

**Orientasi dan Strategi Bertahan Persaingan Kewirausahaan Perempuan
pada UMKM*****Eka Dewintara¹, St. Aminah², Syahriyah Semaun³, Muliati⁴, Andi Bahri S.⁵***^{1,2,3,4,5}Institut Agama Islam Negeri ParepareEmail: ekadewintara43@gmail.com, staminah@iainpare.id, syahriyahsemaun@iainpare.ac.id,
mulianti@iainpare.ac.id, andibahris@iainpare.ac.id

Abstract: The orientation in this study refers to the abilities demonstrated by female entrepreneurs in achieving their goals of running a business. Survival strategies, on the other hand, pertain to an individual's ability to sustain their business operations. This research aims to describe the entrepreneurial orientation and survival strategies employed by female entrepreneurs in Parepare City. The method used is descriptive qualitative with a phenomenological approach, involving 40 informants selected through simple random sampling. The informants consist of female business owners from each subdistrict in Parepare. The study's findings indicate that female entrepreneurs engage in business due to hobbies, the desire to support family finances, and aspirations of owning a business, aligning with Max Weber's theory of religious ethics regarding future preparation. They boost sales through promotions, including endorsements from Instagram influencers to save marketing costs and expand impact. Customer service is performed promptly, and survival strategies include regular evaluations, continuous learning about the business, market targeting, planning, and offering discounts. Female entrepreneurs also practice Sharia economic principles such as honesty, fair pricing, freedom of negotiation, and maintaining product quality. The study recommends enhancing support and training in digital marketing and business management for female entrepreneurs.

Keywords: Women entrepreneurs, entrepreneurial orientation, Survival Strategy, Sharia Economic Principles

Abstrak: Orientasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan yang dilakukan oleh wirausahawan perempuan dalam pencapaian keinginan untuk menjalankan suatu usaha, sedangkan strategi bertahan dalam suatu usaha merupakan kemampuan seseorang dalam mempertahankan usaha yang dimiliki untuk tetap berjalan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan orientasi kewirausahaan dan strategi bertahan yang diterapkan oleh wirausahawan perempuan di kota Parepare. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, melibatkan 40 informan yang dipilih melalui simple random sampling. Informan terdiri dari pemilik usaha perempuan di setiap kecamatan di Parepare. Temuan penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan perempuan berwirausaha karena hobi, keinginan membantu perekonomian keluarga, dan cita-cita memiliki usaha, yang sesuai dengan teori etika agama Max Weber tentang persiapan masa depan. Mereka meningkatkan penjualan melalui promosi, termasuk menggunakan endorse dari selebgram untuk menghemat biaya pemasaran dan memperluas dampak. Pelayanan pelanggan dilakukan dengan cepat, dan strategi bertahan meliputi evaluasi rutin, pembelajaran terkait usaha, penentuan target pasar, perencanaan, serta pemberian diskon. Wirausahawan perempuan juga mempraktikkan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, harga wajar, kebebasan tawar-menawar, dan menjaga kualitas barang. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan dukungan dan pelatihan dalam pemasaran digital dan manajemen usaha bagi wirausahawan perempuan.

Kata Kunci: Wirausahawan perempuan, orientasi kewirausahaan, Strategi Bertahan, Prinsip Ekonomi Syariah

PENDAHULUAN

Posisi usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di Indonesia telah lama dikenal sebagai sektor perekonomian yang penting. Umkm dapat diandalkan dan mampu, serta memainkan peran penting dalam perekonomian nasional (Suci, 2017). Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) adalah aktivitas ekonomi yang diimplementasikan dengan meluas di tengah-tengah masyarakat Indonesia sebagai sarana mencari nafkah (Suyadi et al., 2018).

Sektor usaha terbesar dalam perekonomian Indonesia adalah UMKM, yang telah menunjukkan ketahanan dalam menghadapi berbagai guncangan akibat krisis keuangan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM tergolong dalam usaha mikro dengan jumlah 1-4 orang pekerja, usaha kecil dengan jumlah 5-19 orang pekerja dan usaha menengah dengan jumlah 20-99 orang pekerja (Nurjaya, 2022). Menurut Tambunan, UMKM di Indonesia merupakan bagian penting dalam sistem perekonomian nasional karena berperan dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan memberikan peluang usaha dan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, menghasilkan devisa negara, dan memperkuat struktur usaha nasional. Dibuktikan dengan kemampuannya dalam menyediakan lapangan kerja, menurunkan pengangguran dan kemiskinan, atau memperbesar kesenjangan antar sektor atau pelaku ekonomi, dan menjadi cara untuk memperkenalkan barang-barang produksi dalam negeri ke luar negeri (Listyaningsih & Alansori, 2020).

