

PENERAPAN STANDAR *ENTERPRISE* SYARIAH PADA PENGELOLA UMKM UNTUK MEMPERTAHANKAN KEUNGGULAN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Ansori¹, Zaini Tamin AR², Moch. Kalam Mollah³, Fatchor Rahman⁴

STAI YPBWI Surabaya

Ansoriansori251@gmail.com¹, zainitamim@gmail.com², Kalam@itats.ac.id³,
rfarchor@yahoo.co.id⁴

Abstrak

Penelitian ini berupaya mengkaji dan menganalisis kemampuan pengelola usaha di sektor UMKM dalam mempertahankan usahanya melewati masa Pandemi Covid 19 melalui pendekatan *enterprise syariah*, yang merupakan strategi pengelolaan usaha berkelanjutan. Penelitian ini mengambil 124 pelaku yang menerapkan prinsip syariah sebagai budaya usaha secara *purposive sampling* melalui penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Akad Murabahah*, *Akad salam*, *Akad Istishna* dan kemaslahatan secara bersama-sama memiliki keterkaitan dengan keunggulan bertahan pada UMKM. Koefisien determinasi menunjukkan indikator *akad murabahah*, *salam*, *istishna* dan kemaslahatan secara simultan memberikan kontribusi terhadap keunggulan pelaku usaha untuk bertahan di masa pandemi sebesar 26%. Secara parsial seluruh indikator standart *syariah enterprise* berpengaruh terhadap usaha pelaku UMKM mempertahankan usahanya. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa akad *Murabahah* yang berorientasi pada harga pokok dan keuntungan yang diambil dapat dipahami dan diterima oleh konsumen. Demikian pula pada aspek *akad salam* yang berorientasi pada pengelolaan produk dan bahan yang dijual, *akad istishna* yang diberikan dan diterima oleh konsumen sebagai suatu kewajiban dan memberikan kepuasan, serta aspek kemaslahatan, yakni perhatian pengelola usaha pada kesejahteraan konsumen dan masyarakat sekitar secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya di masa pandemi Covid 19.

Kata Kunci: Standart Enterprise Syariah, Keunggulan Usaha, Pandemi Covid 19, Pengelolaan Usaha Berkelanjutan.

Abstract

This research seeks to examine and analyze the ability of business managers in the UMKM sector in maintaining their business through the Covid 19 Pandemic through the sharia enterprise approach, which is a sustainable business management strategy. This study took 124 actors who apply sharia principles as a business culture by purposive sampling through descriptive quantitative research. The results of the study show that the Murabahah Contract, the Salam Contract, the Istishna Contract and benefit together have a relationship with the survival advantage of UMKM. The

coefficient of determination shows that the indicators for murabaha, salam, istishna and benefit contracts simultaneously contribute to the advantages of business actors to survive during a pandemic by 26%. Partially all indicators of enterprise sharia standards have an effect on the efforts of UMKM actors to maintain their business. The results of this study prove that a Murabahah contract that is oriented towards the cost of goods and the benefits taken can be understood and accepted by consumers. Likewise in the aspect of the salam contract which is oriented towards the management of the products and materials sold, the istishna contract which is given and received by the consumer as a fairness and provides satisfaction, as well as the benefit aspect, namely the business manager's attention to the welfare of consumers and the surrounding community partially influences excellence business actors in maintaining their business during the Covid 19 pandemic.

Keywords: *Sharia Enterprise Standards, Business Excellence, Covid 19 Pandemic, Sustainable Business Management.*

A. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang memiliki tenaga kerja kurang dari 50 orang dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta (di luar tanah dan bangunan) berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995. Serta, memiliki penjualan paling banyak Rp1 M. Usaha kecil ini harus dimiliki oleh warga negara Indonesia dan berbentuk usaha perorangan, badan usaha, atau koperasi. Usaha kecil umumnya adalah perusahaan perorangan, contohnya restoran lokal, warung, pengusaha konstruksi lokal, laundry, dan toko pakaian lokal (Soetjipto, 2020). UMKM dipandang dapat menjadi usaha masa depan yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta daya saing, dan setiap tahun mengalami perkembangan seiring dengan perubahan gaya hidup, inovasi dalam bisnis dan pekerjaan, serta kebutuhan hidup yang mengarah aspek praktis dan serba cepat. Disamping itu salah satu jenis usaha jasa yang semakin berkembang dan inovatif di salah satu UMKM yang berkembang pesat dalam 5 tahun terakhir ini adalah cafe dan Warkop (Warung Kopi).

Warkop dan cafe serta usaha kecil rumahan lainnya (toko) di Surabaya sebagai contoh, menurut data dari Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), setiap tahun tumbuh sekitar 8% – 10% persen, dan hampir di setiap jalan ada dengan karakteristik pengunjung yang bervariasi, namun hampir seluruhnya tidak pernah kelihatan sepi, hampir selalu ada pengunjung. Demikian juga hasil survei menginformasikan bahwa pertumbuhan usaha kedai kopi hingga akhir 2019 diprediksi mencapai 15%—20%, naik jika dibandingkan dengan 2018 yang hanya mencapai 8%—10%. Adanya peningkatan jumlah kedai kopi atau Warkop yang tergolong besar ini karena pada akhirnya jual seduhan kopi di kedai lebih asyik dan peminum kopi di Indonesia lebih senang menikmati minuman kopi yang lebih enak di Warkop atau kedai kopi sambil melakukan kegiatan lain daripada kopi instant atau sachet dengan harga yang relatif terjangkau karena kedai-kedai kopi juga memasang tarif yang cukup kompetitif.

Soetjipto (2020), melaporkan bahwa tahun 2019, dari PDRB Jatim yang mencapai Rp. 2.019 triliun, sebesar Rp 1.290. triliun berasal dari kinerja UMKM. Namun demikian besarnya kenaikan pendapatan yang dihasilkan UMKM di Jawa Timur belum

representatif mengakomodasi pendapatan yang diperoleh dari bagi hasil dengan UKM di sektor perdagangan jasa seperti warung kopi atau cafe-cafe yang jumlahnya tergolong cukup besar di setiap daerah. Namun pada tahun 2020 kondisi mengalami perubahan sangat drastis, yang berlangsung dalam waktu yang relatif pendek.

