

ANALISIS PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAHAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada: Industri Rumahan, Toko Oleh-Oleh Nabila Di Desa Tangkit Baru, Kabupaten Muaro Jambi)

***Besse Nurmillah¹, Dedy Saputra², Tika Yuniarti³**
Universitas Islam Mambaul Ulum Jambi, Indonesia¹
[*nuraziezahbesse@gmail.com](mailto:nuraziezahbesse@gmail.com)

Abstract:

The home industry plays an important role in improving the economy of local communities, but still faces various obstacles such as limited capital, business management, and market competition. This study aims to analyze the development strategy of the Nabila Souvenir Shop Home Industry in Tangkit Baru Village, Muaro Jambi Regency, and review its suitability with Islamic economic principles through the Maqashid Syariah approach. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data was collected through observation, interviews, and documentation of business owners and employees. The results of the study show that business development upayaes include improving product quality, setting affordable prices, and marketing through self-service and online media cooperation. Viewed from the perspective of Islamic economics, the strategy is in accordance with the principles of Maqashid Sharia, especially in maintaining the halalness of products, honesty of transactions, and the benefit of the community. This development strategy based on Islamic values contributes to the sustainability and blessing of the business.

Keywords: Home Industry, Business Development Strategy, Islamic Economics, Maqashid Sharia, Souvenir Shop

Abstrak:

Industri rumahan berperan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat lokal, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, manajemen usaha, dan persaingan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya pengembangan Industri Rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila di Desa Tangkit Baru, Kabupaten Muaro Jambi, serta meninjau kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi Islam melalui pendekatan Maqashid Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik dan karyawan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya pengembangan usaha meliputi peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang terjangkau, serta pemasaran melalui kerja sama swalayan dan media daring. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, upaya tersebut telah sesuai dengan prinsip Maqashid Syariah, khususnya dalam menjaga kehalalan produk, kejujuran transaksi, dan kemaslahatan masyarakat. Upaya pengembangan berbasis nilai Islam ini berkontribusi terhadap keberlanjutan dan keberkahan usaha.

Kata Kunci: Industri Rumahan, Upaya Pengembangan Usaha, Ekonomi Islam, Maqashid Syariah, Toko Oleh-Oleh

PENDAHULUAN

Perkembangan industri rumahan (*home industry*) di Indonesia selama beberapa dekade terakhir telah menjadi salah satu pilar penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.¹ Dalam konteks perekonomian nasional, *home industry* bukan sekadar kegiatan ekonomi berskala kecil, tetapi juga berperan sebagai moto penggerak yang mampu menghidupkan ekonomi lokal, membuka lapangan kerja baru, dan memberikan alternatif sumber pendapatan ketika sektor formal mengalami berbagai keterbatasan. Di tengah perubahan ekonomi global dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, industri rumahan hadir sebagai bentuk adaptasi masyarakat dalam mengelola potensi yang dimiliki lingkungan sekitar.²

Kemampuan masyarakat untuk menciptakan produk bernilai jual dari rumah mulai dari makanan, kerajinan, hingga produk olahan menunjukkan bahwa sektor ini memiliki dinamika yang sangat kuat. Walaupun memiliki potensi yang besar, pada kenyataannya banyak industri rumahan di Indonesia menghadapi berbagai hambatan yang menghambat perkembangan usaha dalam jangka panjang. Keterbatasan pengetahuan manajerial dan minimnya akses terhadap pelatihan sering kali menyebabkan usaha dijalankan secara tradisional tanpa perencanaan bisnis yang matang.³

Pada banyak kasus, usaha hanya berkembang berdasarkan pengalaman turun-temurun tanpa adanya pembaruan upaya yang sistematis. Kondisi ini menyebabkan proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan keuangan berjalan apa adanya sehingga sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, keterbatasan modal dan rendahnya kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor penghambat yang signifikan, terutama di era modern yang menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan cepat.⁴

Tantangan ini semakin kuat ketika persaingan usaha meningkat. Industri rumahan, khususnya sektor makanan olahan dan oleh-oleh khas daerah, menghadapi tekanan yang besar akibat munculnya banyak usaha sejenis yang menawarkan produk dengan variasi dan kemasan lebih menarik. Kehadiran toko oleh-oleh modern, pemasaran digital, serta persaingan dengan produk luar daerah membuat industri rumahan tidak dapat lagi mengandalkan metode pemasaran konvensional.⁵ Situasi ini memaksa pelaku usaha untuk

¹ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia: Isu-Isu Penting*, Jakarta: LP3ES, 2019, **22–25**.

² Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2020, **37–40**.

³ Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Laporan Perkembangan UMKM Tahun 2021*, Jakarta: Kemenkop UKM, 2021, **23–24**.

⁴ Sarfiah, S. & Abdullah, R., “Transformasi Digital dan Permasalahan UMKM di Indonesia”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 22, No. 2, 2021, **89–92**.