Perluasan kegiatan perekonomian UMKM sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi kerakyatan dengan tidak langsung diberikan peluang untuk meningkatkan pembangunan perekonomian kota (Fatmawati et al., 2022). Jumlah wirausahawan di Indonesia mencapai 3,1% berdasarkan dari jumlah penduduk. Masih lebih rendah dibanding negara-negara lain, yakni Malaysia (5%), Tiongkok (10%), Jepang (11%), Singapura (7%), dan Amerika Serikat (12%). Tetapi seiring berjalannya waktu jumlah wirausahawan di Indonesia juga meningkat menjadi 4% kedepannya diperkirakan akan meningkat secara signifikan dan untuk meningkatkan wirausahawan pemerintah terus mencari cara untuk menumbuhkan wirausaha muda baru dengan cara melalui kemendikbud memasukkan pendidikan kewirausahaan dalam sistem kurikulum di pendidikan dasar dan menengah (Purwana & Suhud, 2018). Saat ini, keberadaan UMKM tidak bisa dianggap remeh atau dilebih-lebihkan. UMKM tidak hanya membantu perekonomian Indonesia, tapi juga ASEAN. Dalam rangka membangun perekonomian kerakyatan, Presiden RI telah mengarahkan pengembangan UMKM dalam rangka peningkatan dan modernisasi koperasi. Di Indonesia, UMKM merupakan 99% dari seluruh unit usaha dan memainkan peran penting dalam kemajuan perekonomian negara. Mereka berkontribusi signifikan,

menyumbang 60,5% terhadap PDB dan menyerap 96,9% angkatan kerja (Haryo Limanseto, 2022). Hal ini menggarisbawahi pentingnya peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya di Indonesia tetapi juga secara global. UMKM merupakan katalis pertumbuhan ekonomi, yang mendukung ekspansi PDB di seluruh negara, terlepas dari status pembangunannya (Wardi et al., 2017).

Salah satu destinasi wisata populer di provinsi Sulawesi Selatan adalah kota Parepare. Berdasarkan hasil sensus, jumlah penduduk kota Parepare pada tahun 2022 berjumlah 152.922 jiwa, terdiri dari 77.101 jiwa perempuan dan 75.821 jiwa laki-laki, yang tersebar masing-masing di 4 kecamatan dan 22 kelurahan (Badan Pusat Statistik Parepare, 2023). Berdasarkan data yang peneliti peroleh, jumlah UMKM di Kota Parepare berjumlah 15.004 pada tahun 2021, dan meningkat menjadi 16.370 pada tahun 2022, sesuai dengan yang tercatat di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare (Ayu, 2023). Hal ini menunjukkan keberadaan pelaku usaha yang banyak dan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Hal ini sesuai dengan fakta lapangan di Parepare, dengan semakin menjamurnya usaha-usaha seperti kuliner dan pakaian baik online maupun offline. Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa kota Parepare, dalam perkembangannya ke depan, diproyeksikan mempunyai peluang yang besar untuk menjadi kota metropolitan dengan tetap mempertahankan nilai-nilai budayanya. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada orientasi kewirausahaan dan strategi bertahan pada wirausahawan perempuan dalam menghadapi persaingan UMKM di kota Parepare. Menurut Rafiq Ekawati M. Persaingan usaha apalagi UMKM di kota Parepare sangat berkembang dengan cepat, terkhusus yang menjalankan di bidang usaha fashion maka dari itu para owner-owner harus memiliki strategi agar usaha yang dijalankan tetap berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Dengan demikian penelitian ini difokuskan tentang orientasi dan strategi bertahan wirausahaan perempuan pada UMKM di kota Parepare. Peneliti memilih mengangkat teori Etika Agama Max Weber yakni sebagai pisau analisis. Maximilian Weber atau lebih dikenal sebagai Max Weber, seorang sosiolog dari Jerman berpendapat bahwa agama merupakan kepercayaan kepada sesuatu yang tidak terlihat atau gaib. Weber berpendapat dalam publikasinya "*The Protestant Ethic and The Spirite of Capitalism*" bahwa keinginan untuk mengumpulkan kekayaan, terlepas dari kepuasan materi belaka, dipandang sebagai penurunan prinsip etika. Yang

menggembirakan, individu menunjukkan pengendalian diri yang lebih besar dalam kerangka ini. Evolusi kapitalisme rasional sangat erat kaitannya dengan para pengusaha yang mahir dalam mengintegrasikan kekayaan ke dalam cara hidup yang hemat dan penuh harapan. (Sobur, 2016).

Etika Protestan merupakan sebuah ajaran Protestan yang mana pemeluknya diajarkan bahwasanya untuk mencapai kesuksesan dunia maka manusia hendaknya harus memiliki semangat bekerja serta harus hidup hemat. Kekuatan ekonomi mempengaruhi agama Protestan yang mana sebenarnya tidak hanya Protestan saja yang mendapatkan pengaruh dari kekuatan ekonomi. Hindu, Konfusianisme dan Taoisme juga mendapatkan pengaruh dari kekuatan ekonomi. Weber mengungkapkan bahwa hubungan antara agama-agama di dunia dengan ekonomi merupakan jalan keselamatan yang dapat dibagi menjadi dua. *Pertama* asketisme yang merupakan jenis religiusitas pertama yang menggabungkan antara orientasi dengan tindakan serta komitmen manusia yang beriman dengan meninggalkan kenikmatan dunia. Dengan tindakan dan penolakan diri. *Kedua*, mistisisme yang berisi tentang kontemplasi, emosi, serta pengucilan diri.

Asketisme dibagi menjadi dua yaitu asketisme dunia lain dan duniawi. Asketisme dunia lain meliputi serangkaian norma serta nilai yang memerintahkan para pengikutnya untuk tidak bekerja di dunia dan melawan hawa nafsunya. Sedangkan asketisme duniawi lebih menerima dunia namun secara aktif menyerukan pemeluknya untuk bekerja di dunia sehingga dapat menemukan keselamatan. Mistisisme juga dibagi menjadi dua yaitu yang menolak dunia dan duniawi. Mistisisme yang menolak dunia meliputi pelarian total dari dunia, yang mana tidak tertarik dengan kehidupan duniawi dan lebih memilih untuk menghindari dari kenikmatan dunia. Sedangkan mistisisme duniawi menjadikan upaya kontemplatif sebagai pemahaman dunia, walaupun berakhir dengan kegagalan sebab dunia terlihat berbeda dengan pemahaman manusia.