Pakpahan (2020), menjelaskan bahwa, “Pandemi Covid-19 sejak 2019 hingga 2021 ini berdampak besar pada keberlangsungan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).” Berdasarkan hasil survei, sebanyak 96% pelaku usaha mengaku sudah mengalami dampak negatif Covid-19 terhadap proses bisnisnya (Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah). Sebanyak 75% di antaranya mengalami dampak penurunan penjualan yang signifikan. Soetjipto (2020) menjelaskan pula “bahwa tidak hanya itu, 51% pelaku usaha meyakini kemungkinan besar bisnis yang dijalankan hanya akan bertahan satu bulan hingga tiga bulan ke depan. Sebanyak 67% pelaku usaha mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat, dan 75% merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan di masa krisis. Sementara, hanya 13% pelaku usaha yakin, mereka memiliki rencana penanganan krisis dan menemukan solusi untuk mempertahankan bisnis di level warkop dan cafe di masa Pandemi.”

Meski pandemi Covid-19 memunculkan masalah bagi pelaku UMKM, terutama pada usaha jasa seperti rumah makan, warung, kios, dan toko-toko yang menjual kebutuhan rumah tangga, pakaian, dan peralatan kerja, serta kebutuhan sekunder lainnya relatif tidak mampu bertahan. Para pelaku usaha seperti makanan kemasan dan oleh-oleh, souvenir, batik, dan berbagai industri rumahan di beberapa daerah terpaksa tutup, namun beberapa pelaku usaha bidang makanan kemasan masih bertahan dengan memanfaatkan pemasaran *online* (Taufik, dan Ayuningtyas, 2020). “Penurunan pendapatan dan bahkan beberapa ratus pelaku usaha UMKM telah menutup usahanya setelah pemerintah secara resmi mengumumkan agar masyarakat bekerja dari rumah, menutup instansi pelayanan publik, dan mewajibkan *social distance*, dan bahkan pada pertengahan Mei 2020 telah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan PPKM “ (Peraturan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di berbagai daerah di Jawa Timur, sehingga urat nadi ekonomi kecil pun harus tutup. Hal itulah yang menjadikan kondisi UMKM dan pelaku usaha mikro kecil khususnya di berbagai kota yang menerapkan PPKM, disertai sanksi denda dan pidana seperti Surabaya, Sidoarjo dan Gresik, pelaku usaha kecil khususnya mengalami kelumpuhan dan kebangkrutan.

Berkenaan dengan pandemi virus Corona Covid 19 serta dampaknya terhadap perekonomian nasional, khususnya para pelaku usaha sektor mikro kecil dan menengah yang hampir sebagian besar lumpuh dan diambang kebangkrutan. Maka dalam penelitian ini penulis merasa tertarik dan memandang perlu untuk mengkaji beberapa aspek pengelolaan UMKM dan cara-cara pelaku usaha mempertahankan usahanya di tengah pandemi Covid 19. Penelitian ini mengkaji solusi alternatif untuk bertahan di masa sulit, yang beberapa di antara pelaku usaha menggunakan pendekatan *entreprise syariah*, yakni pengelolaan usaha yang pada sikap pertanggungjawaban utamanya kepada Allah secara vertikal yaitu pihak paling tinggi dan merupakan tujuan utama hidup manusia, yang kemudian memperluas bentuk pertanggungjawabannya secara horizontal yaitu kepada manusia, lingkungan dan alam dimana manusia adalah khalifah yang telah diberi amanah untuk mengatur dengan baik semua suberdaya yang telah Allah ciptakan untuk keberlangsungan hidup manusia itu sendiri seperti tumbuhan,

hewan, hutan, air, dan lain sebagainya secara adil. Sebagai bentuk pertanggungjawaban secara horizontal yaitu kepada sesama manusia, konsep *Syariah Enterprise Theory* ini menyajikan laporan nilai tambah yang berguna untuk memberikan informasi kepada para *stakeholders* mengenai kepada siapa nilai tambah yang diperoleh telah didistribusikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali, dan menganalisis kondisi UMKM di Surabaya dan sekitarnya, dan bagaimana upaya yang dilakukan para pelaku usaha UMKM dalam mempertahankan usaha melewati masa pandemi Covid 19 melalui optimalisasi keunggulan usaha dengan pendekatan *syariah enterprise model*. Selain itu dalam penelitian ini ingin dianalisis model siklus pendekatan *syariah enterprise model* sebagai tolok ukur tindakan pelaku usaha UMKM untuk unggul dalam bertahan di masa Pandemi.

B. LANDASAN TEORI

Keunggulan Usaha

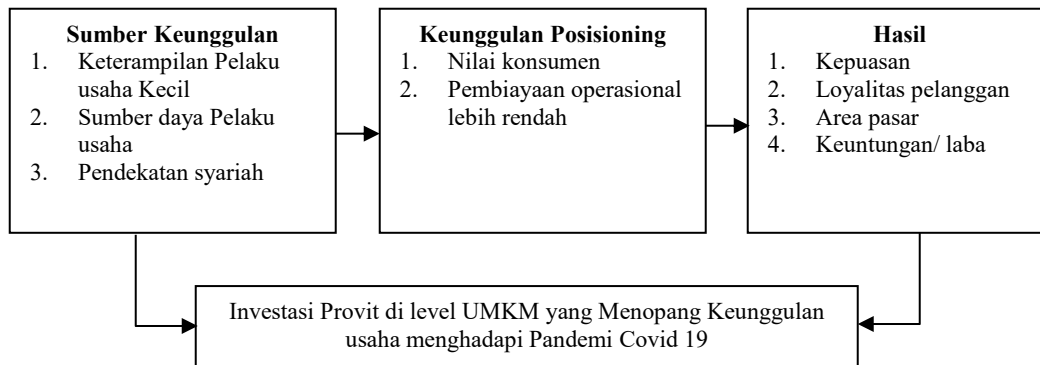
Teori keunggulan perusahaan merupakan keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) atau dikenal juga dengan keunggulan bersaing sebagai suatu bentuk kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh potensi sumber daya yang ada, khususnya sumber daya manusia yang dimiliki untuk dapat melakukan kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain yang ada pada industri dan pasar yang sama. Teori ini dikemukakan Porter (2011) sebagai bentuk kritik terhadap teori keunggulan komparatif.

