

**Pengembangan Usaha Mikro Dalam Kerangka Prinsip Ekonomi Islam Di Kota Samalanga: Studi Kualitatif Fenomenologi**

**Amrullah**

STIS Ummul Ayman Pidie Jaya

Email: [roelbiruny@gmail.com](mailto:roelbiruny@gmail.com)

**ABSTRACT**

Engaging in buying and selling activities must be based on Islamic principles that emphasize justice for all parties, without anyone feeling oppressed, whether it be Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) or buyers. In Samalanga City, MSMEs are expected to manage and develop their businesses professionally in accordance with the principles of Islamic economics, in order to avoid a sales system that follows capitalist principles. This research is qualitative phenomenological and descriptive in nature. The results of the study show that the development of small businesses, especially street vendors in Samalanga City, has adhered to the principles of Islam in all aspects of trade, from processing products to marketing processes. Street vendors have also implemented various business development strategies that align with Islamic teachings. One of the most prominent strategies employed by street vendors is product diversification to make it more attractive. They also tidy up their sales locations and provide the best service to customers by following the principles of greetings and interactions (*salam* and *sapa*), as well as offering affordable prices for all segments of society. In developing their micro-businesses, street vendors in Samalanga City have followed strategies that align with Islamic teachings.

**Key Words:** *Islamic Principles, Street Vendors, UMKM*

**ABSTRAK**

Menjalankan kegiatan jual beli harus berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan bagi semua pihak tanpa ada yang merasa dianiaya, baik dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun pembeli. Di Kota Samalanga, pelaku UMKM diharapkan mampu mengelola dan mengembangkan usaha mereka secara profesional sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sehingga dapat menghindari sistem penjualan yang mengikuti prinsip kapitalisme. Penelitian ini bersifat kualitatif fenomenologis dan bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha kecil, terutama pedagang kaki lima di Kota Samalanga, telah mematuhi prinsip-prinsip agama Islam dalam semua aspek perdagangan, mulai dari pengolahan produk yang akan dijual hingga proses pemasaran. Para pedagang kaki lima juga telah menerapkan berbagai strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Salah satu strategi yang paling mencolok yang diterapkan oleh pedagang kaki lima adalah diversifikasi produk untuk menjadikannya lebih menarik. Mereka juga merapikan tempat penjualan dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan menjalankan prinsip *salam* dan *sapa*, serta menawarkan harga yang terjangkau untuk semua lapisan masyarakat. Dalam mengembangkan usaha mikro mereka,

pedagang kaki lima di Kota Samalanga telah mengikuti strategi-strategi yang selaras dengan ajaran Islam.

**Kata Kunci:** Prinsip-prinsip Islam, Pedagang Kaki Lima, UMKM

## PENDAHULUAN

Salah satu jenis usaha yang tengah berkembang di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang melibatkan berbagai jenis kegiatan bisnis dalam sejumlah sektor usaha tertentu. UMKM dikenal sebagai upaya yang efektif dalam mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan, yang merupakan masalah yang harus diatasi menurut prinsip-prinsip Islam. Selain itu, UMKM juga merupakan sektor ekonomi yang diadopsi oleh banyak anggota masyarakat dan telah terbukti memiliki ketahanan dalam menghadapi situasi krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia.<sup>1</sup>

Aceh, yang dikenal sebagai "Serambi Mekkah," memiliki peraturan yang ketat dalam mengawasi berbagai aktivitas masyarakat, termasuk aktivitas ekonomi. Di Aceh, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang sangat penting dalam mengurangi tingkat pengangguran, karena UMKM mampu menciptakan peluang kerja yang signifikan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan para pelaku usaha.

Dalam konteks ekonomi Islam, pengembangan UMKM tidak hanya melibatkan keterampilan, tetapi juga melibatkan penerapan prinsip-prinsip terbaik dalam membangun dan mengembangkan usaha, serta memastikan bahwa aktivitas ekonomi para pelaku UMKM sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah. Oleh karena itu, pengembangan UMKM harus menjadi fokus untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera.

