

Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Islam Pada UMKM Di Surabaya

Sharia Marketing Strategy in Increasing the Competitiveness of Cracker MSME in Surabaya

Rima Oktavia

Universitas Muhammadiyah Surabaya, Indonesia

Fara.oktafrilia@gmail.com

ABSTRAK

Studi kelayakan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, menerima atau menolak dari suatu gagasan bisnis yang direncanakan. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek dan harus memiliki suatu standar nilai tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan tentang tingkat kelayakan bisnis UMKM pada masakan mpok by nasikoe enak jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam aspek pemasaran dan aspek produksi. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan masalah yang diteliti. Dari hasil penelitian menunjukkan tingkat kelayakan bisnis usaha mikro kecil dan menengah ditinjau dari perspektif ekonomi Islam pada aspek pemasaran dan produksi. Dilihat dari aspek pemasaran UMKM pada masakan mpok by nasikoe enak sudah sesuai dengan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan semestinya. Dilihat dari aspek produksi UMKM pada masakan mpok by nasikoe enak sudah sesuai dengan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Bisnis UMKM yang telah dijalankan ibu yuyun sesuai dengan teori produksi dan produksi Islam, pada saat akan membuka usaha ibu yuyun sudah melakukan analisis berkaitan dengan lokasi usaha, pembuangan limbah, surat izin usaha dan sumber bahan baku yang akan dipakai. Serta ibu yuyun sudah menerapkan nilai dalam produksi Islam, yang selalu shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah. Jadi usaha UMKM ibu yuyun sudah sesuai dengan aspek pemasaran serta aspek produksi ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam, dan usaha usaha tersebut sudah menerapkan studi kelayakan bisnis meski belum secara penuh.

Kata Kunci : UMKM, Studi Kelayakan Bisnis, Perspektif Ekonomi Islam.

ABSTRACT

feasibility study is a material for consideration in making a decision, accepting or rejecting a planned business idea. To determine whether or not a business is

feasible, it can be seen from various aspects and must have a certain standard of value. This study aims to determine and explain the level of business feasibility of MSMEs on delicious mpok by nasikoe dishes when viewed from the perspective of Islamic economics from marketing and production aspects. To reveal these problems, the author uses a qualitative approach with interview, observation, and documentation techniques in accordance with the problems studied. From the research results show the feasibility level of micro, small and medium enterprises in terms of the perspective of Islamic economics on the aspects of marketing and production. Judging from the marketing aspect of MSMEs, the delicious mpok by nasikoe cuisine is in accordance with a business feasibility study from an Islamic economic perspective, it is in accordance with what it should be. Judging from the aspect of MSME production, the delicious mpok by nasikoe is in accordance with a business feasibility study in terms of an Islamic economic perspective. The MSME business that Yuyun has run in accordance with Islamic production and production theory, when she is about to open a business, Yuyun has done an analysis related to business location, waste disposal, business licenses and sources of raw materials to be used. And Ibu Yuyun has applied values in Islamic production, which are always shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, and istiqamah. So Ms. Yuyun's MSME business is in accordance with the marketing aspect and the production aspect is reviewed from an Islamic economic perspective, and the business has implemented a business feasibility study, although not yet in full.

Keywords: MSME, Business Feasibility Study, Islamic Economic Perspective.

Pendahuluan

Masalah perekonomian Indonesia saat ini berdampak pada bertambahnya angka kemiskinan di Indonesia. Hal ini menuntut pemerintah untuk mendapatkan langkah yang cerdas dan solusi yang cepat dan tepat untuk mengatasi banyaknya pengangguran dan mengurangi angka kemiskinan. Yang saat ini membutuhkan pembisnis dan memperbanyak industri kecil dan menengah yang berkualitas dan profesional untuk bisa menekan sekecil mungkin tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia.¹

¹ Tambunan Tulus, *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, (Isu-Isu Penting)*, (Jakarta: LP3ES, 2012), Hal. 11.

UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro.² UMKM memegang peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Selain memberikan lapangan pekerjaan baru, UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997.³ Di tengah badai krisis ekonomi yang melanda, UMKM justru mampu untuk bertahan karena bisnisnya yang bergerak di sektor riil. Selain dari itu UMKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan bisnis yang berkapasitas besar.⁴

Studi kelayakan merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, menerima atau menolak dari suatu gagasan bisnis yang direncanakan. Pengertian layak dalam penilaian ini adalah kemungkinan dari gagasan bisnis yang akan dilaksanakan memberikan manfaat, baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *sosial benefit*.⁵ Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dapat dilihat dari berbagai aspek dan harus memiliki suatu standar nilai tertentu, namun keputusan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek saja, melainkan penilaian untuk menentukan kelayakan harus didasarkan pada seluruh aspek yang akan dinilai.⁶

Islam menjelaskan tentang konsep berbisnis seperti pola perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang sangat tidak terbatas dengan berbagai keterbatasan sarana pemenuhan kebutuhan yang berpedoman pada nilai-nilai Islam.⁷ Banyak masyarakat melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan keluarga, salah satunya dengan berwirausaha.

² M. Kwartono, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), Hal. 8.

³ Husein Umar, *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), Hal. .36.

⁴ IKAPI, *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah*, (Semarang: CV. Duta Nusindo, 2010), Hal. 5.

⁵ Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis, edisi revisi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), Hal. 2.

⁶ Kasmir dan Jafkar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), Hal. 7.

⁷ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam, II*, (Pekanbaru: Suska Press, 2010), Hal.2.

Berwirausaha dalam pandangan Islam adalah ibadah kalau kegiatan bisnis itu digunakan untuk mempersiapkan bekal akhirat kelak.

Manajemen usaha adalah salah satu kegiatan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha sehingga tujuan-tujuan yang diharapkan dapat tercapai.⁸ Hal ini biasanya mencakup produksi bahan, mengelola keuangan, mengelola stock barang ataupun bahan baku, mengelola aset dan melibatkan strategi pemasaran. Secara umum, operasional bisnis ialah upaya didalam mengatur dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya mulai dari sumber daya manusia (SDM), strategi bisnis operasional marketing, peralatan (tools), biaya dan bahan, guna menghasilkan suatu produk atau layanan.⁹

Analisis kelayakan diantaranya analisa usaha yang dilakukan terhadap UMKM Catering Masakan Mpok By Nasikoe Enak yang sudah ada saat ini, untuk mendapatkan gambaran besarnya biaya yang telah dikeluarkan dan dibandingkan dengan besarnya manfaat yang telah diperoleh serta gambaran manfaat di masa yang akan datang. Berdasarkan masalah diatas, maka permasalahan dirumuskan maka peneliti tertarik untuk meneliti Studi Kelayakan Bisnis Dalam Perspektif Islam Pada UMKM Di Surabaya.

Tinjauan Pustaka

A. Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis di bangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak di tentukan, yang menyatakan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak dari

⁸ Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: BPFE, 2012), Hal.8.

⁹ Budi Pranata, *Business Intelligence Cockpit*, (Bandung: Media Pustaka, 2013), Hal.18.

suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan.¹⁰ Tujuan dilakukannya studi kelayakan adalah untuk menghindari keterlanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Dalam studi kelayakan bisnis, terdapat beberapa aspek diantaranya :

1. Aspek

Pemasaran Analisis aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran, yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.¹¹

2. Aspek Teknis dan Produksi

Aspek teknis produksi adalah aspek yang berhubungan dengan pembangunan dari proyek yang direncanakan, baik dilihat dari faktor lokasi, luas produksi, proses produksi, penggunaan teknologi (mesin/peralatan), maupun keadaan lingkungan yang berhubungan dengan proses produksi.¹²

3. Aspek Manajemen dan SDM

Perencanaan tenaga kerja merupakan suatu cara untuk menetapkan keperluan mengenai tenaga kerja suatu periode tertentu. Perencanaan ini dimaksudkan agar perusahaan dapat terhindar dari kelangkaan SDM pada saat dibutuhkan maupun kelebihan SDM pada saat kurang.¹³

¹⁰ Umar, Husein, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Edisi ke-2, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), Hal. 3

¹¹ Kasmir, Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2003), Hal. 16

¹² Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), Hal. 113

¹³ Dewi Purnama Sari, Dan Bambang, Hendrawan, *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh Kota Batam*, dalam Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol 3 No. 1. April 2012.