⁵ Porter, Michael E., *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York: Free Press, 2011, **17–19**.

memikirkan upaya pengembangan yang tidak hanya kreatif, tetapi juga berorientasi jangka panjang. Tanpa upaya yang tepat, usaha rumahan berisiko stagnan bahkan gulung tikar di tengah derasnya arus persaingan.⁶

Dalam konteks yang lebih luas, perkembangan industri rumahan tidak hanya menjadi isu ekonomi, tetapi juga berkaitan erat dengan nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat Indonesia. Banyak pelaku *home industry* menjalankan usaha bukan hanya untuk mengejar keuntungan materi, tetapi juga sebagai upaya menjaga tradisi keluarga, melestarikan cita rasa khas daerah, serta mempertahankan keberlangsungan resep atau produk yang diwariskan oleh generasi sebelumnya.⁷ Keunikan inilah yang membuat industri rumahan memiliki daya tarik tersendiri, namun sekaligus menantang karena pelaku usaha sering kali harus menyeimbangkan antara menjaga keaslian produk dan melakukan inovasi agar tetap relevan di pasaran.⁸

Jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, keberadaan industri rumahan sesungguhnya memiliki posisi yang sangat upayas. Ekonomi Islam tidak hanya menekankan pentingnya pertumbuhan usaha, tetapi juga mengajarkan bahwa aktivitas ekonomi harus dilandasi dengan prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, serta keberkahan dalam setiap transaksi yang dilakukan. Dalam hal ini peneliti menggunakan prinsip Maqashid Syariah.⁹

Penggunaan Maqashid Syariah sebagai perspektif dalam penelitian ini didasarkan pada kebutuhan untuk menilai kegiatan ekonomi tidak hanya dari sisi teknis atau keuntungan finansial, tetapi juga dari sisi tujuan syariah yang lebih luas dan holistik. Dalam ekonomi Islam, aktivitas usaha merupakan bagian dari ibadah dan harus diarahkan pada pencapaian kemaslahatan dan pencegahan kerusakan.¹⁰ Maqashid Syariah memberikan kerangka berpikir yang utuh untuk memahami apakah suatu aktivitas ekonomi berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam atau justru menyimpang dari prinsip yang telah ditetapkan. Sehingga, teori ini dipilih karena mampu memberikan dasar normatif sekaligus praktis dalam melihat bagaimana pengembangan usaha seharusnya dilakukan oleh seorang muslim.¹¹

⁶ Hapsari, A. & Nurhayati, S., "Persaingan UMKM Makanan Olahan dalam Era Digital", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 36, No. 1, 2021, 45–47.

⁷ Hafid, A. & Pratiwi, L., "Industri Rumah Tangga dan Pelestarian Budaya Lokal di Indonesia," *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 9, No. 2, 2020, 112–114.

⁸ Wibisono, I., *Ekonomi Kreatif dan Budaya Lokal: Tantangan UMKM di Era Modern*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019, 67–69.

⁹ Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2011, 45–47.

¹⁰ Asyraf Wajdi Dusuki & Bouheraoua, S., *Maqasid al-Shariah and Its Role in Islamic Finance*, Kuala Lumpur: ISRA, 2011, 12–14.

¹¹ Antonio, Muhammad Syafi'i, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Tazkia Publishing, 2019, 33–35.

Maqashid Syariah menegaskan bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk kegiatan ekonomi, harus mengarah pada pemeliharaan tujuan-tujuan utama syariah yang mencakup kemaslahatan individu dan masyarakat. Ketika sebuah usaha dikembangkan, tidak hanya aspek produksi, pemasaran, dan keuangan yang menjadi fokus, melainkan juga dampaknya terhadap keberlangsungan keluarga, kesejahteraan masyarakat, nilai moral, serta cara memperoleh dan mengelola harta.¹² Dengan pendekatan Maqashid Syariah, pengembangan usaha dapat dinilai sejauh mana usaha tersebut menjaga keberlanjutan ekonomi tanpa mengabaikan aspek etika, spiritual, dan sosial.¹³

Dalam konteks upaya pengembangan usaha, Maqashid Syariah menyediakan kerangka untuk menilai apakah upaya yang diterapkan mampu membawa kebaikan yang lebih luas dan menghindarkan usaha dari praktik yang merugikan. Misalnya, ketika usaha melakukan inovasi produk, maka upaya tersebut perlu dipastikan tidak melanggar prinsip kehalalan dan tidak menurunkan mutu demi mengejar keuntungan jangka pendek.¹⁴ upaya pengembangan yang dilakukan melalui ekspansi pasar atau peningkatan kapasitas produksi juga harus mempertimbangkan kesejahteraan tenaga kerja, kelayakan bahan baku, serta transparansi harga kepada konsumen. Dengan demikian, setiap langkah pengembangan tidak hanya dinilai dari sisi ekonomis, tetapi juga dari aspek etis yang menjadi fondasi utama ekonomi Islam.¹⁵

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa penerapan prinsip ekonomi Islam dalam industri rumahan masih menghadapi berbagai kendala. Banyak pelaku usaha yang sebenarnya memahami nilai-nilai syariah secara umum, tetapi tidak mengetahui bagaimana menerapkannya secara konkret dalam pengelolaan usaha. Misalnya, dalam penerapan kejujuran, pelaku usaha sering kali menghadapi dilema antara menjaga kualitas produk dengan mempertahankan harga yang bersaing.¹⁶ Tantangan lain muncul dalam penetapan harga, di mana sebagian pelaku usaha lebih berorientasi pada keuntungan cepat tanpa mempertimbangkan keadilan terhadap konsumen.¹⁷ Di sisi lain, kurangnya literasi keuangan menyebabkan banyak usaha rumahan

¹² Abu Ishaq al-Shatibi, *Al-Muwafaqat fi Usul al-Shariah*, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2003, **319–321**.

