

Strategi Peningkatan Ekonomi dan Tinjauan Ekonomi Islam Masa Covid 19 (Studi Kasus: UMKM di Kota Medan)

Marliyah¹⁾, Zuhri M Nawawi²⁾, Jihan Humairoh³⁾

^{1,2,3}Program Pascasarjana Ekonomi Syariah, UIN Sumatera Utara

*Email korespondensi: jihanhumairoh@gmail.com

Abstract

MSME (Micro Small and Medium Enterprises) are able to create jobs faster than large businesses. Micro, small and medium enterprises can also contribute to exports and trade so that they become one of the supporters of the country's foreign exchange even though the contribution of MSME is smaller. This research method is qualitative using SWOT analysis. The results show that the strategies used by SO (Strength–Opportunity) are: Making human resources who are responsible, hardworking and honest so that micro, small and medium enterprises can develop well. Maintain a harmonious relationship between owners and employees so that employee performance is of higher quality and can produce a positive impact on micro, small and medium enterprises. Utilize e-commerce features to get a broad target market during the Covid-19 period. Focus on one line of business so that MSME get targets according to what is expected. And continue to provide creative ideas and execute them during the Covid-19 pandemic in order to minimize the challenges that come. In the view of Islamic economics, that micro-enterprises have a divine influence, remembering the basics of their arrangement which were not laid down by Allah SWT, having the dimensions of faith, character, morals and the Al-Quran and Hadith as sources of economic principles.

Keywords: Islamic Economic, Micro small and Medium Enterprises, Strategy, Covid 19

Saran sitasi: Marliyah., Nawawi, Z. M., & Humairoh, J. (2022). Strategi Peningkatan Ekonomi dan Tinjauan Ekonomi Islam Masa Covid 19 (Studi Kasus: UMKM di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2027-2035. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5798>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5798>

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. mengingat besarnya peranan yang ditunjukkan dengan keberadaan usaha ini maka harus selalu diupayakan adanya pengembangan yang bertujuan agar setiap usaha jenis ini mampu mengatasi masalah yang dihadapi dan berkembang ke arah yang lebih baik, maju dan mandiri sehingga perannya dalam pertumbuhan perekonomian semakin besar. Gerakan sektor usaha mikro, kecil dan menengah amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha besar. usaha mikro, kecil dan menengah juga cukup terdiversifikasi serta memberikan kontribusi penting dalam ekspor

dan perdagangan sehingga menjadi salah satu penyokong devisa negara walaupun kontribusi usaha mikro, kecil dan menengah jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan kontribusi usaha besar (Nungky viana, 2018).

Covid-19 adalah penyakit yang disebabkan oleh Virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2*. Covid-19 dapat menyebabkan gangguan sistem pernafasan, mulai dari gejala yang ringan seperti Flu, hingga infeksi Paru-paru, seperti pneumonia. Kasus pertama penyakit ini terjadi di kota Wuhan, Cina, pada akhir desember 2019. Setelah itu, covid-19 menular antar manusia dengan sangat cepat dan menyebar ke puluhan negara, termasuk Indonesia, hanya dalam beberapa bulan. Kekhawatiran timbulnya krisis ekonomi karena pelemahan ekonomi global akibat imbas pandemi covid-19 memberikan ancaman

besar bagi keberlangsungan ekonomi. Para ahli membahas tentang ancaman guncangan masyarakat global karena tidak hanya terkait dengan tantangan pasokan modal, tetapi juga rantai pasokan.

Pandemi covid-19 memberikan implikasi ekonomi, sosial, dan politik hampir di seluruh negara, termasuk di Indonesia. *The world trade organisation* memperkirakan bahwa volume perdagangan dunia secara global kemungkinan akan menurun sekitar 32% pada tahun 2020 selama masa covid-19 (Susilawati, 2020). Pembatasan aktivitas masyarakat sebagai upaya penanganan pandemi covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi yang signifikan secara nasional (Dani Sugiri, 2020). Secara keseluruhan, pandemi ini membawa pengaruh yang sangat besar terutama pada sektor usaha. Dan para pengusaha termasuk pelaku umkm harus mempunyai taktik agar mereka bisa terus bertahan terhadap perubahan iklim usaha terutama saat pandemi covid-19 (Khotiza Anisa, 2022).

