



TANTANGAN DAN PELUANG UMKM DALAM MEMBANGUN INOVASI BISNIS ISLAMI DI ERA VUCA

Safiatu Rokhmah¹, Elsa², Asep Dadan Suganda^{3*}, Anita⁴

^{1 2 3 4} UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

* Corresponding: asepdadan@uinbanten.ac.id

Abstrak

Perkembangan keuangan syariah di Indonesia meningkat secara pesat sehingga menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang bagi dunia usaha dan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan ekonomi dan juga bisnis-bisnis di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran sebagai salah satu pondasi perekonomian diharapkan dapat memulihkan krisis ekonomi yang terjadi saat ini. UMKM berpeluang besar dalam menyerap tenaga kerja sehingga perlu ditingkatkan dan dimaksimalkan. Namun sebagian besar lembaga keuangan belum memiliki kepercayaan terhadap UMKM karena penghasilan yang diperoleh oleh pelaku usaha UMKM sangat kecil sehingga hanya sedikit UMKM yang meminjam uang untuk modal usaha di lembaga keuangan. Kemudian RUU Cipta Kerja juga diharapkan bagi UMKM akan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan dan terciptanya pemerataan kesejahteraan masyarakat. Artinya, kesejahteraan dapat merata di seluruh lapisan masyarakat. Bisnis digitalisasi juga menjadi peluang besar dalam memasarkan UMKM terutama di era new normal ini. Tujuan penulisan ini adalah untuk menggambarkan berbagai tantangan dan peluang pengelolaan SDM UMKM dalam Membangun Inovasi Bisnis Islami di Era VUCA. Permasalahan dan solusi yang harus dilakukan agar SDM UMKM dalam membangun Inovasi Bisnis Islami dapat terus beraktivitas dan produktif dalam menghadapi tantangan dan visi baru Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani serta menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia. Oleh karena itu, akan dibahas tentang apa saja yang menjadi tantangan dan peluang dalam Membangun Inovasi Bisnis Islami di Era VUCA serta meningkatkan daya saing UMKM di era global

Kata kunci: Tantangan, Peluang, UMKM, Bisnis Islami, VUCA.

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia, agama merupakan pedoman hidup sebagai sumber nilai-nilai moral yang dijunjung tinggi. Dalam agama islam terdapat asas moral yang berlandaskan pada Al Quran dan As Sunnah yang berkaitan dengan etika bermuamalah dan transaksi ekonomi. Dalam sejarah ekonomi Islam, kegiatan muamalah dan transaksi ekonomi yang berdasarkan asas moralitas Islam dikembangkan dalam bentuk Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

Dalam pembangunan ekonomi Islam, Lembaga keuangan syari'ah merupakan instrumen penting dimana masyarakat atau negara memerlukan lembaga-lembaga yang mendukung perekonomian Islam. Sejak tahun 1991 keberadaan lembaga-lembaga keuangan syari'ah Indonesia seperti bank syari'ah antara lain Bank Muamalah Indonesia dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah, berperan sebagai lembaga perbankan alternatif yang bebas dari praktek pembangunan uang. Kemudian diikuti oleh beberapa lembaga keuangan syari'ah non-bank syari'ah yang memiliki praktik sejenis seperti BMT, Asuransi Takaful, Unit Simpan Pinjam Syari'ah (USPS) dan koperasi Pondok Pesantren (Kopotren). Dan Koperasi merupakan salah satu bentuk pengamalan ajaran Islam dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan prinsip tolong menolong, saling membantu dan bekerjasama memenuhi kebutuhan diantara sesama anggota (Syamsuir, 2015).

Perkembangan keuangan syari'ah di Indonesia meningkat secara pesat sehingga menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang bagi dunia usaha dan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan ekonomi dan juga bisnis-bisnis di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran sebagai salah satu pondasi perekonomian diharapkan dapat memulihkan krisis ekonomi yang terjadi saat ini. UMKM berpeluang besar dalam menyerap tenaga kerja sehingga perlu ditingkatkan dan dimaksimalkan. Namun sebagian besar lembaga keuangan belum memiliki kepercayaan terhadap UMKM karena penghasilan yang diperoleh oleh pelaku usaha UMKM sangat kecil sehingga hanya sedikit UMKM yang meminjam uang untuk modal usaha di lembaga keuangan. Salah satu pendekatan sistem ekonomi Islam di sektor riil yang mensyaratkan standar uang berupa emas dan perak dengan pelaku UMKM dan dengan dukungan negara secara penuh adalah Baitul Maal. Dengan demikian sistem keuangan Islam diharapkan menjauhkan kehidupan dari lingkungan kapitalis sehingga menjadi rahmat bagi seluruh umat.

Hubungan antara Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan UMKM sangat penting karena UMKM merupakan usaha yang dikelola oleh pengusaha kecil dan dengan modal kecil namun memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian Indonesia. Namun salah satu masalah utama UMKM adalah akses modal yang kurang sehingga daya produksi yang kecil serta pangsa pasar yang sempit sehingga menjadikan UMKM usaha yang rentan. Di sisi lain Lembaga Keuangan Syariah (LKS) bertujuan tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan, melainkan juga memiliki tujuan kemanusiaan, yaitu melakukan pemberdayaan

bagi para pengusaha UMKM dengan cara mengalokasikan sebagian besar pembiayaannya bagi sektor usaha dan menjangkau usaha mikro yang kecil kemungkinan ditawarkan oleh bank konvensional.

UMKM merupakan usaha kecil dan menengah perorangan yang produktif yang dimiliki oleh warga negara Indonesia. Badan usaha tersebut dapat memiliki badan hukum atau tidak, misalnya seperti koperasi; dan bukan merupakan anak atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Di Indonesia, UMKM memiliki peran yang sangat penting, diantaranya yaitu UMKM mampu menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja sehingga memberikan pendapatan ekonomi masyarakat secara merata dengan cara mengolah sumber daya lokal dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat. Pada tahun 1998 UMKM menunjukkan potensi sebagai dasar pembangunan ekonomi di Indonesia karena mampu bertahan pada saat krisis ekonomi. UMKM juga memberikan manfaat yang berkelanjutan serta memiliki kontribusi besar dalam pembangunan ekonomi daerah. Selain itu M. Kwartono mengatakan bahwa UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang tidak memperhitungkan tanah dan bangunan tempat usaha namun memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 200.000.000, - (Ervina, 2019).

Pada tahun 2018, Kementerian Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengatakan bahwa jumlah pelaku UMKM berjumlah 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Dominasi pelaku usaha mikro sebesar 98,68% dengan penyerapan tenaga kerja sekitar 89%. Sedangkan usaha mikro memiliki kontribusi terhadap PDB sekitar 37,8% (Nainggolan, 2020). Sepanjang tahun 2019 Ketua Asosiasi Usaha Mikro Kecil Menengah Indonesia (UMKM) meyakini kontribusi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto nasional akan tumbuh sebesar 5% sehingga total bisa mencapai 65% atau sekitar Rp 2.394,5 triliun (Syarizka, 2019). Di negara berkembang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah menjadi pendorong untuk pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja (Wang, 2016).