Etika Protestan yaitu spirit of capitalism, terdapat empat etika yang dimaksud, yaitu:

- a. Berkorban dan menyiapkan untuk masa depan. Berkorban yang dimaksud di sini yaitu waktu, tenaga, dan kerja.
- b. Bersikap secara rasional atau kalkulatif dalam menghadapi kehidupan.
- c. Kerja keras, Calvinisme meyakini bahwa kerja keras akan membawa

dampak baik bagi apa yang mereka usahakan untuk didapatkan.

- d. Asketik atau hidup hemat, seolah-olah sedang bertapa jadi manusia hendaknya menerapkan hidup hemat agar apa yang ia harapkan akan menjadi kenyataan.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah orientasi dan strategi bertahan persaingan kewirausahaan perempuan yang akan diselaraskan dengan teori max weber yakni etika protestan yaitu *spirit of capitalism*. Agar lebih terarah kajian ini dibagi dalam tiga sub permasalahan, yaitu 1) Bagaimana orientasi persaingan kewirausahaan pada UMKM di kota Parepare?, 2) Bagaimana strategi bertahan persaingan kewirausahaan pada UMKM di kota Parepare?, 3) Bagaimana perspektif ekonomi syariah terhadap persaingan kewirausahaan pada UMKM di kota Parepare?. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab pokok permasalahan tersebut.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan fenomena orientasi kewirausahaan dan strategi bertahan wirausaha perempuan di kota Parepare. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan fenomenologi, melibatkan 40 informan yang terdiri dari 10 orang per kecamatan di Parepare. Informan adalah pemilik usaha perempuan yang dipilih melalui metode simple random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti mengamati langsung situasi usaha mikro kecil dan menengah yang dikelola oleh perempuan di Parepare, melakukan wawancara bebas terpimpin secara langsung dengan perempuan yang memiliki usaha, serta mengumpulkan dokumen-dokumen terkait untuk memperoleh informasi tambahan yang relevan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

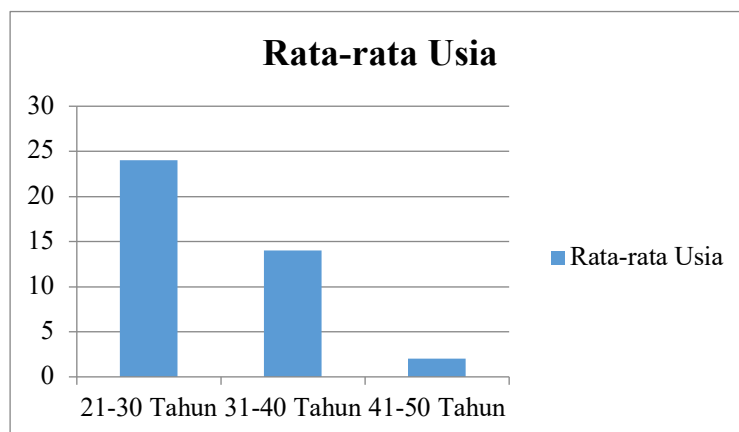
HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan fungsi penting dalam perekonomian nasional dan beroperasi secara aktif di berbagai wilayah di Indonesia. Khususnya Parepare, UMKM menunjukkan kemampuan beradaptasi dan cepat menyerap tenaga kerja tanpa memandang latar belakang pendidikan. Oleh karena itu, selain kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian nasional, UMKM juga menjadi salah satu benteng pertahanan dalam melawan pengangguran. Selain itu, UMKM memiliki jaringan pasar internasional yang luas, sehingga semakin memperkuat dampaknya (Purwanti et al., 2023).

Dengan menggunakan beragam kriteria, penulis dengan cermat memilih pengusaha perempuan dari UMKM sebagai informan untuk penelitian ini. Dorongan kewirausahaan di kalangan perempuan diyakini merupakan katalis penting bagi pertumbuhan ekonomi. Selain kontribusinya yang besar terhadap pendidikan rumah tangga, perempuan juga siap menjadi katalisator transformasi dan mendorong kemajuan ekonomi kreatif negara. Dalam hal ini, perempuan masa kini semakin banyak yang memulai usaha kewirausahaan yang tidak hanya membentuk mata pencaharian mereka tetapi juga memberikan landasan bagi kemajuan masyarakat.