Porter (Febriyanti dan Dzakiyah, 2020), menjelaskan bahwa “salah satu strategi memenangkan persaingan adalah dengan memiliki keunggulan kompetitif”. Pendapat ini semakin dikuatkan oleh pendapat Day & Wensley (Naili, 2018), keunggulan perusahaan adalah kemampuan bersaing yang berkelanjutan sebagai salah satu bentuk dari strategi bagi para pelaku usaha dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Ayodya dan Koswara (2014), menyatakan bahwa “pada pasar yang kompetitif, dan kemampuan para pelaku ekonomi dalam menghasilkan kinerja, terutama kinerja dalam sektor keuangan sangat tergantung kepada derajat kompetitifnya sebagaimana teori ekspor menurut para ahli”. Pelaku ekonomi yang dikatakan memiliki keunggulan kompetitif dalam mengelola suatu perusahaan adalah ketika memiliki sesuatu yang tidak dimiliki pesaing, dan dapat melakukan sesuatu atau membuktikan produk yang lebih baik.

Menurut Porter (2011), memfokuskan diri dalam mencapai keunggulan perusahaan dalam suatu persaingan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan efektivitas operasional. Operasional yang efektif itu jika dikombinasikan dengan strategi yang tepat sebagai suatu jalan untuk mencapai kinerja yang unggul. Sehingga dengan memaksimalkan keunggulan tersebut akan tercapailah keunggulan kompetitif yang diharapkan. Efektivitas operasional menjadikan perusahaan mampu menampilkan sesuatu yang dapat baik dari pesaing. Hal ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan input, misalnya dengan cara mengurangi cacat produk atau membuat lebih cepat produk dan yang lebih baik dari lawan.

Menurut Cravens (Yevis, 2010), menjelaskan tentang keunggulan bersaing sebagai suatu kajian tentang perbedaan dan keunikan di antara para pesaing. Sumber keunggulan bersaing dalam penelitian *enterprise syariah* dalam penelitian ini adalah

keterampilan, sumber daya dan pengendalian yang superior, serta penerapan syariah seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Pencapaian Keunggulan Usaha (Sumber: Data Sekunder, 2022)

Menurut Day dan Wensley (Rusydiana dan Firmansyah, 2018), yang mengartikan keunggulan bersaing sebagai kompetisi yang berbeda dalam keunggulan keahlian dan sumber daya. Ada lima indikator yang membentuk keunggulan bersaing adalah

- Strategy*, yaitu kemampuan perusahaan membangun kerangka perencanaan bisnis generik yang didasarkan pada dua sumber keunggulan, yaitu low cost dan differentiation.
- Cost leadership*, merupakan salah satu generic strategy. Strategi ini dilakukan dengan cara memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah dengan kualitas yang relatif sama dibandingkan dengan para pesaingnya. Untuk dapat menjalankan strategi ini, perusahaan perlu memiliki economies of scale lebih tinggi atau memiliki keunggulan dalam produktivitas.
- Product differentiation*, adalah proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu. Pembedaan tersebut dilakukan baik terhadap produk kompetitor maupun terhadap produk lain dari produsen produk itu sendiri. Ini dapat dilakukan dengan membedakan sedikit atau banyak pada kualitas bahan dan manfaat produk, serta kemasannya.
- Focused differentiation*, yaitu kemampuan karyawan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga, misalkan pemenuhan kebutuhan pupuk untuk pecinta tanaman hidroponik di perkotaan, pengembangan bunga, dan sebagainya.
- Partnership*, yaitu merupakan suatu perjanjian yang dilakukan oleh karyawan dengan pihak pelaku usaha lain atau organisasi sosial maupun individu untuk menyelenggarakan usaha secara bersama-sama dengan tujuan memperoleh laba dan membagi keuntungan yang diperoleh secara bersama-sama. Misalkan dengan kelompok tani, kelompok masyarakat berkebun, dan sebagainya

Standart Enterprise Syariah

Pepall, Richards, Norman (Rusydiana dan Firmansyah, 2018), menjelaskan “*enterprise* sebagai suatu sistem dari manusia, peralatan, material, data, kebijakan dan prosedur yang muncul untuk menyediakan sebuah produk atau pelayanan, dengan tujuan mendapatkan keuntungan”. Sistem *enterprise* mendukung struktur organisasi yang sebelumnya tidak mungkin untuk menciptakan budaya organisasi yang lebih disiplin. Sistem *Enterprise* adalah *platform* teknologi yang bisa menyatukan semua informasi dari berbagai bagian menjadi satu (*single*) informasi secara logikal, sehingga *Enterprise* (perusahaan/organisasi) bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

Syariah Enterprise theory merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban terhadap pemilik perusahaan dan stakeholders (Rusydiana dan Firmansyah, 2018). Teori ini merupakan pengembangan dari *Enterprise Theory* yang telah dimasukkan nilai-nilai Islam agar dapat menghasilkan teori yang bersifat humanis dan transendental. Menurut Huda (2016) konsep *enterprise theory* menunjukkan bahwa kekuasaan ekonomi tidak lagi berada di satu tangan, melainkan berada pada banyak tangan, yaitu stakeholder. Oleh karena itu *enterprise theory* direkomendasikan untuk suatu sistem ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai syariah mengingat syariah melarang beredarnya kekayaan hanya di kalangan tertentu saja. Tetapi, dalam konsep syariah belum mengakui adanya partner tidak langsung yang memberikan kontribusi ekonomi karena partner tidak langsung ini mempunyai hak atas nilai tambah yang telah diperoleh perusahaan (Huda, 2016).

Enterprise Theory menurut Triyuwono (Novarela, dan Sari, 2015), menjelaskan sebagai aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai Pencipta dan Pemilik Tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia ini. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para stakeholders pada prinsipnya adalah amanah dari Allah SWT yang di dalamnya melekat tanggung jawab untuk digunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah. *Syariah enterprise theory* memiliki pandangan dalam distribusi kekayaan (*wealth*) atau nilai tambah (*value added*) tidak hanya berlaku pada partisipan yang terkait langsung atau partisan yang memberikan kontribusi kepada operasi perusahaan (pemilik usaha, pengelola, karyawan, pemilik tempat), tetapi juga terhadap pihak lain yang tidak terkait secara langsung terhadap operasi perusahaan. Karena itu, *syariah enterprise theory* akan membawa kemashalatan bagi *stockholders*, masyarakat dan lingkungan alam tanpa meninggalkan kewajiban penting menunaikan zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah (Suriadi, Hailudin, dan Sriningsih, 2021). Telaah manfaat dari Teori *Syariah Enterprise* ini dimana pelaku usaha syariah harus berlandaskan *syariah enterprise theory* dalam melaksanakan tugasnya, karena pendekatan usaha melalui *syariah* tidak hanya bertanggung jawab kepada pemilik melainkan kepada *stakeholder* dan Allah SWT. Penerapan prinsip *syariah enterprise theory* pada usaha kecil akan membuat kinerja usaha yang lebih sehat, dikarenakan pengelolaan akan mematuhi prinsip yang telah ditetapkan sebagai moral kerjanya.