Sebagai negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia, Indonesia memiliki Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024. MEKSI memiliki tujuan agar Indonesia menjadi mandiri, makmur, dan madani serta pusat ekonomi syariah terkemuka di dunia. Salah satu implementasi dari MEKSI adalah agar Indonesia menjadi pusat produsen halal dunia. Untuk mencapai tujuannya MEKSI menetapkan empat strategi

utama, yaitu menguatkan rantai nilai halal, menguatkan sektor keuangan syariah, menguatkan UMKM sebagai penggerak utama rantai nilai halal, serta memanfaatkan dan menguatkan ekonomi digital (Rahwidhiyasa, 2021). Rahwidhiyasa mengatakan UMKM sebagai salah satu pondasi perekonomian di Indonesia menyebar dengan jumlah sekitar 64 juta unit, dan memiliki kontribusi 60 persen terhadap PDB nasional (2019) dan 97 persen menciptakan lapangan pekerjaan. Di bidang ekspor UMKM memiliki kontribusi sebesar 14,37 persen (2018) dan berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk industri halal karena UMKM dipercaya merupakan penggerak utama rantai nilai halal. Oleh karena itu UMKM memerlukan upaya praktis dan strategis dalam mengembangkan dan memperlus kegiatan bisnis dan meningkatkan skala usaha.

UMKM di Indonesia menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian dan merupakan unit usaha yang memiliki jumlah yang banyak dibandingkan dengan industri yang berskala besar. Selain itu, UMKM berperan dalam mengurangi angka pengangguran di Indonesia, dengan demikian UMKM menjadi pesaing bagi usaha berskala besar. UMKM dalam pembangunan nasional merupakan usaha kecil menengah yang memiliki landasan sistem ekonomi kerakyatan yang bertujuan untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dengan cara menyerap tenaga kerja. Dengan demikian UMKM dapat berkembang menjadi basis ekonomi yang memberikan kontribusi yang besar dalam perubahan struktural dengan meningkatnya ekonomi daerah dan ketahanan nasional serta memiliki peran yang vital. Selain itu, pesatnya pertumbuhan UMKM menunjukkan kekuatan ekonomi domestik dan merupakan sebuah peluang besar jika dikelola dengan tepat. Akan tetapi ada beberapa permasalahan yang dihadapi UMKM antara lain yaitu masalah distribusi bagi produk-produk yang dihasilkan, manajemen usaha yang lemah, dan sulitnya akses sumber-sumber pembiayaan formal seperti perbankan. Dengan masalah yang dihadapi UMKM tersebut, diharapkan dukungan pemerintah dan lembaga-lembaga terkait diantaranya perbankan syariah, dapat berperan mendorong sektor usaha UMKM agar dapat berkembang dengan lebih baik (Maleha, 2015).

Adapun dukungan negara kepada UMKM yaitu berupa kebijakan-kebijakan yang kondusif dan tidak membebani pelaku usaha UMKM yang harus menanggung biaya yang besar dengan waktu pengurusan izin usaha yang lama sehingga menghabiskan biaya yang mahal. Rahwidhiyasa 2020, mengatakan bahwa Pandemi Covid-19 menyebabkan banyak perubahan global diantaranya adalah pertumbuhan ekonomi yang cenderung menurun,

meningkatnya pengangguran, serta berubahnya perilaku keseharian dan konsumsi masyarakat. Perubahan kondisi tersebut mengharuskan para pelaku perbankan syariah (bankir syariah) dapat beradaptasi sehingga memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi syariah secara umum dan perbankan syariah secara khusus, serta bagi diri sendiri dan keluarga. Adaptasi pelaku perbankan syariah yaitu dengan cara melakukan langkah-langkah diantaranya mengontrol rasa cemas, mensosialisasikan protokol kesehatan, memahami perubahan yang terjadi dan menggunakan cara-cara baru diantaranya pemanfaatan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pelayanan nasabah di masa yang akan datang serta menjaga tingkat produktivitas sehingga memberikan kemaslahatan serta manfaat kepada umat (nasabah). Selain itu, bankir syariah diharapkan dapat meningkatkan kompetensi menghadapi perubahan melalui pelatihan (webinar). Di masa pandemi covid 19 atau new normal, Bankir syariah bersama dengan masyarakat diharapkan lebih meningkatkan kepedulian sosial dengan cara mempromosikan produk ZISWAF dari bank masing-masing dan memaksimalkan porsi ZISWAF (zakat, infaq, shadaqah, wakaf) sehingga masyarakat yang memiliki kemampuan lebih dapat membayar ZISWAF dengan mudah melalui *mobile banking* masing-masing bank. Dana ZISWAF yang terkumpul dapat digunakan untuk membantu masyarakat yang terdampak.

Maksum et.al juga menambahkan bahwa UMKM menghadapi banyak kendala, diantaranya kurangnya modal, keterampilan, dan teknologi (Maksum, Rahayu, & Kusumawardhani, 2020) dan memiliki kaitan dengan kompetensi sumber daya manusia, biaya produksi, serta pemasaran (Narula, 2004). Ada banyak kendala yang harus dihadapi dan diatasi oleh UMKM dan tidak jarang menghadapi berbagai tantangan dasar yang harus diatasi dengan cepat diantaranya adalah Sistem manajemen. Masalah saat ini berhubungan dengan kompetensi keterampilan sumber daya manusia. Sebagian besar UMKM dijalankan oleh manajer yang tidak kompeten dan profesional (Siahaan, Siahaan, & Siahaan, 2020). Dan karena kurangnya kemampuan dan keahlian sumber daya manusia, UMKM di negara-negara berkembang memerlukan pendekatan kebijakan yang berbeda. Dengan Kemitraan dengan perusahaan besar dapat memberi UMKM di negara maju manfaat non-finansial yang banyak dan berhubungan dengan masalah lingkungan dan sosial, kinerja perusahaan, pengaruh operasional, dan kinerja staf (Venturelli, Caputo, Cosma, Leopizzi, & Pizzi, 2017). Oleh karena itu UMKM perlu memanfaatkan penggunaan teknologi yang efektif dan efisien agar kualitas produk meningkat, memiliki

akses pasar yang luas, dan memberikan dampak positif kepada masyarakat di sekitarnya. Hambatan yang paling mendasar yang menjadi kendala dalam menjalankan usaha kecil menengah adalah permodalan. Pada umumnya produktivitas UMKM tidak maksimal karena dana yang terbatas. Selain itu sistem manajemen juga merupakan hambatan tersendiri yang berhubungan dengan kemampuan sumber daya manusia. Sebagian besar UMKM dikelola dengan manajemen yang tidak profesional. Sementara di sisi lain, persaingan usaha yang ketat juga menjadi kendala yang besar sehingga diperlukan kerjasama bagi UMKM untuk menguatkan kelompok bidang usaha yang sama.

Ahmad Akbar Susanto (2018) dalam seminar nasional yang bertemakan "*Tantangan Perekonomian Indonesia di Era Vuca dalam Perspektif Ekonomi Islam*" mengingatkan pentingnya strategi ekonomi Islam terutama yang berhubungan dengan memaksimalkan kewajiban menunaikan ZIS (*Zakat, Infaq, dan Shadaqah*) dan pengelolaannya secara efektif dan efisien sehingga kesenjangan ekonomi dalam ranah kemiskinan setempat (lokal) dapat diatasi. Tujuan penulisan ini adalah untuk menggambarkan berbagai tantangan dan peluang pengelolaan SDM UMKM dalam Membangun Inovasi Bisnis Islami di Era VUCA. Permasalahan dan solusi yang harus dilakukan agar SDM UMKM dalam membangun Inovasi Bisnis Islami dapat terus beraktivitas dan produktif dalam menghadapi tantangan dan visi baru Indonesia yang mandiri, makmur, dan madani serta menjadi pusat ekonomi syariah terkemuka dunia. Oleh karena itu, akan dibahas tentang apa saja yang menjadi tantangan dan peluang dalam Membangun Inovasi Bisnis Islami di Era VUCA serta meningkatkan daya saing UMKM di era global.