Dari semua informan, ditemukan bahwa usia informan bervariasi mulai dari usia 23 sampai 48 tahun. Dan jenis usahanya pun bervariasi seperti usaha fashion, kuliner, kosmetik, hadiah/kado, penyewaan bajubodo, dan lain-lain. Berikut adalah data wirausahawan perempuan yang dijadikan informan, sebagai berikut:

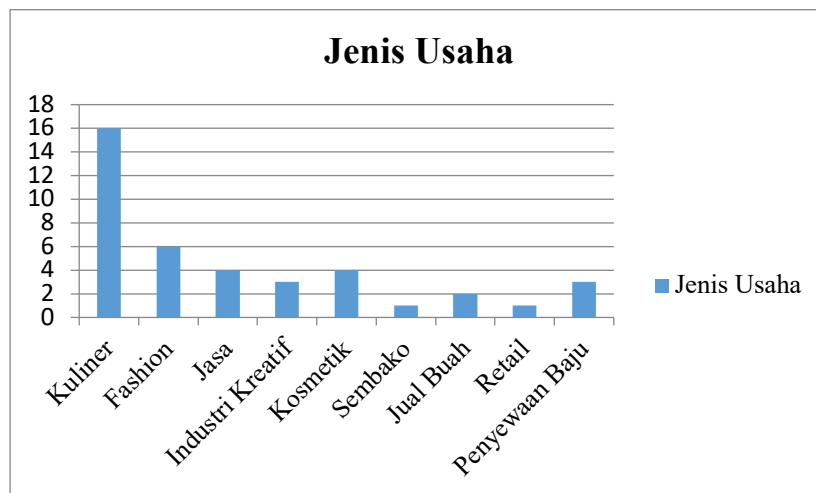
Rata-rata usia Wirausahawan Perempuan



Sumber data: diolah oleh peneliti.

Tergambar pada grafik di atas terkait rata-rata usia wirausahawan perempuan yang ada di kota Parepare yang dijadikan informan oleh peneliti yaitu terdapat 24 informan berusia 21-30 tahun, 14 orang berusia 31-40 tahun, dan 2 orang partisipan berusia 41-50 tahun. Data ini menggarisbawahi dinamika keterlibatan pengusaha perempuan di Parepare, yang menunjukkan kemahiran mereka dalam menghasilkan pendapatan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui beragam kegiatan. Menurut mereka, setiap kesuksesan dalam menjalankan usaha tidak akan dilihat berdasarkan usia, karena saat usia berapapun nantinya pasti akan bisa sukses menjalankan usaha yang dijalankan saat ini. Adapun jenis usaha yang dijalankan oleh wirausahawan perempuan, yaitu:

Jenis Usaha Wirausahawan Perempuan



Sumber data: diolah oleh peneliti.

Berdasarkan pada gambar di atas diketahui bahwa jenis usaha informan yang diambil oleh peneliti yang paling mendominasi yaitu usaha kuliner, kemudian usaha fashion, dan yang paling rendah yaitu usaha campuran/sembako. Potensi yang menggiurkan dari bidang kuliner menunjukkan tingginya minat pengusaha perempuan di Parepare terhadap industri ini. Kecenderungan ini sangat relevan, mengingat makanan lebih dari sekedar rezeki; ini telah berkembang menjadi sebuah dunia di mana rasa, keahlian memasak, dan kepuasan emosional bertemu, mengangkatnya ke sebuah bentuk seni. Temuan selanjutnya dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Orientasi Kewirausahaan pada Wirausahawan Perempuan dalam Menghadapi Persaingan UMKM di Kota Parepare

Orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai niat strategis perusahaan yang mencirikan tindakan dan perilakunya serta berupaya membantu organisasi mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan dan meningkatkan hasilnya (Suder, 2024). Orientasi kewirausahaan adalah sikap pelaku usaha termasuk proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko investasi, yang menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Inovasi merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas produk/jasa melalui peningkatan kreativitas. Proaktif adalah upaya mencari peluang pengembangan bisnis, seperti pengembangan produk, pengenalan produk baru, diversifikasi produk dan merek atau layanan baru dengan tujuan mempertahankan siklus hidup bisnis (Ningsih et al., 2022). Orientasi kewirausahaan telah berkembang menjadi salah satu konsep yang paling mapan dalam studi kewirausahaan dan manajemen secara umum. Orientasi kewirausahaan seorang wirausahawan dapat membawa pada peningkatan kinerja usaha. Seseorang tidak akan bertumbuh kecuali dia mengerahkan upaya mental dan

fisik untuk menghasilkan perubahan positif. Kewirausahaan secara tradisional dianggap sebagai domain yang didominasi laki-laki; namun, semakin banyak perempuan saat ini yang menunjukkan keberanian dalam mengejar karir di dunia bisnis. Dapat dikatakan bahwa gender tidak lagi menjadi hambatan tradisional bagi kemajuan perempuan di bidang ini (Fahira & Yuningsih, 2021).

Hasil yang diperoleh oleh peneliti yaitu menunjukkan bahwa terkait dengan orientasi kewirausahaan dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan pada wirausahawan perempuan yaitu informan berwirausaha karena hobi, ingin membantu perekonomian keluarga, dan cita-cita ingin memiliki usaha. Sejalan dengan teori etika agama Max Weber yaitu menyiapkan dan berkorban untuk masa kedepannya. Berkorban disini yang dimaksud yakni tenaga, waktu, dan kerja. Hal tersebut digunakan untuk masa depan. Wirausahawan perempuan dalam meningkatkan penjualannya yaitu dengan cara memperbanyak promosi atau memperluas marketing penjualan salah satunya dengan cara melakukan endors seperti ke selebgram agar lebih menghemat biaya pemasaran serta dampak yang dirasakan juga lebih besar. Hal ini sejalan dengan teori etika agama Max Weber yaitu gaya hidup yang hemat. Serta melakukan diskon di hari-hari tertentu, mengupgrade barang-barang yang dijual mengikuti perkembangan yang sedang trend saat ini, dan menjual produknya dengan harga terjangkau. Serta terkait peluang usaha dengan melihat target pasar dan melihat situasi dan kondisi.

