

**OPTIMALISASI PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik
Setono Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

ELI DYA FEBRIA
NIM. 4118001

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

**OPTIMALISASI PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI
COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Kasus Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik
Setono Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

ELI DYA FEBRIA
NIM. 4118001

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN 2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eli Dya Febria

NIM : 4118001

Judul Skripsi : OPTIMALISASI PELAKU UMKM PADA
MASAPANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF
ISLAM (Studi Kasus Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik
Setono Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 6 Juli 2022



(Eli Dya Febria)

NOTA PEMBIMBING

Farida Rohmah, S.Pd, M.Sc

Perumahan Stain Residence Blok F19 Desa Wangondowo, Bojong

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Eli Dya Febria

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Eli Dya Febria**

NIM : **411800**

Judul Skripsi : **Optimalisasi Pelaku UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19
Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pelaku UMKM Pasar
Grosir Batik Setono Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 6 Juli 2022
Pembimbing,



Farida Rohmah, S.Pd., M.Sc.
NIP. 198801062019082002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Eli Dya Febria**

NIM : **4118001**

Judul Skripsi : **Optimalisasi Pelaku UMKM Pada Masa Pandemi COVID-19
Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pelaku UMKM Batik
Grosir Setono Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Oktober 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Muhamad Masrur., M.E.I.

NIP. 19791211 201503 1 001

Penguji II

Nur Fani Arisnawati., S.E., M.M.

NIDN. 201908801

Pekalongan, 26 Oktober 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H. M.H

NIP. 19750220199032001

MOTTO

MAN JADDA WA JADDA

(Barang siapa yang bersungguh-sungguh, dia pasti berhasil)

ABSTRAK

ELI DYA FEBRIA, OPTIMALISASI PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disebut dengan UMKM adalah suatu bisnis yang dibangun secara *personality*, rumah tangga, maupun badan usaha bersekala kecil. UMKM sangat penting untuk mensejahterakan perekonomian di Indonesia, kemunculan wabah pada akhir tahun 2019 menjadikan sektor UMKM terkena imbas yang menjadikan para pelaku usaha tersebut mendapat nilai pendapatan dan penjualan yang rendah. Fenomena tersebut mempengaruhi pendapatan para pelaku Usaha Batik Setono, Sebab adanya pemberlakuan PSBB pada masa Pandemi Covid-19 sehingga pendapatan turun hampir 50%, Pada kondisi seperti ini Ketepatan dan ketahanan dalam strategi pemasaran sangat berpengaruh dengan hasil penjualan di masa Pandemi Covid-19, pemanfaatan sosial media bisa menjadi jalan alternative untuk strategi para pengusaha. Untuk mengetahui Strategi yang baik dalam mengelola ketahanan Produknya pada Pelaku UMKM Pasar Grosir Setono Pekalongan.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menggunakan sampel 5 toko beserta karyawan dan pelanggan tetap. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* dan *Snowball*. Analisis data menggunakan teknik Data Reduction, Data Display, dan Conclusion Drawing.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kemunculan wabah *Covid-19* memberikan dampak negative bagi perekonomian kota pekalongan khususnya UMKM pasar Grosir Batik Setono Pekalongan. Sehingga untuk mengoptimalisasi produk, pelaku UMKM membatasi proses produksi untuk menghindari penimbunan barang yang cukup besar. Dari segi ketahanan pasar menerapkan sistem strategi bauran pemasaran di tekankan pada promosi penjualan melalui media *online* dan berpengaruh pada tingkat penjualan. Serta dari segi pemasaran syariah, pemasaran yang dilakukan para pelaku UMKM Batik Setono Pekalongan sesuai dengan ke islaman, karena dari proses pengelolaan hingga pendistribusian produk tidak ada faktor yang merugikan konsumen.

Kata kunci : UMKM, Batik, *Covid-19*, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

ELI DYA FEBRIA, OPTIMIZATION OF MSME ACTIVITIES IN THE TIME OF THE COVID-19 PANDEMIC IN ISLAMIC PERSPECTIVE (Case Study of MSME Actors in the Setono Batik Wholesale Market, Pekalongan).

