



KETAHANAN UMKM KULINER DALAM MENGHADAPI KRISIS EKONOMI

Hagzar Salma Ahmad¹, Sofie Ramadhani², Milwan Zuhri³,
Sarah Febrianty⁴, Ratna Sari Dewi⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

Email: hagzarsalmaahmad@umnaw.ac.id

ABSTRACT

The 1997 economic crisis, which began with the weakening of the rupiah exchange rate and a monetary crisis, caused a sectoral recession. However, MSMEs proved to be resilient and became the backbone of the economy, including the culinary sector, such as Ibu Linda's Nasi Goreng business. This business started with limited capital, but thanks to commitment and innovation, it was able to grow significantly. This study uses a qualitative approach through in-depth interviews with Ibu Linda, the business owner, to obtain information related to marketing strategies, financial management, challenges, and efforts to deal with the crisis. The results of the study show that the main factors for the success of the business include its strategic location, consistent product quality, and word-of-mouth promotion. Although it does not yet utilize digital platforms and does not have halal certification, this business continues to show positive growth. Challenges since the beginning, including the impact of the monetary crisis, have been overcome through perseverance and simple yet effective strategies. This story reflects the great potential of MSMEs in driving local economic growth and the importance of supporting access to capital to increase competitiveness in the era of globalization.

Keywords: MSMEs; Marketing Strategies; Business Resilience; Monetary Crisis Challenges.

ABSTRAK

Krisis ekonomi tahun 1997 yang diawali dengan melemahnya nilai tukar rupiah dan krisis moneter menyebabkan resesi sektor. Namun, UMKM terbukti mampu bertahan dan menjadi tulang punggung ekonomi, termasuk sektor kuliner seperti usaha Nasi Goreng Ibu Linda. Usaha ini bermula dari keterbatasan modal, namun berkat komitmen dan inovasi mampu berkembang signifikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan Ibu Linda selaku pemilik usaha untuk memperoleh informasi terkait strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, tantangan, dan upaya menghadapi krisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama keberhasilan usaha meliputi lokasi strategis, konsistensi kualitas produk, serta promosi dari mulut ke mulut. Meskipun belum memanfaatkan platform digital dan belum memiliki sertifikasi halal, usaha ini tetap menunjukkan pertumbuhan positif. Tantangan sejak awal, termasuk dampak krisis moneter, mampu diatasi melalui ketekunan dan strategi sederhana efektif. Kisah ini mencerminkan potensi besar UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta pentingnya dukungan akses permodalan meningkatkan daya saing di era globalisasi.

Kata Kunci: UMKM; Strategi Pemasaran; Ketahanan Usaha; Tantangan Krisis Moneter.



PENDAHULUAN

Krisis 1997 di Indonesia dimulai dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dan krisis moneter, yang menyebabkan resesi ekonomi di Indonesia. Hal ini merupakan pelajaran yang sangat penting, untuk mempertimbangkan kembali pembangunan ekonomi yang memiliki struktur yang kuat dan dapat bertahan dalam lingkungan apa pun. Semua krisis ekonomi di seluruh dunia otomatis memperburuk ekonomi Indonesia. Hanya sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu bertahan selama krisis tahun 1997–1998. Fenomena ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) dapat berkembang untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia serta mempengaruhi pertumbuhan sektor lain. (Reza Rahman et al., n.d.).

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat ekonomi syariah tingkat global. Salah satu elemen penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia adalah peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Batubara et al., 2024). Menurut (Amalina, n.d.) UMKM merupakan bentuk usaha kecil yang lahir dari inisiatif perseorangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, usaha kecil diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang produktif dan berdiri sendiri. Dijalankan oleh individu atau badan usaha yang tidak merupakan bagian dari, dimiliki oleh, atau berada di bawah kendali langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar, serta memenuhi sejumlah kriteria tertentu (Afrini Fauziah et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki peranan yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian Indonesia (Afrini Fauziah et al., 2024). Kegiatan ekonomi ini bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat atau penduduk secara keseluruhan. Pada dasarnya, kebutuhan masyarakat sangat bervariasi, sehingga diperlukan penciptaan lapangan kerja yang dapat menampung banyak pekerja di Indonesia (Aliyah, 2022).