Syariah enterprise theory (SET) mengajukan beberapa karakteristik terkait tema dan item yang diungkapkan dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan syariah. Karakteristik-karakteristik ini, menurut Meutia (2010), adalah upaya memenuhi akuntabilitas vertikal terhadap Allah dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct*

stakeholders, *indirect stakeholders*, dan alam. Rizal dan Agustim (2021), menjelaskan penerapan *syariah enterprise* sebagai suatu upaya memenuhi kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*, sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi konsep keseimbangan. Mengungkapkan informasi kualitatif dan kuantitatif sebagai upaya untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh.

Salah satu landasan hukum islam tentang usaha yang berbasis syariah adalah surat An-Nisa ayat 29 yang memiliki arti “*hai orang-orang beriman! janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka rela diantara kalian*”. Ini bisa ditafsirkan bahwa usaha syariah dalam melaksanakan tugasnya tidak boleh menyeleweng dari ajaran Islam (batil) namun harus selalu tolong menolong demi menciptakan suatu kesejahteraan. Cukup banyak tindakan pengelolaan usaha yang belum sesuai dengan ajaran islam hal ini terjadi karena beberapa pihak tidak tahan dengan godaan uang serta mungkin mereka memiliki tekanan baik kekurangan dalam hal ekonomi atau yang lain, maka bank syariah harus membentengi mereka untuk tidak berbuat sesuatu yang menyeleweng dari islam (Novarela dan Sari, 2015).

Menurut Zaroni (Huda, 2016), terdapat beberapa ayat di dalam al-Qur'an yang berbicara mengenai bisnis atau wirausaha, di antaranya: Al-Baqarah [2]: 282; An-Nisā' [4]: 29; At-Taubah [9]: 24; An-Nūr [24]: 37; Al Fāṭir [35]: 29; As-Ṣaff [61]: 10, dan Al-Jumu'ah [62]:11. Ghazali (2010) menjelaskan bahwa Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata yang diantaranya adalah kata: *al-tijārah* (berdagang, berniaga), *al-bay'ū* (menjual), dan *tadāyantum* (muamalah). Kata *tijārah* dalam al-Qur'an dapat ditemui dalam Surat al-Baqarah [2]: 282, al-Nisa [4]: 29, al-Taubah [9]: 24, al-Nūr [24]: 37, Fāṭir [35]: 29, al-Ṣaff [61]: 10, dan al-Jumu'ah [62]: 11. Al-ba'i adalah lawan kata dari al-shira' (beli). Al-ba'i secara etimologi berarti menjual. Zaroni (2017) juga menjalsakan bahwa kata *al-bay'* disebutkan dalam Surat al-Baqarah [2]: 254, 275. Sementara kata *tadāyantum* disebut satu kali dalam Surat al-Baqarah [2]: 282. Al-Qur'an juga seringkali menyebut bisnis dengan menggunakan kata-kata jual-beli, untung-rugi dan lainnya sebagaimana dalam Surat al-Taubah [9]: 111.

C. METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM bidang usaha makanan dan minuman yang jumlah populasinya tersebar di berbagai wilayah di Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo, Gresik, dan Mojokerto).

Sampling penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penarikan sampel beerdasarkan syarat-syarat yang ditentukan oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian (Hadi, 2010). Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah pengelola usaha UMKM bidang jasa makanan dan minuman baik dalam bentuk warung kopi (warung), Cafe, dan depot atau rumah makan dalam kategori modal aset tidak lebih dari ketentuan syarat UMKM dan sampling telah mengelola usaha maksimal lima tahun terakhir telah menerapkan prinsip standart *syariah entreprise* dalam mengelola usahanya. Adapun sampling penelitian sebagai berikut.

Tabel 1. Karakteristik Sampling Penelitian

Subjek Penelitian	Kurun waktu menerapkan <i>syariah enterprise</i>					
	1 tahun		1 – 3 tahun		3 – 5 tahun	
Pengelola Rumah makan (Depot)	0	0%	7	15%	12	21%
Pengelola Warung kopi (Warkop)	12	55%	32	70%	39	70%
Pengelola Cafe	10	45%	7	15%	5	9%
Total	22	100%	46	100%	56	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis secara terstruktur kepada responden penelitian berkaitan dengan tanggapannya terhadap berbagai variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan *rating scale*, yaitu rangkaian pilihan jawaban dimana responden diminta untuk menggunakannya dalam menunjukkan respon atau sikap. Skala pengukuran ini terdiri dari serangkaian label dengan deskripsi tertulis. Dalam penelitian ini, responden diberikan kebebasan untuk memberikan penilaian atau menentukan pendapat sesuai dengan pengalaman mengenai indikator pada kuesioner dengan memilih salah satu dari lima pilihan jawaban yang tersedia.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuesioner. Pada teknik analisis ini seluruh variabel yang diteliti dideskripsikan berdasarkan skor jawaban responden.

Sebelum dilakukan analisis data, maka skor data akan dilakukan beberapa pengujian yang meliputi uji kebasahan data dan keandalan alat ukur. Selanjutnya dilakukan uji prasyarat sebagai syarat sebelum dilakukan analisis pengujian hipotesis.

Hasil pengujian instrumen melalui uji validitas sebagaimana Tabel 2 diketahui bahwa pada masing-masing variabel memiliki nilai yang seluruhnya bergerak dari 0,244 sampai 0,661 sehingga nilai r_{xy} lebih dari 0,200 yang berarti seluruh butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini tergolong valid. Hasil uji validitas diketahui sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Nilai r_{xy}	Nilai α
X1. Akad Murabahah (jual beli)	0,572 - 0,661	0,759
X2. Akad Salam (keselamatan/ kesehatan)	0,390 - 0,455	0,777
X.3 Akad istishna (adab pemesanan)	0,243 - 0,384	0,783
X.4 Kemaslahatan (perhatian pada kesejahteraan)	0,244 - 0,387	0,787
Y. Keunggulan bertahan	0,332 - 0,500	0,785

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Selanjutnya hasil pengujian reliabilitas skala, bahwa alat ukur dapat dikatakan reliabel atau handal jika memperoleh nilai responden terhadap pertanyaan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan one shot atau pengukuran sekali saja dan untuk pengukuran reliabilitasnya digunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Berdasarkan data pada Tabel 2 tersebut diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai alpha lebih dari 0,70 sehingga seluruh skala pada tiap variabel yang diujikan dalam penelitian ini tergolong handal.

