

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada awal tahun 2020 di seluruh belahan dunia digemparkan dengan temuan virus terbaru yaitu *corona virus*. Virus tersebut merupakan jenis virus (*SARS-CoV-2*) masyarakat lebih mengenalnya dengan sebutan nama *Corona virus disease 2019* atau lebih mudah dengan penyebutan yaitu (*Covid-19*). Negara pertama yang terjangkit *Covid-19* yaitu negara Tiongkok tepatnya di kota Wuhan. Hal tersebut dinyatakan oleh PDPI (2020) yang dikutip pada jurnal (Yuliana, 2020:187). Terkhusus wilayah negara Indonesia hampir di semua kota terjangkit virus *Covid-19*. Virus *Covid-19* sangat membahayakan bagi seluruh masyarakat. Hingga pada tanggal 5 April 2021 situasi global penyebaran virus *Covid-19* menurut data yang bersumber dari WHO yang dikutip oleh Kemenkes (2021), Total kasus terjangkit virus *Covid-19* global per tanggal 05 April 2021 adalah 131 juta kasus dengan 2.000 kematian (CFR 2,2%) di 222 Negara Terjangkit dan 190 Negara Transmisi lokal. Negara Indonesia perlu melakukan siaga dan tanggap karena selain berdampak pada kesehatan dampak lain juga terpengaruh akibat munculnya Virus *Covid-19* di Indonesia diantaranya adalah dampak pada bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan, serta kesejahteraan masyarakat. (Ririn Noviyanti, 2020:706)

Pada sektor ekonomi akibat yang ditimbulkan oleh Virus *Covid-19* perekonomian mengalami penurunan. Menurut (Dewi, 2020:19) mengutip sebuah artikel dari CNN Indonesia mengatakan bahwa laju pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia pada Kuartal I (Januari-Maret) 2020 hanya tumbuh sebesar 2,97%. Angka ini melambat dari 4,97% pada Kuartal IV pada tahun 2019. Bahkan, pertumbuhan laju ekonomi ini jauh di bawah pencapaian Kuartal I 2019 yang mencapai 5,07%. Pada kuartal II Tahun 2020 laju pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia minus 5,32%. Angka tersebut berbanding terbalik dengan kuartal II pada tahun 2019 sebesar 5,05%. Presentase tersebut mengakibatkan angka kemiskinan di Indonesia semakin meningkat menurut data yang bersumber dari *bps.go.id* per bulan Maret 2020, dibanding data pada bulan September 2019, jumlah penduduk miskin Maret 2020 di daerah perkotaan naik sebanyak 1,3 juta orang, dari 9,86 juta orang pada bulan September 2019 menjadi 11,16 juta orang pada bulan Maret 2020. Sementara itu, daerah perdesaan naik sebanyak 333,9 ribu orang dari 14,93 juta orang pada bulan September 2019 menjadi 15,26 juta orang pada Maret 2020.

Virus *Covid-19* mengakibatkan dampak penurunan yang signifikan pada semua sektor dan jenis pekerjaan di Indonesia dengan tingkat keparahan yang berbeda. Hal tersebut mengakibatkan pengangguran hampir terjadi di seluruh wilayah Indonesia kondisi ini timbul dikarenakan pendapatan dari beberapa perusahaan menurun sehingga dengan beberapa pertimbangan perusahaan mengambil keputusan untuk sebagian pekerja harus menerima PHK (Pemutusan Hubungan Kerja).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ngadi, 2020:44) dapat diketahui bahwa persentase PHK pada buruh/pegawai/karyawan di Indonesia pada akhir April 2020 terdapat dua kategori yaitu sebesar 15,6 persen yang terdiri dari 1,8 persen PHK dengan menerima uang pesangon dan 13,8 persen PHK tanpa menerima pesangon. Tidak hanya perusahaan saja yang mengurangi tenaga kerjanya namun pada sektor UMKM yang mengalami dampak penurunan yang signifikan seperti penurunan pada sektor penjualan, permodalan, distribusi yang terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dengan banyak pertimbangan UMKM mengurangi jumlah tenaga kerjanya. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB) mengenai dampak pandemi Virus *Covid-19* terhadap UMKM di Indonesia, 88% usaha mikro mengalami kesulitan modal dikarenakan menipisnya uang tabungan, dan lebih dari 60% usaha mikro kecil ini sudah mengurangi tenaga kerjanya, (Bambang, 2020:234). Untuk pihak UMKM ataupun tenaga kerja yang terancam kehilangan pekerjaannya ada beberapa alternatif yang bisa dilakukan karena di masa pandemic Virus *Covid-19* saat ini terdapat beberapa sektor yang mengalami kenaikan signifikan seperti yang dijelaskan oleh Menurut Dcode (2020) yang dikutip oleh (Ngadi 2020:45) menjelaskan bahwa terdapat beberapa sektor perusahaan yang mengalami penurunan dan sektor perusahaan yang mengalami kenaikan akibat virus *Covid-19*. Layanan kesehatan, pengolahan dan perdagangan makanan, e-commerce dan teknologi informasi dan komunikasi berpotensi mengalami kenaikan, sedangkan pariwisata, transportasi, dan konstruksi.

