Islam akan mengantarkan masyarakat kepada syariat Islam karena punya nilai-nilai serta standar hidup yang baik dari Allah swt. Sebab Allah swt adalah Tuhan umat Islam dan agama lain (non-Muslim) yang punya kekuasaan, mengetahui segala sesuatu dan memiliki kemampuan untuk membuat umat manusia sejahtera dan makmur. Nilai-nilai perekonomian Islam didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadits dengan prinsip-prinsip mendunia. Dimana ekonomi Islam menitikberatkan kepada hukum serta sebab akibat dari kegiatan ekonomi. Maka dari itu, ekonomi Islam sering membahas dan memahami nilai dan etika kegiatan ekonomi beserta landasan terpenting ekonomi Islam, yaitu tauhid, syariah, dan akhlak (Ninit Firdayanti, n.d.)

Pandemi Covid-19 berdampak pada perekonomian, termasuk ekonomi syariah. Dampak tersebut telah menyebabkan peningkatan pengangguran, kemiskinan dan kesenjangan di beberapa daerah. Peran eksyar sebagai perubahan struktural semakin relevan dan menyangkut tiga hal. Pertama, peran kebijakan syariah dalam kerangka bauran kebijakan BI. Kedua, mendukung ketahanan pelaku usaha syariah dengan memperkuat ekonomi syariah berdasarkan prinsip kemitraan, baik untuk UKM syariah. Ketiga, mengoptimalkan keuangan sosial syariah sesuai dengan prinsip penggunaannya untuk mengurangi peningkatan kemiskinan.



Grafik 1. Perekonomian Indonesia Tahun 2019-2020

Pada grafik 1 dapat dijelaskan bahwa perekonomian Islam di Indonesia mengalami penurunan akibat adanya pandemi Covid-19. Pandemi ini telah menimbulkan banyak kerugian dan perekonomian lah menjadi sektor yang paling terdampak akibat penyebaran Covid-19.

Adanya pandemi saat ini pemerintah menerapkan sistem PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) serta pula sistem sosial distansing. Pembatasan untuk melakukan suatu aktivitas dengan skala besar otomatis akan mengurangi kinerja dari beberapa lembaga keuangan syariah. Dampaknya diawali dengan lembaga-lembaga bisnis dan ekonomi syariah yang menjadi mitra dan nasabah lembaga keuangan yang sulit untuk melakukan aktivitasnya (Risma Yuliani, 1377)

Jika pandemi ini terus berlanjut, kemungkinan paling besar jumlah kerugian akan terus menambah. Hal ini berdampak pada banyaknya aspek, seperti PHK (pemutusan hubungan kerja), pelaku UMKM dengan pendapatan tidak tetap, serta perusahaan di sektor pariwisata yang melibatkan banyak orang harus dihentikan sementara. Efek tersebut otomatis berdampak pada penurunan daya beli masyarakat, dimana perputaran rupiah di tengah masyarakat menjadi minim dan produksi barang terbatas dan berujung pada kelangkaan (HS et al., 2020)

Dampak yang terlihat paling nyata akibat pandemi covid-19 ini adalah terjadinya PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Karyawan banyak yang dirumahkan, serta perusahaan besar pun terancam bangkrut. Manajemen perekonomian pada masa pandemi harus dilakukan untuk menghindari adanya krisis ekonomi dan demi memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dapat

berkontribusi melalui berbagai bentuk ekonomi dan pembiayaan syariah. Hal itu dilakukan untuk meredam guncangan sektor ekonomi di masyarakat dan diharapkan guncangan tersebut dapat teratasi. Hal lain juga seperti dengan menghemat uang dan tidak membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan saat ini. Atau bisa juga membantu pelaku UMKM yang saat ini bergulat dengan pandemi Covid-19. Namun dalam situasi pandemi saat ini, ada banyak cara untuk menghasilkan penjualan online. E-commerce merupakan solusi yang paling tepat karena masyarakat khawatir dengan pembelian langsung dan lebih memilih untuk berbelanja di e-commerce.