Salah satu jenis UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia adalah yang bergerak di bidang kuliner, contohnya Nasi Goreng Ibu Linda yang menawarkan nasi goreng dengan cita rasa dan pilihan topping yang khas. Di Indonesia, nasi goreng merupakan hidangan yang sangat digemari dan memiliki daya tarik tersendiri di kalangan masyarakat (Teddy Kurniawan et al., 2024). Usaha ini telah berjalan selama beberapa tahun dan menunjukkan peluang besar dalam sektor kuliner. UMKM Nasi Goreng Ibu Linda berawal dari keterbatasan modal, namun berkata ketekunan dan inovasi yang terus dilakukan, usaha ini mampu berkembang dengan pesat. Keberhasilan usaha ini ditunjang oleh lokasi usaha yang strategis serta konsistensi dalam menjaga kualitas produk. Meskipun memiliki prospek yang menjanjikan.

UMKM ini sempat menghadapi berbagai hambatan saat merintis, termasuk dampak krisis moneter tahun 1997. Kondisi tersebut menuntut adanya perencanaan strategi bisnis yang matang, pengelolaan modal bijak, pemilihan bahan baku berkualitas serta penerapan strategi promosi yang efektif demi menjaga kelangsungan usaha. Badai krisis ekonomi yang melanda negara kita berdampak signifikan terhadap perusahaan besar, menyebabkan perlambatan pertumbuhan bahkan penghentian operasional. Namun Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti mampu bertahan dan tetap eksis ditengah krisis tersebut. Berdasarkan pengalaman tersebut sudah sepantasnya jika pembangunan ekonomi dia ektor swasta diarahkan pada penguatan dan pengembangan UMKM (Al Farisi & Iqbal Fasa, 2022).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti akan membahas strategi, transformasi adaptif, dinamika sosial serta strategi yang dilakukan dalam menghadapi tantangan berdasarkan alquran dan hadist.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali secara mendalam dinamika internal dalam pengelolaan usaha mikro. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan narasumber utama, yaitu Ibu Linda, selaku pemilik usaha "Nasi Goreng Ibu Linda". Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman holistik mengenai strategi yang diterapkan dalam mengelola usaha, serta berbagai tantangan dan inovasi yang dilakukan dalam menghadapi dinamika pasar.

Wawancara dilakukan secara langsung untuk memperoleh informasi mengenai beberapa aspek penting dalam manajemen usaha mikro, seperti strategi pemasaran yang digunakan, bentuk-bentuk inovasi produk yang dikembangkan, serta tantangan yang dihadapi selama menjalankan usaha. Selain itu, pengalaman personal Ibu Linda sebagai pelaku UMKM menjadi sumber informasi utama dalam memahami praktik kewirausahaan di tingkat mikro.

Dalam konteks penelitian kualitatif, metode wawancara mendalam memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk menggali informasi secara komprehensif dan kontekstual (Creswell, 2016). Studi ini menekankan pentingnya narasi dan pengalaman personal sebagai sumber utama dalam memahami realitas sosial dan ekonomi pelaku UMKM (Yin, 2018). Pendekatan ini sangat relevan mengingat karakteristik usaha mikro yang cenderung berbasis pada keputusan personal dan pengalaman lapangan yang tidak selalu terdokumentasi secara formal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi dan Ketahanan Usaha mikro di Masa Pascapandemi

Hasil wawancara mendalam dengan Ibu Linda menunjukkan bahwa ketahanan usaha mikro di masa pascapandemi tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis, tetapi terutama oleh kemampuan adaptasi terhadap tekanan lingkungan eksternal. Penurunan daya beli, pembatasan aktivitas sosial, dan gangguan rantai pasok menjadi tantangan utama pascapandemi COVID-19. Namun, melalui pendekatan adaptif dan pragmatis, Ibu Linda mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya, mencerminkan karakter ketahanan pelaku UMKM sektor informal.