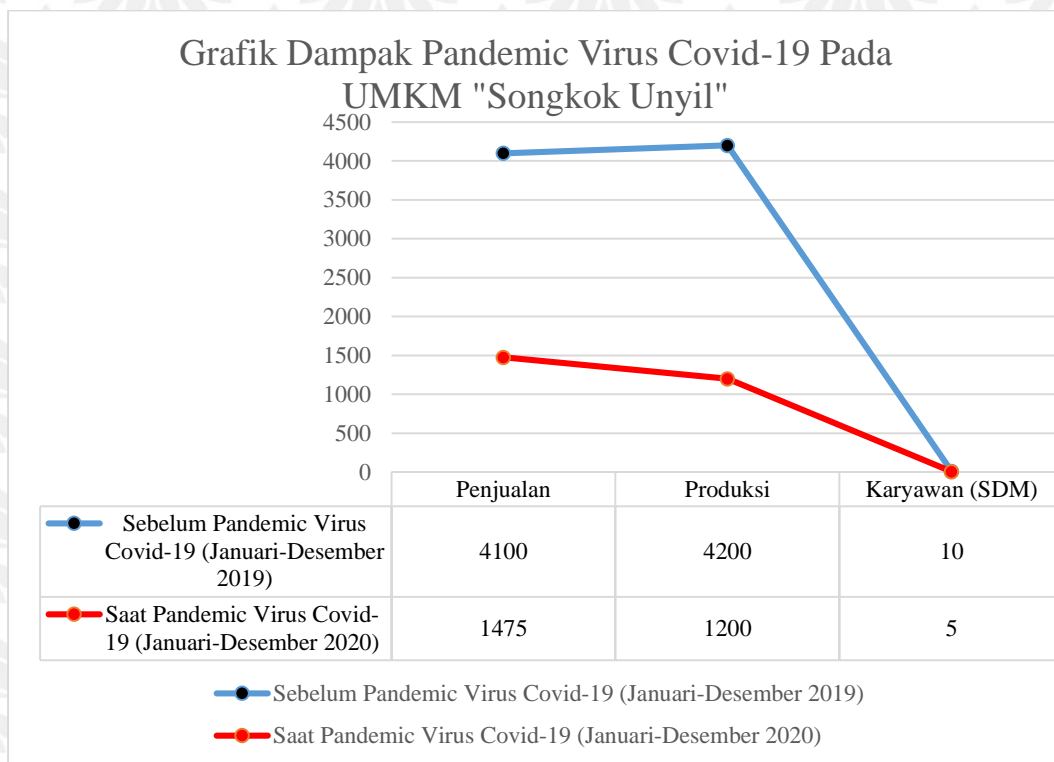
Saat ini dunia bisnis di Indonesia mengalami penurunan termasuk para pelaku bisnis UMKM dimana dapat diketahui bahwa UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro, (Tulus Tambunan, 2009:19). Terdapat data penelitian yang dijelaskan oleh Setiawan (2020) dan Kemenkop-UKM (2020) dalam jurnal (Dani, 2020:79) penurunan yang dialami UMKM di Indonesia mulai dari Penurunan Penjualan sebesar 56,0%, Kesulitan Permodalan 22,0%, Hambatan distribusi produk 15,0%, Kesulitan bahan baku 4,0%. Seperti diatur dalam peraturan

perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Keberadaan UMKM tidak dapat dihindarkan dari masyarakat Indonesia pada saat ini perlu diketahui bahwa UMKM membawa dampak positif bagi perekonomian masyarakat Indonesia. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pemenuhan kebutuhan masyarakat. Selain itu juga mampu mengembangkan kreatifitas yang dimiliki masyarakat agar dapat diaplikasikan dalam sebuah karya guna pengembangan ciri khas suatu produk dari daerah tertentu. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran di negara Indonesia. Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi langkah strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. Pernyataan tersebut dijelaskan oleh (Feni, 2018).