Kemajuan UMKM di Indonesia

Usaha mikro adalah usaha perseorangan dengan aset atau kekayaan bersih sampai dengan Rp 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan omset tahunan sampai dengan Rp 300 juta. Berdasarkan kemajuannya, usaha mikro dibagi menjadi 2 kategori, yaitu (usaha yang hanya mencari nafkah dan biasa disebut sebagai sektor informal, seperti pedagang kaki lima) dan (perusahaan yang cukup berkembang, belum bisa menerima pekerjaan subkontrak dan belum bisa mengekspor barang)

Usaha kecil ialah perusahaan dengan jumlah pegawai kurang dari 50 orang dan kekayaan bersihnya tidak melebihi Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan) berdasarkan perkembangan UMKM di Indonesia. Perkembangan UMKM di Indonesia, banyak yang mengatakan bahwa sebagian besar pelaku ekonomi negara adalah usaha mikro, kecil dan menengah. Para pelaku ekonomi besar sekarang hanya mewakili sebagian kecil dari persen. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pelaku UMKM secara makro memegang peran penting dalam sistem perekonomian yang ada di Indonesia.

Usaha menengah ialah usaha mandiri dalam ekonomi produktif yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari usaha tersebut. Perusahaan menengah juga bukan dikuasai atau merupakan bagian dari perusahaan kecil atau besar.

UMKM ialah usaha kecil yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau sekelompok kecil individu dengan beberapa kekayaan dan pendapatan. UMKM di Indonesia semakin berkembang dari tahun ke tahun karena UMKM merupakan salah satu penopang utama ketahanan ekonomi negara. Namun demikian, masih banyak sekali permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, serta memerlukan perhatian yang khusus tidak hanya dari para pemerintah saja tetapi masyarakat pun juga.

Berkembangnya UMKM di Indonesia ini tak bisa lepas dari beberapa faktor yang dapat menyongsong terjadinya kemajuan ini. Yaitu seperti dibawah ini :

1) Penggunaan Sarana TIK

Perkembangan UMKM di Indonesia selanjutnya tak terlepas dari berkembangnya teknologi yang ada pada saat ini. Para pelaku UMKM sudah mulai menggunakan sarana teknologi seperti *handphone* untuk memperluas bisnisnya, serta pula menggunakan aplikasi berbasis komunikasi seperti WhatsApp dan sosial media untuk menawarkan produk yang mereka jual. Memang telah menjadi tujuan para pemerintah untuk mengajak para pelaku UMKM dalam memanfaatkan dunia digital seperti *e-commerce* untuk berjualan dan mengembangkan usahanya yang dimilikinya.

Dengan adanya sistem pemasaran digital diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih mengoptimalkan dan meningkatkan hal tersebut, karena sistem pemasaran media sosial juga akan meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh UMKM.

2) Tarif Pph Turun

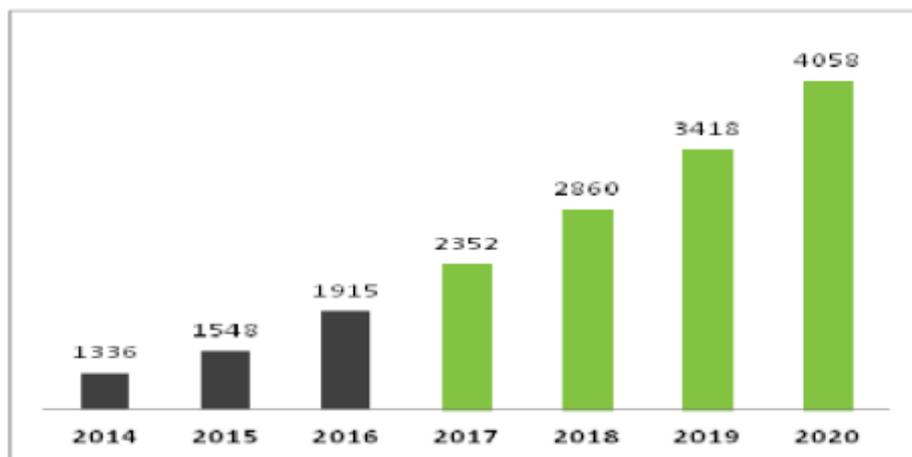
Pelaku usaha UMKM terdaftar sebagai wajib bayar pajak dan wajib menghitung, mengajukan, dan melaporkan pajak penghasilan kepada negara. Pajak yang wajib disetor serta dilaporkan adalah pajak penghasilan final atau pajak penghasilan final atau Pph Final. Perubahan turunnya final tarif Pph ini punya tujuan untuk memfasilitasi kepatuhan pelaku UMKM terhadap kewajiban perpajakannya kepada Negara. Dan karena rasio Pph final yang harus diajukan oleh UKM berkurang, pengecualian ini dapat menawarkan peluang untuk pengembangan bisnis dan investasi.