II. LITERATUR REVIEW

Definisi UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1 yaitu: Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dikelola oleh pribadi atau badan usaha dan bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dikelola oleh pribadi atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Setneg Negara Republik Indonesia, 2018).

Menurut Aufar dalam (Ervina, 2019), definisi UMKM menurut Bank Indonesia yang dimaksud dengan usaha kecil adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia yang berbentuk badan usaha milik perorangan, badan usaha yang tidak memiliki badan hukum, atau badan usaha yang memiliki badan hukum seperti koperasi; bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 200.000.000 per tahun, sedangkan usaha menengah, merupakan usaha yang memiliki kriteria aset tetapnya dengan besaran yang berbeda, misalnya industri manufaktur (Rp. 200.000.000 s.d. 8 Rp. 500.000.000) dan non manufaktur (Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 600.000.000). Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa UMKM adalah usaha milik pribadi atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang terbatas. Modal usaha yang terbatas pada UMKM karena sebagian besar lembaga keuangan memiliki kepercayaan yang rendah terhadap penghasilan dari pelaku UMKM.

Saat masa pandemi Covid 19 dan dalam era VUCA, UMKM sebagai salah satu pondasi perekonomian diharapkan dapat membantu krisis ekonomi yang terjadi. UMKM perlu ditingkatkan dan dimaksimalkan karena mempunyai potensi yang besar untuk menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja. Dengan demikian UMKM membutuhkan dukungan dengan kebijakan yang kondusif dan memudahkan pelaku usaha UMKM. Namun sebaliknya, saat ini UMKM harus menghadapi banyaknya pembiayaan yang tinggi dan pengurusan perizinan yang tidak efektif dan efisien. Kebijakan pemerintah untuk UMKM tidak mendukung dan kontraproduktif terhadap keberlangsungan UMKM. Dalam hal dana, jumlah sumber dana sosial memiliki potensi yang tinggi mengingat besarnya jumlah masyarakat dengan pendapatan menengah ke atas sehingga peluang untuk mengambil sumber dana sosial semakin besar.

Dengan kondisi di atas, UMKM dapat menurunkan suku bunga kredit dan margin pembiayaan yang diberikan oleh Lembaga keuangan Mikro. Dan jika tren ini berkesinambungan dan berjangka panjang, lembaga keuangan mikro dapat bersaing

dengan bank-bank besar. Akan Tetapi ada banyak tantangan agar kesempatan tersebut berjalan dengan efektif dan efisien, diantaranya adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia, sistem administrasi yang tidak tertib, lemahnya legalitas aset, pengaturan lembaga keuangan mikro yang tidak harmonis diberbagai otoritas yang terkait (Wulansari, 2017).

Untuk mempermudah pembiayaan dalam penyaluran KUR, perbankan syariah menerapkan linkage antara lembaga keuangan dan bank umum serta jaringan atau partisipasi unit mikro yang berdiri sendiri dan melekat pada kantor cabang bank. Pembiayaan yang disalurkan melalui Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) dalam bentuk pembiayaan modal kerja dan investasi untuk UMKM mengacu kepada definisi UMKM dalam UU No.20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro dan Menengah (UMKM). Inovasi produk UMKM berhubungan dengan kreativitas individu atau kelompok. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menyampaikan sesuatu yang berada dalam pikiran yang dapat direalisasikan dalam sebuah peluang baru dan dikembangkan dalam bentuk inovasi-inovasi sebagai penemuan produk baru. Adapun kreativitas diantaranya membuat atau menciptakan produk baru, mengkombinasikan diantara penemuan lama dengan penemuan baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.

Peluang lembaga keuangan mikro syariah pada usaha mikro kecil menengah diantaranya adalah:

1. Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia Indonesia mempunyai potensi sumber dana yang cukup besar. Lembaga Keuangan Mikro mempunyai peluang untuk mengembangkan dana sosial, zakat produktif serta wakaf serta menggabungkan sumber dana sosial dengan sumber dana komersial sehingga mampu menghimpun dana dalam bentuk tabungan atau simpanan (Diarsono, 2015)
2. Usaha mikro berkembang pesat dan memiliki resilient atau daya tahan yang tinggi sehingga memiliki peluang yang lebih besar dalam penyaluran pembiayaan dan membayar kewajiban. Individu atau pun kelompok usaha mikro memerlukan dukungan pembiayaan untuk memperluas market share lembaga keuangan mikro (LKM). Kegiatan-kegiatan komunitas, contohnya arisan, pengajian, dan yang merupakan kegiatan yang produktif karena memberikan peluang bagi lembaga keuangan mikro di dalam alokasi pembiayaan tersebut (Lantu, 2016)

3. Dengan dukungan teknologi produk-produk syariah baik dan alokasi pembiayaan dapat dijangkau masyarakat melalui konektivitas dan penggunaan aplikasi di smartphone (Wiranta, 2015).
4. Dengan jangkauan masyarakat sampai ke daerah-daerah, lembaga keuangan mikro memiliki kedekatan dan mengenali potensi usaha dan karakter nasabah sehingga mempunyai kesempatan lebih besar untuk berkembang. Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) merupakan sebuah model Lembaga Keuangan Mikro yang khas di Indonesia karena melibatkan sektor mikro dan membangun basis yang luas. Hal tersebut merupakan kekuatan dalam sektor keuangan berbasis mikro dengan jangkauan yang luas untuk mengembangk an ekonomi syariah sehingga dapat merangkum aplikasi keuangan mikro syariah sebagai referensi utama dalam menguatkan branding Indonesia sebagai lembaga keuangan syariah terbesar (Nasrullah, 2017).

III. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan studi pustaka yang menggunakan salah satu metode kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin dalam (Nugrahani, 2014) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dapat digunakan untuk mengamati kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan kekerabatan. Penelitian melalui studi pustaka tidak harus memiliki responden, karena data yang dibutuhkan dalam penelitian tersebut bisa didapat melalui sumber pustaka atau dokumen (Melfianora, 2019). Data yang didapat dalam penelitian kualitatif lebih banyak dalam bentuk pernyataan atau informasi (Junaid, 2016). Jadi metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini merupakan dokumentasi. Berupa buku, jurnal, surat kabar, majalah, file, foto, video atau rekaman suara (Soraya, 2017). Dalam penulisan ini informasi data diambil dari buku, jurnal dan website dengan topik pembahasan UMKM dan Lembaga keuangan Syariah di Indonesia, sumber daya manusia, tantangan dan peluang di era new normal..

IV. PEMBAHASAN

Peran pemerintah dalam pembangunan ekonomi nasional salah satunya adalah dengan meningkatkan kerja sama antara pembiayaan syariah dengan koperasi, BMT serta UMKM di Indonesia melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Peningkatan kerjasama antara OJK dan pembiayaan syariah dengan koperasi, BMT serta UMKM di Indonesia bertujuan untuk memperkuat komposisi pembiayaan pada sektor-sektor produktif yang mendukung adanya sebuah peningkatan kapasitas perekonomian di Indonesia.