Sejak kecil mereka ingin menjadi seorang wirausahawan dan memulai bisnis. Motivasi memengaruhi dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu atau mencapai tujuan. Motivasi dalam berwirausaha menunjukkan tujuan dan kecenderungan individu dalam mendirikan suatu usaha (Purwana et al., 2018). Keinginan untuk memiliki pekerjaan sendiri, mencapai kesuksesan. Sejalan dengan teori etika agama Max Weber yaitu terlihat dalam pengambilan keputusan yang logis atau strategis sangat penting dalam menghadapi tantangan hidup. Protestantisme muncul sebagai tanggapan atas perselisihan dengan Gereja Roma. Menurut Calvinisme, pemikiran dan perilaku manusia harus berpegang pada rasionalitas. Pemikiran kalkulatif, yang ditandai dengan fokus pada hasil atau tujuan. Akibatnya, individu tidak hanya merenungkan tindakan tetapi juga menilai potensi hasil, menentukan kemandirian mereka dalam menghasilkan hasil nyata. Dan memiliki toleransi terhadap resiko adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha. Kebebasan dalam bekerja memungkinkan seseorang untuk melakukan sedikit pekerjaan tetapi

mendapatkan banyak hasil. Motivasi ini dianggap dapat memengaruhi minat kaum perempuan untuk berwirausaha.

Strategi Bertahan pada Wirausahawan Perempuan dalam Menghadapi Persaingan UMKM di Kota Parepare

Individu atau kolektif dapat menerapkan strategi bertahan hidup untuk menjaga keberadaan mereka, yang dianggap berharga baik secara nyata maupun tidak nyata (Sulaiman, 2014). Kapasitas seseorang untuk menghadapi berbagai tantangan hidup dengan menggunakan serangkaian metode tertentu disebut strategi bertahan hidup (Sukei, 2015). Usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai prospek kelangsungan hidup yang lebih baik berkat pengelolaan yang disederhanakan oleh pemilik, sehingga memfasilitasi respons yang tangkas terhadap perubahan eksternal.

Bisnis yang menggunakan strategi bertahan biasanya memprioritaskan stabilitas dalam target pasarnya. Bisnis seperti ini sering kali mempertahankan rangkaian produk yang sempit dan berkonsentrasi pada pasar tertentu, menekankan retensi pasar dibandingkan ekspansi. Dengan pangsa pasar yang kecil, perusahaan yang menerapkan taktik bertahan berfokus pada menjaga posisi mereka terhadap pesaing eksternal. Hal ini sering kali memerlukan penetapan hambatan masuk bagi pesaing potensial yang ingin melanggar batas ruang pasar yang mereka kendalikan. Selama fokus teknologi dan lini produk tetap kompetitif, bisnis yang menerapkan strategi bertahan dapat mempertahankan pendekatan mereka secara efektif seiring berjalannya waktu (Kuncoro, 2020).

Hasil yang diperoleh yaitu bahwa salah satu hal penting dalam melayani pelanggan ialah dengan *fast repon* atau cepat dalam menanggapi obrolan. *Fast respon* adalah tanggapan cepat yang diberikan saat berkomunikasi dengan pelanggan. Misalnya ada pelanggan yang menanyakan stok barang, maka wirausahawan dengan sigap langsung membalas pesan tersebut dengan memberitahukan ketersediaan produk. Strategi yang dilakukan agar usaha tetap berjalan sesuai dengan yang diinginkan yaitu melakukan evaluasi secara rutin (bulanan dan mingguan), mencari ilmu terkait dengan usaha yang dijalani agar usaha yang dijalani terus berkembang dan maju, menentukan target pasar yang sesuai dengan usahanya, melakukan perencanaan, dan memberikan diskon atau *sale* kepada konsumen.

Etika Protestan yakni *spirit of capitalism* juga terdapat etika yang dimaksud adalah kerja keras dimana kerja keras yang akan membawa dampak baik bagi yang mereka usahakan. Maka kerja keras menggunakan tenaga yang mereka kerahkan untuk

mencapai tujuan. Dengan adanya kerja keras maka dengan sendirinya akan timbul strategi-strategi pada diri wirausaha agar usaha yang dijalani dapat bertahan.

Perspektif Ekonomi Syariah terhadap Wirausahawan Perempuan di Kota Parepare dalam Menghadapi Persaingan UMKM

Disiplin analisis ekonomi syariah menggali masalah keuangan melalui perspektif Islam. Hal ini mencakup penerapan praktis prinsip-prinsip ekonomi dalam mengatur faktor-faktor produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa, dengan tetap berpegang pada pedoman yang tercantum dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Sistem yang dikenal dengan sistem ekonomi Syariah ini berupaya menjamin kesejahteraan umat manusia tanpa melampaui batas-batas yang ditetapkan oleh prinsip-prinsip Islam. Pada intinya, sistem ekonomi syariah ditopang oleh empat prinsip dasar:

Pertama, berakar pada konsep tauhid, atau keesaan Allah, prinsip ini menekankan bahwa Allah, sebagai Yang Maha Kuasa, menetapkan peraturan atas perilaku manusia dalam peran-Nya sebagai pengelola utama. Hal ini menjamin kesejahteraan beberapa individu tanpa melanggar hak-hak orang lain (Badroen, 2019). Hasil yang diperoleh yaitu bahwa wirausahawan perempuan menjalankan suatu usaha karena Allah. Maka sikap yang disukai Allah juga pasti ada pada diri seorang wirausahawan perempuan di kota Parepare. Ketika seorang muslim merasa bahwa semua pekerjaan yang di lakukan untuk mencari nafkah, hal tersebut adalah ibadah, semakin ia rajin bekerja maka semakin bertambah juga ketakwaannya kepada Allah Swt.. jika seorang muslim ingin bertransaksi atau bermuamalah, maka ia juga selalu memperhatikan batasan-batasan larangan yang sudah ditetapkan oleh Allah Swt..