Namun, penting untuk mempertimbangkan apakah cara dan jenis usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam memenuhi kebutuhan hidup. Ini merupakan perhatian yang harus dijaga oleh para pengusaha. Dalam menjalankan UMKM, ada batasan-batasan yang harus diperhatikan dalam pemilihan produk atau barang yang akan diproduksi oleh pelaku usaha, sebagaimana firman Allah Q.S An-Nahl:115:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُلْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلِلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ اللَّهَ عَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: "Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (hewan) yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barang siapa terpaksa (memakannya) bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka sungguh Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang".(QS. Q.S An-Nahl [16] :115).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Syarif, T, *Kajian Efektifitas Mode Promosi Pemasaran Produk UMKM*, (Jakarta: Grafindo, 2008), h. 35.

<sup>2</sup>Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, (Surabaya: Mahkota, 1990), h. 465.

Sistem ekonomi syariah adalah suatu cara dan pelaksanaan kegiatan bisnis yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Perkembangan ekonomi syariah yang semakin pesat mencerminkan keinginan umat Islam untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Persaingan yang semakin ketat antara pelaku usaha seringkali menghasilkan persaingan yang tidak sehat, dengan tujuan memperoleh keuntungan besar dalam pengembangan bisnis mereka. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang tidak mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh Allah SWT.

Pengembangan bisnis yang umumnya dilakukan oleh para pengusaha dimulai dalam suatu lingkungan yang disebut pasar. Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu dan berinteraksi dalam melakukan transaksi jual-beli barang dan jasa. Dalam ilmu ekonomi, pasar memiliki pengertian sebagai tempat atau proses di mana permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) untuk suatu barang atau jasa tertentu berinteraksi, yang pada akhirnya menentukan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.<sup>3</sup>

Dalam konteks ekonomi Islam, pelaksanaan aktivitas jual beli harus tunduk pada prinsip-prinsip Islam yang mementingkan keadilan bersama, dengan tidak ada pihak yang merasa dirugikan, baik dari kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun pembeli. Dalam upaya mengembangkan bisnis, pelaku UMKM di Kota Samalanga diharapkan memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan UMKM mereka secara profesional sesuai dengan peraturan ekonomi Islam, sehingga mereka dapat menghindari praktik penjualan yang berbasis kapitalisme.

Selain itu, UMKM merupakan jenis usaha yang relatif mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, baik yang memiliki tingkat ekonomi tinggi maupun rendah. Hal ini memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Salah satu bentuk UMKM yang sering dijalankan oleh masyarakat adalah kegiatan penghidupan (*livelihood activities*), yang merupakan usaha kecil hingga menengah yang digunakan untuk mencari penghidupan, seperti pedagang kaki lima di Kota Samalanga.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif fenomenologis. Hal ini disebabkan oleh sejumlah ciri khas yang melekat pada jenis penelitian ini. Ciri-ciri tersebut meliputi konteks sosial sebagai latar belakang, peran peneliti sebagai instrumen utama, pengumpulan data berfokus pada deskripsi, penekanan pada proses penelitian, analisis data yang bersifat deduktif, dan penekanan pada makna masing-masing peristiwa sebagai aspek yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Penelitian ini dapat dianggap fenomenologis karena sesuai dengan tujuannya, yaitu untuk menggambarkan realitas sosial. Ini dilakukan dengan mengungkapkan peristiwa-peristiwa yang terjadi di lapangan dan mengidentifikasi nilai-nilai yang tersembunyi di baliknya. Penelitian ini juga sangat sensitif terhadap informasi yang bersifat deskriptif dan berusaha mempertahankan keseluruhan gambaran mengenai objek penelitian. Berdasarkan pertimbangan ini, penulis bertujuan untuk mengungkapkan strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari perspektif pedagang kaki lima.

---

<sup>3</sup>Suprayitno, E, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Perss 2008), h. 205

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Strategi

#### a. Strategi

Strategi merujuk pada perencanaan yang dilakukan secara sistematis dan terstruktur untuk mengidentifikasi kebutuhan organisasi, cara untuk memenuhinya, serta bagaimana membuatnya menarik dan memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>4</sup>

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, strategi dapat diartikan sebagai rencana yang tersusun secara sistematis tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan.<sup>5</sup> Sofjan yang disebut dalam kutipan oleh Ronal Watrianthos, dkk, menjelaskan bahwa strategi adalah keputusan yang telah diputuskan dan digunakan untuk menghadapi pesaing dalam suatu organisasi, dengan tujuan mencapai sasaran yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.<sup>6</sup>

#### b. Dimensi-Dimensi Strategi

Analisis mengenai strategi-strategi militer-diplomatik dan analogi-analogi serupa dalam berbagai bidang memberikan pemahaman yang penting mengenai unsur-unsur esensial, karakteristik, dan perancangan strategi formal.