Strategi utama yang diterapkan meliputi promosi berbasis mulut ke mulut dan pemanfaatan media sosial sederhana seperti WhatsApp dan Facebook. Meskipun tidak menggunakan strategi digital yang kompleks, pendekatan ini efektif dalam menjaga hubungan dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar, sejalan dengan temuan Wijaya dan Astuti (2021), mengenai peran media sosial dalam meningkatkan visibilitas dan loyalitas konsumen UMKM.

Sebagaimana dalam al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:

لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Makna dari surah al-Baqarah ialah *Ayat ini menegaskan bahwa dalam menjalankan usaha, pelaku bisnis wajib menjaga kejujuran dan menghindari segala bentuk kecurangan, baik dalam pemasaran, transaksi, pengelolaan keuangan, maupun interaksi dengan pelanggan dan mitra usaha.*

Dari sisi inovasi, ketahanan usaha diperkuat melalui inovasi inkremental berupa modifikasi sederhana pada produk, seperti variasi tingkat kepedasan dan penyesuaian rasa berdasarkan masukan pelanggan. Strategi bertahap ini mampu menjaga kepuasan pelanggan tanpa meningkatkan risiko dan beban operasional secara signifikan (Rahmawati, 2020). Dalam pengelolaan keuangan, meskipun belum menerapkan pembukuan formal, pencatatan



arus kas sederhana tetap dilakukan sebagai bentuk pengendalian usaha. Kondisi ini mencerminkan praktik umum UMKM dengan keterbatasan literasi keuangan yang berdampak pada perencanaan pertumbuhan jangka panjang usaha (Nugroho & Arimurti, 2019).

Selain faktor internal, ketahanan usaha Nasi Goreng Ibu Linda juga didukung oleh modal sosial berupa dukungan keluarga, pelanggan tetap, dan jaringan komunitas lokal. Jaringan sosial ini berperan sebagai penopang ekonomi sekaligus sarana promosi informal, sejalan dengan konsep social capital yang menekankan pentingnya jejaring komunitas dalam menciptakan stabilitas ekonomi usaha mikro (Putnam, 2000). Ibu Linda mengakui bahwa pelanggan tetap, tetangga, dan relasi dari komunitas pengajian sering menjadi sumber dukungan, baik dalam bentuk pembelian rutin maupun promosi sukarela. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa ketahanan usaha mikro pascapandemi lebih ditentukan oleh fleksibilitas operasional, inovasi sederhana, dan kekuatan jejaring sosial dibandingkan ketergantungan pada modal besar atau teknologi canggih. Kebijakan pemberdayaan UMKM perlu memperhatikan penguatan kapasitas adaptif dan dimensi sosial pelaku usaha mikro.

Transformasi Adaptif dan Modal Sosial dalam Pengembangan UMKM Kuliner Lokal

Penelitian ini memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai dinamika adaptasi pelaku usaha mikro dalam sektor kuliner. Berdasarkan narasi dari Ibu Linda, terlihat bahwa keberlangsungan usaha kuliner tradisional seperti "Nasi Goreng Ibu Linda" sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membaca perubahan lingkungan bisnis dan mengembangkan strategi responsif yang sesuai dengan konteks lokal.

Salah satu aspek penting yang mengemuka adalah proses pengambilan keputusan yang berbasis pengalaman dan intuisi. Dalam usaha mikro, terutama yang bersifat keluarga atau informal, pelaku usaha umumnya tidak menggunakan pendekatan analitis yang kompleks, melainkan lebih mengandalkan insting dan pembelajaran dari pengalaman jangka panjang (Tambunan, 2019). Hal ini terbukti dari keputusan Ibu Linda untuk menyesuaikan jam operasional dan penetapan harga berdasarkan observasi langsung terhadap perilaku konsumen, tanpa melalui riset pasar formal.