4. Aspek Hukum Aspek ini mempelajari tentang bentuk badan usaha yang akan digunakan, jaminan-jaminan yang bisa disediakan kalau akan menggunakan sumber dana yang berupa pinjaman, berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan sebagainya).¹⁴
5. Aspek Sosial Perusahaan hidup bersama-sama dengan komponen lain dalam satu tatanan kehidupan yang kompleks. Salah satu komponen yang dimaksud adalah lembaga sosial, sehingga dalam rangka keseimbangan, hendaknya perusahaan memiliki tanggung jawab sosial.¹⁵
6. Aspek Dampak Lingkungan Aspek lingkungan adalah suatu pengkajian yang dikenal sebagai analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) yang merupakan suatu mekanisme untuk mencapai kelestarian lingkungan, aspek lingkungan meliputi limbah yang dihasilkan proses produksi.¹⁶
7. Aspek Finansial
Aspek finansial merupakan aspek kunci dari suatu studi kelayakan, karena sekalipun aspek lain tergolong layak, jika studi aspek finansial memberikan hasil yang tidak layak, maka usulan proyek akan ditolak karena tidak akan memberikan manfaat ekonomi.¹⁷

B. Perspektif Islam

Dalam Al Qur'an, terdapat beberapa istilah yang terkait dengan bisnis, antara lain al-tijarah, al-ba'i, al-dayn, al-syira.¹⁸ Dalam Islam pengertian keuntungan bukan hanya semata-mata berhenti pada tataran

¹⁴ Husnan, Suwarsono, *Studi Kelayakan Proyek*., Edisi ke-4 (Yogyakarta: UPP. AMP YKPN, 2000), Hal. 6

¹⁵ Ibid., 9

¹⁶ A., Afiah, M., Saifi, dan Dwiatmanto, *Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry*, dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 23, No.1 November 2018)

¹⁷ M, Salim Basalamah, Haming, *Studi Kelayakan Investasi: proyek dan bisnis*, (Jakarta: PPM, 2003), Hal. 30

¹⁸ D. Rodin, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Yogyakarta: Karya Abadi Jaya, 2015), Hal. 111.

materiel, melainkan bagaimana mendapatkan keridhaan Allah ketika menjalankan bisnis. Oleh karena itu, bisnis menurut Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dengan cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (atas aturan halal dan haram).

Berkompetisi dalam bisnis merupakan hal yang wajar. Akan tetapi, Islam menganjurkan untuk bersaing secara sehat dan baik sebagaimana dalam Al-qur'an Surah al-Baqarah ayat 148.¹⁹ Sesuai dengan etika atau sifat yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad dalam berbisnis. Kunci dari ketahanan bisnis yang sesungguhnya terletak pada pelakunya. Oleh karena itu, sebelum pelaku bisnis menyusun, menetapkan dan menjalankan strategi bisnisnya, terlebih dahulu memiliki enam sikap utama yang meliputi :²⁰

1. Niat suci dan ibadah

Sebagai seorang pebisnis muslim, dalam menjalankan aktivitas bisnisnya harus diawali dengan niat yang suci (lillahi ta'ala) dan kegiatan bisnisnya tidak mengganggu ibadah kepada Allah. Karena pada dasarnya bahwa tujuan manusia diciptakan di muka bumi adalah untuk beribadah kepada Allah.

2. Jujur

Kejujuran merupakan syarat yang paling utama dalam kegiatan berbisnis. Sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen, dan sebuah kepercayaan akan melahirkan kesetiaan.

3. Ikhlas

¹⁹ I, Nawawi, *Strategi Inovasi Produksi dan Kompetitif Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam, 2012), Hal. 153–173.

²⁰ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2014), Hal. 88

Kata ikhlas merupakan kata yang mudah untuk diucapkan tetapi mempunyai makna yang dalam bahkan sulit untuk dipraktikan. Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis yang tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, melainkan juga mengharap keuntungan non materi yaitu mendapatkan ridho dari Allah SWT.