¹³ Muhammad, *Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016, **102–104**.

¹⁴ Chapra, M. Umer, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, Leicester: The Islamic Foundation, 2000, **75–77**.

¹⁵ Karim, Adiwarmanto A., *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018, **122–124**.

¹⁶ Antonio, Muhammad Syafi'i, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Tazkia Publishing, 2019, **58–60**.

¹⁷ Ismail, Z., "Praktik Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1, 2020, **34–36**.

tidak memiliki pembukuan yang jelas, sehingga sulit untuk menilai apakah usaha telah dijalankan sesuai prinsip amanah dan pertanggung jawaban yang diajarkan dalam Islam.¹⁸

Kesenjangan antara idealisme ekonomi Islam dengan realitas praktik ini menjadi semakin terlihat ketika pelaku usaha berada dalam posisi yang menuntut mereka untuk mengambil keputusan cepat demi mempertahankan keberlangsungan usaha.¹⁹ Banyak pelaku industri rumahan yang akhirnya lebih berfokus pada keuntungan jangka pendek dibandingkan membangun fondasi usaha yang kuat dan beretika.²⁰ Hal ini terjadi karena kondisi lingkungan usaha yang penuh tekanan, sehingga penerapan prinsip syariah tidak menjadi prioritas utama. Dengan demikian, muncul kebutuhan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan secara praktis dalam industri rumahan.²¹

Dalam konteks penelitian ini, perhatian diarahkan secara khusus kepada Home Industri Toko Oleh-Oleh Nabila yang berlokasi di Desa Tangkit Baru, Jambi. Usaha ini merupakan salah satu contoh industri rumahan yang berkembang di wilayah tersebut dan memiliki potensi besar karena produk makanan khas yang dihasilkan memiliki permintaan yang cukup tinggi.²² Namun, sebagaimana industri rumahan lainnya, usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha. Persaingan dengan produk sejenis dari wilayah sekitar, keterbatasan inovasi, serta tantangan pemasaran menjadi masalah yang perlu dianalisis secara mendalam.²³ Selain itu, aspek penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam pengelolaan usaha menjadi bagian penting yang belum banyak dikaji secara ilmiah.²⁴

Peralihan dari pembahasan umum mengenai kondisi industri rumahan di Indonesia menuju kasus khusus Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila penting untuk menunjukkan bahwa fenomena yang terjadi tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan bagian dari dinamika besar yang dialami banyak pelaku UMKM di berbagai daerah. Usaha Nabila menjadi representasi

¹⁸ Huda, Nurul & Heykal, Mohamad, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana, 2010, **91–93**.

¹⁹ Chapra, M. Umer, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, Leicester: The Islamic Foundation, 2000, **92–94**.

²⁰ Hidayat, M. A., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2018, **101–103**.

²¹ Hasan, Zubair, “Islamic Economics: Issues and Challenges,” *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 5, No. 2, 2009, **17–18**.

²² Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Industri Kreatif Kuliner Indonesia*, Jakarta: Kemenparekraf, 2020, **72–74**.

²³ Rahmawati, S., “Analisis Tantangan UMKM Oleh-Oleh Khas Daerah dalam Menghadapi Persaingan,” *Jurnal Pengembangan UMKM*, Vol. 4, No. 1, 2021, **55–57**.

²⁴ Hidayat, M., “Implementasi Nilai-Nilai Ekonomi Islam pada UMKM Pangan,” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 9, No. 2, 2020, **128–130**.

nyata bagaimana pelaku industri rumahan beradaptasi dalam situasi pasar yang terus berubah. Selain itu, usaha ini memberikan gambaran konkret tentang bagaimana nilai-nilai ekonomi Islam dipahami dan diterapkan dalam konteks usaha kecil yang dikelola secara sederhana dan berbasis kekeluargaan.²⁵

Dengan berbagai pertimbangan tersebut, analisis mengenai upaya pengembangan Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila menjadi sangat relevan. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami bagaimana usaha dijalankan dan dikembangkan, tetapi juga untuk melihat bagaimana pelaku usaha dapat menyelaraskan upaya pengembangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam.²⁶ Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana industri rumahan dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan, sekaligus tetap berada dalam koridor etika bisnis Islam.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini ialah (1) Bagaimana pengembangan usaha yang diterapkan oleh industri rumahan toko oleh-oleh Nabila di desa Tangkit Baru dalam menghadapi persaingan dan tantangan usaha? (2) Bagaimana penerapan prinsip maqashid syariah dalam pengembangan industri rumahan toko oleh-oleh Nabila ditinjau dari perspektif ekonomi Islam? Dan tujuan pada penelitian ini ialah untuk (1) Mengetahui bagaimana cara pengembangan usaha yang diterapkan oleh industri rumahan Toko Oleh-oleh Nabila di Desa Tangkit Baru dalam menghadapi persaingan dan tantangan usaha (2) Mengetahui kesesuaian pengembangan usha industri rumahan toko oleh-oleh Nabila dengan prinsip Maqashid syariah dalam perspektif ekonomi Islam