UMKM telah mampu untuk membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Pada saat krisis mata uang menerjang Indonesia pada 1998, usaha mikro dan menengah dinilai mampu bertahan dibandingkan dengan usaha besar. Sebab sebagian besar usaha mikro tidak banyak bergantung pada modal besar atau pinjaman mata uang asing. Misalnya, dalam fluktuasi nilai tukar, perusahaan makro yang biasanya secara umum selalu berurusan dalam mata uang asing ialah yang paling punya potensi dalam mengalami dampak dari krisis.

Sejak Indonesia diterjang krisis ekonomi pada 1997-1998, sektor UMKM telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Keeikut sertaan tersebut meliputi jumlah unit usaha, penyediaan lapangan kerja, pendapatan nasional, ekspor dan investasi nonmigas. Selama periode tersebut, UMKM Indonesia tumbuh 46%. Data akhir dari Kementerian Koperasi dan UMKM menyatakan Indonesia punya 64,19 juta usaha pada 2018, atau sekisar 99,99% dari total unit usaha yang tersebar di seluruh negeri (Putra, 2018)

Namun, pada tahun 2020-2021 ini terjadi wabah Covid-19 yang mewabah di seluruh dunia, termasuk Indonesia dan berdampak pada semua lapisan sektor kehidupan masyarakat. Pandemi ini telah mengakibatkan perlambatan di sektor ekonomi Indonesia, UMKM lah yang paling merasakan dampak terbesar dan mengalami perlambatan yang signifikan. Dengan

kebijakan pemerintah PSBB, membuat daya beli masyarakat semakin berkurang. Karena masyarakat mulai khawatir keluar rumah dan lebih memilih beraktivitas di dalam ruangan. Masyarakat mulai membeli barang secara digital, hal ini terlihat lebih efisien dalam transaksi jual beli.



Grafik 2. Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2014-2020

Dari grafik 2 dapat dijelaskan bahwa Perkembangan UMKM di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan seiring dengan bergantinya tahun, sebab adanya inovasi penjualan melalui platform digital. Masyarakat pun dinilai lebih nyaman berbelanja secara online karena sangat mudah dan cukup menghemat waktu.

Pandemi ini juga secara tak langsung telah membawa perubahan lebih lanjut dalam bisnis Indonesia, perubahan tersebut adalah pergeseran dari bisnis offline ke online. Media sosial dan market place bisa menjadi sebuah konsep untuk memudahkan pelaku UMKM mendapatkan akses pemasaran yang lebih luas di kalangan masyarakat (Fajrin Purnomo, 2019)

Peran UMKM sangat penting bagi ekosistem perekonomian Indonesia, sehingga dalam situasi saat ini perlu dikembangkan model kewirausahaan digital apalagi terutama karena perilaku konsumen yang telah berubah akibat pandemi ini. Tren digital UMKM telah menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat di masa depan. Dalam mengembangkan UMKM digital beberapa elemen harus diperhatikan seperti kualitas produksi, kapasitas produksi dan juga kompetensi digital agar aktivitas di platform digital dapat bertahan lama (Arianto, 2020)

Pelaku UMKM harus mampu bekerjasama dengan pengguna internet (warganet) terutama dengan generasi milenial untuk mempromosikan produk dan jasa UMKM serta dapat menyediakan konten kreatif. Konten-konten yang kreatif secara otomatis menarik perhatian masyarakat luas, sehingga mereka tertarik untuk membeli dan menggunakan layanan jasa para pelaku UMKM. Pengguna internet dan milenial juga dapat menjual kembali produk yang dijual UMKM, hal tersebut akan menjadi alat pemasaran yang ideal. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus pandai dalam mencari peluang dalam promosi dan

mampu bekerja sama dengan pengguna internet (warganet) agar dapat bersaing di dunia bisnis digital.