Model analisis data yang digunakan untuk hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 20, dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Keunggulan bertahan
- X₁ : Akad Murabahah
- X₂ : Akad Salam
- X₃ : Akad Istishna
- X₄ : Kemaslahatan
- a : Konstanta
- $\beta_1 X_1$: Nilai beta dari faktor Murabahah
- $\beta_2 X_2$: Nilai beta dari faktor Salam
- $\beta_3 X_3$: Nilai beta dari faktor Istishna
- $\beta_4 X_4$: Nilai beta dari faktor Kemaslahatan
- e : variabel yang tidak diteliti

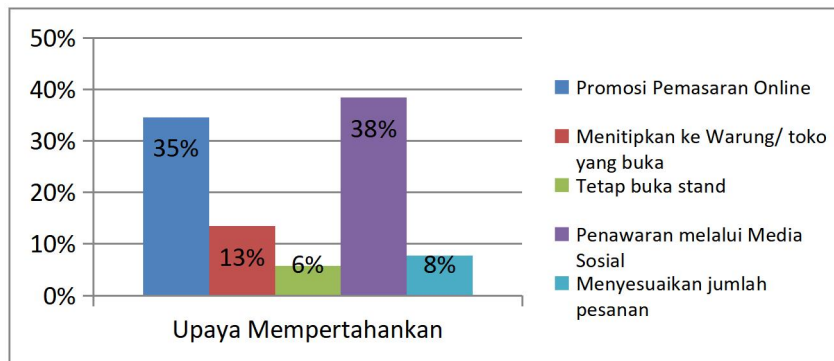
Hasil persamaan regresi antara variabel bebas dengan keunggulan bertahan dapat diketahui sebagai berikut.

$$\text{Keunggulan bertahan} = 3,958 + 0,049 + 0,574 + 0,313 + 0,149$$

Persamaan regresi di atas menjelaskan hubungan lineier secara bersama-sama *akad murabahah, akad salam, akad istishna*, dan kemaslahatan terhadap keunggulan bertahan para pelaku usaha di UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

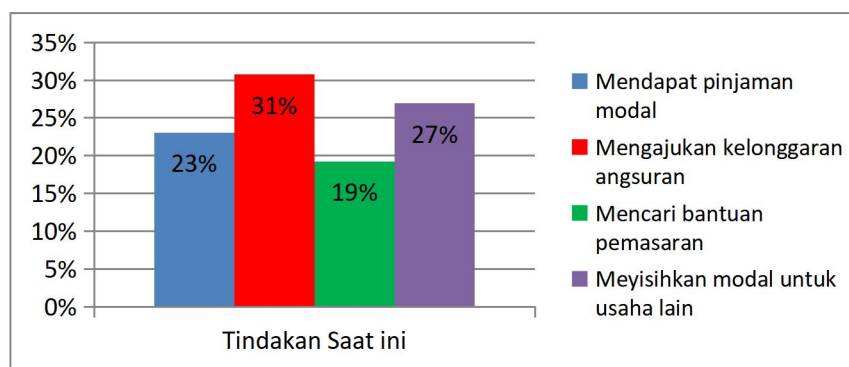
Hasil analisis statistik deskriptif dapat diketahui upaya pelaku usaha UMKM dalam mempertahankan usahanya secara mandiri selama masa Pandemi sejak 2020-2021 ini yakni tetap memasarkan atau berjualan dengan mengikuti aturan pemerintah dan protokol kesehatan serta lebih mengoptimalkan pendekatan syariah. Upaya yang dilakukan dapat diketahui dari tanggapan sebagai berikut.



Gambar 2. Upaya Penjualan Selama Masa Pandemi
 (Sumber: Analisis Data, 2022)

Dari Gambar 2. dapat diketahui 38% para pelaku usaha melakukan pemasaran atau menawarkan dagangannya melalui media sosial, dan 35% para pelaku usaha menggunakan media online sebagai alat pemasaran, yaitu promosi berbayar yang tersedia online. Namun terdapat 13% pelaku usaha yang masih bertahan dengan cara konvensional yaitu menitipkan produk dagangannya ke toko-toko atau warung yang masih buka, ini dilakukan oleh pelaku usaha home industri makanan kemasan. Kemudian 8% pelaku usaha menyesuaikan jumlah jualan, serta mencoba untuk tetap buka stand atau usahanya.

Kondisi pandemi Covid 19 sejak bulan februari 2020 telah memaksa semua pelaku usaha, terutama bidang jasa makanan dan minuman untuk bertahan dan lebih mampu mengembangkan kreativitas mempertahankan usahanya atau tutup sama sekali karena keterbatasan modal. Disini lain upaya-upaya yang menjadi harapan untuk bertahan dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 3. Harapan Pada Saat Sekarang
 (Sumber: Analisis Data, 2022)

Berdasarkan Gambar 3. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 20.00 maka dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisa guna membuktikan hipotesis yang diajukan. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis adalah :

1. Uji Hipotesis Simultan

Dilakukan uji serempak dengan menggunakan uji F untuk pengujian hipotesis pertama. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikatnya. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5%. Apabila $F_{hitung} >$ dari nilai F_{tabel} maka berarti bahwa variabel bebasnya secara serempak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikatnya.

Untuk menguji kebenaran hipotesis, bahwa variabel *Akad Murabahah*, komitmen pelanggan, *Akad Istishna* dan Kemaslahatan berpengaruh terhadap keunggulan bertahan UMKM pada masa Pandemi secara simultan, digunakan uji simultan melalui analisis varian (Anava) satu jalur melalui rumus uji F.

Tabel 3. Hasil pengujian secara simultan

R	R ²	F	DF2	p
0,511	0,261	14,144	123	0,000

(Sumber: Analisis Data, 2022)

Hasil analisis uji regresi ganda secara simultan melalui uji F diketahui sebagai berikut.