Ada enam poin kemudahan yang diberikan oleh pemerintah untuk para pelaku UMKM (Saribu, 2021):

1. Memudahkan perizinan usaha bagi UMKM. Hal ini berhubungan dengan kegiatan UMKM yang memiliki dampak lingkungan akan dibantu oleh pemerintah pusat dan daerah untuk menyusun Analisis Dampak Lingkungan (Amdal). Basis data tunggal UMK sebagai dasar pengambilan kebijakan dengan menggunakan data pokok dari Kementerian/Lembaga di sistem Online Single Submission (OSS). Selain itu, untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) juga dipermudah. Jika sebelumnya untuk mendirikan UMKM diwajibkan dalam bentuk badan hukum perseroan terbatas (PT), maka saat ini dalam RUU Cipta Kerja, mengatur pengajuan izin usaha bagi UMKM hanya melalui satu pintu yakni NIB, yang merupakan perizinan tunggal dan berlaku bagi semua kegiatan usaha yang terdiri dari perizinan usaha, izin edar, SNI, dan sertifikasi jaminan produk halal.
2. Akses pembiayaan lebih mudah. Adanya agunan atau jaminan merupakan permasalahan utama akan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM. Dalam RUU Cipta Kerja mengatur kegiatan usaha mikro dan kecil dapat dijadikan jaminan kredit bank. Selain itu, penekanan lembaga pembiayaan berorientasi pada kelayakan usaha dan bukan pada jaminan (collateral). Termasuk kemudahan dalam menyiapkan laporan keuangan, dan menyederhanakan administrasi perpajakan bagi UMK.
3. Membangun kemitraan bagi UMKM. Pelaku UMKM diberikan kemudahan untuk bermitra dengan perusahaan besar. Diharapkan Kemitraan antara usaha menengah dan besar dengan usaha mikro dan kecil menyentuh bisnis inti (core business)

dengan cara pemberian pendampingan dan pembinaan. Dengan demikian UMKM memiliki peluang untuk masuk ke dalam rantai pasok dan dapat berkembang lebih cepat serta semakin kuat dari hulu ke hilir.

4. Akses pasar memberikan kepastian kepada pemasaran produk dan jasa KUMKM untuk pengadaan barang/jasa oleh pemerintah atau Kementerian/Lembaga dan BUMN. Dan kepastian penyerapan produksi sebagai kebijakan afirmasi karena anggaran pemerintah diwajibkan mendahulukan produk UMKM, termasuk di rest Pemerintah yang menyiapkan sektor UMKM dan Koperasi menjadi garda terdepan dalam penanaman modal di Indonesia.
5. Adanya regulasi pengelolaan terpadu dan pemusatan klaster. Sehingga pelaku UMKM memiliki peluang untuk mendapatkan fasilitas seperti daerah ekonomi khusus untuk usaha besar yang disebabkan oleh kemudahan logistik, dan fasilitas.
6. Melalui RUU Cipta Kerja, pembentukan koperasi dipermudah. Jika dahulu pembentukan koperasi harus 20 orang, maka pada RUU Cipta Kerja lebih dipermudah cukup hanya dengan tiga orang. Walaupun demikian pada tahap selanjutnya koperasi tersebut harus mengembangkan usahanya di berbagai sektor.

Melalui RUU Cipta Kerja, UMKM dan koperasi diharapkan untuk menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat dapat diciptakan diseluruh lapisan masyarakat. Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa pemerintah menyiapkan secara sungguh-sungguh sektor UMKM dan koperasi sebagai garda terdepan dalam penanaman modal di Indonesia. Dari kebijakan organisasi yang lebih disederhanakan sampai dengan peluang untuk menggunakan model ekonomi syariah untuk koperasi. UMKM memiliki peluang untuk memanfaatkan kebijakan ini agar memperoleh modal dari perbankan syariah. Bank syariah memiliki peluang untuk mendapatkan tambahan penghasilan dengan pembukaan jaringan kantor jika bank syariah dapat menyalurkan pembiayaan tersebut kepada UMKM dengan harga paling rendah 20% serta UMK paling rendah 10% dari total portofolio pembiayaan.

Adapun tantangan lembaga keuangan mikro syariah pada usaha mikro kecil menengah diantaranya adalah (Maulida, 2017):

1. Untuk mewujudkan sebuah sistem pengaturan industri yang baik, dibutuhkan sebuah standar regulasi yang sudah diakui oleh otoritas terkait. Sistem keuangan

Indonesia harus mempunyai standar regulasi, antara lain seperti standart akuntansi serta audit, rating system, dan standar parameter pengaturan serta sebuah prosedur. Industri lembaga keuangan syariah harus memiliki standar regulasi agar memperoleh kepastian hukum termasuk kejelasan kebijakan dalam mengatur dan mengawasi operasinya. (Maryati, 2014)

2. Seiring perkembangan trend di masyarakat yang mulai beralih ke lembaga keuangan syariah, Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) jumlahnya semakin bertambah. Lembaga Keuangan Syariah tersebar hampir di seluruh wilayah di Indonesia. Keuangan mikro dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif pendekatan dalam menyelesaikan masalah pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan ekonomi dan penyaluran pembiayaan untuk kegiatan ekonomi produktif. Selain penyaluran pembiayaan untuk kegiatan ekonomi produktif pada individu, Lembaga keuangan mikro dapat pula memberikan penyaluran dana tanpa agunan pada kelompok. Dalam satu kelompok terdapat beberapa individu yang saling bertanggungjawab terhadap pelunasan pinjaman seluruh anggota kelompok. Hal tersebut mengakibatkan jika salah satu anggota tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka penyaluran pinjaman anggota lainnya dalam kelompok tersebut akan terkendala. (Oktafia, 2017)

Dapat disimpulkan bahwa lembaga keuangan mikro di Indonesia menghadapi beberapa tantangan, diantaranya: akses permodalan, sumber daya manusia, dan standar regulasi. Sementara saat ini tantangan terbesar bagi lembaga keuangan mikro adalah rendahnya kepercayaan masyarakat untuk menyimpan uang di lembaga keuangan mikro dan lebih tertarik untuk menyipkan uang di bank umum sehingga lembaga keuangan mikro harus menawarkan imbalan yang lebih tinggi dan meminta support pembiayaan dari lembaga keuangan lain yang lebih besar. (Syukron, Maret 2016)

Adapaun masalah utama bagi Lembaga Keuangan Mikro Syariah, terutama BMT adalah regulasi kelembagaan. Dalam peraturan OJK NO. 3 tahun 2016 merupakan landasan bagi berdirinya BMT, akan tetapi masih ada tekanan dalam UU LKM dan Perkoperasian. Sehingga mengakibatkan BMT tidak fleksibel karena kedua kebijakan tersebut mempersulit ruang gerak BMT dari aspek-aspek yang berbeda. Kebijakan aturan BMT belum sempurna karena tidak memiliki standar pembuatan anggaran. Kebijakan

aturan BMT berada di bawah landasan hukum koperasi, dan koperasi tidak menggunakan PSAK sebagai standar perhitungan keuangannya. (Jannah, 2019)

Dan rekomendasi kebijakan pada lembaga keuangan mikro syariah pada usaha mikro kecil menengah diantaranya adalah:

1. Sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran umat akan pentingnya Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) secara berkelanjutan.
2. Koordinasi antara pihak berwenang dalam merumuskan sebuah ketentuan teknis kebijakan LKM, sehingga dalam perkembangan industri perbankan syariah dapat ditelusuri dukungan regulasi yang diperolehnya (Ratnasari, 2016). Hal ini dapat dibuktikan sejak tahun 1999 Bank syariah di Indonesia berkembang secara pesat sebagai hasil dari dukungan kebijakan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU Nomor 7 Tahun 1992 dan UU Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang kemudian diperkuat oleh UU Nomor 3 Tahun 2004. Dan terhitung mulai tanggal 17 Juni 2008, industri perbankan syariah di Indonesia secara resmi memasuki tahapan baru.

Choirullah dalam Maulida (Maulida, 2017) mengatakan bahwa UU perbankan syariah sangat penting untuk melindungi konsumen atau nasabah sehingga bank dapat menjaga risiko dengan bersikap rasional dalam keputusan investasi agar dapat menghindari kesalahan manajemen dan tidak mengambil tindakan-tindakan yang beresiko tinggi. Selain itu, UU perbankan syariah juga diharapkan dapat menjamin kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasional perbankan syariah.