4. Profesional

Seorang yang profesional mempunyai sikap selalu berusaha maksimal dalam mengerjakan suatu hal atau dalam menghadapi suatu masalah, tidak mudah menyerah atau berputus asa.

5. Silaturahmi

Sebagai makhluk sosial, manusia tentu memerlukan adanya bantuan dari orang lain. Menjalin silaturahmi adalah salah satu kewajiban antar sesama umat manusia. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, menjalin hubungan silaturahmi sangatlah penting. Dengan adanya silaturahmi, maka akan saling bertukar informasi sekaligus akan mendapatkan sebuah ide baru yang dapat digunakan untuk mengembangkan usahanya.

6. Menunaikan zakat, infaq dan shadaqah

Harta yang diperoleh tidak semata dari hasil usaha sendiri, melainkan diperoleh dengan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, Allah memerintahkan untuk memberikan sebagian harta yang diperoleh kepada mereka yang membutuhkan, dalam bentuk zakat, infaq maupun shadaqah. Dalam ekonomi syariah harus memiliki fondasi yang kuat guna untuk menompang segala kegiatan ekonomi syariah agar tidak melanggar hal-hal yang dilarang, dalam hal ini prinsip syariah merupakan fondasi yang harus ditegakkan agar ekonomi

syariah tetap berdiri kokoh dan mendapatkan manfaat baik didunia maupun diakhirat.

C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.²¹ Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.²²

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai

²¹ T.H. Tambunan, Tulus, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), Hal. 16.

²² Mubyarto, *Mengembangkan ekonomi rakyat sebagai landasan ekonomi pancasila*, dalam *Jurnal Ekonomi Rakyat*, Vol. 1. no. 8 Januari 2003, Hal. 34.

kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:²³

1. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
2. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
3. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Secara umum tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

Metode Penelitian

Penelitian ini penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Jenis dan sumber data menggunakan primer yang diambil dengan teknik observasi dan wawancara. Dan juga data skunder yang diambil dengan teknik dokumentasi. Teknik penelitian itu diambil untuk mendapatkan hasil data yang akurat sehingga dapat dianalisis dengan baik dan benar. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif

²³ Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6

interaktif. Dimana data yang didapat kemudian direduksi, didisplay dan divarifikasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber ibu Yuyun yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis usaha mikro kecil menengah masakan mpok by nasikoe enak di lihat dari aspek pemasaran dan produksi serta perspektif ekonomi Islam.

A. Kelayakan bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Masakan Mpok by nasikoe enak dari aspek pemasaran dan produksi

1. Aspek Pemasaran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bu Yuyun memulai usaha pada 2012 dan dalam menentukan harga untuk catering sebenarnya cukup mudah tanpa harus melihat segmentasi pasar yang akan mereka ikuti, mereka menentukan harga dari produknya berdasarkan harga bahan baku yang mereka beli sesuai dengan pesanan konsumen. Penentuan harga tergantung dari masakan yang dipesan.²⁴

Harga jual nasi bungkus ibu Yuyun bisa dikategorikan sesuai dengan segmentasi pasar yang ada, dan ibu Yuyun harus menyesuaikan harga jika terdapat bahan baku yang tiba-tiba naik dari harga sebelumnya. Untuk kualitas ibu Yuyun selalu mengutamakannya, karena ibu Yuyun mementingkan kualitas dari pada keuntungan semata karena jika kualitas masakan yang diproduksi bagus maka konsumen tidak akan lari ke kompetitor lain.

Strategi promosi yang di terapkan ibu Yuyun awalnya hanya melalui mulut ke mulut, menawarkan kepada para teman dan kerabat kerja. Awalnya hanya itu yang bisa di lakukan ibu Yuyun dalam mempromosikan masakannya, berangsur usaha ibu Yuyun semakin

²⁴ Yuyun, *Pemilik Usaha Catering*, Wawancara 04 Januari 2022

dikenal dan dipercaya untuk konsumsi, dan strategi promosi juga berkembang, sekarang ibu Yuyun sudah memasarkan usahanya melalui online yaitu media social whatsapp, facebook, Instagram, dan mengikuti even yang diadakan oleh dinas-dinas setempat.²⁵