Lebih lanjut, upaya mempertahankan hubungan dengan pelanggan menjadi salah satu pilar utama keberhasilan usaha. Ibu Linda mengedepankan layanan yang bersifat personal dan memperlakukan pelanggan seperti keluarga, sebuah pendekatan yang sesuai dengan prinsip *relationship marketing* dalam konteks UMKM (Ndubisi, 2007). Strategi ini memungkinkan terciptanya loyalitas pelanggan yang tinggi, di mana hubungan emosional turut menjadi penentu keputusan pembelian, bukan hanya aspek harga atau kualitas makanan semata.

Dalam kondisi ekonomi yang belum sepenuhnya stabil pasca pandemi, Ibu Linda menunjukkan bentuk ketahanan usaha (*business resilience*) yang patut dicermati. Ketahanan ini tidak hanya berasal dari aspek ekonomi, namun juga dari faktor psikologis dan spiritual, seperti rasa syukur, tekad kuat, dan doa. Unsur ini penting dalam konteks lokal Indonesia yang masih kental dengan nilai-nilai budaya dan religiusitas dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Studi oleh Hermawan dan Rahayu (2022) menunjukkan bahwa nilai-nilai religius dapat menjadi kekuatan internal yang memotivasi pelaku UMKM untuk terus bertahan dan bangkit dari krisis.

Selain itu, meskipun Ibu Linda tidak memiliki akses terhadap pelatihan formal atau program inkubasi bisnis, ia berhasil melakukan inovasi pada level layanan, seperti memberikan opsi "pesan antar" informal untuk pelanggan sekitar. Bentuk inovasi layanan ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam UMKM tidak selalu hadir dalam bentuk teknologi



tinggi, melainkan justru dari pemahaman mendalam terhadap kebutuhan lokal (Dhewanto et al., 2018).

Pengalaman ini menggarisbawahi pentingnya penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui pendekatan yang berbasis kearifan lokal. Intervensi dari pemerintah atau lembaga pendukung perlu memperhatikan realitas sosial-ekonomi dan budaya masyarakat, agar program pengembangan usaha dapat lebih efektif. Pendekatan top-down yang bersifat teknokratis tanpa pemahaman terhadap dinamika lokal cenderung gagal dalam menjawab kebutuhan nyata pelaku usaha (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2021).

Kesimpulannya, keberhasilan usaha seperti Nasi Goreng Ibu Linda tidak hanya bertumpu pada faktor modal atau teknologi, melainkan pada integrasi antara modal sosial, kreativitas adaptif, dan relasi yang kuat dengan komunitas. Oleh karena itu, strategi pemberdayaan UMKM di masa depan harus mengedepankan pendekatan partisipatif, peningkatan literasi manajerial, dan penguatan jaringan sosial sebagai bagian dari ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan.

Dinamika Operasional dan Strategi Bertahan UMKM Kuliner: Pendekatan Kontekstual Berbasis Lokalitas

Studi terhadap usaha “Nasi Goreng Ibu Linda” menegaskan bahwa pelaku UMKM kuliner tidak hanya berperan sebagai produsen makanan, tetapi juga sebagai aktor ekonomi yang aktif dalam membentuk interaksi sosial dan kultural di tingkat komunitas. Dalam kasus ini, Ibu Linda berfungsi sebagai agen ekonomi rumah tangga yang mengintegrasikan fungsi produksi, distribusi, dan pelayanan dalam skala kecil namun signifikan. Peran multifungsi ini merupakan karakteristik khas UMKM di Indonesia, di mana batas antara sektor ekonomi dan kehidupan sosial sering kali bersifat cair dan tumpang tindih (Sakai, 2016).

Dari sisi operasional, usaha yang dijalankan Ibu Linda sangat mengandalkan efisiensi biaya dan fleksibilitas waktu. Tidak ada struktur organisasi formal, pembagian kerja dilakukan secara informal antara anggota keluarga atau tenaga bantu yang berasal dari lingkungan sekitar. Strategi ini memberikan keleluasaan dalam menyesuaikan skala usaha dengan kondisi pasar yang fluktuatif, sekaligus mengurangi beban biaya tetap. Penelitian oleh Saptari dan Fauzia (2020) menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam struktur kerja merupakan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi.