Kesesuaian berbagai regulasi antara pusat-daerah, antarsektor dan antarwilayah juga sangat diperlukan untuk mendukung perkembangan UMKM. Dalam Naskah RUU Cipta Kerja terdapat 79 RUU, 15 bab, dan 174 pasal. Definisi Cipta Kerja dalam RUU ini merupakan upaya penciptaan kerja melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), peningkatan ekosistem investasi, dan percepatan proyek strategis nasional. Adapun ruang lingkup RUU ini terdiri dari 10 bidang, antara lain investasi, ketenagakerjaan, UMKM dan perkoperasian, kemudahan usaha, riset dan inovasi, pengadaan lahan, kawasan ekonomi, percepatan strategis nasional, administrasi pemerintahan, serta sanksi. Salah satu hal yang menarik untuk didiskusikan adalah upaya untuk memudahkan, melindungi, dan memberdayakan UMKM dan koperasi.

Dalam RUU Cipta Kerja disusun pula regulasi agar koperasi dapat berkembang lebih cepat dan dinamis sehingga mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Koperasi memiliki kesempatan untuk menjalankan usaha di berbagai sektor. Penciptaan lapangan kerja dapat dilakukan melalui regulasi terkait dengan adanya kemudahan, pemberdayaan dan perlindungan UMKM yang memuat kriteria kebijakan UMKM, basis data tunggal UMKM, manajemen terpadu UMKM, kemudahan perizinan, jenis usaha UMKM, kemitraan, insentif, dan pembiayaan UMKM serta kemudahan pendirian, rapat anggota dan kegiatan usaha koperasi. Semua tantangan KUMKM tersebut akan mendapat perhatian dalam RUU Cipta Kerja. (Saribu, 2021)

Dengan demikian dari keterangan di atas dapat dikatakan bahwa, UMKM mempunyai beberapa tujuan antara lain yaitu; menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan UMKM agar dapat kuat dan mandiri; membantu meningkatkan struktur perekonomian negara secara nyata; dan meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, menciptakan lapangan kerja, membantu pemerataan pendapatan, membantu pertumbuhan ekonomi, serta mengentaskan kemiskinan (Sukirman & Indaryani, 2014)

Inovasi Bisnis Islami; Digitalisasi Era New Normal

Di tengah persaingan global yang semakin tinggi, salah satu peluang UMKM untuk mengembang kinerja usahanya adalah melalui digitalisasi usaha dengan memanfaatkan berbagai digital platforms. Hal tersebut dikarenakan tuntutan masyarakat atau konsumen saat ini yang menginginkan pelayanan yang cepat, nyaman, aman dan praktis melalui dukungan teknologi. UMKM diharapkan dapat beradaptasi dengan perubahan zaman dengan cara meningkatkan kemampuan agar dapat berkompetisi dalam dunia bisnis di era Revolusi Industri 4.0 yang merupakan sesuatu yang pasti. Kreativitas dan inovasi diharapkan berkembang dan dapat menghasilkan produk lokal yang memiliki nilai tambah sehingga menjadi komoditas unggul baik di dalam ataupun di luar negeri. Dengan memanfaatkan digital teknologi, tidak ada pembatas bagi produk UMKM untuk dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat sehingga produk tersebut memiliki nilai yang kuat. (Saribu, 2021)

Selain itu, UMKM membutuhkan integritas dalam manajemen stock produk antara pembelian dan penjualan agar dapat mengawasi persediaan barang secara efektif dan efisien. Kemudian sangat penting bagi UMKM untuk mengirimkan barang dagangannya,

baik di dalam kota, antar kota, sampai dengan antar negara secara terintegrasi. Selain hal tersebut, UMKM walaupun tidak bisa bertemu secara langsung dengan pelanggan, mampu berkomunikasi secara cepat dengan pelanggan melalui sistem komunikasi yang terintegrasi, antara lain dengan menggunakan aplikasi Whatsapp, Line, dan lain sebagainya. Yang tidak kalah penting bagi UMKM adalah mengintegrasikan sistem pembayaran usaha dengan menggunakan sistem transfer bank diantaranya melalui aplikasi m-banking, e-wallet, misalnya aplikasi Dana, Ovo, dan sebagainya, serta sistem cash on delivery atau COD. (Saribu, 2021)

UMKM dapat menerapkan sistem yang terintegrasi di atas jika bermitra dengan market place, antara lain dengan bukalapak, tokopedia, shopee, dan sebagainya. Selain mencatat stock opname barang, UMKM pada marketplace juga mempunyai fitur chat yang bisa digunakan untuk merespon pertanyaan dari calon konsumen serta menyediakan pilihan pembayaran melalui transfer bank, e-wallet, atau dengan pembayaran kredit dari produk yang ditawarkan. Sampai pada pilihan akhir untuk pengantaran barang apakah melalui JNE, TIKI, dan GoSend bagi konsumen yang menghendaki layanan pengiriman secara cepat, akan tetapi Banyak UMKM yang belum menguasai digitalisasi dan pemasaran produk secara digital yang merupakan tantangan tersendiri. Karena itu, di masa new normal dan era VUCA ini, asosiasi UMKM dan koperasi yang menaungi UMKM membantu dan membimbing para pengusaha UMKM dalam mendigitalisasi usahanya dengan menyesuaikan metode penjualan secara digital. Dengan demikian, UMKM diharapkan dapat bertahan dan dapat meraih laba. (Saribu, 2021)

Di masa pandemi covid-19 dan new normal ini, perilaku konsumen mengalami perubahan sehingga menyebabkan perubahan dalam dunia bisnis. Keadaan ini menjadi tidak menentu atau di kenal dengan istilah VUCA. Dalam situasi ini pelaku UMKM harus dapat melihat peluang usaha yang baru atau berinovasi kemudian menyusun strategi bisnis untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kondisi yang ada. Dengan demikian, UMKM mampu menciptakan pasar, dan membuat terobosan yang mampu memberi keuntungan bisnis. Inovasi tidak hanya pada strategi bisnis, melainkan bentuk nyata dari produk itu sendiri, misalnya dapat berupa produk yang berkualitas namun dengan biaya yang rendah, atau menciptakan strategi pemasaran yang tidak rumit dan efektif (Saribu, 2021).

Ciptakan Pasar Baru

Strategi Blue Ocean atau menciptakan pasar baru yang merupakan hasil riset W. Chan Kim dan Renee Mauborgne selama 15 tahun dan terbit dalam Harvard Business Review pada bulan Oktober 2004. Konsep teori Blue Ocean Strategy mengungkapkan bahwa daripada menjalankan kompetisi ketat dan mengambil konsumen dari kompetitor, pelaku usaha lebih baik membuat pasar baru yang tidak dapat dibandingkan dengan pesaing. Teori ini berpendapat ibarat bersaing di lautan yang sudah padat dan kecil kemungkinan bagi perusahaan untuk berkembang secara berkesinambungan untuk waktu yang lama, permintaan merupakan sesuatu yang dapat diciptakan dan tidak untuk diperebutkan, dan akan selalu ada peluang untuk berkembang dan meningkatkan laba meskipun dalam keadaan yang sulit.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa strategi ini fokus pada pencarian sumber inovasi dan efisiensi pembiayaan secara berkelanjutan serta mampu memenangkan persaingan bisnis dengan cara berhenti bersaing dengan tujuan untuk mengalahkan kompetitor. Untuk memenangkan persaingancara yang dilakukan adalah dengan menciptakan pasar baru dan menguasainya. Dengan diciptakannya pasar yang baru akan terbuka industri yang baru sehingga dapat memperluas industri yang ada.