Prinsip tauhid meresapi setiap aspek kehidupan manusia. Namun, Quraish Shihab mengakui kepercayaan bisa dianggap menghambat aktivitas ekonomi dengan menanamkan keyakinan bahwa segala kekayaan adalah milik Allah (Mursal & Suhadi, 2015). Namun, pola pikir ini menumbuhkan perspektif tentang kehidupan, mendorong wirausahawan untuk bercita-cita lebih dari sekedar keuntungan finansial dengan memupuk keyakinan yang seimbang akan kehidupan setelah kematian. Kesadaran pemilik bisnis Muslim berfungsi sebagai pencegah eksploitasi orang lain, sehingga melarang transaksi yang melibatkan riba, pencurian, dan penipuan dalam Islam.

Tauhid adalah suatu bentuk penyerahan diri kepada kehendak Allah Swt., baik yang menyangkut ibadah maupun muamalah dalam rangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai dengan kehendak Allah Swt.. (Yusman & Kurniawan, 2021) Produksi, distribusi, konsumsi, impor, ataupun kegiatan ekonomi lainnya tidak terlepas dari prinsip ketauhidan. Seorang muslim bekerja dalam bidang ekonomi apapun itu,

maka tidak lain karena ingin memenuhi perintah Allah Swt. dalam Q.S. At-Taubah 9: 105.

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan Rasul-Nya untuk menasihati umat Islam yang mencari penebusan dosa-dosa mereka, mendesak mereka untuk menyucikan diri melalui rajin melakukan amal shaleh, amal, dan sumbangan zakat. Selanjutnya Allah memerintahkan Rasul-Nya untuk menyampaikan kepada para pengikutnya agar amal shalehnya diperhatikan dan dinilai oleh Allah, Rasul-Nya, dan rekan-rekan seiman. Sekembalinya mereka ke akhirat, Allah berjanji akan memberi pahala yang berlimpah atas amal shaleh mereka selama hidup di dunia.

Kedua Keadilan dan keseimbangan. Dimensi horizontal ajaran Islam, yang berpusat pada keselarasan alam semesta, diwujudkan dalam keadilan atau keseimbangan. Keteraturan alam semesta yang dapat diamati, juga disebut sebagai sunnatullah, mewujudkan keseimbangan yang harmonis ini. Islam dengan tegas melarang kepalsuan dan perlakuan tidak adil, serta sangat menganjurkan keadilan dalam semua urusan bisnis. Bertindak tidak memihak, tanpa bias, dan berpihak pada apa yang adil, melambangkan keadilan dan mencegah kesewenang-wenang (Mursal & Suhadi, 2015). Di bidang ekonomi, keadilan mencakup setiap aspek, termasuk penetapan harga, standar produk, kondisi tenaga kerja, dan dampak dari kebijakan ekonomi yang diterapkan.

Penelitian mengungkapkan bahwa pedagang buah mengkategorikan produknya berdasarkan kualitas dan secara terbuka mendiskusikan segala kekurangan atau cacat tanpa menyembunyikannya. Pendekatan ini bertujuan untuk mencegah transaksi yang melibatkan gharar, yang dilarang dalam Islam. Inti ajaran Al-Quran terletak pada prinsip keadilan, sebagaimana ditegaskan Allah dalam Surat Al-A'raf (7:29).

قُلْ اَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ وَاَقِمُوا وُجُوْهَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَادْعُوْهُ مُخْلِصِيْنَ لَهُ الدِّيْنَ ؕ كَمَا بَدَأَكُمْ تَعُوْدُونَ

Terjemahnya:

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Tuhanku memerintahkan aku berlaku adil. Hadapkanlah wajahmu (kepada Allah) di setiap masjid dan berdoalah kepada-Nya

dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya. Kamu akan kembali kepada-Nya sebagaimana Dia telah menciptakan kamu pada permulaan.”

Salah satu inti ajaran Islam adalah menegakkan keadilan. Keadilan dalam hal apapun mulai dari keadilan sosial, ekonomi, politik hingga ekologis. Islam, sebagai agama yang berakar pada keadilan, dengan tegas menentang perdagangan gharar, atau barang yang tidak pasti. Praktik ini tidak hanya merugikan pihak-pihak yang terlibat secara langsung, namun juga menimbulkan kegelisahan di kalangan masyarakat luas. Selain itu, melakukan transaksi yang melibatkan gharar secara tidak langsung menghambat kemajuan perekonomian suatu negara. Dalam upayanya memberantas praktik ini, Nabi Muhammad menegur para pengikutnya untuk menahan diri.