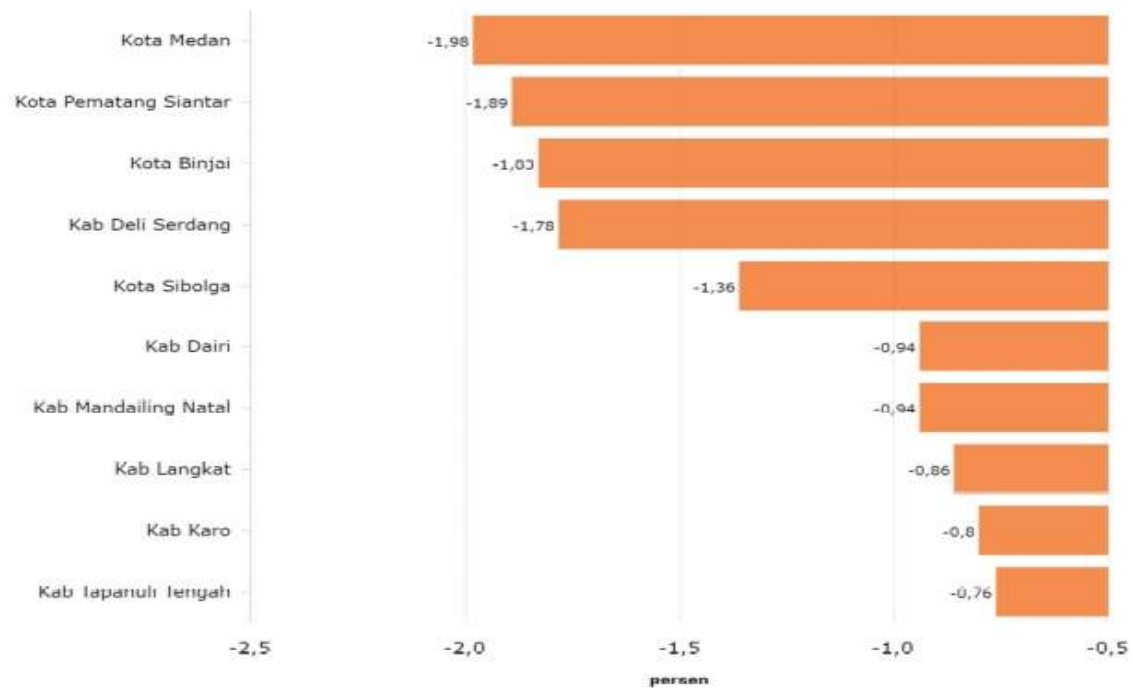
Kota Medan sebagai ibukota provinsi Sumatera Utara merupakan kota terbesar di kawasan timur pulau Sumatera. Wilayah kota Medan berbatasan langsung dengan kabupaten Deli Serdang di sebelah barat, timur, dan selatan serta Selat Malaka di sebelah utara. Secara administratif, kota Medan terdiri dari 21 Kecamatan. Dalam sistem perkotaan nasional, Kota Medan telah ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019, Kota Medan termasuk ke dalam Kawasan Perkotaan Metropolitan Mebidang dan diarahkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional berskala global yang diarahkan sebagai pusat administrasi pelintas batas yang berfungsi sebagai outlet pemasaran untuk wilayah Sumatera Utara bagian Timur dengan tetap memantapkan fungsi-

fungsi keterkaitan dengan pusat-pusat pertumbuhan wilayah internasional.



Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara 2021

Pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara pada triwulan I 2021 tercatat -1,85% (yoy), kembali menunjukkan perbaikan dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang sebesar -2,94% (yoy). Namun, realisasi ini masih lebih rendah dari nasional yang sebesar -0,74% (yoy) dan Sumatera Utara yang sebesar -0,86% (yoy). Pertumbuhan ekonomi Kota Medan mengalami kontraksi terbesar dibandingkan kabupaten/ kota lain di Sumatera Utara. Badan Pusat Statistik mencatat, besaran produk domestik regional bruto atas dasar harga konstan 2010 tercatat minus 1,98% menjadi Rp 153,67 triliun pada 2020 dari tahun sebelumnya Rp 156,78 triliun. BPS menilai perekonomian Kota Medan terpuruk imbas dari pandemi Covid-19. Hal ini menyebabkan terkontraksinya PDRB sektor konstruksi sebesar 5,22% menjadi Rp 29,63 triliun. Demikian pula PDRB sektor transportasi dan pergudangan mengalami pertumbuhan negatif 12,55% menjadi Rp 8,48 triliun dibanding tahun sebelumnya Rp 9,69 triliun. (BPS Kontraksi Ekonomi Kota Medan di Sumatera Utara, 2020)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS),

Gambar 2. Pertumbuhan Ekonomi Kota Medan Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa ekonomi kota Medan mengalami kontraksi terbesar dibandingkan kabupaten/kota lain di Sumatera Utara. Pendapatan domestik bruto Medan Rp 153,67 pada tahun 2020 menurun daripada tahun 2010 sebesar Rp 156,78 triliun tercatat minus 1,98% . perekonomian kota Medan terpuruk imbas dari pandemi Covid-19. Akan tetapi jika dibandingkan dengan kabupaten lainnya pendapatan domestik bruto kota Medan masih yang tertinggi.

Adapun jenis-jenis usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Kota Medan yaitu usaha dibidang kuliner, Fashion, Jasa. Adanya

pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan pemerintah maka kelanjutan ancaman pelonjakan penduduk khususnya di Kota Medan akan teratasi sekaligus memiliki peranan penting dalam aspek pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, tentunya dengan adanya pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah yang dilakukan pemerintah khususnya Kota Medan mampu memberikan harapan kepada masyarakat untuk dapat mengembangkan usahanya. Berikut perkembangan jumlah usaha mikro kecil dan menengah di Kota Medan:

Tabel 1 Jumlah UMKM di Kota Medan Tahun 2017-2020

No	Jenis Usaha	Jumlah Unit			
		2017	2018	2019	2020
1	Usaha Mikro	1497	1480	918	890
2	Usaha Kecil	109	112	113	103
3	Usaha Menengah	57	72	41	47
Total		1.663	1.664	1.072	1.040

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2021

Data diatas menunjukkan jumlah unit usaha mikro, kecil dan menengah yang terdaftar sebagai usaha binaan dari Kantor Dinas umkm Kota Medan. Dari data di atas menunjukan bahwasanya perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Medan usaha mikro menjadi yang paling tinggi dan sebaliknya usaha menengah sangat sedikit, hal ini menjadi tugas bersama dengan pemerintah agar bisa menaikkan kelas bagi pelaku usaha dari yang semula usaha mikro ke usaha kecil dan dari usaha kecil di

maksimalkan menjadi usaha menengah, hal itu bisa tercapai ketika pemerintah serius menjalankan visi dan misinya. Kota Medan terdiri dari 21 Kecamatan, dimana terdapat 3 kecamatan dengan jumlah usaha menengah terbanyak yaitu Kecamatan Medan Johor, Kecamatan Medan Denai, dan Kecamatan Medan Tembung. Berikut perkembangan jumlah usaha menengah di Kecamatan Medan Johor, Kecamatan Medan Baru, dan Kecamatan Medan Tembung:

Tabel 2 Jumlah UMKM Bidang Kuliner Kota Medan Tahun 2019-2021

No	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1	Medan Johor	63	81	73	217
2	Medan Denai	58	71	64	193
3	Medan Tembung	60	63	51	174