Selanjutnya, meskipun Ibu Linda belum menerapkan manajemen berbasis teknologi digital secara menyeluruh, ia menunjukkan pemahaman pragmatis terhadap pentingnya kehadiran digital. Pemanfaatan media sosial secara sederhana seperti mengunggah menu harian dan berinteraksi dengan pelanggan melalui pesan singkat merupakan bentuk *low-cost digital strategy* yang umum diadopsi oleh pelaku UMKM berbasis tradisional. Model seperti ini disebut sebagai “digitalisasi fungsional”, di mana pelaku usaha tidak mengadopsi teknologi secara penuh, tetapi menggunakannya secara selektif sesuai kebutuhan dan kemampuan (Susanti & Wahyuni, 2022).

Di sisi lain, tantangan yang dihadapi pelaku UMKM seperti Ibu Linda sangat kompleks, mulai dari keterbatasan akses modal, rendahnya literasi keuangan, hingga ketergantungan pada pasar lokal. Namun demikian, aspek resilience atau ketahanan pelaku usaha sangat ditentukan oleh motivasi intrinsik dan sistem nilai yang mereka anut. Dalam

konteks ini, semangat kewirausahaan yang didorong oleh kebutuhan ekonomi keluarga dan keinginan untuk mandiri menjadi pendorong utama untuk terus menjalankan usaha meskipun dalam kondisi penuh keterbatasan (Wibowo, 2021).

Sebagaimana dalam al-Qur'an surah at-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

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

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”

Salah satu faktor kunci lainnya adalah keberadaan jaringan sosial yang erat dalam komunitas tempat tinggal. Dalam kasus Ibu Linda, kedekatan dengan pelanggan tetap, dukungan dari komunitas lokal, dan relasi informal antar pelaku usaha menciptakan ekosistem yang saling mendukung. Keberadaan jaringan ini berfungsi sebagai sumber informasi pasar, akses ke sumber daya, dan juga sebagai penyangga sosial dalam menghadapi tekanan ekonomi. Menurut Coleman (1988), modal sosial yang terbangun dari hubungan kepercayaan dan norma timbal balik memiliki peran penting dalam keberhasilan ekonomi komunitas berbasis mikro.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberlanjutan usaha mikro tidak semata-mata ditentukan oleh efisiensi ekonomi atau daya saing pasar, tetapi juga oleh faktor-faktor sosial dan kultural yang kontekstual. Oleh karena itu, pendekatan pengembangan UMKM yang hanya berorientasi pada modernisasi teknologi dan akses pembiayaan berpotensi mengabaikan fondasi sosial yang menopang keberlangsungan usaha. Diperlukan kebijakan pengembangan UMKM yang bersifat holistik, yaitu memperkuat kapasitas pelaku, mendorong kolaborasi antar sektor, dan membangun jejaring komunitas yang inklusif serta berkelanjutan.

Strategi Pemberdayaan UMKM Berdasarkan Nilai-Nilai Al-Qur'an dan Hadist

Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha seperti Ibu Linda dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya dapat dianalisis melalui perspektif nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi dasar etika individu muslim, tetapi juga menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas ekonomi yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Pertama, strategi keuletan dan ketekunan dalam menjalankan usaha mencerminkan nilai *istiqamah* (konsistensi) yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Dalam QS. Fussilat ayat 30 yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ

Allah SWT berfirman: “*Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: ‘Tuhan kami ialah Allah’ kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka (istiqamah), maka malaikat akan turun kepada mereka (dengan mengatakan): ‘Janganlah kamu merasa takut dan janganlah kamu merasa sedih, dan bergembiralah dengan (memperoleh) surga yang telah dijanjikan kepadamu’*” (QS.Fussilat: 30).