Pertama-tama, strategi formal yang efektif memiliki tiga elemen pokok:

1. Tujuan-tujuan atau sasaran-sasaran utama yang perlu dicapai.
2. Kebijakan-kebijakan utama yang mengarahkan atau membatasi tindakan-tindakan strategis.
3. Langkah-langkah tindakan utama atau program-program yang akan menjalankan rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam kerangka batasan yang telah ditetapkan.

Kedua, strategi-strategi yang efektif berkembang berdasarkan sejumlah konsep inti dan dorongan yang memberi mereka kesatuan, keseimbangan, dan fokus.

Ketiga, strategi tidak hanya terkait dengan hal-hal yang tidak dapat diprediksi (yang tidak bisa diperkirakan), tetapi juga dengan hal-hal yang tidak diketahui (yang tidak dapat diidentifikasi sebelumnya).

Keempat, organisasi yang kompleks harus memiliki serangkaian strategi yang saling terkait dan berjarakan secara hierarkis, yang mendukung satu sama lain.<sup>7</sup>

### 2. Pengembangan

#### a. Pengembangan

engembangan adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan tuntutan pekerjaan atau jabatan mereka melalui proses pendidikan dan pelatihan. Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan keahlian

---

<sup>4</sup>Robbins dan Coulter, *Pengertian Strategi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 179.

<sup>5</sup>Tim Redaksi KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.1092.

<sup>6</sup>Ronal Watrianthos, dkk. *Kewirausahaan dan Strategi Bisni*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 125.

<sup>7</sup>Winarji, J. *Entrepreneur & Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 112.

teoritis, pemahaman konseptual, dan moralitas karyawan, sementara pelatihan dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas mereka.<sup>8</sup>

### **b. Ide Pengembangan Usaha Perorangan**

Dalam memulai usaha dan mencapai kesuksesan, penting untuk merumuskan ide-ide yang akan memudahkan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Ide memiliki peran krusial dalam menjalankan bisnis dengan baik dan bersaing dengan pengusaha lainnya, terutama ide yang bersifat kreatif dan inovatif yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Ide pengembangan usaha biasanya bersumber dari:

- 1) Lingkungan: Lingkungan sekitar sering menjadi sumber ide, contohnya jika seseorang berasal dari keluarga pengusaha, mereka mungkin ingin melanjutkan atau mengembangkan bisnis keluarga. Atau, seseorang mungkin mendapat ide untuk memperluas atau mengubah bisnis keluarga menjadi lebih besar. Beberapa orang juga mungkin menemukan ide bisnis karena tekanan dari lingkungannya atau karena kebutuhan ekonomi yang memaksa mereka mencari peluang usaha.
- 2) Minat: Minat atau hobi dapat menjadi sumber ide bisnis. Ketika seseorang menikmati suatu aktivitas yang mereka senangi, mereka mungkin memiliki ide untuk menjadikannya bisnis, terutama jika teman-teman atau orang lain juga menyukai hasil karyanya. Sebagai contoh, seseorang yang suka membuat kue atau roti bisa memulai usaha kuliner.
- 3) Pendidikan: Latar belakang pendidikan seseorang juga bisa mempengaruhi ide bisnis. Misalnya, seseorang dengan latar belakang pendidikan sebagai desainer interior mungkin akan memulai usaha desain interior berdasarkan apa yang telah dipelajarinya. Begitu juga dengan latar belakang pendidikan lainnya, seperti seorang mahasiswa hukum yang ingin membuka konsultan hukum.
- 4) Kesempatan (Opportunity): Ide bisnis bisa muncul ketika ada permintaan atau kebutuhan di lingkungan sekitar. Misalnya, jika ada permintaan besar untuk produk tertentu di lingkungan perumahan, ide untuk membuka toko kecil di wilayah perumahan bisa muncul.
- 5) Jaringan (Network): Ide bisnis juga dapat muncul melalui penawaran atau ajakan dari teman-teman atau jaringan sosial seseorang. Semakin luas jaringan sosial seseorang, semakin banyak juga kesempatan untuk mendapatkan ajakan atau tawaran bisnis. Dalam beberapa kasus, jaringan sosial juga dapat menjadi dasar bagi bisnis multi level marketing.