Menyusun Rencana Pemasaran Pada Situasi New Normal

Pada sistuasi new normal dan ekonomi yang tidak pasti (VUCA), sebagian besar pelaku usaha ragu dan menunggu untuk memutuskan suatu tindakan dan strategi pemasaran akan lebih menghadapi tantangan. Namun demikian pelaku usaha jangan sampai kehilangan momentum agar mulai bergerak lebih cepat untuk mencari kesempatan penjualan pada masa transisi ini sehingga meraih peluang. Dalam menyusun rencana pemasaran, beberapa faktor harus diperhatikan diantaranya adalah, melaksanakan penelitian bagi konsumen, menekankan fokus pada nilai produk yang dihasilkan, dan menjalankan aktivitas pemasaran secara efektif dan efisien. Selain hal tersebut di atas, menyesuaikan portofolio produk dan harga untuk mempertahankan target market usaha serta sungguh-sungguh dalam mendapatkan dukungan distributor juga harus dipertimbangkan (Saribu, 2021).

Dalam mengembangkan kegiatan bisnis UMKM, ada enam langkah strategis (Rahwidhiyasa, 2021) yang dapat dilakukan antara lain:

1. Sinergi pelatihan dan infrastruktur pelatihan. Dalam pelatihan, pendamping atau inkubator menyusun modul terbaik dan di benchmark agar dapat mengadaptasi pelaksanaan pelatihan dan memanfaatkan infrastruktur bersama secara efektif contoh dengan fasilitas e-learning dan sistem pembelajaran via jejaring teknologi.
2. Sinergi pendampingan pengelolaan usaha dan bisnis, terutama pada klaster usaha yang sama. Sinergi memudahkan *benchmarking* secara efisien atas keberhasilan di satu klaster ke klaster lain.
3. Sinergi pelatihan dan pendampingan sertifikasi halal. UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mewajibkan beberapa produk memiliki sertifikat halal sehingga bagi UMKM industri halal mendapatkan sertifikat halal merupakan sesuatu keharusan. Karena pemahaman pelaku UMKM terkait dengan proses untuk mendapatkan sertifikat halal belum merata, penyusunan modul dan pelatihan untuk mendapatkan sertifikat halal yang terintegrasi dengan pelatihan atau pendampingan bisnis UMKM sangat diperlukan. Banyak hal yang dapat dicatat ke dalam basis data UMKM dengan sistem pengamanan tinggi untuk mendampingi UMKM dalam sertifikasi halal dan bermacam analisis dan tujuan, sinergi data pelatihan, serta pendampingan. Misalnya dalam masing-masing UMKM telah didata mendapatkan bantuan dengan demikian bantuan kepada UMKM lebih tepat sasaran dan terhindar dari pendampingan terulang. Selain itu, sebagai lembaga penyedia pembiayaan UMKM dapat mengakses data dan mencari calon nasabah sesuai dengan target pasar.
4. Sinergi pembiayaan dan pendanaan. Basis data UMKM dapat dimanfaatkan oleh lembaga penyedia pembiayaan dan pendanaan dengan skema bervariasi dengan persetujuan UMKM. Contohnya pembiayaan bersifat sosial, semikomersial, dan bersifat komersial. Pembiayaan bersifat sosial bersumber dari badan dan lembaga amil zakat. Sedangkan Pembiayaan semikomersial bersumber dari kredit usaha rakyat yang dikelola bank syariah. Dan pembiayaan komersial seperti pembiayaan umum bersumber dari bank syariah, teknologi finansial (tekfin) syariah, dan yang lainnya.

5. Sinergi pemasaran dan *business matching*. UMKM dapat memanfaatkan pola kemitraan dengan BUMN, korporasi besar, atau pemerintah daerah masing-masing agar dapat membantu pemasaran lokal dan global. Khusus untuk pasar global, Kementerian Luar Negeri melalui kedutaan besarnya memiliki peran membantu UMKM yang berorientasi ekspor. Dengan demikian UMKM mampu menjual produk atau jasa dan pemasaran dan *business matching* akan maksimal. Sinergi dapat memperkuat dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas kapasitas UMKM industri halal dan kesejahteraan masyarakat serta menjadikan Indonesia pusat produsen halal dunia.

Volatility, Uncertainly, Complexity and Ambiguity (VUCA)

Istilah VUCA pertamakali diperkenalkan pada masa Perang Dingin oleh US Army War College. Saat itu dunia sedang menghadapi tingkat Volatilitas, Ketidakpastian, Kompleksitas, dan Ambiguitas yang tinggi. Kemudian istilah VUCA telah menjadi akronim yang populer untuk menilai kesesuaian pasar bisnis atau *market* untuk meluncurkan produk baru, memasuki pasar baru, dan memulai inisiatif utama lainnya dalam kerangka kerja yang digunakan bagi para pemimpin bisnis strategis. Hal tersebut memberikan peluang bagi para pemimpin untuk menghadapi tantangan *volatility, uncertainty, complexity, ambiguity* secara tepat dalam masing-masing bisnis, dan bagaimana merespon atau memberikan solusi yang tepat. (Mumford, 2019)

Benneth (2014) mengatakan VUCA merupakan singkatan dari *volatility, uncertainty, complexity, ambiguity* atau volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas yang menjadi istilah akronim bisnis yang populer saat ini dalam mendeskripsikan suatu keadaan yang membingungkan para pimpinan eksekutif dan berlawanan dengan diagnosis percaya diri. Situasi VUCA membuat segala perencanaan strategis untuk mendorong kinerja organisasi dan segala usaha untuk perencanaan masa depan menjadi sia-sia. Kondisi VUCA Selain telah menjadi akronim yang digunakan oleh banyak organisasi kontemporer, juga menjadi kode untuk kesadaran, kesiapan, kesiapsiagaan, antisipasi, evolusi, dan intervensi,

Segala sesuatu menjadi *Volatile, Uncertain, Complex, dan Ambigu (VUCA)*, jika mengamati fakta pada saat ini yang seakan tidak memiliki ujung yang pasti. Krisis

pandemi COVID-19 membuat masa depan bisnis menjadi sangat tidak pasti. Masa COVID-19 merubah paradigma yang terkait dengan tenaga kerja di masa yang akan datang untuk memiliki keahlian yang memungkinkan para pimpinan mampu menjalankan dan mengatasi bisnis dalam lingkungan kerja yang cepat berubah. COVID -19 memberikan tantangan bagi para eksekutif untuk merubah gaya dan proses kerja menyesuaikan dengan kebutuhan lingkungan sehingga bisnis dapat berjalan dengan lancar dan manusia dapat hidup berdamai dan berdampingan dengan kondisi ini.

Pada saat dunia menghadapi COVID-19, organisasi dan bisnis mengelola tuntutan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan merupakan sebuah tantangan. Bagaimana organisasi dan bisnis membangun hubungan kinerja jarak jauh dengan cara menebarkan dan membina talent, membangun kemampuan kinerja yang dibutuhkan, mendukung mata rantai pasokan, berpartisipasi melakukan upaya kemanusiaan, membuat keputusan antara memberhentikan kerja, cuti atau mempertahankan karyawan, serta merencanakan pembukaan kembali kesempatan kerja di tengah ketidakpastian.