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik unuk akademisi maupun praktisi, untuk akademisi diharapkan mampu memberikan manfaat berupa pengetahuan mengenai bagaimana cara pengembangan industri dan menambah wawasan kepada pembaca dan peneliti dalam bidang ilmu yang diteliti serta mampu meningkatkan kemampuan menulis karya ilmiah melalui pola pikir yang kritis dan secara sistematis dalam menghadapi fenomena dan permasalahan yang sedang terjadi dan untuk praktisi, yaitu bagi para pelaku usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada para pelaku Industri rumah tangga, yang berkaitan dengan upaya pengembangan usaha untuk lebih mengembangkan usahanya. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi

²⁵ Suryana, *Kewirausahaan dan UMKM: Pengembangan dan Adaptasi dalam Persaingan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2020, **89–91**.

²⁶ Karim, Adiwarmen A., *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2018, **135–137**.

masuk dan pemahaman dalam mengembangkan industri rumah tangga yang ada di wilayah setempat. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan informasi bagaimana cara pengembangan industri rumah tangga sehingga pemerintah dapat membuat kebijakan dan merencanakan suatu program yang tepat guna mendukung perkembangan industri rumah tangga di kabupaten Muaro Jambi.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana Upaya pengembangan dilakukan oleh Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi. Dalam hal ini penelitian ini menggunakan pendekatan maqashid syariah yang memberikan kerangka analisis yang komprehensif dalam menilai Upaya pengembangan industri rumahan, tidak hanya dari aspek keuntungan ekonomi, tetapi juga dari aspek moral, sosial, dan spiritual. Melalui pendekatan ini, Upaya pengembangan Industri Rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila di Desa Tangkit Baru Jambi dapat dinilai sejauh mana telah mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

Subjek dalam penelitian ini adalah satu orang pemilik dan dua orang karyawan Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi. Mereka dipilih sebagai subjek karena dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai upaya pengembangan usaha, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kegiatan bisnis. Pemilik usaha berperan sebagai sumber utama informasi terkait latar belakang pendirian usaha, upaya pengelolaan, serta penerapan prinsip-prinsip Islam dalam praktik bisnis sehari-hari. Sedangkan karyawan menjadi informan pendukung yang memberikan gambaran mengenai pelaksanaan upaya di lapangan dan hubungan antar pelaku usaha berdasarkan etika kerja Islami.²⁷

Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama di lokasi penelitian. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti buku, jurnal, skripsi, artikel ilmiah, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu Observasi dilakukan secara langsung di lokasi Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila jambi

²⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017), hlm. 108.

untuk mengetahui situasi dan kondisi kegiatan usaha, mulai dari proses produksi, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Melalui observasi ini, peneliti dapat melihat secara nyata bagaimana penerapan upaya pengembangan usaha dan nilai-nilai ekonomi Islam dalam praktik bisnis sehari-hari.²⁸ Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pemilik dan beberapa karyawan Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi langsung mengenai upaya pengembangan usaha, kendala yang dihadapi, serta pandangan mereka tentang penerapan prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan usaha.²⁹ Dan Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen pendukung seperti profil usaha, catatan keuangan, foto kegiatan produksi, dan dokumen lain yang relevan. Data dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.³⁰

Agar data yang diperoleh dalam penelitian ini benar-benar valid dan dapat dipercaya, peneliti melakukan pengujian keabsahan data dengan tiga cara, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan perpanjangan keikutsertaan

- 1. Triangulasi Sumber**, Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa narasumber, seperti pemilik dan karyawan Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu pihak, sehingga hasilnya lebih akurat dan dapat dipercaya.³¹
- 2. Triangulasi Teknik**, Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jika data dari ketiga teknik tersebut menunjukkan hasil yang sama, maka data tersebut dianggap valid dan konsisten.³²
- 3. Perpanjangan Keikutsertaan**, Perpanjangan keikutsertaan dilakukan dengan cara peneliti lebih lama berada di lokasi penelitian untuk memahami kondisi sebenarnya. Hal

²⁸ Nurul Aini, *Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Home Industry Kue Basah Barokah di Kota Palembang)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2022, hlm. 45.

²⁹ Rina Sari, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Batik Tulis di Pekalongan)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2021, hlm. 52.

³⁰ Dwi Lestari, *Penerapan Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Studi pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2020, hlm. 60.

³¹ Lailatul Fitri, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Gresik)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021, hlm. 58.