Penting untuk diingat bahwa ide bisnis yang baik bisa datang dari berbagai sumber, dan kreativitas serta kepekaan terhadap peluang adalah faktor penting dalam mengembangkan ide menjadi bisnis yang sukses.<sup>9</sup>

### **c. Mengembangkan Keunggulan Kompetitif**

- 1) Untuk mencapai kesuksesan dalam memulai usaha, kita perlu menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk atau jasa yang sudah ada saat ini. Keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui:

---

<sup>8</sup>Hasibuan, M. S, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 69.

<sup>9</sup>Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 18

- 2) Produksi yang Efisien: Menghasilkan produk dengan efisiensi yang tinggi, yakni produk yang memiliki kualitas setara namun dengan biaya produksi yang lebih rendah. Hal ini memungkinkan kita untuk menjual produk dengan harga lebih kompetitif, yang akan menarik minat konsumen.
- 3) Kualitas Tinggi: Menghasilkan produk dengan kualitas yang sangat baik tanpa harus menambahkan biaya yang signifikan atau dengan biaya yang sama. Ini akan memungkinkan kita untuk menawarkan produk dengan harga yang sama sambil memberikan kualitas yang lebih unggul.
- 4) Inovasi dan Kreativitas: Menghasilkan produk yang inovatif dan kreatif yang belum ada di pasar, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi.<sup>10</sup>

### 3. UMKM

Di Indonesia sebelum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 diberlakukan, berbagai instansi telah merumuskan definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbeda-beda. Beberapa instansi yang terlibat dalam proses ini antara lain Bank Indonesia, Biro Pusat Statistik, Kementerian Koperasi dan UKM, serta berbagai lembaga lainnya. Setiap instansi cenderung merumuskan definisi berdasarkan kepentingannya sendiri, dan umumnya menggunakan kriteria kuantitatif yang terkait dengan omzet dan kepemilikan aset sebagai penentu.

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, usaha kecil didefinisikan sebagai berikut.<sup>11</sup>

Sebelum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 diberlakukan, definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- a. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh warga Negara Indonesia dan bisa berbentuk badan usaha perorangan, badan usaha tanpa badan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
- b. Usaha yang merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, tidak termasuk dalam kategori usaha kecil.
- c. UMKM memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp 200 juta, tanpa memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan maksimal Rp 100 juta per tahun.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, definisi UMKM berubah menjadi:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

---

<sup>10</sup> Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis...*, h. 20.

<sup>11</sup> Azrul Tanjung, *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2017), h. 89.

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai ketentuan yang diatur dalam UU.

UMKM memiliki posisi yang kuat, karena selain mampu menciptakan lapangan kerja yang signifikan, mereka juga memiliki fleksibilitas yang memungkinkan mereka bertahan dalam situasi yang tidak menguntungkan, seperti krisis global seperti saat ini. UMKM umumnya mengadopsi strategi yang fokus pada produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing langsung dengan produk dari usaha besar. Mendirikan UMKM tidak memerlukan modal besar, dan tenaga kerja tidak harus memenuhi standar pendidikan tertentu yang biasanya diperlukan di perusahaan besar. Pemerintah juga telah mempermudah proses perizinan UMKM. Dengan kondisi ini, UMKM diharapkan tumbuh dan berkembang, dengan pelaku usaha memiliki fleksibilitas untuk memulai bisnis, seperti di rumah, menyewa kios, kontrak ruko, berjualan di pasar, atau menggunakan gerobak dorong.<sup>12</sup>

### a. Dasar Hukum UMKM

Secara umum, kegiatan yang terkait dengan sektor ekonomi berada di bawah yurisdiksi atau lingkup hukum Kitab Undang-Undang Perdata (KUHPPer). Namun, secara spesifik, regulasi ekonomi juga diatur dalam hukum kontrak dan mendapatkan dukungan dari peraturan perundang-undangan lainnya. Pada awalnya, segala bentuk kegiatan dan proses ekonomi berada dalam lingkup hukum perdata, yang berarti bahwa penyelesaian konflik atau perselisihan antara pelaku ekonomi atau bisnis akan merujuk pada KUHPPer.