Susanto (Surakarta, 2018) menjelaskan bahwa Vuca (*Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity*) merupakan sebuah fenomena baru yang berhubungan dengan masalah ekonomi dan bukan istilah yang populer dan akrab di telinga generasi milenial. VUCA juga merupakan masalah yang timbul seiring dengan kemajuan zaman di era milenial yang terkait dengan masalah perubahan data yang sangat drastis, ketidakpastian tentang informasi, keruwetan dan ambiguitas data yang saat ini sedang menerpa usaha ekonomi kecil dan perusahaan besar. Era Vuca mempunyai karakteristik terkait dengan teknologi yang terintegrasi yang mulanya terpisah, menjadi terhubung dan sulit dipisahkan karena keadaan yang semakin kompleks sehingga terjadi kelabihan situasi dan perubahan besar revolusi industri 4.0. Namun susanto juga menambahkan bahwa strategi ekonomi Islam sangat penting terutama yang berkaitan dengan kewajiban menunaikan ZIS (*Zakat, Infaq, dan Shadaqah*). Karena dengan memaksimalkan ZIS, kesenjangan ekonomi dapat diantisipasi jika dikelola secara efektif dan efisien.

Dapat dikatakan bahwa VUCA merupakan fenomena yang menggambarkan situasi dunia yang berubah secara drastis dan tidak mudah untuk diprediksi. Perkembangan dan inovasi dalam industri 4.0 terjadi secara drastis di hampir semua sektor. Sehingga dunia bisnis mengalami keadaan yang mudah bergejolak atau volatily, tidak pasti atau uncertainty, rumit atau complexity dan tidak jelas atau ambiguity, atau VUCA (2021).

V. KESIMPULAN

Dalam kehidupan manusia, agama merupakan pedoman hidup sebagai sumber nilai-nilai moral yang dijunjung tinggi. Dalam agama islam terdapat asas moral yang berlandaskan pada Al Quran dan As Sunnah yang berkaitan dengan etika bermuamalah dan transaksi ekonomi. Dalam sejarah ekonomi Islam, kegiatan muamalah dan transaksi ekonomi yang berdasarkan asas moralitas Islam dikembangkan dalam bentuk Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Salah satu pendekatan sistem ekonomi Islam di sektor riil yang mensyaratkan standar uang berupa emas dan perak dengan pelaku UMKM dan dengan dukungan negara secara penuh adalah Baitul Maal. Dengan demikian sistem keuangan Islam diharapkan menjauhkan kehidupan dari lingkungan kapitalis sehingga menjadi rahmat bagi seluruh umat.

Hubungan antara Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan UMKM sangat penting karena UMKM merupakan usaha yang dikelola oleh pengusaha kecil dan dengan modal kecil namun memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian Indonesia. Adapaun masalah utama bagi Lembaga Keuangan Mikro Syariah, terutama BMT adalah regulasi kelembagaan. Dukungan pemerintah terhadap UMKM yaitu dengan membuat regulasi RUU Cipta Kerja sehingga kesesuaian berbagai regulasi antara pusat-daerah, antarsektor dan antarwilayah juga mendukung perkembangan UMKM. Untuk dapat beradaptasi dengan perubahan zaman di era VUCA, UMKM diharapkan melakukan inovasi dalam beberapa aspek bidang, diantaranya yaitu di bidang teknologi dan produksi, pemasaran dan jejaring kerja atau networking, serta produk desain.

Dalam hal ini pelaku UMKM diharapkan mempunyai jiwa technopreneurship, dengan cara memanfaatkan inovasi teknologi dan didukung oleh kebijakan yang pasti, keuangan, kapasitas sumber daya manusia dan teknologi. Dengan demikian UMKM siap dan mampu bersaing di pasar regional maupun global. Namun di sisi lain, perkembangan dan inovasi pada UMKM memiliki hambatan dalam beberapa hal, diantaranya adalah sumber daya manusia yang lemah, kualitas produk yang rendah, modal dan jejaring pemasaran produk yang terbatas, serta inovasi dan teknologi yang minim.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2019, Juni 24). *Perkembangan Usaha Agribisnis di Indonesia*. Retrieved from Jurnal Entrepeneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-perkembangan-usaha-agribisnis-di-indonesia/>
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233-247.
- Assagaf, M., Hidayat, Y., & Wahab, A. (2020). Pengembangan Agribisnis Berkelanjutan Berorientasi Potensi dan Karakteristik Wilayah Maluku Utara. *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis. 1*, pp. 153-166. Ternate: Fakultas Pertanian Universitas Khairun .
- Diartono, D. A. (July 2015). Pengembangan Model CYBER CLUSTER E-COMMERCE Berbasis CMS dan SEO Produk UMKM . *IJCCS, Vol.9, No.2* , 145~156.
- Ervina. (2019, December 30). *Peran Penting UMKM dalam Sektor Ekonomi*. Retrieved from Talenta.co: <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/peran-umkm/>
- Fasa, M. I., Febrianty, A., Khoerulloh, K., Arisa, A., Utami, W., Santoso, I. R., ... & Haerany, A. (2020). *Eksistensi BISNIS ISLAMI di era revolusi industri 4.0*. Penerbit Widina.
- Gustiana, C. (2015). Strategi Pembangunan Pertanian dan Perekonomian Pedesaan melalui Kemitraan Usaha Berwawasan Agribisnis. *AGRISAMUDRA*, 2(1), 71-80. <https://febi.iain-surakarta.ac.id/2018/10/seminar-nasional-fresh-febi-tantangan-perekonomian-indonesia-di-era-vuca-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>. (2018, 10 1). Retrieved from <https://febi.iain-surakarta.ac.id/>.
- <https://www.antaranews.com/berita/2088378/perbankan-perlu-siapkan-pemimpin-tanggung-hadapi-era-vuca>. (2021, 04 08). <https://www.antaranews.com/berita/2088378/perbankan-perlu-siapkan-pemimpin-tanggung-hadapi-era-vuca>. Retrieved from <https://www.antaranews.com/berita/2088378/perbankan-perlu-siapkan-pemimpin-tanggung-hadapi-era-vuca>: <https://www.antaranews.com/berita/2088378/perbankan-perlu-siapkan-pemimpin-tanggung-hadapi-era-vuca>

- Jannah, M. I. (Juni 2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrepreneurship, Vol 5 No 1*, 33-48.
- Junaid, I. (2016). Analisa Data Kualitatif dalam Penelitian Pariwisata. *Jurnal Kepariwisata, 10(01)*, 59 - 74.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. D., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., ... & Nurhayati, N. (2020). PRILAKU KONSUMEN (RUANG LINGKUP DAN KONSEP DASAR).
- Lantu, D. .. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Valiadasi Kuantitatif Model. *Jurnal Management Teknologi.*, 77-93.
- Maksum, I., Rahayu, A., & Kusumawardhani, D. (2020). A Social Enterprise Approach to Empowering Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 1-17.
- Maleha, N. Y. (Volume 1 Nomor 1 Edisi Perdana Agustus 2015). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Keuangan Mikro Syariah . *Ekonomi Sharia* .
- Maryati, S. (2014). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Pengembangan UMKM dan Agribisnis Pedesaan di Sumatera Barat. *Journal of Economic and Economic Education Vol.3 No.1*, 1-17.
- Maulida, K. H. (2017). <http://eprints.umsida.ac.id/>. Retrieved from <http://eprints.umsida.ac.id/>: <http://eprints.umsida.ac.id/>
- Melfianora. (2019, September 12). *Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur*. Retrieved from scribd.com: <https://www.scribd.com/document/42>
- Munanto, B. (2014, Desember 05). *Agribisnis*. Retrieved from Pemerintah Kabupaten Kulon Progo: <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/3554/agribisnis>
- Nainggolan, E. (2020, August 24). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Narula, R. (2004). R&D collaboration by SMEs: new opportunities and limitations in the face of globalisation. *Technovation*, 24(2), 153-161.