³² Rahmad Hidayat, *Penerapan Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus pada UMKM Batik Tulis di Pekalongan)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2020, hlm. 66.

ini dilakukan agar peneliti dapat mengenal lebih dalam situasi lapangan dan memastikan data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan.³³

Dengan cara ini, keabsahan data dapat terjamin dan hasil penelitian mengenai upaya pengembangan industri rumahan dalam perspektif ekonomi Islam menjadi lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada langkah-langkah menurut **Miles dan Huberman**, yaitu:

- 1. Reduksi Data (Data Reduction)** Pada tahap ini, peneliti menyeleksi dan menyederhanakan data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang relevan dengan fokus penelitian, seperti upaya pengembangan dan penerapan nilai-nilai ekonomi Islam, dipilih dan disusun secara sistematis agar lebih mudah dipahami.³⁴
- 2. Penyajian Data (Data Display)** Data yang sudah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian singkat, tabel, atau bagan. Penyajian ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami hubungan antar data dan menemukan pola atau tema yang muncul dari hasil penelitian.³⁵
- 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)** Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dari hasil analisis. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan di lapangan, kemudian dibandingkan dengan teori dan prinsip ekonomi Islam. Langkah ini juga disertai dengan proses verifikasi agar hasil penelitian benar-benar valid dan sesuai dengan data yang ada.

Dengan menggunakan teknik analisis ini, peneliti dapat menggambarkan secara jelas upaya pengembangan home industri serta penerapan nilai-nilai ekonomi Islam yang ada pada Industri rumahan Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi.³⁶

³³ Nurul Khotimah, *Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Home Industry Kripik Tempe di Malang)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022, hlm. 72.

³⁴ Dwi Lestari, *Penerapan Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Studi pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2020, hlm. 74.

³⁵ Rina Sari, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Batik Tulis di Pekalongan)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2021, hlm. 80.

³⁶ Lailatul Fitri, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Gresik)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021, hlm. 85.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya Pengembangan Usaha Melalui Pemasaran Pada toko oleh-oleh nabila

Upaya pengembangan usaha melalui pemasaran merupakan upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam konteks UMKM, upaya pemasaran tidak selalu harus berskala besar, tetapi dapat dilakukan secara sederhana namun konsisten dan tepat sasaran. Upaya inilah yang menjadi landasan bagi keberlangsungan usaha Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi sejak awal berdiri hingga saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi, yaitu Ibu Siti Rubiah, diketahui bahwa upaya pengembangan usaha yang diterapkan mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Sejak awal berdirinya usaha ini pada tahun 2019, Ibu Siti Rubiah telah memiliki tujuan yang jelas dalam menjalankan usahanya. Beliau menjelaskan bahwa motivasi awal mendirikan usaha ini adalah untuk memperoleh penghasilan tambahan tanpa harus meninggalkan rumah, sehingga tetap dapat menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga sekaligus membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Seiring berjalannya waktu, usaha Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi mulai dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini tidak terlepas dari konsistensi pemilik usaha dalam menjaga kualitas produk, baik dari segi rasa maupun kebersihan. Kualitas produk yang baik menjadi salah satu upaya pemasaran yang efektif, karena mampu menciptakan kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga secara tidak langsung membantu memperluas jangkauan pemasaran usaha.

Dalam proses pengembangan usaha, Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi juga menghadapi berbagai kendala, terutama yang berkaitan dengan persaingan usaha. Berdasarkan hasil wawancara, Ibu Siti Rubiah menjelaskan bahwa salah satu kendala utama yang dihadapi adalah banyaknya pedagang lain yang menjual produk sejenis dengan harga yang lebih murah dan porsi yang lebih banyak. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi usaha, karena sebagian

konsumen cenderung memilih produk dengan harga rendah tanpa terlalu mempertimbangkan kualitas.

Tabel 4.2
Daftar Nama Dan Harga Produk Toko Oleh-Oleh Nabila

| No | Daftar Nama Produk | Harga |
|----|--------------------|---------------------|
| 1 | Coklat Nanas | Rp 10.000 (50gram) |
| 2 | Gelamai Nanas | Rp 10.000 (125gram) |
| 3 | Pangsit Nanas | Rp 10.000 (60gram) |
| 4 | Selai Nanas Goreng | Rp 10.000 (100gram) |

Sumber : Toko Oleh-oleh Nabila, 2025

Menghadapi kondisi tersebut, Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi tidak serta-merta ikut menurunkan harga tanpa mempertimbangkan kualitas. Pemilik usaha memilih upaya pemasaran yang berfokus pada nilai (*value*) produk, yaitu dengan menekankan kualitas rasa, kebersihan, dan kepercayaan konsumen. Upaya ini dilakukan dengan tujuan membangun citra usaha sebagai penyedia oleh-oleh yang berkualitas dan layak dikonsumsi oleh berbagai kalangan.

Selain itu, upaya pemasaran yang diterapkan juga dilakukan dengan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Pelayanan yang ramah, responsif, dan jujur menjadi bagian dari upaya pemasaran yang diterapkan oleh Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi. Dalam konteks UMKM, hubungan personal antara penjual dan pembeli memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa dihargai dan dilayani dengan baik akan cenderung kembali membeli produk di tempat yang sama.