2. Aspek Produksi

Hasil wawancara dengan ibu Yuyun selaku pemilik dari Masakan mpok, sebelum mereka membuat usaha catering tersebut mereka melakukan analisis terhadap lokasi usaha tersebut, analisis yang mereka lakukan mengenai analisis strategis atau tidaknya tempat tersebut untuk dijadikan pusat usaha catering, karena tempat tersebut berada di wilayah kompleks yang strategis untuk melakukan perdagangan, setelah menganalisis hal tersebut ibu Yuyun juga melakukan analisis pembuangan limbah yang dihasilkan nanti akan kemana, agar tidak mengganggu warga yang ada disekitar dan tidak mencemari lingkungan sekitar, jadi sebelum mendirikan usaha masakan ibu Yuyun melakukan analisis yang mendalam terhadap lokasi usaha masakannya.

Sumber bahan baku yang dipakai adalah makanan pokok yang biasa dimakan sehari-hari. maka dari itu catering masakan ibu Yuyun sangat memperhatikan bahan baku dan yang mereka pakai tidak sembarangan mulai dari kesegaran dan halal dalam memilih bahan baku. Dalam memproduksi ibu Yuyun menggunakan alat yang cenderung tradisional, tidak ada satupun yang menggunakan mesin, semua dikerjakan dengan manual yang artinya teknologi pembuatan makanan sangatlah tradisional, tapi ada alasan tersendiri kenapa ibu Yuyun lebih senang menggunakan alat tradisional jika dibandingkan alat terbaru, alasannya alat tradisional dapat menghasilkan masakan yang

²⁵ Ibid.

berkualitas tinggi dan rasa lebih enak jika alat terbaru memang bisa menambah jumlah produksi, tapi rasa masakan yang dihasilkan kurang memuaskan, serta memakan lebih banyak lagi biaya produksi, dan akan menyebabkan kenaikan harga.

Pabrik tahu ibu Yuyun sudah memiliki izin usaha dan juga sudah mengantongi surat izin lokasi, karena yang diproduksi adalah makanan maka mereka menilai sangat penting untuk adanya surat izin. Hasil produksi dilakukan sebagaimana konsumen membeli masakan yang mereka pesan. Kendala yang dihadapi saat produksi adalah kurangnya tempat untuk memasak dan menyajikan masakan untuk pasra konsumen. Selain kendala tersebut kendala yang lain adalah jika musim hujan terjadi, maka produksi akan terhambat karena jalan didaerah komplek tersebut sering terkena banjir.

B. Perspektif Ekonomi Islam Tentang Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Masakan Mpok by nasikoe enak

1. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada pemasaran Islami tadlis sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga. Dalam Qs. Annisa. 29 dijelaskan bahwa kita tidak boleh saling memakan harta sesama kita di jalan yang batil kecuali jalan perniagaan, dalam ayat ini kita diingatkan agar selalu berperilaku yang jujur serta adil dalam melakukan perniagaan, tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang dan data mendatangkan kemudhoratan.

Usaha catering ibu Yuyun sangat mementingkan kualitas, hal ini sejalan dengan pemasaran dalam ekonomi Islam, karena dalam Islam tidak hanya keuntungan semata yang kita cari tapi juga masalah untuk umat atau disini untuk konsumen, dengan kualitas masakan yang baik ibu Yuyun sudah sejalan dengan prinsip ekonomi Islam, serta

beliau dalam pemasaran selalu berperilaku jujur, tidak pernah curang dalam melakukan transaksi, seperti mengurangi jumlah makanan yang dibeli pembeli. Dengan perlakuan yang seperti ini maka pembeli atau konsumen menjadi senang untuk membeli makanan di ibu Yuyun.