Sumber Data diolah: 2022

Pandemi Covid-19 memberikan dampak pada sektor ekonomi dan bisnis, serta menghancurkan aspek penting dari perekonomian yaitu *supply* dan *demand*. Dari sisi *demand*, kebijakan pembatasan interaksi fisik berdampak pada kecenderungan masyarakat meminimalkan kegiatan *outdoor* dan interaksi langsung yang menyebabkan masyarakat membuat pilihan untuk tetap di rumah. Kondisi ini membawa pengaruh pada pengembangan usaha mikro kecil dan menengah. Penurunan permintaan membuat usaha mikro kecil dan menengah tidak dapat meningkatkan laba, sehingga menurunkan likuiditas. Dari sisi *supply*, banyak usaha mikro kecil dan menengah mengurangi aktivitasnya karena kebijakan pembatasan interaksi sosial. Kondisi ini mendorong usaha mikro kecil dan menengah menurunkan produksinya akibat penurunan permintaan dan modal yang didapatkan. Distribusi barang juga terhambat, penurunan produktivitas ini lambat laun menyebabkan keterpurukan ekonomi (Baker, T., & Judge, K, 2022).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih adalah metode kualitatif. Data dikumpulkan dengan cara melakukan penelitian lapangan, observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap responden narasumber/informan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer

yakni data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab riset yang sedang dilakukannya secara khusus. Sumber data primer ini diambil dari jawaban atas wawancara dan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dan data sekunder sebagai pelengkap dan penguat argumen. Data sekunder yang dimaksud berasal dari berbagailiteratur seperti jurnal-jurnal penelitian sebelumnya baik nasional maupun internasional, buku-buku serta *website* resmi portal berita, data statistik dan sebagainya. Kemudian tenkik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Peningkatan Ekonomi UMKM

3.1.1.1. Matriks IFAS dan EFAS

Hasil akhir perhitungan bobot dan rating berdasarkan penilaian kondisi saat ini dan urgensi penanganannya menurut para responden dari pelaku umkmitu sendiri dari indikator kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagaimana telah dijelaskan sebelumn yang rincian perhitungannya. Indikator-indikator tersebut disajikan ke dalam matriks IFAS dan EFAS. Tabel 3 dibawah ini memperlihatkan skor total keseluruhan berdasarkan indikator kekuatan dan kelemahan. nilai masing-masing indikator yaitu 3,237 untuk indikator kekuatan dan 2,936 untuk indikator kelemahan.

Tabel 3 Matriks IFAS

No	Indikator Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Hubungan yang harmonis antara pemilik dan karyawan	4,8	0,172	3	0,516
2	Sumber daya manusia memiliki sifat bertanggung jawab, pekerja keras dan jujur	5	0,206	3,5	0,721
3	Sumber daya manusia memerikan ide-ide kreatif untuk mengembangkan usahanya di masa pandemi Covid-19	4,2	0,142	3,4	0,482
4	Fokus pada satu bidang usaha	5,2	0,137	2,5	0,342
5	Cepat mengeksekusi ide baru disaat Pandemi Covid-19	5,4	0,206	3,85	0,793
6	Fleksibilitas Operasional	4,4	0,137	2,8	0,383
	Total Keseluruhan	29	1		3,237
No	Indikator Kelemahan				
1	Kurangnya Manajemen pengelolaan Modal	4	0,137	2,45	0,335
2	Minimnya mendapatkan sumber Modal usaha	5	0,142	2	0,284
3	Kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam pemasaran produk usaha	2,4	0,206	2,5	0,515
4	Lokasi usaha yang kurang strategis	4,6	0,172	2,9	0,499
5	Lockdown, PSBB, PPKM menyebabkan pelaku usaha sulit mengembangkan usahanya	4,6	0,206	4	0,824
6	Berkurangnya tenaga kerja di masa Pandemi Covid-19	3,8	0,137	3,5	0,479
	Total Keseluruhan	24,4	1		2,936

Sumber: diolah oleh peneliti (2022)

Sedangkan pada tabel 4. nilai masing-masing indikator yaitu 3, 4 2 2 untuk indikator peluang dan 3,003 untuk indikator ancaman.