- Nasrullah, A. (2017). Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional. *Prosiding Seminar Nasional & Temu Ilmiah Jaringan Peneliti* (pp. 1-16). Banyuwangi: IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Nurif, M., & Muhktar, S. (2010). Pembangunan Ekonomi Berbasis Agribisnis sebagai Wujud Pembangunan Ekonomi yang Berkelanjutan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 3(2), 124-138.
- Nursaiti. (2021, Januari 01). *Dampak Sektor Pertanian Indonesia di Masa Pandemi Wabah Covid-19*. Retrieved from BEM KM UNIVERSITAS NEGERI PADANG: <http://bem.unp.ac.id/news/LXYZ0wPQDhbm2lsIW3jH/dampak-sektor-pertanian-indonesia-di-masa-pandemi-wabah-covid-19>
- Oktafia, R. (2017). Percepatan Pertumbuhan UMKM Melalui Perkuatan LKMS di Jawa Timur. *PROCEEDINGS ANCOMS Annual Conference for Muslim Scholars* (pp. 85-92). Surabaya: UIN SunanAmpel Surabaya.
- Pemerintah Kabupaten Bangli. (2012, April 02). *Usaha Kecil Dan Menengah (ukm) Mempunyai Peran Yang Strategis Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*. Retrieved from diskopumkmtkt.banglikab.go.id: <https://diskopumkmtkt.banglikab.go.id/index.php/baca-artikel/20/Usaha-Kecil-dan-Menengah-UKM-mempunyai-peran-yang-strategis-dalam-pembangunan-ekonomi-nasional.html>
- Purwaningsih, Y. (2008). Ketahanan Pangan: Situasi, Permasalahan, Kebijakan dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 1 - 27.
- Rahman, S. (2020, Juli 13). *Peran Digitalisasi dan Startup dalam Pembangunan Sektor Pertanian Dimasa Depan*. Retrieved from UNIVERSITAS ISLAM MAKASSAR: <https://uim-makassar.ac.id/2020/07/13/peran-digitalisasi-dan-startup-dalam-pembangunan-sektor-pertanian-dimasa-depan/>
- Rahwidhiyasa, P. (2020, , Juni 23). <https://ekonomi-keuangan-syariah.com/kesiapan-sdm-bank-syariah-newnormal/>. Retrieved from <https://ekonomi-keuangan-syariah.com/kesiapan-sdm-bank-syariah-newnormal/>: <https://ekonomi-keuangan-syariah.com/kesiapan-sdm-bank-syariah-newnormal/>

- Rahwidhiyasa, P. (2021, January 16). Menguatkan UMKM Industri Halal. pp.
<https://ekonomi-keuangan-syariah.com/artikel/menguatkan-umkm-industri-halal/>.
- Ratnasari, E. D. (2016). Mengubah Tantangan Menjadi Peluang UMKM Indonesia Dalam Menghadapi MEA 2015. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 56-68.
- Rezky, M., Sutarto, J., Prihatin, T., Yulianto, A., & Haidar, I. (2019). Generasi Milenial yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5.0 dan Revolusi Industri 4.0) di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES* (pp. 1117-1125). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sa'id, E. G. (2007). *Agribisnis dan Ekonomi Pangan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Salsabila, S., & Ahmad, A. (2021, January 15). *Pemanfaatan Pelayanan Digitalisasi Ekonomi Terhadap UMKM 4.0*. Retrieved from Solopos.com:
<https://www.solopos.com/pemanfaatan-pelayanan-digitalisasi-ekonomi-terhadap-umkm-4-0-1102016>
- Saribu, S. D. (2021, 01 20). <http://pascasarjanafe.untan.ac.id>. Retrieved from <http://pascasarjanafe.untan.ac.id>
- SEMINAR NASIONAL FRESH FEBI (TANTANGAN PEREKONOMIAN INDONESIA DI ERA VUCA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)*. (2018, 10 1). Retrieved from <https://febi.iain-surakarta.ac.id/>: <https://febi.iain-surakarta.ac.id/2018/10/seminar-nasional-fresh-febi-tantangan-perekonomian-indonesia-di-era-vuca-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>
- Setneg Negara Republik Indonesia. (2018). *Undang-undang (UU) tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Setneg.
- Shimomura, N., & Qibthiyah, R. (2020). *Impact of COVID-19 Pandemi on MSMEs in Indonesia*. Jakarta: LPEM FEB Universitas Indonesia, UNDP.
- Siahaan, A., Siahaan, R., & Siahaan, Y. (2020). Faktor Pendukung dan Penghambat Kinerja UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal STINDO Profesional*, VI(6), 143-156.
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 30-38.

- Sukirman, & Indaryani, M. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menuju Kemandirian Usaha dengan Menerapkan Manajemen Profesional. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1), 1-14.
- Surakarta, F. I. (2018, 10 1). <https://febi.iain-surakarta.ac.id/2018/10/seminar-nasional-fresh-febi-tantangan-perekonomian-indonesia-di-era-vuca-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>. Retrieved from <https://febi.iain-surakarta.ac.id/2018/10/seminar-nasional-fresh-febi-tantangan-perekonomian-indonesia-di-era-vuca-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>: <https://febi.iain-surakarta.ac.id/2018/10/seminar-nasional-fresh-febi-tantangan-perekonomian-indonesia-di-era-vuca-dalam-perspektif-ekonomi-islam/>
- Syahyuti, & Aldillah, R. (2020). Upaya Menekan Dampak Pandemi Covid-19 pada Sumber Daya Manusia Pertanian. In *Dampak Pandemi Covid-19: Perspektif Adaptasi dan Resiliensi Sosial Ekonomi Pertanian* (pp. 549-569). Jakarta: IAARD Press.
- Syamsuir. (2015). Lembaga Keuangan Islam Non Bank. *Jurnal Islamika, Volume 15 Nomor 1 Tahun 2015*, 89-112.
- Syarizka, D. (2019, Januari 19). *Kontribusi UMKM terhadap PDB 2019 Diproyeksi Tumbuh 5%*. Retrieved from [Bisnis.com: https://ekonomi.bisnis.com/read/20190109/12/876943/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2019-diproyeksi-tumbuh-5](https://ekonomi.bisnis.com/read/20190109/12/876943/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2019-diproyeksi-tumbuh-5)
- Syukron, M. Z. (Maret 2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 5 Nomor 1* , 25-34.
- Venturelli, A., Caputo, F., Cosma, S., Leopizzi, R., & Pizzi, S. (2017). Directive 2014/95/EU: Are Italian Companies Already Compliant? *Sustainability*, 9(1385), 1-19.
- Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? e An empirical evidence from an enterprise survey. *Borsa Istanbul Review 16-3 (2016)*, 16(3), 167-176.
- Wiranta, D. N. (2015). Penguatan Peran Pemerintah Daerah dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Peluang dan Tantangan Pertumbuhan Ekonomi MEA 2015 . *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, 33 – 50.

- Wulansari, N. .. (2017). Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Melalui Sinergi UMKM dan Good Governance. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis* (pp. 262-268). Jember: SNAPER-EBIS 2017.
- Yusuf, A., Suganda, T., Hermanto, Manshur, F., & Hadisoemarto, P. (2020, May 06). *Strategi Ekonomi Sektor Pertanian Di Tengah Pandemi Covid-19*. Retrieved from Universitas Padjajaran: <http://sdgcenter.unpad.ac.id/strategi-ekonomi-sektor-pertanian-di-tengah-pandemi-covid-19/>