Ketiga, kehendak bebas. Penerapan keadilan dalam perekonomian mencakup berbagai aspek, termasuk penetapan harga, standar produk, praktik ketenagakerjaan, dan hasil kebijakan ekonomi yang diterapkan. Dalam Islam, penerapan kebebasan berkehendak dan kewirausahaan harus sejalan dengan hukum Syariah. Persaingan tidak jujur yang membahayakan pelanggan atau merugikan bisnis lain sangat dilarang. Islam menekankan konsep kebebasan yang mengutamakan kolaborasi dibandingkan persaingan, tidak menganjurkan tindakan yang meremehkan upaya pihak lain. Sebaliknya, persaingan dianjurkan dalam usaha-usaha yang shaleh, mencerminkan prinsip *fastabiqul khairat*, atau berlomba-lomba dalam kebaikan, bahkan dalam bidang bisnis (Nawatmi, 2020).

Temuan ini menggambarkan penerapan praktik bisnis Islam, yang dicontohkan dengan penerapan kehendak bebas. Pemilik bisnis mempertahankan otonomi dalam menetapkan harga dan mengizinkan pelanggan memilih produk tanpa paksaan. Prinsip kehendak bebas tidak mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam bisnis, konsep ini mendorong peningkatan kepentingan semua orang dengan tetap menjunjung tinggi hak dan tanggung jawab mereka. Dalam batas-batas hukum Syariah dan tanpa menimbulkan kerugian pada orang lain, individu didorong untuk secara aktif melakukan akumulasi kekayaan. Kebebasan ini diberikan agar setiap umat dapat berusaha semaksimal mungkin untuk mengubah nasib mereka, karena Allah akan mengubah nasib seseorang jika seseorang tersebut berusaha untuk mengubahnya. Seperti firman Allah dalam Q.S. Ar-Rad 13: 11.

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۖ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Terjemahnya :

Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.

Ayat ini menyoroti pengawasan terus-menerus terhadap manusia oleh banyak malaikat, yang ditunjuk oleh Allah untuk melindungi mereka. Beberapa malaikat mengawasi individu di siang hari, sementara yang lain menjaga mereka di malam hari, dengan cermat mencatat setiap tindakan, baik yang baik maupun yang tidak. Meskipun kita mempunyai otonomi untuk mengatur urusan kita sendiri, kita dilarang menggunakan metode yang tidak etis untuk menghasilkan keuntungan atau menyabotase perusahaan orang lain. Konsep kebebasan ini ditegaskan oleh pemahaman bahwa semua rezeki (rizqi) telah ditetapkan oleh Allah, dan tidak ada rezeki yang dapat digantikan oleh seseorang.

Keempat, tanggung jawab. Islam sangat menekankan tanggung jawab dalam semua aspek kehidupan sehari-hari, termasuk urusan bisnis. Akuntabilitas sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional bisnis dan ditegaskan melalui praktik yang terbuka, jujur, dan transparan. Kepercayaan menjadi landasan akuntabilitas, yang mengharuskan pelaku usaha menjalankan tugasnya dengan tekun (Rivai, 2021). Temuan penelitian ini menyoroti beberapa kualitas penting bagi wirausaha, termasuk keberanian, keadilan, tanggung jawab, kepercayaan diri, dan keandalan. Selain itu, umat Islam didorong untuk bekerja demi Allah, memastikan bahwa upaya mereka bermanfaat bagi diri mereka sendiri dan keluarga mereka.

Seorang pemimpin dapat melaksanakan tugasnya dengan baik jika mereka sadar akan tanggung jawabnya, memiliki pemahaman yang kuat tentang tanggung jawab tersebut, dan mematuhi dengan teguh. Sebaliknya, jika seorang pemimpin sadar akan kewajibannya namun tidak menepatinya, maka ia berisiko dikategorikan sebagai orang yang melalaikan tugas agama atau amanahnya. Penggambaran ini menunjukkan bahwa pemimpin seperti itu tidak adil, tidak kompeten, atau kurang cerdas, gagal memprioritaskan dan mengelola urusan dengan baik (Taufik, 2021). Seperti firman Allah dalam Q.S. Al-Ahzab 33: 72.

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ ۚ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا
جَهُولًا

Terjemahnya:

Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi, dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya. Lalu, dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya ia (manusia) sangat zalim lagi sangat bodoh.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa telah ditetapkan suatu amanah yang meliputi shalat dan berbagai ibadah. Kepatuhan mendatangkan pahala, sedangkan kelalaian mendatangkan siksa, sebagaimana Allah menganugerahkan pemahaman dan ucapan pada setiap wujud, termasuk langit, bumi, dan gunung-gunung. Oleh karena itu, ketika amanat pertama kali diberikan kepada Nabi Adam, rasa takut mencengkeram semua orang, takut akan konsekuensi menerima tanggung jawab tersebut. Memang benar, manusia menunjukkan ketidakadilan yang besar terhadap diri mereka sendiri karena gagal memahami betapa beratnya tindakan mereka.