Namun, seiring dengan pertumbuhan pesat kegiatan ekonomi, KUHPPer tidak dapat lagi mencakup semua aspeknya. Oleh karena itu, undang-undang pendukung diperlukan. Meskipun ada berbagai produk hukum yang mengatur kegiatan perekonomian, hal ini dapat menyebabkan kebingungan. Dalam pelaksanaan peraturan perundang-undangan, prinsip "lex specialist derogat lex generalis" diterapkan. Prinsip ini berarti bahwa hukum yang bersifat khusus akan menggantikan atau mengesampingkan hukum yang bersifat umum. Prinsip ini juga diterapkan dalam hukum-hukum yang berkaitan dengan kegiatan perekonomian.

Dalam hal kegiatan usaha, regulasi yang mengatur kegiatan ekonomi menjadi landasan hukumnya. Namun, dalam praktiknya, izin usaha adalah instrumen hukum yang memiliki peraturan tersendiri. Sebagai contoh, untuk meningkatkan pendapatan daerah, peraturan daerah dapat mengharuskan pengusaha untuk memperoleh izin usaha. Oleh karena itu, dasar hukum yang mengatur keberadaan dan persyaratan izin usaha menjadi yurisdiksi dari peraturan daerah. Ini berarti bahwa kompetensi dan kewenangan dalam hal ini ada pada pemerintah daerah atau kota. Penerbitan izin usaha telah diterapkan di seluruh wilayah Indonesia sebagai peraturan yang wajib bagi pengusaha.<sup>13</sup>

### b. Struktur Organisasi UMKM

Ketika usaha masih dalam skala kecil, biasanya pemiliknya mengelolanya sendiri dengan bantuan anggota keluarga. Mereka menangani semua aspek, termasuk administrasi dan pembukuan. Namun, ketika usaha tumbuh, pemilik perlu merasa terlalu sibuk dengan tugas-tugas tersebut dan memutuskan untuk mengambil beberapa tenaga kerja untuk

---

<sup>12</sup>Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM*, (Jakarta: RaihAsa. 2009), h. 6.

<sup>13</sup> Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, *Cara Mudah Mendirikan ...*, h. 7.

membantu menjalankan usaha dengan lebih efisien. Penting bahwa semua orang yang terlibat dalam usaha ini memahami peran, tanggung jawab, dan wewenang mereka. Dalam konteks UMKM, semua anggota tim harus memiliki tujuan yang sama. Oleh karena itu, penting untuk menetapkan tujuan perusahaan sebelum menunjuk orang-orang untuk mengemban tanggung jawab tertentu. Mereka yang memiliki tanggung jawab tersebut akan memiliki wewenang untuk mengambil keputusan, mengorganisir tugas, dan mengawasi jalannya usaha.

Selanjutnya, pekerjaan dapat dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil dengan tugas-tugas yang jelas. Pembagian ini dapat berdasarkan wilayah, jenis produk, fungsi, atau waktu, seperti pemasaran, produksi, keuangan, administrasi, dan sebagainya. Setiap kelompok ini harus memiliki deskripsi tugas yang jelas, yang menunjukkan kepada siapa mereka bertanggung jawab dan kepada siapa mereka harus melaporkan. Hubungan antar kelompok ini akan berjalan dengan baik jika ada koordinasi pekerjaan yang efektif. Pembagian kelompok sebaiknya disederhanakan dengan mempertimbangkan efektivitas dan efisiensi. Jika diperlukan, tenaga kerja dapat ditambah, tetapi hal ini juga harus memperhitungkan biaya tambahan untuk membayar gaji karyawan baru.