Ayat ini mengandung makna bahwa konsistensi dalam kebaikan, termasuk dalam usaha halal, akan mendatangkan pertolongan dan keberkahan. Keteguhan Ibu Linda dalam berwirausaha meski di tengah krisis mencerminkan semangat *istiqamah* sebagai fondasi moral dalam membangun ketahanan usaha.

Kedua, strategi pelayanan ramah kepada pelanggan sejalan dengan nilai *ihsan* (berbuat kebaikan dengan sempurna). Rasulullah SAW bersabda, “*Sesungguhnya Allah menyukai apabila seseorang di antara kalian melakukan suatu pekerjaan, ia melakukannya dengan itqan (profesional dan sempurna)*” (HR. al-Baihaqi). Konsep *itqan* ini menekankan pentingnya kualitas dalam setiap aktivitas, termasuk dalam pelayanan usaha. Keramahan Ibu

Linda, konsistensi rasa makanan, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan merupakan implementasi nyata dari nilai ihsan dan itqan dalam dunia kewirausahaan.

Ketiga, strategi menjalin hubungan baik dengan komunitas sekitar dan pelanggan tetap mengindikasikan penerapan nilai *ukhuwah* (persaudaraan) dan *ta'awun* (tolong-menolong). Dalam QS. Al-Ma'idah ayat 2, Dalam QS. Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا أَمِينَ النَّبِيِّتِ الْحَرَامَ بَيْنَتُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدَّقْتُم عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِلْمِ وَالْغَدْوَانِ وَأَتَقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Allah berfirman: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa”. Dukungan timbal balik antara pelaku usaha dan masyarakat setempat mencerminkan prinsip ekonomi syariah yang bersifat partisipatif dan saling menguatkan. Dalam konteks UMKM, jejaring sosial lokal yang kuat adalah bentuk modal sosial yang sesuai dengan prinsip syariah, yakni memperkuat solidaritas dan menumbuhkan keberkahan ekonomi.

Keempat, prinsip kejujuran dan transparansi dalam pengelolaan usaha juga merupakan bagian dari strategi utama yang selaras dengan ajaran Islam. Nabi Muhammad SAW bersabda: “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada” (HR. Tirmidzi). Kejujuran dalam menentukan harga, menyampaikan kondisi produk, serta pencatatan keuangan yang terbuka, meskipun sederhana, menunjukkan kesesuaian praktik usaha Ibu Linda dengan prinsip muamalah yang diajarkan Islam.

Kelima, keteguhan Ibu Linda dalam menghadapi tantangan dan tidak menyerah kepada keadaan mencerminkan pengamalan nilai *tawakkal* (berserah diri kepada Allah setelah berusaha maksimal). Pada QS. Al-Maidah ayat 23 yang berbunyi:

قَالَ رَجُلَانِ مِنَ الَّذِينَ يَخَافُونَ أَنَّ اللَّهَ عَلَيْهِمَا ادْخُلُوا عَلَيْهِمُ الْبَابَ فَإِذَا دَخَلْتُمُوهُ فَإِنَّكُمْ غُلَبُونَ هَ وَ عَلَى اللَّهِ فِتْنَتُهُمْ إِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ

Allah SWT berfirman: “Dan hanya kepada Allah hendaknya kamu bertawakkal, jika kamu benar-benar orang yang beriman” (QS. Al-Maidah: 23).

Tawakkal bukanlah sikap pasif, melainkan bentuk optimisme aktif yang mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan bekerja keras, sambil meyakini bahwa rezeki telah ditentukan oleh Allah SWT.

Dengan demikian, strategi-strategi usaha mikro yang dijalankan secara mandiri dan lokal seperti pada kasus Nasi Goreng Ibu Linda bukan hanya mencerminkan respon adaptif terhadap dinamika pasar, tetapi juga dapat dipahami sebagai bentuk penerapan nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Pendekatan berbasis nilai ini menjadi dasar penting bagi penguatan karakter pelaku usaha dan keberlanjutan usaha mikro dalam perspektif ekonomi syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

UMKM Nasi Goreng Ibu Linda adalah contoh nyata ketahanan dan keberhasilan usaha mikro dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi, mulai dari krisis moneter tahun 1997 hingga pandemi COVID-19. Usaha ini mampu berkembang berkat lokasi yang strategis, kualitas produk yang konsisten, serta promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Meskipun tidak memanfaatkan platform digital seperti e-commerce, Ibu Linda berhasil membangun loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan harga yang bersaing.



