

Perencanaan Manajemen Strategi Dalam Membangun UMKM Menurut Pandangan Islam

<sup>1</sup>Indah Pratiwi, <sup>2</sup>Chuzaimah Batubara

<sup>1,2</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email : [pw11072002@gmail.com](mailto:pw11072002@gmail.com), [chuzaimahbatubara@uinsu.ac.id](mailto:chuzaimahbatubara@uinsu.ac.id)

Corresponding Mail Author: [pw11072002@gmail.com](mailto:pw11072002@gmail.com)

---

**Abstract** : SMEs often face limited resources, including capital, labor, and access to information. These limitations can affect the ability of MSMEs to conduct in-depth market analysis, develop long-term strategies, and implement necessary changes. Effective strategic management can assist MSMEs in achieving market differentiation, exploiting local advantages, and optimizing limited resources. MSMEs can also take advantage of their speed and flexibility to respond quickly to market changes, utilize information and communication technology to improve operational efficiency, and build strong relationships with customers and business partners. In addition, MSMEs also need to improve their ability to manage risk, develop strategic partnerships, and improve the quality of their products or services. In conclusion, strategic management is an important element in the success of SMEs. Although MSMEs face unique challenges, they also have opportunities to achieve competitive advantage through effective strategic management. By adopting the right approach and utilizing available resources, MSMEs can face competition successfully, optimize business growth, and make a positive contribution to the local and regional economy.

**Keywords**: MSME, Strategic Management, Competition, Business, Capital, Resources, Approach, Contribution, Economy, Regional.

---

## I. Pendahuluan

UMKM adalah istilah yang sering digunakan dalam bidang ekonomi yang mengacu pada kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang atau jasa yang dimiliki oleh individu atau perusahaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Usaha mikro dan menengah, yang merupakan sektor terbesar dalam perekonomian Indonesia, memiliki indikator utama yaitu tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian global dan lokal. Mereka menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi bisnis. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga kelangsungan dan kesuksesan bisnis mereka. (Halim, 2020) Halim mengembangkan konsep ini mengatakan bahwa menciptakan kesejahteraan sosial dalam lingkungan yang lebih baik di masyarakat, etika dalam berbisnis dibangun menjadi lebih baik agar reputasi dalam perusahaan

menjadi positif dengan begitu, konsep ini membantu untuk tercapainya tujuan bisnis berkelanjutan di masa yang akan datang.

Salah satu aspek yang krusial bagi UMKM adalah manajemen strategi. Manajemen strategi melibatkan pengambilan keputusan yang terencana dan sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang dan menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis. Dalam konteks UMKM, manajemen strategi menjadi alat yang sangat penting untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan persaingan yang ketat. Manajemen strategi membantu UMKM dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Melalui analisis pasar yang mendalam, UMKM dapat mengidentifikasi segmen target yang potensial, memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan rencana strategis yang matang, UMKM dapat membedakan diri dari pesaing, menawarkan nilai tambah yang unik, dan menciptakan keunggulan kompetitif.

(teguh, 2021) Manajemen Strategi didalam UMKM juga harus memperhatikan tanggung jawab social yaitu dengan mengakui tanggung jawab sosial perusahaan dalam mengembangkan masyarakat sekitarnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan kontribusi pada program-program kesejahteraan masyarakat, seperti memberikan donasi pada yayasan sosial atau mengembangkan lingkungan sekitar. UMKM Berfokus pada tujuan jangka panjang dibantu oleh manajemen strategi dalam UMKM harus mengakui pentingnya tujuan jangka panjang, seperti keberlanjutan bisnis dan berkembangnya perusahaan. (shad, 2021)

Pandangan Islam merupakan suatu pendekatan manajemen yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam setiap tahapannya, yaitu perencanaan strategis, implementasi, dan evaluasi. Prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab sosial, menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan strategis dalam UMKM. Perencanaan manajemen strategi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, terutama pada aspek keuangan dan pemasaran. (maulida, 2019).

Penerapan manajemen strategis akan memberikan landasan dan arahan dalam pengambilan keputusan di sebuah organisasi. Dalam kondisi tersebut, UMKM dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dan berhasil mengelola risiko kerugian jika implementasi manajemen strategis berjalan lancar. (al-quraishi, 2019)

Dengan adopsi yang tepat, manajemen strategi dapat membantu UMKM mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan profitabilitas, dan memberikan kontribusi yang lebih besar pada perekonomian. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan manajemen strategi yang efektif menjadi penting bagi para pemilik dan pengelola UMKM.