- Nilai R = 0,511 yang menunjukkan koefisien korelasi secara simultan antara variabel *Akad Murabahah* (X1), *akad salam* (X2), *Akad Istishna* (X3) dan Kemaslahatan (X4) secara bersama-sama memiliki keterkaitan dengan keunggulan bertahan pada UMKM (Y).
- Nilai R² = 0,261 menunjukkan koefisien determinasi secara simultan, bahwa *Akad Murabahah* (X1), komitmen pelanggan (X2), *Akad Istishna* (X3) dan Kemaslahatan (X4) secara bersama-sama mampu memberikan sumbangan efektif terhadap dengan keunggulan bertahan pada UMKM sebesar 26,1%
- Nilai F = 14,144, pada df = 123 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,95$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$), yang berarti *Akad Murabahah* (X1), komitmen pelanggan (X2), *Akad Istishna* (X3) dan Kemaslahatan (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bertahan pada UMKM (Y)
- Nilai probabilitas sebesar 0,000 atau probabilitas kurang dari 5% ($p < 0,05$) yang menunjukkan bahwa variabel *Akad Murabahah* (X1), *Akad salam* (X2), *Akad Istishna* (X3) dan Kemaslahatan (X4) secara bersama-sama memiliki keterkaitan dengan keunggulan bertahan pada UMKM (Y)

2. Uji Pengaruh Parsial

Uji Parsial pengaruh parsial dilakukan menggunakan analisis regresi ganda melalui uji t test untuk pengujian hipotesis kedua. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh yang bermakna secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Menurut Ghazali (2013), analisis pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung pada tiap variabel bebas dengan t tabel pada derajat kesalahan sebesar 5%. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikatnya (Y). Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan

menganalisis nilai r^2 parsial sehingga dapat diketahui variabel bebas (X) yang dominan pengaruhnya terhadap variabel terikatnya (Y). Hasil uji parsial dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji parsial terhadap keunggulan bertahan

<i>Syariah Enterprise</i>	Nilai t ($t_{\text{tabel}} = 1,980$)	Nilai r parsial	Nilai p
<i>Akad Murabahah</i>	2,201	0,209	0,023
<i>Akad Salam</i>	2,057	0,185	0,042
<i>Akad Istishna</i>	5,144	0,425	0,000
Kemaslahatan	4,135	0,264	0,005

(Sumber: Analisis Data, 2022)

Hasil pengujian hipotesis secara parsial sebagaimana tabel tersebut di atas, dapat diketahui sebagai berikut.

- Variabel *Akad Murabahah* memperoleh nilai koefisien pengaruh secara parsial sebesar 0,109, dengan nilai t sebesar 1,201 dengan t_{tabel} sebesar 1,980 ($t < t_{\text{tabel}}$), dengan probabilitas sebesar 0,023 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh *Akad Murabahah* terhadap keunggulan bertahan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh *Akad Murabahah* terhadap keunggulan bertahan UMKM pada masa Pandemi diterima.
- Variabel *Akad Salam* memperoleh nilai koefisien pengaruh secara parsial sebesar 0,185, dengan nilai t sebesar 2,057 dengan t_{tabel} sebesar 1,980 ($t > t_{\text{tabel}}$), dengan probabilitas sebesar 0,042 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan *Akad Salam* terhadap keunggulan bertahan pada UMKM pada masa Pandemi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh *Akad Salam* terhadap keunggulan bertahan UMKM diterima.
- Variabel *Akad Istishna* memperoleh nilai koefisien pengaruh secara parsial sebesar 0,425, dengan nilai t sebesar 5,144 dengan t_{tabel} sebesar 1,980 ($t > t_{\text{tabel}}$), dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan *Akad Istishna* terhadap keunggulan bertahan UMKM pada masa Pandemi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan ada pengaruh *Akad Istishna* terhadap keunggulan bertahan UMKM pada masa Pandemi diterima.
- Variabel kemaslahatan memperoleh nilai koefisien pengaruh secara parsial sebesar 0,264, dengan nilai t sebesar 4,135 dengan t_{tabel} sebesar 1,980 ($t > t_{\text{tabel}}$), dengan probabilitas sebesar 0,005 ($p < 0,05$) yang berarti ada pengaruh positif yang signifikan kemaslahatan terhadap keunggulan bertahan pada UMKM. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan ada pengaruh kemaslahatan terhadap keunggulan bertahan UMKM pada masa Pandemi diterima.

PEMBAHASAN

Implementasi *enterprise syariah* dalam pengelolaan usaha mandiri sebagai metode mempertahankan usaha untuk tetap unggul dan mampu melewati masa Pandemi jika didukung oleh dua faktor keunggulan, yaitu: strategi *enterprise syariah* dan

syariah sebagai budaya organisasi. Konsep strategi berangkat dari bagaimana menciptakan visi yang menarik, membangun rasa memiliki, dan semangat pantang menyerah untuk memperjuangkannya. Tidak cukup di situ, visi tersebut juga sedapat mungkin mendukung konsentrasi pemilik usaha untuk mengkondisikan seluruh potensi usahanya, baik yang dikelola sendiri dengan melibatkan keluarga ataupun dikelola oleh orang lain (karyawan). Kondisi yang dibangun adalah penerapan perilaku *entreprise syariah* secara standart, yakni penerapan aturan syariah yang berorientasi pada *ahlaqul qarimah*. Pendekatan standart *entreprise syariah* ini mampu mendorong terciptanya kebersamaan dan loyalitas yang kokoh pada semua elemen yang terlibat. Strategi juga merupakan proses atau metode yang ditempuh untuk mengatasi berbagai kendala atau rintangan yang ada dalam upaya mencapai tujuan pengelolaan usaha makanan dan minuman berskala kecil di tengah kondisi pandemi yang tak terduga dan kepentingan untuk bertahan.

Terbuktinya hipotesis secara simultan maupun secara parsial dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran bahwa penerapan standart *entreprise syariah* merupakan upaya meraih keunggulan usaha selama masa Pandemi yang tergolong cukup efektif. Hal ini sesuai dengan penelitian Anggraeni (2019) yang menyatakan bahwa pengelolaan usaha sebagaimana dijelaskan al-Qur'an baik yang terambil dari terma *tijārah*, *al-bay'*, *ishtarā*, maupun *tadāyantum*, tidak hanya menjelaskan bisnis dalam sifat material, tetapi juga immaterial. Wirausaha Muslim sebagai pelaku bisnis harus bekerja sesuai profesionalitas dan tetap menjalankan perintah Allah. Dalam konteks inilah al-Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bursa yang tidak pernah mengenal kerugian, yaitu *tijārah lan tabūrā* (Anggraeni, 2019). Menurut Meutia (2010), bisnis berbasis *syari'ah* adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam seseorang harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah. Dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam bekerja inilah yang dimaksud dengan *tawhīd ulūhiyyah*.