Tabel 4. Matriks EFAS

No	Indikator Peluang	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Memanfaatkan e-commerce dan fitur fiturnya di masa Pandemi Covid-19	4,4	0,206	3,92	0,807
2	Adanya layanan jasa keuangan kewirausahaan	2,2	0,206	3,35	0,691
3	Bahan baku yang selalu tersedia	4,4	0,172	2,87	0,493
4	Sasaran pasar cukup luas	4,6	0,137	3,53	0,483
5	Pelatihan dan mentoring dari pemerintah secara online maupun offline dalam membangun kreativitas pelaku UMKM	4,2	0,137	3,95	0,541
6	Kota Medan sebagai daerah tujuan wisata	3,6	0,142	2,87	0,407
	Total Keseluruhan	23,4	1		3,422
No	Indikator Ancaman				
1	Persaingan antar Online seller di masa Pandemi Covid-19	2,6	0,141	2,85	0,401
2	Terjadinya perubahan kebijakan pemerintah	3	0,172	3,45	0,593
3	Masuknya pekerja dari luar sehingga mengurangi peluang bagi masyarakat sekitar	2,6	0,206	2,15	0,442
4	Keadaan ekonomi yang tidak stabil imbas dari pandemi covid-19	5	0,137	3,7	0,506
5	Mahalnya Bahan baku	4,6	0,132	2,65	0,349
6	Terkendalanya distribusi barang akibat Lockdown, PSBB, serta PPKM	4,8	0,212	3,35	0,712
	Total Keseluruhan	22,6	1		3,003

Sumber: diolah oleh peneliti (2022)

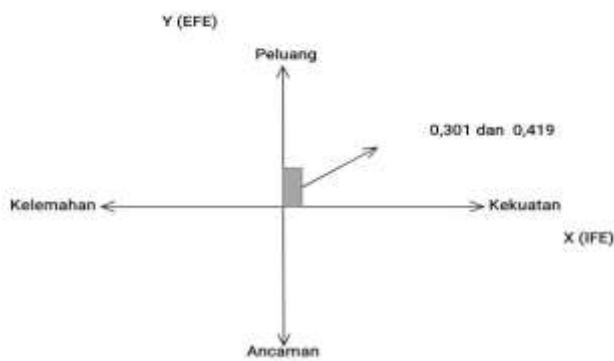
3.1.1.2. Kuadran SWOT

Langkah selanjutnya, dari nilai skor akhir dilakukan pula perhitungan IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), dengan rumus:

$$\text{Nilai IFE (Skor Kekuatan - Skor Kelemahan)} = 3,237 - 2,936 = 0,301$$

$$\text{Nilai EFE (Skor Peluang - Ancaman)} = 3,422 - 3,003 = 0,419$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan IFE dan EFE di atas, maka dapat ditentukan posisi untuk analisis SWOT yaitu pada kuadran I (Positif, Positif) Sebagaimana ditunjukkan dalam gambar 3 berikut:



Gambar 3. Positioning Analisis SWOT

Sumber: data olahan peneliti (2022)

Pada kuadran diatas menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM di Kota Medan berada pada kuadran ke I yakni antara kekuatan (*Strong*) dan peluang (*Opportunities*), menandakan bahwa suatu organisasi yang kuat dan berpeluang. Artinya, Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, umkm di Kota Medan dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Meskipun dalam kondisi yang baik dan berpeluang, namun ada sejumlah tantangan besar seperti Covid-19 sehingga diperkirakan roda organisasi akan mengalami kesulitan untuk terus berputar bila hanya bertumpu pada strategi sebelumnya.