Upaya pengembangan usaha melalui pemasaran pada Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi juga dilakukan dengan menyesuaikan produk dengan selera dan kebutuhan konsumen. Pemilik usaha terbuka terhadap masukan dan saran dari konsumen terkait rasa, kemasan, maupun variasi produk. Hal ini menunjukkan adanya upaya inovasi sederhana yang dilakukan secara berkelanjutan agar produk tetap diminati oleh pasar.

Secara keseluruhan, upaya pengembangan usaha melalui pemasaran yang diterapkan oleh Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi mencakup beberapa aspek utama, yaitu menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang wajar, memberikan pelayanan yang baik, serta membangun hubungan yang harmonis dengan konsumen. Meskipun menghadapi persaingan yang ketat,

upaya tersebut mampu membantu usaha ini bertahan dan berkembang hingga saat ini. Dengan penerapan upaya pemasaran yang konsisten dan berorientasi pada kepuasan konsumen, Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi memiliki peluang besar untuk terus meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasarnya di masa yang akan datang.

Pendapatan yang di peroleh toko oleh-oleh nabila, Ibu siti rubiah selaku pemilik usaha mengatakan bahwa: “Untuk pendapatan perharinya kurang lebih 400.000 (empat ratus ribu rupiah).

Tabel 4.3
Rekapitulasi Omzet 6 Bulan Terakhir Per Agustus – Desember 2025

| No | Bulan | Omzet |
|----|-----------|----------------|
| 1 | Juli | Rp. 14.000.000 |
| 2 | Agustus | Rp. 12.000.000 |
| 3 | September | Rp. 13.000.000 |
| 4 | Oktober | Rp. 13.000.000 |
| 5 | November | Rp. 14.000.000 |
| 6 | Desember | Rp. 15.000.000 |

Sumber : Toko Oleh-oleh Nabila, 2025

Berdasarkan tablet omzet yang didapat oleh Ibu siti rubiah setiap bulannya tidak menentu, pada bulan agustus omzet yang didapat oleh ibu siti rubiah mengalami penurunan yaitu sebesar Rp 12.000.000 hal ini disebabkan oleh kurang konsisten pemilik usaha dalam membuka pesanan melalui media sosial dengan sistem delivery order dan pada bulan Desember mengalami peningkatan tertinggi yaitu Rp 15.000.000 hal ini dikarenakan konsistennya pemilik usaha dalam menjalankan sistem promosi dan delivery order melalui media sosial.

Dalam wawancara Ibu siti rubiah selaku pemilik usaha mengatakan bahwa pendapatan terbesar adalah saat dilakukannya sistem delivery order yang dimana pembeli tidak perlu datang kelokasi usaha namun dapat menikmati produk yang ada dengan cara melakukan pemesanan produk melalui pesan whatsApp.

Analisis Upaya Pengembangan Usaha dan Implementasi Prinsip Prinsip Etika Bisnis Islam Oleh Pemilik Usaha Toko oleh-oleh nabila.

Upaya Upaya Pengembangan Usaha Melalui Pemasaran Pada toko oleh-oleh nabila Pada dasarnya, setiap usaha memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut dapat

direalisasikan melalui pengembangan usaha. Dengan adanya pengembangan usaha, proses pencapaian tujuan menjadi lebih terarah, usaha dapat dipertahankan keberlangsungannya, lebih produktif, serta mampu menghasilkan keuntungan.

Setiap bisnis tentu memiliki upaya tersendiri. Toko Oleh-Oleh Nabila menerapkan upaya khusus yang dirancang secara matang untuk mencapai target usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, upaya yang digunakan dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis, khususnya di bidang pengolahan produk makanan, meliputi peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang tepat, upaya tempat, serta upaya promosi.

Keberadaan Toko Oleh-Oleh Nabila memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Usaha ini membuka peluang kerja bagi para pencari kerja, sehingga dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Selain itu, Toko Oleh-Oleh Nabila juga memberikan kemudahan bagi masyarakat karena mereka tidak perlu pergi jauh untuk membeli oleh-oleh khas Tangkit Baru yang berbahan baku buah nanas. Dengan adanya usaha ini, kebutuhan masyarakat terhadap produk oleh-oleh lokal dapat terpenuhi secara lebih praktis, sekaligus mendorong pemanfaatan potensi lokal dan pengembangan ekonomi daerah.

Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat saat ini, setiap pelaku bisnis yang ingin unggul dalam persaingan pasar perlu memberikan perhatian besar pada upaya pengembangan usaha, khususnya melalui penerapan upaya pemasaran. Produk yang dipasarkan harus dihasilkan melalui proses yang berkualitas dan memiliki keunggulan tersendiri agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan terpenuhinya kepuasan tersebut, konsumen akan terdorong untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan serta menjadi pelanggan yang loyal.