Pada tahun 2020 dimana sektor UMKM terdampak akibat adanya pandemic virus *Covid-19*, serta diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sesuai dengan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar. Situasi ini juga berdampak terhadap terbatasnya kegiatan operasional yang dilakukan UMKM serta berkurangnya pembeli yang berbelanja secara langsung dibandingkan dengan kondisi normal sebelum terjadinya Virus *Covid-19* yang melanda Indonesia. Menurut hasil laporan yang dijelaskan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* menyatakan bahwa UMKM memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi akibat adanya Virus *Covid-19* saat ini. UMKM sangat rentan terdampak dalam gangguan proses bisnis, hal tersebut terjadi karena seringnya berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang memerlukan supplier yang cepat yang semuanya terdampak secara signifikan oleh *Covid-19*. (Wan Laura, 2020:90).

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh peneliti terdapat salah satu UMKM di daerah kabupaten Gresik UMKM “Songkok Unyil” yang mengalami penurunan penjualan. UMKM tersebut merupakan UMKM yang bergerak pada bidang produksi songkok lukis anak-anak dan songkok dewasa. UMKM “Songkok Unyil” sudah ada sejak tahun 1990, UMKM tersebut sudah dikelola oleh dua generasi. Pada tahun 2020 pandemi Virus *Covid-19* telah

mengakibatkan penurunan penjualan UMKM dikarenakan terbatasnya kegiatan operasional yang dilakukan oleh pemilik UMKM “Songkok Unyil”. UMKM tersebut mengalami penurunan penjualan hingga 70% di pasar modern maupun pasar tradisional, Wawancara (Irwan, 2021). Hal tersebut mengakibatkan pengurangan jumlah produksi songkok guna untuk meminimalisir risiko yang terjadi agar tidak lebih banyak. Menurut data yang diperoleh oleh peneliti saat melakukan survei ke lokasi UMKM “Songkok Unyil” yaitu sebagai berikut pada saat sebelum pandemic Virus Covid-19 pada bulan Januari 2019-Desember 2019, dan pada saat Pandemic Virus Covid-19 pada Bulan Januari 2020-Desember 2020-Saat ini :



Grafik 1. 1 Grafik Dampak Pandemic Virus Covid-19 Pada UMKM Songkok Unyil

Sumber : Irwan, 2021

Dari grafik tersebut dapat dijelaskan bahwa sebelum terjadinya pandemic Virus Covid-19 melanda Indonesia kondisi pada UMKM “Songkok Unyil” mengalami peningkatan yang signifikan, sedangkan pada saat pandemi UMKM Songkok Unyil mengalami penurunan dari beberapa faktor. Mulai dari penjualan, Produksi, dan SDM (Karyawan). Hal tersebut diakibatkan oleh ketatnya peraturan pemerintah terhadap pandemic virus covid-19 yaitu PSBB dan PPKM. Pada faktor penjualan sebelum dan saat pandemic virus covid-19 mengalami penurunan sebesar 80%. Pada faktor produksi sebelum dan pandemic virus covid-19

mengalami penurunan sebesar 75%. Pada faktor SDM (Karyawan) sebelum dan pandemic virus covid-19 mengalami penurunan sebesar 50%.

Setelah beberapa waktu yang cukup lama, pemerintah akhirnya menetapkan prinsip tatanan “New Normal”. Tatanan new normal merupakan hak yang diberikan kepada daerah untuk menyelenggarakan kembali segala aktivitas yang ada di daerahnya masing-masing dengan tetap memperhatikan kewaspadaan yaitu dengan mematuhi protokol kesehatan terhadap potensi penyebaran Virus Covid-19. Berbagai aktivitas yang dalam masa penanggulangan pandemic Virus Covid-19 yang sempat diberhentikan beberapa saat, dalam masa tatanan normal baru atau new normal mencoba untuk dibuka kembali. Tujuannya selain untuk mengurangi dampak kerugian selama penerapan kebijakan penanggulangan Virus Covid-19, juga sebagai usaha untuk mempercepat proses pemulihan kondisi sosial, ekonomi dan kemasyarakatan agar dapat kembali berjalan seperti semua, (Dian, 2020:2). Prinsip yang baru ini tentunya membuat pelaku bisnis UMKM menyiapkan strategi baru untuk keberlangsungan bisnis yang dijalani di masa kedepannya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada pengusaha terhadap pengembangan usaha yang baik. Perencanaan strategi merupakan proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi. Perencanaan strategi perlu dilakukan dalam proses pengembangan bisnis tujuannya adalah agar suatu perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga perusahaan tersebut dapat mengantisipasi perubahan eksternal dan internalnya. (Rangkuty, 2008:3)