## II. Landasan Teori

Dalam penerapan manajemen strategi bagi UMKM, penting bagi pemilik UMKM untuk memahami prinsip-prinsip Islam dan merujuk pada penafsiran ulama dan pakar Islam yang berkaitan dengan konteks bisnis. Dalam pandangan Islam, manajemen strategi bagi UMKM dapat dilihat dari perspektif yang mencakup nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Adapun diantaranya yaitu :

1. Tawakal (Kepercayaan pada Allah): Dalam Islam, tawakal mengacu pada kepercayaan penuh pada Allah dan mengandalkannya dalam segala hal, termasuk dalam bisnis. Dalam konteks manajemen strategi, UMKM diharapkan untuk melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan yang matang, namun juga melepaskan hasil akhir kepada kehendak Allah. Tawakal membantu UMKM untuk mengatasi kecemasan dan kekhawatiran yang seringkali terkait dengan risiko bisnis.
2. Etika dan Moralitas: Islam mendorong praktik bisnis yang etis dan moral. Dalam manajemen strategi, UMKM harus memperhatikan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan keberlanjutan. Hal ini termasuk menjaga kebenaran dalam pelaporan keuangan, memberikan perlakuan yang adil terhadap karyawan dan konsumen, serta memperhatikan dampak lingkungan dari kegiatan bisnis.
3. Ihsan (Kesempurnaan dalam Berusaha): Konsep ihsan dalam Islam mengajarkan tentang memberikan yang terbaik dalam segala hal, termasuk dalam bisnis. UMKM harus berusaha untuk memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan berusaha mencapai ihsan, UMKM dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnis mereka.
4. Musyawarah (Konsultasi): Dalam manajemen strategi, Islam mendorong UMKM untuk melibatkan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan melalui musyawarah. Mengadakan konsultasi dengan karyawan, pelanggan, mitra bisnis, dan pakar industri dapat membantu UMKM untuk mendapatkan masukan berharga, memperluas wawasan, dan memperbaiki pengambilan keputusan.
5. Berdaya Guna bagi Masyarakat: UMKM dalam pandangan Islam memiliki tanggung jawab sosial dan ekonomi terhadap masyarakat. Manajemen strategi UMKM harus mempertimbangkan dampak bisnisnya terhadap masyarakat sekitar, termasuk menciptakan lapangan kerja, memberikan manfaat ekonomi, dan berkontribusi pada pembangunan sosial.
6. Pengelolaan Risiko: Islam mengajarkan tentang pentingnya pengelolaan risiko dalam bisnis. UMKM perlu mempertimbangkan risiko dalam perencanaan strategis mereka dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mengurangi risiko tersebut. Dalam konteks ini, prinsip-prinsip akad dan muamalah (transaksi ekonomi Islam) seperti asuransi takaful dan akad yang adil dapat diterapkan untuk melindungi UMKM dari risiko yang tidak diinginkan.

### III. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penulis mengumpulkan berbagai informasi dari buku, buku-buku referensi Jurnal terakreditasi agar lebih memahami strategi yang digunakan dalam UMKM. Penulis menggunakan penyusunan Laporan Penelitian yang mencakup pendahuluan, kerangka teori, metode penelitian, hasil dan analisis data, interpretasi temuan, serta kesimpulan dan daftar pustaka.

#### IV. Hasil dan Pembahasan

Menciptakan inovasi juga salah satu kunci yang ada dalam Manajemen strategi dengan itu UMKM harus menciptakan inovasi dalam produk dan usaha perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan memperluas pangsa pasar. Dengan demikian, manajemen strategi dalam UMKM yang sesuai dengan pandangan Islam akan memperhatikan aspek sosial dan spiritual selain aspek ekonomi, sehingga mampu memberikan dampak positif pada masyarakat sekitarnya dan pada kepentingan jangka panjang perusahaan itu sendiri. (gunawan, 2019).

Strategi berbasis syariah yang dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing seperti :

1. Pengembangan produk dan jasa yang berbasis kehalangan dan berkelanjutan lingkungan.
2. prinsip manajemen yang berbasis keadilan, kejujuran, dan transparansi
3. Memfaatkan IT dalam meningkatkan efisiensi kerja
4. Pengembangan keterampilan dan kompetensi antar karyawan melalui berbagai pelatihan dan pengembangan (wibisono, 2021).

Studi ini mengembangkan kerangka konseptual tentang manajemen strategi Islam yang dapat diterapkan pada UMKM. Hasil studi menunjukkan bahwa manajemen strategi Islam dapat membantu UMKM dalam mengembangkan strategi yang berkelanjutan dan lebih baik dalam mencapai tujuan jangka panjang. (mawardi, 2019). UMKM yang menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam perencanaan strategi memiliki kinerja yang lebih baik dan lebih berkelanjutan dalam jangka panjang.

1. Menghadirkan sudut pandang yang obyektif terkait isu-isu manajemen perusahaan.
2. Meminimalkan dampak negatif dari perubahan yang berpotensi merugikan perusahaan.
3. Membantu dalam pengambilan keputusan besar yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Merancang kerangka kerja untuk komunikasi internal di antara individu-individu yang terlibat.
5. Mendorong pendekatan yang lebih kolaboratif, terintegrasi, dan penuh semangat untuk mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang yang. (abdullah, 2019).