Mengembangkan usaha kecil hingga menjadi usaha yang lebih besar bukanlah hal yang mudah. Untuk mencapainya, seorang pengusaha harus bekerja keras dan sering kali mengorbankan kepentingan pribadi demi kemajuan bisnisnya. Kunci keberhasilan seorang pengusaha terletak pada kerja keras, kecerdasan, dan sikap pantang menyerah. Begitu pula dengan pelaku usaha kecil, mereka perlu berjuang dan menerapkan upaya khusus agar usahanya dapat berkembang dan mencapai keberhasilan. Hal ini penting untuk dipahami agar pelaku usaha mengetahui cara yang tepat dalam mengembangkan usaha kecil yang dijalankannya.

Implementasi Prinsip-Prinsip maqashid syariah Oleh Pemilik Usaha toko oleh-oleh nabila, dalam pengembangan industri rumahan dapat dilihat dari upaya menjaga lima tujuan utama Prinsip islam, yaitu perlindungan agama (hifz ad-din), jiwa (hifz an-nafs), akal (hifz al-

‘aql), keturunan (hifz an-nasl), dan harta (hifz al-mal). Dalam praktiknya, Toko Oleh-Oleh Nabila berupaya menjaga kehalalan produk, memastikan kualitas dan keamanan pangan bagi konsumen, memberikan informasi yang jujur, serta mengelola usaha secara amanah. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha tidak hanya mengejar pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai moral dan sosial.

Dengan menggunakan perspektif Maqashid Syariah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana upaya pengembangan industri rumahan seharusnya dilakukan oleh seorang muslim. Pendekatan ini memberikan dasar normatif sekaligus praktis dalam menilai apakah pengembangan usaha telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya berkembang secara ekonomi, tetapi juga memberikan manfaat dan keberkahan bagi pemilik usaha, masyarakat sekitar, dan lingkungan secara luas.

Selain itu, penerapan Maqashid Syariah dalam upaya pengembangan industri rumahan juga tercermin dalam pengelolaan sumber daya manusia. Toko Oleh-Oleh Nabila tidak hanya berorientasi pada produktivitas tenaga kerja, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan karyawan. Pemberian upah yang layak, pembagian kerja yang adil, serta penciptaan lingkungan kerja yang aman dan nyaman merupakan bentuk implementasi prinsip hifz an-nafs dan hifz al-mal. Dengan demikian, usaha yang dijalankan mampu memberikan manfaat ekonomi sekaligus menjaga martabat dan hak-hak pekerja.

Dari sisi produksi, pengembangan usaha berbasis Maqashid Syariah menuntut adanya proses produksi yang halal, baik dari segi bahan baku maupun cara pengolahannya. Penggunaan buah nanas sebagai bahan utama oleh-oleh khas Tangkit Baru harus dipastikan kualitas dan kehalalannya, serta diolah dengan cara yang bersih dan aman. Hal ini sejalan dengan tujuan menjaga akal dan jiwa konsumen (hifz al-‘aql dan hifz an-nafs), karena produk yang baik dan berkualitas akan memberikan manfaat serta menghindarkan konsumen dari dampak negatif akibat produk yang tidak layak konsumsi.

Selanjutnya, dalam aspek pemasaran, upaya pengembangan industri rumahan berdasarkan Maqashid Syariah menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi. Toko Oleh-Oleh Nabila dituntut untuk menyampaikan informasi produk secara jelas, tidak menipu konsumen, serta menetapkan harga yang wajar. Prinsip ini mencerminkan hifz al-mal, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen, sehingga tercipta hubungan bisnis yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Pada akhirnya, penerapan Maqashid Syariah dalam upaya pengembangan industri rumahan bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan nilai-nilai spiritual. Pengembangan usaha tidak hanya diukur dari peningkatan omzet atau skala usaha, tetapi juga dari sejauh mana usaha tersebut mampu memberikan kemaslahatan bagi masyarakat sekitar. Dengan pendekatan ini, Toko Oleh-Oleh Nabila diharapkan dapat berkembang secara berkelanjutan, memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian lokal, serta menjadi contoh penerapan ekonomi Islam dalam praktik usaha industri rumahan.

Ibu Siti Rubiah selaku pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya menerapkan prinsip tanggung jawab, yaitu menjual dan memasarkan produk yang berkualitas dengan memproduksinya menggunakan bahan-bahan yang baik tujuannya agar tidak mengecewakan para pembeli, namun masih kurangnya tanggung jawab pengantaran produk melalui *delivery order* karna seringkali pesanan produk tersebut terlambat, tetapi tidak membuat konsumen kecewa karna rasa kecewa itu sedikit terobati dengan kemasan produk yang menarik serta rasanya yang enak.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ibu Siti Rubiah selaku pemilik Toko Oleh-Oleh Nabila pada dasarnya telah menerapkan prinsip-prinsip Maqashid Syariah dalam menjalankan usahanya, terutama dalam menjaga kualitas dan kehalalan produk, kejujuran dalam pemasaran, serta tanggung jawab kepada konsumen sebagai bentuk perlindungan terhadap harta dan jiwa. Namun demikian, masih terdapat beberapa prinsip yang belum sepenuhnya terlaksana secara optimal, khususnya dalam aspek tanggung jawab pelayanan pengantaran produk (*delivery order*) yang terkadang mengalami keterlambatan. Meskipun hal tersebut tidak sampai menimbulkan kekecewaan yang besar karena diimbangi dengan kualitas rasa dan kemasan produk yang baik, kondisi ini menunjukkan bahwa penerapan Maqashid Syariah dalam usaha tersebut masih perlu ditingkatkan agar seluruh prinsip dapat dijalankan secara menyeluruh dan konsisten.