Kunci keberhasilan implementasi standart *entreprise syariah* dalam pengelolaan usaha ini untuk mengetahui kebutuhan pelanggan (*costumers needs*). Pada prinsipnya, seseorang pelaku usaha UMKM dalam memelihara keunggulan kompetitif dengan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan demikian unit usahanya yang telah berjalan akan membentuk atau menciptakan pasar mereka sendiri dan akan berhasil mencapai keuntungan yang diharapkan terus bertambah. Hal tersebut sesuai dengan QS An Nisa (4:29) yang menyebutkan, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada-Mu"

Pengelolaan usaha bisang makanan dan minuman dalam pendekatan syariah mengacu pada konsep yang dikemukakan Setjawibawa (Al-Gharar, 2020), bahwa syariah secara etimologi dan berdasarkan pendekatan linguistik berarti jalan, jalur yang lurus, jalan setapak menuju mata air atau sumber air. Air disinyalir sebagai sumber kehidupan yang mampu memberikan kekuatan dan semangat. Tanpa adanya air dapat dipastikan tidak akan ada kehidupan. Tuhan pun menciptakan manusia dan makhluk

lainnya, bahkan bumi beserta seisinya semua berasal dari air. Maka dapat dikatakan, air adalah pusat dan sumber diwujudkananya kehidupan, dan itu adalah cara Allah Swt. memberikan ibrah atau pelajaran kepada manusia untuk hidup seperti air yang mampu memberikan manfaat dan kebaikan kepada orang lain. Secara terminologi, air adalah benda cair yang amat sangat halus, licin, elastis, adaktif, bergerak atau mengalir dari dataran tinggi ke dataran rendah. Air amat sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, semua kreativitas, produktivitas, dan kinerja manusia didukung oleh kekuatan dan kehebatan air sebagai karunia dari Tuhan (Allah SWT).

Secara khusus Allah SWT menggambarkan perjuangan para sahabat, terutama sahabat dari bangsa Quraisy yang senantiasa melakukan aktivitas dan amal solehnya dengan menghadapi berbagai risiko sosial dan alam yang panas dan dingin sekalipun tidak menjadi hambatan untuk melakukan perjalanan bisnisnya. Meskipun secara lahirilah perjalanan itu adalah perjalanan bisnis, namun hati, akal dan otak mereka telah dipandu oleh kesucian jiwa, keimanan dan ketaqwaannya kepada Allah Swt, menjadi panduan dan parameter langkah bisnis mereka.

Anggraeni (2019); Huda (2016); dan Mufid (2018), menjelaskan bahwa ada 6 karakteristik bani Quraisy yang digambarkan dalam QS Al-Quraisy 1-4, yaitu:

- a. *Rihlah ilmiyah* (observasi, kunjungan, silaturahmi, penelitian). Secara tekstual Allah Swt menggambarkan kebiasaan bani Quraisy yang gemar melakukan perjalanan. Meskipun kondisi alam kurang bersahabat, dingin yang luar biasa mupun panas, hal itu tidak menghalangi niat mereka untuk melakukan perjalanan. Mufid (2018) menjelaskan kontekstual QS al-Quraisy ini memberikan pesan bahwa perjalanan itu memang amat sangat penting, dan karena Tuhan mengabadikan kebiasaan masyarakat Quraisy yang senang melakukan perjalanan. Tentu perjalanan di sini bukan tanpa tujuan dan konsep yang jelas, tetapi perjalanan yang terencana, mengandung tujuan yang jelas dan pasti serta manfaat bagi kebaikan kehidupan.
- b. *Ta'abudiyah*. Meskipun lahiriyah perjalanan itu dalam rangka mencari rezeki/harta dengan berbisnis, namun perjalanan bisnis tersebut dapat dinilai ibadah, jika dilakukan atas dasar karena Allah Swt dan semata-mata ibadah (*lillaahi ta'ala*).
- c. *Tauhidullah*. Aktivitas dan amal apapun yang bernilai positif senantiasa mersa dan meyakini adanya pengawalan dan panduan Tuhan, sehinga segenap paradigmanya (*mind set*) diwarnai dan dibayang-bayangi nilai-nilai Ilahiyyah (ketuhanan).
- d. *Istiqamah*. Mufid (2018) menjelaskan sebagai konsistensi dalam menjalankan amal sholeh baik secara pribadi maupun kolektif. Keteguhan dalam berpegang kepada Kebijakan Tuhan menjadi kepribadiannya, situasi dan kondisi apapun tidak dapat merubah kekokohan iman dan taqwanya kepada Allah Swt. Meskipun seluruh manusia di dunia ini bersatu padu mempengaruhinya, tawaran kedudukan dan jabatan yang tinggi, dan harta yang melimpah akan diberikan jika keluar dari nilai-nilai Ilahiyyah, orang yang berjiwa istiqamah tidak akan tergiur, bahkan ia semakin kuat dan kokoh terus konsisten menjalankan perintah Allah Swt, yakni amar ma'ruf nahy al-munkar.
- e. *Ta'awuniyah*. Prinsip tolong-menolong dan gotong royong dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara telah menjadi warna tersendiri bangsa Indonesia. Prinsip ini kemudian diinternasionalisasi dan dijewantahkan ke dalam berbagai aspek kehidupan manusia, baik ssoail, ekonomi, politik, budaya serta hubungan-hubungan lainnya (muamalah) yang dilakukan manusia, senantiasa

dijalankan dalam rangka menolong dan mencoba meringankan beban orang lain. Menurut Meutia (2010), prinsip ini pun telah masuk ke wilayah lembaga dan institusi pendidikan, keuangan, serta industri-industri ekonomi baik perbankan maupun non perbankan, khususnya lembaga syariah.

- f. *Ta'miniyah*. Secara bahasa ta'min itu adalah keadaan aman, nyaman. Maksudnya dalam keadaan dan kondisi apapun serta dengan siapapun kita berinteraksi dan menjalin kerja sama atau perjanjian dan ikatan-ikatan muamalah, sejatinya memberikan rasa aman dan nyaman kepada kedua belah pihak maupun kepada lingkungan sekitar. Mufid (2018) menjelaskan bahwa tidak diperkenankan oleh agama Islam, kinerja dan aktivitas kita mendatangkan kemadaraman, kehinaan, dan rasa takut. Ketenangan (*muthmainnah*) dalam hidup dan dalam bisnis adalah core dari keberhasilan bisnis tersebut. Sehingga kemudian pelakunya akan mendapatkan ketenangan dan keberkahan dunai dan akhirat.