Setelah diketahui tipe strategi yang tepat untuk diaplikasikan oleh umkm di Kota Medan, maka selanjutnya perlu dilakukan analisa menggunakan matriks SWOT untuk menemukan alternatif-alternatif strategi yang dapat dilaksanakan sesuai dengan faktor-

faktor tersebut. Matriks ini berfungsi untuk menentukan alternatif-alternatif strategi yang tepat berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal. Berdasarkan matriks SWOT di atas, didapatkan alternatif strategi yang dapat diimplementasikan pada strategi pengembangan menggunakan Strategi SO (*Strength – Opportunity*) dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Menjadikan Sumber daya manusia yang memiliki sifat bertanggung jawab, pekerja keras dan jujur agar umkm dapat berkembang dengan baik.
- Menjaga hubungan yang harmonis antara pemilik dan karyawan agar kinerja karyawan semakin berkualitas dan dapat menghasilkan dampak positif terhadap UMKM.
- Memanfaatkan fitur-fitur e-commerce agar mendapat target pasar yang luas di masa Covid-19
- Fokus dalam satu bidang usaha agar umkm mendapatkan target sesuai dengan apa yang diharapkan.
- Terus memberikan ide-ide kreatif dan mengeksekusinya di masa pandemi Covid-19 agar bisa meminimalisir tantangan yang datang.

3.1.2. UMKM Dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam melakukan usaha atau berbisnis adalah hal yang tentu dihalalkan. Melalui kisah-kisah nabi juga telah menegaskan bahwa Nabi Muhammad SAW awalnya adalah seorang pedagang atau wiraswasta dan juga kita dapat melihat ada sangat banyak sekali sahabat-sahabat beliau dizaman dahulu merupakan pengusaha sukses dan memiliki sumber modal yang sangat besar. Usaha mikro, kecil dan menengah dalam ekonomi islam merupakan salah satu kegiatan dari usaha manusia untuk mempertahankan hidupnya dan beribadah, menuju kesejahteraan social perintah ini berlaku untuk semua orang tanpa membedakan pangkat, status dan jabatan seseorang dalam Al-Quran dijelaskan bahwa dalam surah At-Taubah (14), ayat 105 yaitu:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتَرْدُّونَ

اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan

kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan. (Q.S At-Taubah: 105)

Dalam surat tersebut dijelaskan bahwa Allah dan Rasulnya memerintahkan kepada umatnya untuk bekerja, bahwa setiap pekerjaan manusia akan terus dilihat oleh Allah dan Rasulnya sebagai amalan yang akan dipertanggung jawabkan pada akhir zaman. Islam telah diatur tata cara bersosialisasi antar manusia hubungan dengan Allah SWT, aturan yang berhubungan dengan hukum dalam setiap aspek kehidupan termasuk aktivitas bisnis, agar seorang muslim dapat selalu menjaga perilakunya dan tidak terjerumus ke dalam kesesatan. Berikut adalah karakteristik menurut perspektif ekonomi Islam (Sastro Wahdino, 2001):

- a. Usaha mikro pengaruhnya bersifat ketuhanan, mengungat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia, akan tetapi pada Allah SWT
- b. Berdimensi akidah atau keakidahan, mengingat ekonomi Islam lahir dari akidah islamiah.
- c. Berkarakter ta'abbudi, yaitu merupakan aturan yang berdimensikan ketuhanan.
- d. Terkait dengan akhlak, segala kegiatan ekonomi harus dengan akhlak yang baik dan terpuji.
- e. Al-Quran dan Hadist menjadi sebagai sumber asas ekonomi.
- f. Objektif, aktivitas ekonomi dilakukan tanpa adanya membedakan antar individu.
- g. Realistik, perkiraan ekonomi tidak semestinya selalu sesuai antara teori satu dengan lainnya.
- h. Harta kekayaan adalah hakekatnya milik Allah SWT, maka segala sesuatu bersifat tidak mutlak.