SIMPULAN

Upaya pengembangan usaha melalui pemasaran yang diterapkan oleh Toko Oleh-Oleh Nabila Jambi meliputi menjaga kualitas produk, menetapkan harga yang terjangkau, memberikan pelayanan yang baik, serta memanfaatkan berbagai saluran pemasaran seperti pemasaran dari mulut ke mulut, kerja sama dengan swalayan, dan pemasaran melalui media sosial. Upaya tersebut terbukti mampu membantu usaha bertahan dan berkembang di tengah

persaingan usaha yang semakin ketat.

Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, pemilik usaha pada dasarnya telah menerapkan prinsip-prinsip Maqashid Syariah dalam menjalankan usahanya, khususnya dalam menjaga kehalalan dan kualitas produk, kejujuran dalam pemasaran, serta tanggung jawab terhadap konsumen dan karyawan. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang belum sepenuhnya berjalan optimal, terutama dalam hal tanggung jawab pelayanan pengantaran produk (delivery order) yang terkadang mengalami keterlambatan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan Maqashid Syariah sudah berjalan dengan baik, tetapi masih perlu ditingkatkan agar dapat terlaksana secara menyeluruh dan konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ishaq al-Shatibi. (2003). *Al-Muwafaqat fi Usul al-Shariah*, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2011). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani
- Asyraf Wajdi Dusuki & Bouheraoua, S., *Maqasid al-Shariah and Its Role in Islamic Finance*, Kuala
- Burhan Bungin. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017)
- Chapra, M. Umer. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, Leicester: The Islamic Foundation
- Dwi Lestari. (2020). *Penerapan Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Studi pada UMKM Keripik Pisang di Bandar Lampung)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- Hafid, A. & Pratiwi, L. (2020). "Industri Rumah Tangga dan Pelestarian Budaya Lokal di Indonesia," *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol. 9, No. 2
- Hapsari, A. & Nurhayati, S. (2021). "Persaingan UMKM Makanan Olahan dalam Era Digital", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 36, No. 1
- Hasan, Zubair. (2009). "Islamic Economics: Issues and Challenges," *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol. 5, No. 2
- Hasil observasi. (2025). dengan pemilik tokoh oleh-oleh nabila
- Hidayat, M. A. (2018). *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana

- Hidayat, M. (2020). "Implementasi Nilai-Nilai Ekonomi Islam pada UMKM Pangan," Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. 9, No. 2
- Huda, Nurul & Heykal, Mohamad. (2010). Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis, Jakarta: Kencana
- Ibrahim Malang. (2022). hlm. 72.
- Islam UIN Raden Fatah Palembang. (2022). hlm. 45.
- Ismail, Z. (2020). "Praktik Penetapan Harga dalam Perspektif Ekonomi Islam," Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 7, No. 1
- Karim, Adiwarmanto A. (2018). Ekonomi Mikro Islam, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2021). Laporan Perkembangan UMKM Tahun 2021, Jakarta: Kemenkop UKM
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Laporan Industri Kreatif Kuliner Indonesia, Jakarta: Kemenparekraf
- Lailatul Fitri. (2021) Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Olahan Ikan di Kabupaten Gresik), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya
- Lumpur: ISRA. (2011). Hal 12–14.
- Muhammad. (2016). Ekonomi Syariah: Teori dan Praktik, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Nurul Aini, Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Home Industry Kue Basah Barokah di Kota Palembang), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Nurul Khotimah, Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Home Industry Kripik Tempe di Malang), Skripsi, Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik
- Porter, Michael E. (2011). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York: Free Press
- Rahmad Hidayat. (2020). Penerapan Nilai-Nilai Ekonomi Islam dalam Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus pada UMKM Batik Tulis di Pekalongan), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- Rahmawati, S. (2021). "Analisis Tantangan UMKM Oleh-Oleh Khas Daerah dalam Menghadapi Persaingan," Jurnal Pengembangan UMKM, Vol. 4, No. 1

- Rina Sari. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM Batik Tulis di Pekalongan), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
- Sarfiah, S. & Abdullah, R. (2021). “Transformasi Digital dan Permasalahan UMKM di Indonesia”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 22, No. 2
- Suryana. (2020). Kewirausahaan dan UMKM: Pengembangan dan Adaptasi dalam Persaingan Modern, Jakarta: Salemba Empat
- Tulus T.H. Tambunan. (2019). UMKM di Indonesia: Isu-Isu Penting, Jakarta: LP3ES, 2019
- Wibisono, I. (2019). Ekonomi Kreatif dan Budaya Lokal: Tantangan UMKM di Era Modern, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.