UMKM umumnya menggunakan sistem organisasi yang sederhana untuk memastikan kendali yang efisien. Misalnya, setiap bawahan memiliki satu atasan yang memberikan perintah dan menerima laporan. Atau, kelompok kecil yang terdiri dari 2-3 orang dipimpin oleh seorang atasan. Dengan kemampuan dan keterampilan bawahan, rentang kendali dapat diatur dengan baik untuk menjaga stabilitas organisasi perusahaan. Masalah penting lainnya adalah mengenai keuntungan. Setiap usaha tentu mengharapkan keuntungan yang maksimal, tetapi pemilik juga harus memperhatikan gaji karyawan yang sesuai dengan kontribusi mereka terhadap perusahaan.

#### **4. Pedagang Kaki Lima (PKL)**

Pedagang kaki lima, sering disingkat sebagai PKL, adalah pedagang yang biasanya berjualan di tempat-tempat umum menggunakan gerobak atau membuka lapak di tepi jalan atau pasar, baik dengan izin usaha dari pemerintah maupun tanpa izin. Istilah "pedagang kaki lima" merujuk kepada pedagang yang memiliki lokasi tetap atau tidak berkeliling seperti para penjual yang menggunakan gerobak dorong, mobil, atau panggulan. Meskipun istilah ini sebelumnya merujuk kepada pedagang yang berlokasi tetap, sekarang digunakan secara umum untuk merujuk kepada pedagang di berbagai tempat.<sup>14</sup>

Pedagang yang menjalankan usahanya dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan peralatan yang dapat dipindahkan dengan mudah, dirakit dan dibongkar, serta menggunakan lahan fasilitas umum sebagai tempat berjualan. Kegiatan perdagangan dapat memberikan peluang pekerjaan melalui dua cara:

- a. Secara langsung, artinya dengan cara menyerap tenaga kerja secara langsung dengan kapasitas yang sesuai.
- b. Secara tidak langsung, yaitu melalui perluasan pasar yang diciptakan oleh aktivitas perdagangan antara pihak yang berjualan dan pihak lain yang menyediakan serta memasok bahan baku.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Bungaran Antonius Simanjuntak, *Dampak Otonomi Daerah di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2013), h. 39.

<sup>15</sup>Kurniadi dan Tangkilisan, *Ketertiban Umum dan Pedagang Kaki Lima di DKI Jakarta*, (Yogyakarta: 96 | Volume 01 Nomor 02 Tahun 2022



## Pengembangan Usaha Mikro

Pedagang kaki lima memiliki beragam bentuk sarana perdagangan untuk menjual barang dagangannya. Mereka memilih sarana ini sesuai dengan preferensi mereka. Beberapa bentuk sarana perdagangan yang biasa digunakan oleh pedagang kaki lima meliputi:

- a. Kios: Tempat yang sudah diatur sedemikian rupa dengan menggunakan papan-papan untuk membentuk sebuah ruangan atau bilik di mana pedagang berjualan di dalamnya.
- b. Gerobak atau kereta dorong: Biasanya digunakan oleh pedagang makanan, minuman, atau rokok.
- c. Gelaran atau alas: Pedagang biasanya menggunakan kain atau alas tikar untuk menjajakan dagangannya.
- d. Pikulan atau keranjang: Pedagang menggunakan sarana ini untuk memudahkan membawa atau memindahkan barang dagangannya, biasanya digunakan oleh pedagang keliling.

Dampak adanya pedagang kaki lima dapat dilihat dari dua sisi, yaitu dampak positif dan dampak negatif, seperti berikut:

- a. Dampak Positif:
  - 1) Sosial ekonomi: Pedagang kaki lima dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi karena mereka mampu menyerap tenaga kerja dan memiliki efisiensi yang ekonomis. Mereka juga dapat meningkatkan interaksi sosial antara individu dan kelompok.
  - 2) Aksesibilitas: Barang-barang yang ditawarkan oleh pedagang kaki lima biasanya memiliki harga yang terjangkau dan relatif murah. Mereka tersebar di berbagai tempat, menawarkan beragam produk, dan dapat menjadi solusi bagi pembeli dengan daya beli rendah.
- b. Dampak Negatif:
  - 1) Kemacetan lalu lintas: Pedagang kaki lima sering menggunakan bahu jalan atau trotoar untuk berjualan, yang seharusnya digunakan untuk pejalan kaki. Ini dapat menyebabkan kemacetan lalu lintas dan menghambat aktivitas pengguna jalan.
  - 2) Tidak tertatanya kota: Aktivitas pedagang kaki lima yang tidak teratur dapat membuat kota terlihat semrawut, kumuh, dan tidak terorganisir dengan baik. Hal ini mengganggu fungsi ruang publik yang seharusnya.
  - 3) Untuk mengatasi dampak negatif ini, perlu adanya upaya dari pihak berwenang untuk menertibkan pedagang kaki lima dan mengembalikan fungsi ruang publik sesuai dengan peruntukannya.<sup>16</sup>