UMKM dapat menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam perencanaan strategi, seperti melibatkan stakeholders, memperhatikan aspek keadilan, dan memperhatikan tujuan jangka panjang dalam pengambilan keputusan. (alwi, 2020). Perencanaan strategis UMKM yang sesuai dengan pandangan Islam harus mempertimbangkan aspek moral dan etika, keadilan, ketaatan terhadap hukum, kebersamaan, dan kepemimpinan yang baik. (kusma, 2019) Manajemen strategis dalam Islam harus mencakup aspek spiritual, moral, dan etika, serta memperhatikan hubungan dengan stakeholders dan lingkungan. (mahat, 2020)

Penerapan manajemen strategis Islam juga dapat membantu UMKM dalam membuat keputusan strategis yang tepat, mengelola risiko, dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Manajemen strategi dalam UMKM menurut pandangan Islam dapat membantu UMKM dalam mengembangkan strategi yang lebih berkelanjutan dan mencapai tujuan jangka panjang. Prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, keberlanjutan, dan melibatkan stakeholders dapat diterapkan dalam perencanaan strategi untuk mencapai kinerja yang lebih baik dan lebih berkelanjutan. (shi, 2019).

## V. Kesimpulan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian global dan lokal. Mereka menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi bisnis. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga kelangsungan dan kesuksesan. Pandangan Islam merupakan suatu pendekatan manajemen yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam setiap tahapannya, yaitu perencanaan strategis, implementasi, dan evaluasi. Prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab sosial, menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan strategis dalam UMKM.

Dengan adopsi yang tepat, manajemen strategi dapat membantu UMKM mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan profitabilitas, dan memberikan kontribusi yang lebih besar pada perekonomian. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan manajemen strategi yang efektif menjadi penting bagi para pemilik dan pengelola UMKM. Dalam penerapan manajemen strategi bagi UMKM, penting bagi pemilik UMKM untuk memahami prinsip-prinsip Islam dan merujuk pada penafsiran ulama dan pakar Islam yang berkaitan dengan konteks bisnis. Penerapan manajemen strategis Islam juga dapat membantu UMKM dalam membuat keputusan strategis yang tepat, mengelola risiko, dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Manajemen strategi dalam UMKM menurut pandangan Islam dapat membantu UMKM dalam mengembangkan strategi yang lebih berkelanjutan dan mencapai tujuan jangka panjang.

## VI. Daftar Pustaka

- Abdullah, A. A., Omar, M. W., & Ahmad, A. N. (2019). A conceptual framework for strategic planning of micro, small, and medium-sized enterprises in the Islamic perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 902-919.
- Ahmad, N. H., & Mustapha, M. (2018). The implementation of strategic planning in Islamic micro, small and medium enterprises (MSMEs): A conceptual paper. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(7), 369-378.
- Ait Si Mhamed, L., & Khattabi, A. (2019). Islamic strategic management and the performance of micro, small and medium-sized enterprises: The case of Morocco. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 472-487.
- Al-Mubaraki, H. M. (2019). Islamic strategic management and its impact on small and medium enterprises (SMEs). *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 456-471.

- Al-Quraishi, M. S. (2019). The role of Islamic values in strategic planning: Evidence from Yemen. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 422-434.
- Alwi, S., & Fadhilah, F. (2020). Islamic Strategic Management in Small and Medium Enterprises: A Conceptual Framework. *Journal of Islamic Business and Management*, 10(2), 245-256.
- Anshari, M., et al. (2019). Islamic entrepreneurship and strategic management for micro and small enterprises. In *The Palgrave Handbook of Islamic Business and Finance* (pp. 413-433). Palgrave Macmillan, Cham.
- Az-Zahra, A. I. (2019). Islamic strategic management for small and medium-sized enterprises (SMEs). *Jurnal Al-Tijarah*, 5(2), 137-152.
- Gunawan, A., & Asmara, Y. (2019). Islamic Strategic Management for Small and Medium Enterprises (SMEs). *Academy of Strategic Management Journal*, 18(3), 1-8.
- Halim, A., & Muhammad, A. D. (2020). The Concept of Islamic Strategic Management in Micro, Small and Medium Enterprises. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 5(2), 67-81.
- Hasan, M. N., & Susanto, D. (2020). Pengaruh Implementasi Manajemen Strategi Syariah Terhadap Kinerja UKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 247-260.
- Kusuma, Y. S., & Irmayanti, R. (2019). Islamic Perspective on Strategic Management of Micro, Small, and Medium Enterprises. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(2), 1-8.
- Mahat, F., Yusoff, R. Z., & Ahmad, Z. (2020). Islamic Perspective of Strategic Management Process: A Conceptual Review. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 6(1), 91-105.
- Maulida, I., & Sari, L. M. (2019). Implementasi manajemen strategi berbasis syariah pada industri kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 11-22.
- Mawardi, K., & Wulandari, E. (2019). Islamic Strategic Management for Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2), 151-168.
- Nurdin, N., Hasan, M. N., & Darmawan, A. (2020). The Impact of Strategic Management on Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science (DIJEMSS)*, 1(2), 166-176.
- Shad, S. A., Khurshid, K., & Amin, M. (2021). A Framework for Strategic Management of Islamic Microfinance Institutions. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(4), 849-862.
- Teguh, A. S. (2021). Manajemen Strategi dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 21(2), 179-199.
- Wibisono, Y. A., & Ariyanto, A. (2021). Manajemen strategi berbasis syariah dalam meningkatkan daya saing UKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 129-141.