Ekonomi syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di ilhami oleh nilai-nilai Islam. Selain itu, ekonomi dalam kacamata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral syariah Islam. Ibu Yuyun selalu bersaing dengan kualitas, bukan saling menjatuhkan, tanggap terhadap perubahan, dalam pemasarannya ibu Yuyun sudah cukup tanggap dengan perubahan-perubahan yang ada khususnya perubahan teknologi, ibu Yuyun sudah memanfaatkan media social untuk melakukan penjualan dan menerima pesanan dari konsumen, rela sama rela dan adanya hak khiyar (pembatalan), tentu dalam berjualan dan memasarkan tahu ibu Yuyun sudah menerapkan prinsip kerelaan serta memberikan pada pembeli hak khiyar atau pembatalan, serta berorientasi kepada kualitas bukan keuntungan, ibu Yuyun selalu berorientasi kepada kualitas produk dari pada kuantitas produk karena bagi ibu Yuyun kualitas adalah hal utama yang harus dijaga, bukan hanya keuntungan yang dikejar, tapi juga fallah, dan harus berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, mengenai sisi produk dan harga Islam mengaturnya agar tidak terjadi kezholiman terhadap konsumen.

Kelayakan bisnis Masakan Mpok sudah dilakukan dengan baik, dengan mengikuti pemasaran yang ditinjau oleh perspektif ekonomi dalam Islam, ibu Yuyun menjalankan usahanya dengan jujur, tidak curang dapat membawa masalah bagi masyarakat, dapat membantu

orang lain untuk berusaha, dan tidak hanya berorientasi kepada keuntungan semata, serta dalam penentuan harga dan produk ibu yuyun sudah melakukan yang terbaik yang bisa dia lakukan dan tergolong sudah layak dalam aspek pemasaran kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

2. Produksi dalam ekonomi islam

Dalam surat (Al-Baqarah. 29) dijelaskan Allah telah menjadikan segala yang ada di bumi untuk dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, termasuk dalam memproduksi, dengan demikian haruslah manusia memanfaatkan semua pemberian-Nya dengan baik, tidak berlebihan, dan tetap di jalan-Nya, untuk masalah umat. Kegiatan produksi dalam Islam juga berupaya dalam proses memaksimalkan kepuasan dan keuntungan di akhirat, yang memberikan manfaat bagi orang lain dan masyarakat sebagai salah satu ibadah kepada Allah SWT. Hal ini berarti bahwa kegiatan produksi tidak hanya untuk memenuhi kegiatan hidup diri sendiri tetapi juga berfungsi sosial. Dengan demikian kegiatan produksi Islam harus berdasarkan pada dua garis optimalisasi yaitu optimalisasi sumber daya manusia dan optimalisasi produksi kebutuhan primer.²⁶

Produksi yang dilakukan ibu Yuyun sudah sesuai dengan apa yang dimaksudkan dalam kegiatan produksi dalam Islam yang bukan hanya mencari dan memaksimalkan keuntungan duniawi tapi juga keuntungan akhirat dengan konsep-konsep nilai Islam yang di terapkan oleh ibu Yuyun shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah. Shiddiq yang dimaksud disini ibu Yuyun sudah menerapkannya ibu Yuyun jujur dalam memproduksi makanan mengutamakan kualitas,

²⁶ Amiruddin, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* Cet 1, (Gowa: Alauddin University Press, 2014), Hal. 267.

dan menggunakan bahan yang terbaik, amanah disini ibu Yuyun sudah amannah terhadap konsumennya, dia tidak pernah berbuat curang dan artinya ibu Yuyun dapat dipercaya oleh konsumen, fathanah yang dimaksud disini ibu Yuyun sudah menerapkan seiring dengan berkembangnya teknologi media social ibu Yuyun secara cerdas memanfaatkan hal tersebut, dan mulai memasarkan melalui media social dan menerima pesanan melalui media sosial, istiqomah ibu Yuyun tidak mudah menyerah dalam usahanya memajukan pabrik tahu hingga sekarang.

Selalu melakukan sikap tawazn atau sikap yang berimbang, sikap ini harus selalu dilakukan agar masakan yang diproduksi selalu membawa kemaslahatan, ibu Yuyun selalu tawazun dalam produksi bukan hanya memikirkan keuntungan tapi kualitas dengan memilih bahan baku yang terbaik dan pengolahan serta alat yang terbaik. Selalu optimis dalam menjalankan usahanya ibu Yuyun mampu bertahan dalam produksi makanan, dan dengan optimistis yang tinggi masakan tetap bisa eksis dan laku dipasaran, dengan sikap optimis tentunya ibu Yuyun selalu menghindari praktek-praktek produksi yang haram, yang curang yang bisa merugikan konsumen, karena ibu Yuyun selalu beranggapan jika konsumen merasa di rugikan maka sebenarnya kita yang akan rugi.