KESIMPULAN

Perkembangan kemajuan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun, dan hal ini juga mempengaruhi pertumbuhan grafik perekonomian islam di Indonesia. Bisa kita lihat para pelaku UMKM mulai mengembangkan usahanya melalui platform digital atau yang biasa kita sebut media sosial. Namun, baru-baru ini terjadi wabah Covid-19 yang mengakibatkan penurunan drastis grafik perekonomian islam karena pemerintah menerapkan sistem PSBB yang membuat masyarakat tidak bisa beraktivitas di luar rumah.

Namun ada hikmah di balik itu semua, masyarakat yang tidak bisa keluar rumah kini berbelanja melalui platform digital atau media sosial. Bahkan para pelaku yang tadinya hanya berjualan secara offline, kini beralih mempromosikan usahanya di media sosial. Tumbuhnya minat belanja online telah menstabilkan grafik UMKM dan terus tumbuh. Banyak pelaku juga yang melakukan inovasi dalam bisnisnya, hal itu mereka lakukan agar dapat menarik perhatian dari masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2020). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. 6(2), 233–247.
- Badruzaman, D. (2019). Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Kependudukan Di Perdesaan Development of Islamic Economy Based on Population in Rural Areas. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Vol.*, 3(1), 1–10.
- Fajrin Purnomo. (2019). *Program Ladit (Lapak Digital) : Optimalisasi Media Digital Sebagai Wadah Dalam Pengembangan Umkm Di Madura* Fajrin Purnomo. 6(2).
- HS, H. K., Amrullah, Salahuddin, S., Muslim, & Nurhidayati, S. (2020). Konsep Kebijakan Strategis dalam Menangani Eksternalitas Ekonomi dari Covid - 19 pada Masyarakat Rentan di Indonesia Heri. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 130–139. <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/117>
- Kasdi, A. (2016). Filantropi Islam Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Iqtishadia*, 9(2), 227–245.
- Kasnowo, S. Sos. I., M. (n.d.). *Manajemen Syari'ah*.
- Kisnawati, B. (2013). Ekonomi Konvensional Vs Ekonomi Islam. *Jurnal Valid Vol.* <http://stieamm.ac.id/wp-content/uploads/2018/05/Irianto-dan-Bq-Kisnawati.pdf>
- Kusmanto, T. (2014). Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Kependudukan Di Perdesaan. *Jurnal Ilmu Dakwah Walisongo*, 34(2), 219–235. <https://doi.org/10.21580/jidid.2014.34.2>
- MASLAKHAH. (2017). Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6.BAB II.pdf](http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6.BAB%20II.pdf)
- Ninit Firdayanti, R. O. (n.d.). *Perkembangan Kondisi Ekonomi, Dalam Perekonomian Islam di Masyarakat Indonesia*.
- Niode, I. Y. (2009). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10. <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>
- Prodi, M., Syariah, E., Igm, S., Ekonomi, P., Stebis, S., & Palembang, I. G. M. (n.d.). *menetapkan virus corona ini sebagai Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang Meresahkan Masyarakat (Public Health Emergency of International*. 7–12.
- Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Risma Yuliani. (1377). *Analisis Dampak Covid-19 terhadap Ekonomi Islam di Indonesia*. 68–70.
- Rizki isnanda, E. (2018). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung

Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat).

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1-4.

<http://journal.unpad.ac.id/pkm/article/view/20445>

Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*, 6(1), 51-58.

Winarti, C. (n.d.). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan*. 195-206.

Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>