Dalam ajaran agama Islam tidak ada larangan jika setiap umat Islam mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya, namun keinginan atau strategi tersebut harus sesuai dengan syariat Islam , sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surah An-Najm ayat 24-25:

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى فِاللَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَى

Am lil-insāni mā tamannā Fa lillāhil-ākhiratu wal-ūlā

Artinya : “Atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang di cita- citakannya?” (Tidak!) Maka milik Allah SWT lah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia” (Q.S. An-Najm 24-25).

Islam juga menganjurkan umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktifitas sosial dan ekonomi. Bekerja dalam pandangan Islam merupakan suatu kewajiban

agama, sehingga perlu di perhatikan cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil. Sebagaimana dijelaskan pada Al-Qur'an Surah Al-Jumu'ah ayat 10 :

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

fa iżā quḍiyatiṣ-ṣalātu fantasyirū fil-arḍi wabtagu min faḍlillāhi ważkurullāha kaṣīral la'allakum tufliḥun

Artinya : “Apabila shalat telah di laksanakan, maka bertebarlah kamu di muka bumi carilah karunia Allah SWT dan ingatlah Allah SWT banyak-banyak agar kamu beruntung.”

Dari kedua ayat tersebut jika di hubungkan dengan strategi pengembangan, maka kegiatan strategi pengembangan adalah suatu perilaku yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pengembangan seperti yang di harapkan untuk mencapai keberhasilan bahwa apapun yang sudah kita rencanakan berhasil atau tidaknya pada ketentuan Allah SWT. Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk maka semakin puas dan ini berarti startegi yang di jalankan cukup berhasil (Kasmir, 2011). Sehingga dengan keberhasilan strategi yang dicapai maka memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan usaha dalam proses strategi pengembangan bisnis. Sebagai umat Islam tentunya aktifitas apapun yang akan kita lakukan hendaknya sesuai dengan nilai-nilai Islam yang telah ditentukan. Termasuk dalam penetapan strategi pengembangan bisnis Islam dalam usaha yang sedang dijalankan seperti yang dijelaskan (V.Rivai, 2010:109-112) bahwa strategi pengembangan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam yaitu bisnis yang terbebas dari unsur MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*). Dan menurut (Ma'ruf, 2011:39) strategi pengembangan bisnis islam yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW.

Dalam proses pengembangan strategi penerapan analisis SWOT merupakan salah satu alternatif untuk keberhasilan strategi perusahaan di masa yang akan datang. (Rangkuty, 2008:18-20) menjelaskan analisis SWOT adalah sebuah cara identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi bagi sebuah perusahaan. Dalam sebuah perencanaan strategi tentunya harus menentukan *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (acaman) dalam kondisi yang dialami perusahaan saat ini. Dalam Islam sudah dijelaskan pada Al-Qur'an surah Al-Hasyr Ayat 18 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلَسْنُظِرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمْتُمْ لِإِعَادٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*yā ayyuhallāzīna āmanuttaqullāha waltanzur nafsum mā qaddamat ligad,
wattaqullāh, innallāha khabīrum bimā ta'malun*

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah SWT dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah SWT, Sesungguhnya Allah SWT Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Kajian ceramah yang dijelaskan oleh Abdul Halim dalam jurnal (Silvia, 2019:96) menjelaskan bahwa ayat tersebut jika dikaitkan dengan analisis SWOT dalam strategi pengembangan bisnis maka ayat tersebut adalah pernyataan dari Allah SWT yang mengharuskan kita sebagai manusia berfikir dan bermuhasabah atau mengevaluasi terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam kegiatan berbisnis. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu yaitu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen. Jika diuraikan analisis SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibahas adalah mengenai kekuatan kita sebagai umat Islam adalah keimanan. Keimanan merupakan modal terbesar untuk kita melakukan hal apapun di dunia. Selain keimanan kekuatan kita sebagai manusia yaitu kesehatan, berpikir dan sebagainya. Hal ini dapat di praktikan dalam aktivitas bisnis yaitu jika iman kita kuat maka kita percaya kepada Allah SWT saat apapun ujian yang kita hadapi dalam bernisnis terutama pada masa pandemi virus *Covid-19* seperti saat ini pasti akan ada jalan jika kita terus berusaha. Sementara untuk kelemahan kita sebagai manusia belum cukup mempunyai ilmu karena kita diharuskan untuk terus belajar dari setiap kondisi apapun. Sementara yang bisa dikategorikan tantangan atau ancaman yang berada di sekeliling kita, antara lain masalah pola kehidupan ini yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistik yang sangat mementingkan kesenangan dunia. Tapi seseorang mempunyai peluang untuk melakukan berbagai hal kondusif yang bisa meningkatkan pengetahuan kita yaitu dengan banyaknya membaca buku dan internet. Hal tersebut berguna dalam mengevaluasi apa yang menjadi kekurangan dan ancaman terhadap kegiatan yang kita lakukan.