Kesimpulan

Hasil dari penelitian studi kelayakan bisnis UMKM Masakan Mpok dilihat dari perspektif ekonomi Islam yang dimiliki oleh ibu Yuyun dari aspek pemasaran dan aspek produksi adalah:

Dilihat dari aspek pemasaran usaha catering ibu Yuyun melaksanakan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sudah sesuai dengan semestinya, dalam menentukan harga, segmentasi pasar ibu Yuyun

menggunakan analisa yang sudah cukup tepat meskipun cara menganalisis tergolong masih sederhana, tidak melibatkan para ahli dalam menganalisis, dari perspektif ekonomi Islam ibu Yuyun sudah tanggap terhadap perubahan, dan berlaku adil, serta berorientasi kepada kualitas produk dan harga yang berimbang, Untuk mengirimkan makanan ibu Yuyun tidak mempunyai kurir pribadi, melainkan diantar lewat gojek. Strategi promosi yang di terapkan ibu Yuyun awalnya hanya melalui mulut ke mulut, menawarka kepada para teman dan kerabat kerja.

Dilihat dari aspek produksi usaha catering ibu Yuyun telah melaksanakan studi kelayakan bisnis ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sesuai dengan teori yang telah dipaparkan, bisnis catering yang telah dijalankan ibu Yuyun sesuai dengan teori produksi dan produksi Islam, pada saat akan membuka usaha ibu Yuyun sudah melakukan analisis berkaitan dengan lokasi usaha, pembuangan limbah, surat izin usaha dan sumber bahan baku yang akan dipakai. Serta ibu Yuyun sudah menerapkan nilai dalam produksi Islam, yang selalu shiddiq, amanah, fathanah, tabligh, dan istiqamah.

Daftar Pustaka

- Afiyah A., , M., Saifi, dan Dwiatmanto, (2018). *Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry*, dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 23, No.1 November.
- Amiruddin, (2014). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* Cet 1, Gowa: Alauddin University Press,
- Basalamah, M, Salim. (2003). Haming, *Studi Kelayakan Investasi: proyek dan bisnis*, Jakarta: PPM.
- Hani, Handoko, T. (2012). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPFE.

- Husein, Umar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif.*, Edisi ke-2, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husnan, (2000). Suwarsono, *Studi Kelayakan Proyek.*, Edisi ke-4 (Yogyakarta: UPP. AMP YKPN.
- Ibrahim, (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ibrahim, Yacob. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis, edisi revisi*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- IKAPI, (2010). *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah*, Semarang: CV. Duta Nusindo.
- Kasmir dan Jafkar, (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana.
- Kasmir, (2003). Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kwartono, M. (2007). *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Mardani, (2014) *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Prenada Media Grup.
- Mubyarto, (2003). *Mengembangkan ekonomi rakyat sebagai landasan ekonomi pancasila*, dalam Jurnal Ekonomi Rakyat, Vol. 1. no. 8 Januari.
- Mujahidin, Akhmad. (2010). *Ekonomi Islam, II*, Pekanbaru: Suska Press.
- Nawawi,. I, (2012). *Strategi Inovasi Produksi dan Kompetitif Bisnis dalam Perspektif Islam*, Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam.
- Pranata, Budi. (2013). *Business Intelligence Cockpit*, Bandung: Media Pustaka.
- Rodin, D. (2015). *Tafsir Ayat Ekonomi*, Yogyakarta: Karya Abadi Jaya.
- Sari, Dewi Purnama Dan Bambang, Hendrawan, (2012). *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Roti Ceriwis Sebagai Oleh-Oleh Kota Batam*, dalam Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol 3 No. 1.

T.H. Tambunan, Tulus, (2009). *UMKM di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Tulus, Tambunan. (2012). *Bisnis Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES.

Umar, Husein. (2003). *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.

Yuyun, *Pemilik Usaha Catering*, Wawancara 04 Januari 2022.