Enam karaktersistik bani Quraisy ini dapat diteladani oleh para penggiat dan pengembang ekonomi Islam (Mufid, 2018), sehingga watak ini menjadi nilai sekaligus strategi dalam bisnis syariah. Meutia (2010), menjelaskan bahwa penerapan *entreprise syariah* secara standart dalam pengelolaan usaha selain memperoleh profit dan benefit, bisnis dalam Islam juga memiliki orientasi pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan. Artinya, bahwa perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat, dengan tetap berada dalam koridor syari'ah, bukan menghalalkan segala cara. Apa yang sudah dicapainya tersebut harus terus dipertahankan keberlangsungannya sehingga perusahaan dapat exis dalam kurun waktu yang lama. Pada akhirnya, apa yang sudah dicapainya tersebut juga harus memunculkan keberkahan. Artinya, bisnis syari'ah menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia.

Menurut Antonio (Nur, 2015) dan Mufid (2018), bahwa pengelolaan usaha menggunakan pendekatan konsepsi hukum islam yang sesuai syar'i bertujuan untuk mencapai *falāḥ* sebagai tujuan hidup setiap Muslim. Maka dalam pengelolaan bisnis syari'ah tidak hanya memandang aspek material, namun lebih ditekankan pada aspek spiritual. Dalam konteks duniawi, *falāḥ* merupakan konsep yang multi-dimensi dan memiliki implikasi pada aspek perilaku individual atau mikro dan perilaku kolektif atau makro. Febianto (2010), menjelaskan untuk mencapai *falāḥ* tersebut dikenal konsep *maṣlaḥah*. Masalah adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non-material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Menurut al-Shatibi (Febriyanti, dan Ihsani, 2020), bahwa *maṣlaḥah* adalah dasar kehidupan manusia dan terdiri atas 5 (lima) hal, yaitu agama (*dīn*), jiwa (*nafs*), intelektual (*'aql*), keluarga dan keturunan (*nasl*) dan harta (*māl*).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa penerapan standart *syariah enterprises* sebagai upaya mempertahankan keunggulan usaha di masa Pandemi telah terbukti. Selain itu diketahui pula bahwa pada masing-masing aspek seperti akad *Murabahah* (jual beli) yang berorientasi pada harga pokok dan keuntungan yang diambil dapat dipahami dan diterima oleh konsumen. Demikian pula pada aspek *akad salam* (keselamatan dan kesehatan) yang berorientasi pada pengelolaan produk dan bahan yang dijual, *akad*

istishna (adab pemesanan) yang diberikan dan diterima oleh konsumen sebagai suatu kewajaran dan memberikan kepuasan, serta aspek kemaslahatan (perhatian pada kesejahteraan), yakni perhatian pengelola usaha pada kesejahteraan konsumen dan masyarakat sekitar secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya di masa Pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M.K., dan Febriyanti, N (2020). Penyusunan Strategi Pemasaran Islam dalam Berwirausaha di Sektor Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19, *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business* (JIEB). Vol. 10, No. 2, hal: 27-42
- Alfrian, R.G., & Pitaloka, E. (2020). Strategi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif* (SENTRINOV), Vol. 6 (2), hal: 139-146.
- Al-Gharar, M.T.A. (2020). Muamalah Terlarang : Maysir dan Gharar. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, Vol. 18, hal: 24-40
- Anggraeni, W.A (2019). Social Performance pada Perbankan Syariah Indonesia: Sharia Enterprise Theory Perspective. *Jurnal Wacana Ekonomi*. Vol. 18; No. 02; hal: 100-108
- Ayodya, W., dan Koswara, E (2014). *101 Solusi Jadi Pengusaha yang Berkah*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Febianto, I (2010), *Shariah Compliant Model of Business Entities*, Bandung: Faculty of Economic University of Padjadjaran
- Febriyanti, N., & Dzakiyah, K. (2020). Analisis Pengelolaan Keuangan Islam pada Pelaku Usaha Kecil Bisnis Online Anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business* (JIEB), 9(2), 102–115
- Febriyanti, N.A. dan Ihsani, F.A (2020). Cash Waqf Linked Social Entrepreneur, *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business* (JIEB): Vol. 10 No. 1
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social and Humanities*, Vol. 1 (2), hal: 87-95.
- Ghazaly, A.R (2010), *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Gurhanawan. (2020). Strategi Optimalisasi Pembiayaan Mudharabah Pada. *Journal of Religion and Society*, Vol. 2, hal: 62–63.
- Hadi, S (2010). *Statistik 1. Cetakan Kesepuluh*, Jogjakarta: Penerbit Gajah Mada Press.
- Huda, C (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24 No. 1, hal: 165-190.

- Meutia, I. (2010). *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. Jakarta: Citra Pustaka Indonesia
- Mufid, M. (2018). *Maqashid Ekonomi Syariah : Tujuan dan Aplikasi*, Malang: Empat Dua Media
- Naili, S (2018) Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis E-Commerce pada Pengguna Online Shopee, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9 No. 1
- Novarela, D dan Sari, I.M., (2015). Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, Vol. 2, No. 2.
- Nur, E. R. (2015). Riba dan Gharar : Suatu Tinjauan Hukum Dan Etika Dalam Transaksi Bisnis Modern. *Jurnal Al-'adalah*, Vol. XII (1), hal: 647–662.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, hal: 59-64.
- Porter, N.D. (2011), *Dasar Dasar Ekonometrika = Basic Econometrics: Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Purnomo, A., dan Maulida, A.Z (2017), Implementasi Islamic Financial Planning dalam Perencanaan Keuangan Pengusaha Muslim Alumni Gontor, *Jurnal Nuansa*. Vol. 14 N0. 1
- Rizal, S.S., dan Agustim, K.D (2021). Tinjauan Hukum Ketidak Sesuaian Akad Mudharabah Dalam Pencairan Pembiayaan Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol 4 No 1, hal: 346-356
- Rusydiana, A.S., dan Firmansyah, I (2018). Strategi pengembangan lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia: pendekatan matriks IFAS EFAS. *Jurnal Ekonomi Islam*. Volume 9, Nomor 1
- Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi Pandemi COVID-19*. Yogyakarta: K-media.
- Suriadi, I., Hailudin, dan Sriningsih, S. (2021). Model Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mengurai Kemiskinan Di Kota Mataram. *Journal of Economics and Business*, Vol. 7(1), 82-105.
- Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 22 (01), hal: 21-32.
- Yevis, OM. (2010). *Sukses mengelola marketing mix, CRM, Customer value dan Customer dependency*. Bandung: Alfabeta.