Dari uraian latar belakang diatas maka penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah untuk mendapatkan strategi alternatif dalam pengembangan bisnis, strategi yang akan dikembangkan oleh peneliti adalah strategi bisnis dalam hal ini strategi bisnis yang akan ditelaah lebih lanjut oleh peneliti adalah pengembangan pada strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi yang

berhubungan dengan keuangan. Peneliti melakukan proses penelitian dengan cara pengumpulan data yang berasal strategi bisnis dan data tersebut dianalisis oleh peneliti apakah strategi bisnis yang diterapkan oleh UMKM Songkok Unyil telah sesuai dengan perspektif islam untuk dapat dianalisis pada tahap selanjutnya yaitu analisis unsur-unsur yang sesuai dalam melakukan strategi pengembangan bsnis islam yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta terbebas dari unsur MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*). Tahap selanjutnya adalah memilah data tersebut menjadi dua faktor yaitu, faktor internal dan faktor eksternal pada UMKM “Songkok Unyil” setelah itu, menganalisis menggunakan matriks internal dan eksternal dalam analisis SWOT, setelah menemukan hasil dari matriks internal dan eksternal maka peneliti akan membuat diagram SWOT untuk melihat posisi perusahaan. Tahap terakhir yaitu tahap pengambilan keputusan untuk perumusan strategi guna pengembangan dan mempertahankan bisnis pada UMKM “Songkok Unyil”. Penelitian ini perlu dilakukan karena dalam situasi pandemi Virus Covid-19 saat ini pemilik UMKM “Songkok Unyil” memiliki dampak yang sangat signifikan dari beberapa faktor yaitu penjualan, produksi, SDM (Karyawan). Sehingga perlu adanya strategi yang dilakukan untuk pengembangan dan mempertahankan bisnis UMKM “Songkok Unyil” di masa pandemi Virus Covid-19 seperti saat ini.

Adapun penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh :

1. Nur Hidayati dan Lina Saptaria (2020) dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Hotel Muslim Kediri.” Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi pengembangan Hotel Muslim Kediri agar mampu bersaing dengan hotel yang lainnya. Dalam melakukan strategi pengembangan peneliti menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menemukan strategi alternatif dalam persaingan hotel tersebut agar bisa tetap bertahan. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pembeda dari penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah terletak pada strategi yang akan dikembangkan pada penelitian ini berfokus hanya pada strategi bersaing dalam pemasaran syariah sedangkan penelitian yang akan saya lakukan adalah berfokus pada strategi bisnis yang terdiri dari Strategi produk/operasional, strategi pemasaran, strategi distribusi, strategi organisasi, strategi yang berhubungan dengan keuangan. Dan saat pengembangan strategi saya menggunakan strategi pengembangan bisnis Islam memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta yang terbebas dari unsur MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*).

2. Istiqomah dan Irsad Andriyanto (2017), dengan judul “Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus).” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan pengembangan bisnis di Sentra Jenang di Wisata Kaliputu Kudus Desa. Responden penelitian ini adalah pengusaha yang berada di Desa Sentra Jenang Wisata Kaliputu Kudus. Data penelitian diperoleh dengan observasi dan wawancara dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan SWOT matriks strategi untuk menganalisis strategi yang ditentukan oleh responden. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu terletak pada pelaksanaan Analisis SWOT dalam penelitian ini tidak dijelaskan matriks IFAS dan EFAS dan juga tidak dijelaskan diagram SWOT untuk mengetahui posisi perusahaan dan langkah strategi apa yang akan diambil. Serta tidak ada nilai-nilai Islam dalam melakukan pengembangan usaha.
3. Lia Vebrina Siregar, dkk (2019) dengan judul Analisis Prospek Dan Strategi Pengembangan Usaha Jasa Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya prospek perusahaan jasa laundry berbasis syari’ah yang ada di kota Medan, dan apa strategi yang seharusnya dilakukan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk memperoleh strategi apa yang seharusnya dilakukan dan melihat prospek laundry syariah di masa yang akan datang. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah terletak pada strategi pengembangan bisnis Islam yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta yang terbebas dari MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*).
4. Nurul Khamidah (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali “Mustika” Di Kabupaten Batang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha sprei lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang. Penelitian ini meneliti dan menelaah strategi yang telah diterapkan oleh pemilik usaha dan menganalisis menggunakan analisis SWOT dalam perspektif Islam. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yang menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan kepada usaha sprei lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara (*interview*), observasi. Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian yang akan