3.2. Pembahasan

Merujuk kepada hasil olahan data analisis SWOT, dapat dipastikan bahwa strategi yang selama ini dilakukan sudah baik, namun rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif (bertingkat-tingkat naik). Maksudnya adalah menandakan bahwa suatu organisasi yang kuat dan berpeluang. Dan pengembangan umkm di Kota Medan pada masa covid-19 dalam kondisi prima sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan

secara maksimal. Diartikan sebagai ke arah kemajuan, berhaluan ke arah perbaikan dari keadaan sekarang. Dan pada masa covid-19 ini, sangat banyak peluang yang dapat dilakukan dalam mengembangkan umkm yaitu Seperti mengikuti pelatihan yang diselenggarakan dari Kantor Dinas Koperasi dan umkm Kota Medan. seperti pelatihan *Digital Marketing* dan Pelatihan menyusun laporan keuangan yang baik dalam mengelola usaha.

Dimana ada banyak manfaat dari digital marketing itu sendiri. Pertama, penargetan pasar lebih sesuai karena bisa menyusun strategi yang paling sesuai untuk pasar yang ditargetkan sehingga penerapannya bisa lebih efektif. Kedua, bisa menjangkau hampir semua pasar, karena dunia online tidak terbatas ruang dan waktu. Hampir 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan sepanjang tahun, jaringan-jaringan digital ini selalu terhubung ke berbagai wilayah di dunia. melalui digital marketing, para pelaku umkm bisa menjangkau dan saling terhubung dengan pelanggan dari berbagai belahan dunia, kapan pun dan di mana pun. Ketiga, harga bisa lebih murah, karna Budget yang perlu dikeluarkan untuk pemasaran digital jauh lebih murah dibandingkan strategi pemasaran tradisional karna tidak perlu mencetak poster, atau membuang-buang dana untuk iklan yang tidak efektif atau bertarget. Dan yang terakhir, bisa meningkatkan reputasi Brand yang kita pasarkan. dengan semakin banyaknya pengguna Internet dan platform online, para pelaku umkm bisa meningkatkan reputasi brand melalui pemasaran digital.

Sebagian besar pembeli umumnya akan mencari produk atau layanan terlebih dahulu di Internet sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi. Dengan menerapkan pemasaran digital, bisnis akan mudah ditemukan oleh calon pelanggan, dan mereka akan merasa yakin bahwa merek yang ditampilkan bisa dipercaya, yang akhirnya akan meningkatkan penghasilan online Anda.

Hasil strategi SO, maka sudah sejauh mana keadaan lingkungan internal dan eksternal pengembangan umkm pada masa Covid-19 di Kota Medan selama ini secara terperinci, baik dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi saat ini. Setiap item yang disampaikan dilihat daripada hasil bobot analisis SWOT yang telah

dijelaskan sebelumnya mengenai bobot dan rating bahwa kekuatan terpenting bagi pengembangan umkm pada masa Covid-19 di Kota Medan saat ini menurut hasil penelitian adalah cepat mengeksekusi ide-ide baru pada masa Covid-19, kemudian diikuti dengan fokus pada satu bidang usaha, serta memiliki sumber daya yang bertanggungjawab, pekerja keras, dan jujur. Selain itu juga ada aspek fleksibilitas operasional dan sumberdaya yang memberikan ide-ide kreatif untuk mengembangkan usahanya di masa Covid-19 dan mampu menyelesaikan masalah yang ada sudah cukup untuk menjadi strategi pengembangan umkm pada masa Covid-19 di Kota Medan sementara ini.

Kemudian memanfaatkan peluang yang ada dengan cara memanfaatkan e-commerce dan fitur fiturnya di masa Pandemi Covid-19, Jadi, saat masa pandemi Covid-19 itu, para pelaku umkm haruslah memutar otak untuk tetap berinovasi dan memberikan pembaharuan untuk usaha mereka sendiri. Seperti mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah, seperti pelatihan *Digital Marketing* dan Pelatihan menyusun laporan keuangan yang baik dalam mengelola usaha. Jadi, ada dampak positif yang diberikan kepada para pelaku umkm terutama dimasa Covid-19. Jika mereka mengikuti pelatihan yang kami selenggarakan ini dengan sungguh-sungguh, pasti para pelaku umkm akan terus bisa mengembangkan usaha nya di masa Pandemi Covid-19.