Dalam menghadapi tantangan ekonomi, Ibu Linda telah menerapkan strategi adaptif, seperti efisiensi biaya, pemanfaatan media komunikasi sederhana seperti WhatsApp, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Namun, usaha ini masih memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya belum memiliki sertifikasi halal dan belum sepenuhnya memanfaatkan peluang digitalisasi.

Saran

1. Ibu Linda dianjurkan untuk secara bertahap memanfaatkan platform digital agar jangkauan pasar yang dimiliki semakin luas.
2. Sebaiknya, pengurusan sertifikasi halal dilakukan segera untuk meningkatkan kepercayaan dari konsumen.
3. Pelatihan dalam manajemen usaha dan literasi digital akan sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrini Fauziah, A. F., Viola, A., Ardianti, A. R., Maulida, F., & Daeli, E. G. (2024). Peran UMKM terhadap stabilitas ekonomi Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(4), 83–92.
- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1).
- Aliyah, A. H. (2022). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1).
- Al-Qur'anul Karim.
- Amalina, A. (n.d.). *Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam perekonomian nasional*. Yogyakarta.
- Antonio, M. S. (2011). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Ascarya. (2020). *Ekonomi Islam: Prinsip dasar dan implementasinya*. Bank Indonesia Institute.
- Batubara, C., Dwi, B., & Ritonga, F. (2024). Peran UMKM dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 1142–1150.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Supplement), S95–S120.
- Dhewanto, W., Herliana, S., & Nugroho, Y. (2018). Inovasi layanan UMKM berbasis kebutuhan pelanggan lokal. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 16(3), 211–220.
- Hadis riwayat Al-Baihaqi dan Tirmidzi.
- Hasan, Z. (2014). Islamic microfinance and poverty alleviation: A study of Islamic microfinance institutions in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(3), 291–305.
- Hermawan, B., & Rahayu, D. (2022). Spiritualitas dan ketahanan UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(1), 45–58.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Rencana aksi pemberdayaan UMKM berbasis wilayah*. Kemenkop UKM.
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship marketing and customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(1), 98–106.
- Nugroho, Y., & Arimurti, R. (2019). Literasi keuangan dan akses UMKM terhadap pembiayaan formal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 34(1), 12–23.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.



- Rahmawati, D. (2020). Inovasi inkremental pada usaha mikro: Studi kasus UMKM kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 87–96.
- Rahman, M. R., Oktavianto, M. R., & Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Magister Manajemen Universitas Tanjungpura. (n.d.). *Perkembangan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) di Indonesia*. Universitas Tanjungpura.
- Sakai, M. (2016). Micro-enterprise and community development in Indonesia. *Asian Journal of Social Science*, 44(2), 231–250.
- Saptari, R., & Fauzia, A. (2020). Struktur fleksibel dan strategi bertahan UMKM di masa krisis. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(1), 101–117.
- Susanti, H., & Wahyuni, D. (2022). Digitalisasi UMKM: Pendekatan fungsional dalam transformasi bisnis kecil. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 77–89.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.
- Teddy Kurniawan, M., Wardani, Y., Anggraeni, D. P., Hidayat, I. R., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi perencanaan dan pengembangan bisnis untuk UMKM nasi goreng (Nasgor In): Menuju kesuksesan dalam industri kuliner. *PT Media Akademik Publisher*, 2(4), 3031–5220.
- Wibowo, A. (2021). Kewirausahaan mikro dan ketahanan sosial ekonomi di masa pandemi. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 5(2), 45–56.
- Wijaya, A., & Astuti, R. (2021). Peran media sosial dalam pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 9(1), 45–54.