saya lakukan adalah terletak pada perumusan strategi yang akan saya lakukan melalui analisis SWOT, saat pengambilan keputusan dalam perumusan strategi peneliti tetap memperhatikan strategi pengembangan bisnis Islam yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta yang terbebas dari MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*).

5. Silvia dan Sutantri (2019) dengan judul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam menghadapi daya saing. Penelitian ini menggunakan Pendekatan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan metode observasi, wawancara serta dokumentasi dan Tahap akhir mengadakan keabsahan data dengan menggunakan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan, pengamatan dan triangulasi. Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian yang akan saya lakukan adalah terletak pada strategi pengembangan bisnis Islam yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta yang terbebas dari MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka, peneliti merumuskan beberapa permasalahan antara lain :

1. Bagaimana analisis strategi pengembangan bisnis pada UMKM “Songkok Unyil” menurut prespektif Islam ?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis pada UMKM “Songkok Unyil” dengan menggunakan penerapan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan adanya sebuah rumusan masalah maka mempunyai tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

1. Menganalisis strategi pengembangan bisnis pada UMKM Songkok Unyil dengan tetap memperhatikan nilai-nilai Islam mengenai strategi pengembangan bisnis Islam yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji, dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta yang terbebas dari yang terbebas dari unsur MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*).

2. Memberikan strategi alternatif kepada pemilik UMKM untuk mempertahankan serta mengembangkan bisnis di masa pandemic Virus *Covid-19*, melalui analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti :

Sebagai wawasan untuk menambah pengetahuan tentang penerapan Analisis SWOT terhadap strategi pengembangan bisnis pada UMKM. Serta, mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai nilai-nilai Islam terhadap strategi pengembangan bisnis.

2. Bagi Akademik :

Memberikan kontribusi di bidang Ekonomi Islam yang diharapkan dapat menambah wawasan mengenai manfaat dari penerapan Analisis SWOT terhadap strategi pengembangan bisnis UMKM di masa Pandemic *Covid-19* sesuai dengan nilai-nilai Islam.

3. Bagi UMKM :

Dapat menemukan strategi alternatif melalui penerapan Analisis SWOT untuk keberlangsungan UMKM di masa yang akan datang dan pada masa pandemi Virus *Covid-19*. Dengan tetap memperhatikan nilai-nilai Islam terhadap strategi pengembangan bisnis yang dilakukan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan peneliti dengan tujuan untuk menghindari adanya suatu pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan serta tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Dalam penelitian ini peneliti akan membahas strategi bisnis yang akan dianalisis dan dikembangkan pada keadaan dimasa pandemic Virus *Covid-19* pada UMKM “Songkok Unyil”. Strategi bisnis tersebut diantaranya adalah strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.
- Dalam analisis pengembangan strategi, peneliti akan tetap memperhatikan nilai-nilai Islam dalam strategi pengembangan bisnis pada UMKM tersebut. Strategi pengembangan bisnis Islam tersebut yaitu memiliki niat yang baik, menepati janji,

dan meneladani 4 sifat Nabi Muhammad SAW, serta yang terbebas dari unsur MAGHRIB (*Maysir, Gharar, Haram, Riba, Ihtikar, Bathil*).

- Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan analisis SWOT sebagai proses perumusan strategi yang terdiri dari tahapan pertama yaitu penentuan faktor internal dan eksternal, matriks faktor internal dan eksternal, diagram analisis SWOT untuk melihat posisi perusahaan dan strategi apa yang bisa dilakukan. Pada tahap terakhir proses analisis SWOT peneliti menggambarkan matriks SWOT untuk mendapatkan strategi alternatif guna keberlangsungan UMKM “Songkok Unyil” pada masa pandemic Virus *Covid-19* dan keberlangsungan bisnis di masa yang akan datang.