Sementara ekonomi dalam pandangan islam perlunya kerjasama setara dengan Ta'awun dan umat Islam diminta untuk saling bekerja sama dalam hubungannya dengan perbuatan baik dan memenuhi Ridho Allah serta dilarang melakukan tindakan ilegal dan tidak menaati Tuhan. Singkatnya, dapat dikatakan bahwa kolaborasi adalah salah satu akhlak yang penting dalam Islam dan perintah Alquran tentang kolaborasi yang harus diikuti oleh manusia menunjukkan pentingnya dan nilai kolaborasi.

Bekerja sama dalam kebaikan dan tidak pernah bekerja sama dalam dosa dan mungkar juga dibahas dengan sangat mendalam di dalam surat Al-Maidah ayat 2 yang artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan*

kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya."

Jika hubungan antara pemilik usaha dan karyawan sudah terjalin baik, dan karyawan sudah berperilaku disiplin dalam menjalankan amanat atasan, sudah pasti ia memiliki sifat yang jujur. Dengan adanya sifat jujur juga akan membentuk kebiasaan baik. Selain itu juga akan memberikan dampak pada sikap tanggung jawab, dan kerja keras yang dimilikinya. Penanganan selanjutnya yang perlu dilakukan yaitu pada Sumber daya manusia yang memberikan ide-ide kreatif serta inovasi untuk mengembangkan usahanya di masa pandemi Covid-19. Pasalnya, inovasi merupakan napas dari keberlangsungan industri kreatif di Indonesia. Jika inovasi dan kreativitas dapat berjalan beriringan, maka pemulihan ekonomi; khususnya ekonomi kreatif, akan semakin mudah diwujudkan dan grafik pertumbuhan ekonomi negara ini bisa meningkat seiring berjalannya waktu

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam peningkatan UMKM adalah dengan cara menjadikan Sumber daya manusia yang memiliki sifat bertanggung jawab, pekerja keras dan jujur agar umkm dapat berkembang dengan baik. Menjaga hubungan yang harmonis antara pemilik dan karyawan agar Memanfaatkan fitur-fitur e-commerce agar mendapat target pasar yang luas di masa Covid-19. Fokus dalam satu bidang usaha agar umkm mendapatkan target sesuai dengan apa yang diharapkan. Dan terus memberikan ide-ide kreatif dan mengeksekusinya di masa pandemi Covid-19 agar bisa meminimalisir tantangan yang datang.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat abntuan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing, Kepala Program Studi, Pihak yang telah memberikan kerjasama yang baik dalam penelitian ini.

6. REFERENSI

- Anisa, K., & Nawawi, Z. M. (2022). Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis Ditengah Maraknya Pandemi Covid-19. *Action Research Literate*, 6(1), 20-24.
- Badan Pusat Statistik, *Kontraksi Ekonomi Kota Medan terparah di Sumatera Utara pada Tahun 2020*, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/01/kontraksi-ekonomi-kota-medan-terparah-di-sumatera-utara-pada-2020> pada Tanggal 9 Januari 2022.
- Baker, T. H., & Judge, K. (2020). How to help small businesses survive COVID-19. *Columbia Law and Economics Working Paper*, (620).
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54-70.
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International Journal of Information Management*, 55, 102192.
- Pemerintah Provinsi Sumatera Utara, *Covid-19 Sumut*, <https://covid19.sumutprov.go.id/> pada 2021.
- Pusat Pengembangan Kawasan Perkotaan, *Profil kota Medan*, di akses di <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/v2/kota-besar/93> 2021.
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2), 1147-1156.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86.
- Wahdino, H. S. (2001). *Ekonomi Makro dan Mikro Islam*, Jakarta: Dwi Chandra Wacana.