Strategi pengembangan UMKM pedagang kaki lima di Kota Samalanga telah mematuhi prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam. Dalam pengembangan usahanya, pedagang kaki lima di Kota Samalanga memproduksi barang dagangan yang halal, menjaga kebersihan lingkungan usaha, dan mematuhi prinsip-prinsip Islam seperti menghindari riba, maysir, gharar, dan tadlis dalam menjalankan usahanya. Mereka memilih berdagang kaki lima karena keterbatasan tempat usaha dan modal yang terbatas.

---

YPAPI, 2002), h. 28.

<sup>16</sup>Tadjuddin Noor Effendi, *Perkembangan Penduduk Sektor Informal, dan Kemiskinan di Kota*, (Yogyakarta: Aditya Media, 1996), h. 38.

## Pengembangan Usaha Mikro

Dalam mengembangkan usaha mereka, pedagang kaki lima menerapkan strategi berikut:

- a. Penentuan Tenaga Kerja: Pedagang kaki lima biasanya hanya membutuhkan sedikit tenaga kerja, minimal dua orang, untuk membantu menjalankan usahanya.
- b. Modal: Modal adalah faktor kunci dalam memulai usaha, dan pedagang kaki lima harus memilih dengan bijak bagaimana menginvestasikan modal mereka.
- c. Lokasi Usaha: Lokasi yang strategis dapat meningkatkan kemampuan penjualan, dan Kota Samalanga adalah tempat yang banyak dikunjungi oleh mahasiswa, sehingga usaha pedagang kaki lima tetap berjalan dengan baik.
- d. Pelayanan: Pelayanan yang baik kepada pelanggan sangat penting, dan pedagang kaki lima berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan mereka.
- e. Jenis Produk: Memilih produk yang tepat untuk dijual merupakan bagian penting dari strategi mereka, dan mereka menyediakan barang yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar.

### **PENUTUP**

Dalam menjalankan usahanya, pedagang kaki lima di Kota Samalanga menjunjung tinggi nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan takwa kepada Allah SWT. Mereka menghindari praktik-praktik yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti berbohong atau tidak transparan dalam berbisnis. Mereka juga memahami bahwa kesejahteraan dalam Islam tidak hanya terkait dengan aspek materi, tetapi juga dengan ketentraman jiwa dan keharmonisan dengan lingkungan sekitar. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, pedagang kaki lima di Kota Samalanga dapat terus mengembangkan usahanya dan meningkatkan tingkat kesejahteraan, tidak hanya dari segi materi, tetapi juga dari segi spiritual dan sosial sesuai dengan ajaran Islam.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Azrul Tanjung, *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2017.
- Bungaran Antonius Simanjuntak, *Dampak Otonomi Daerah di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2013.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan*, Surabaya: Mahkota, 1990.
- Gatut Susanta dan M. Azrin Syamsuddin, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM*, (Jakarta: RaihAsa. 2009).
- Hasibuan, M. S, *Manajemen Sumber Daya Manusia* , Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Kurniadi dan Tangkilisan, *Ketertiban Umum dan Pedagang Kaki Lima di DKI Jakarta*, Yogyakarta: YPAPI, 2002.
- Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet. Ke-24, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
- Robbins dan Coulter, *Pengertian Strategi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Ronal Watrianthos, dkk. *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*, Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Suprayitno, E, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Perss 2008.
- Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Syarif, T, *Kajian Efektifitas Mode Promosi Pemasaran Produk UMKM*, Jakarta: Grafindo, 2008.
- Tadjuddin Noor Effendi, *Perkembangan Penduduk Sektor Informal, dan Kemiskinan di Kota*, Yogyakarta: Aditya Media,1996.
- Tim Redaksi KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Winarji, J. *Enterpreneur & Enterpreneurship*, Jakarta: Kencana, 2008.