Kepercayaan diwujudkan dengan transparansi, integritas, pelayanan teladan, dan ketulusan dalam setiap transaksi. Mengingat esensi kepercayaan, praktisi bisnis memikul tanggung jawab untuk memenuhi kewajibannya (Rivai, 2021). Kewirausahaan tumbuh subur pada kemampuan berinovasi dan memperkenalkan ide-ide baru. Membina banyak wirausahawan adalah kunci untuk membuka potensi ekonomi masyarakat dan mendorong kemandirian. Prinsip intinya jelas: kewirausahaan sama dengan otonomi, khususnya otonomi ekonomi, dan pemberdayaan berasal dari kemandirian (Amiruddin K, 2017). Ajaran Islam menganjurkan ketekunan dan usaha yang sungguh-sungguh untuk mencapai hasil yang optimal dalam usaha seseorang.

Selaras dengan teori etika agama Max Weber, Calvinisme menggarisbawahi pentingnya ketekunan, menyatakan bahwa ketekunan dalam mencapai tujuan melalui kerja keras akan membawa hasil yang baik. Untuk mencapai tujuannya, individu harus mengerahkan upaya dan energi yang besar. Prinsip ini bergema dalam berbagai Al-Qur'an dan hadis Nabi, yang menjelaskan pentingnya ketekunan di antara kebajikan lainnya: "Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan engkau akan hidup selamanya. Dan bekerjalah untuk akhiratmu seakan-akan engkau akan mati besok pagi", "Tangan di atas lebih mulia daripada tangan di bawah", "Nyaris kemiskinan itu membawa kepada kekufuran" dan "Langit tidak menurunkan hujan emas dan perak".

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa orientasi kewirausahaan pada wirausahawan perempuan di Parepare didorong oleh hobi, keinginan membantu perekonomian

keluarga, dan cita-cita memiliki usaha, sesuai dengan teori etika agama Max Weber tentang persiapan masa depan. Dalam upaya meningkatkan penjualan, mereka memperbanyak promosi, termasuk menggunakan endorse dari selebgram untuk menghemat biaya pemasaran dan meningkatkan dampak promosi. Selain itu, mereka melayani pelanggan dengan cepat dan menerapkan strategi seperti evaluasi rutin, belajar tentang usaha, menentukan target pasar, perencanaan, serta memberikan diskon. Mereka juga mempraktikkan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti tidak melakukan kecurangan, menetapkan harga wajar, memberikan kebebasan dalam tawar-menawar, dan menjaga kualitas barang dagangan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan dukungan dan pelatihan bagi wirausahawan perempuan dalam bidang pemasaran digital dan pengelolaan usaha. Batasan penelitian ini adalah jumlah informan yang terbatas dan hanya mencakup wilayah Parepare, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, A. (2023). *Jumlah Koperasi dan Umkm di Kota Parepare*. Satudata.Pareparekota.Go.Id.
- Badan Pusat Statistik Parepare. (2023). *Kota Parepare dalam Angka 2023*. BPS Kota Parepare.
- Badroen, F. (2019). *Etika Bisnis dalam Islam*. Prenada Media Group.
- Fahira, B. R., & Yuningsih, A. (2021). Konsep Diri Wirausahawan Perempuan di Era Milenial. *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(2), 600.
- Fatmawati, E., Musthofa, M. A., & Daud. (2022). *Potensi dan Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat dalam Perspektif Islam (Cet. I)*. Zabags Qu Publish.
- Haryo Limanseto. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- K, A. (2017). *Dasar-dasar ekonomi islam*. Alauddin Pres.
- Kuncoro, M. (2020). *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0*. Andi Offset.
- Listyaningsih, E., & Alansori, A. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Penerbit Andi.
- Mursal, & Suhadi. (2015). Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. *Jurnal Peneliti*, 9(1), 71.
- Nawatmi, S. (2020). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 9.
- Ningsih, N. L. A. P., Giri, N. P. R., & Artha, P. H. M. (2022). The Effect Of Women's Entrepreneurship Orientation And Local Wisdom On Capital Structure And Smes Performance. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategis Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 79.
- Nurjaya. (2022). *Manajemen UMKM*. Cipta Media Nusantara.
- Purwana, D., & Suhud, U. (2018). Investigating the Effect of Motivation on Entrepreneurial Intention: Three Different Approaches. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 201.

- Purwana, D., Suhud, U., Fatimah, T., & Armelita, A. (2018). Antecedents of Secondary Students' Entrepreneurial Motivation. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(2), 2.
- Purwanti, Sonaria, M., Zilfana, Napita, A., & Soegiarto, E. (2023). Marketing Strategy of Micro, Small and Medium Enterprises Tempe Leha, Samarinda City. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 25(2), 1.
- Rivai, V. (2021). *Islamic Transaction Law in Busniess Dari Teori ke Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Sobur, A. (2016). *Kamus Besar Sosiologi*. Pustaka Setia.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 55–56.
- Suder, M. (2024). Entrepreneurial (re)orientation in the face of crisis: Is it worth modifying entrepreneurial strategy? *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 20(2), 13.
- Sukei, K. (2015). *Gender & Kemiskinan di Indonesia*. UB Press.
- Sulaiman, A. (2014). Strategi Bertahan (Survival Strategy); Studi Tentang “Agama Adat” Orang Lom Di Desa Pejem, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Society*, 2(1), 2.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1.
- Taufik, A. M. (2021). *Praktik Manajemen Berbasis Al-Quran*. Gema Insani.
- Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. (2017). Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(1), 59. <https://doi.org/10.12695/jmt.2017.16.1.4>
- Yusman, S. K. R., & Kurniawan, R. R. (2021). Tauhid Sebagai Asas Ekonomi Islam. *Jurnal Ulumul Qur'an: Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 1(1), 5–6.