Micro, Small, and Medium Enterprises or commonly referred to as MSME are businesses that are built with personality, households, and small-scale business entities. MSME are very important for the welfare of the economy in Indonesia, the emergence of the epidemic at the end of 2019 affected the MSME sector which made these business actors receive low income and sales values. This phenomenon affects the income of the Setono Batik Business actors, because of the implementation of PSBB during the Covid-19 Pandemic so that income fell by almost 50%, In conditions like this, the accuracy and resilience in marketing strategies greatly affects sales results during the Covid-19 Pandemic, utilization Social media can be an alternative route for entrepreneurs' strategies. To find out a good strategy in managing the resilience of its products for MSME in the Setono Pekalongan Wholesale Market.

This research includes qualitative research. Methods of data collection using observation, interviews and documentation by using a sample of 5 stores along with employees and regular customers. The sampling technique used was purposive sampling and snowball techniques. Data analysis used the technique of Data Reduction, Data Display, and Conclusion Drawing.

The results showed that the emergence of the Covid-19 outbreak had a negative impact on the economy of the city of Pekalongan, especially the MSMEs of the Setono Batik Wholesale market in Pekalongan. So to optimize the product, MSME actors limit the production process so that there is no large accumulation of goods. In terms of market resilience, the implementation of the marketing mix strategy system places more emphasis on sales promotion through online media and affects the level of sales. Likewise, in terms of sharia marketing, marketing carried out by UKM Batik Setono Pekalongan is in accordance with Islam, because from the management process to product distribution there are no factors that harm consumers.

Keywords: MSME, Batik, Covid-19, Marketing Strategy

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “OPTIMALISASI PELAKU UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan)”. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya dinanti-nantikan di akhirat kelak. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Semoga dengan adanya penulisan skripsi ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan bagi pembaca khususnya terkait perilaku konsumtif dalam islam.

Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai bantuan baik yang berupa materil maupun non materil dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

5. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku wali dosen akademik Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ibu Farida Rohmah, S.Pd.,M.Sc, selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Tumaidi dan Ibu Sundiyah yang telah memberikan segala kasih sayang, kesabaran, semangat, bimbingan, dukungan dan doanya yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya.
9. Kakak saya Saiful Egi Nugroho S.Pd dan istri serta calon dedek bayi yang telah memberikan semangat sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah dengan lancar.
10. Keluarga besar mbah Mu'inah (Bude, Pakde, Kaka Sepupu, Ponakan, dll) yang telah memberikan semangat dan doa sehingga bisa menyelesaikan kuliah dengan lancar.
11. Almamater saya jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid angkatan 2018.
12. Sahabat saya serta partner mengerjakan skripsi Ilma Hidayanti yang sudah meluangkan waktunya dan meminjamkan laptop dari awal pembuatan proposal sampai selesai skripsi.
13. Sahabat dan teman saya (Ciky, Salsa, Cici, Dewi, Teman Kos 2018, affa,

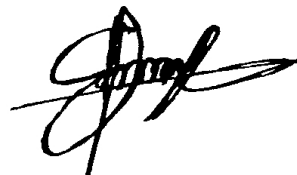
ines, ela, naila, anis, Nela, Vina, Naffa, Zita dan teman-teman seperjuangan saya dari kelas EKOS A angkatan 2018) serta teman-teman SMA saya (Risca, Susi, Tika, Indah, Nila, Ihsania, Puput) yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan dengan berbagai kebahagiaan dan keceriaan yang sangat berkesan.

14. Teman-teman HMJ EKOS 2019/2020, DEMA FEBI 2020/2021 yang telah memberikan keceriaan serta pengalaman baru dalam hal berorganisasi.
15. Teman-teman seperjuangan Bidikmisi angkatan 2018 yang selalu memberikan motivasi dan pencerahan serta evaluasi setiap pergantian semester.
16. Teman-teman KKN Desa Kaliboja yang sudah memberikan pengalaman serta keceriaan dalam setiap kegiatan.
17. Pegawai KPBS Batik Setono dan pemilik Kios Batik Setono yang sudah berkenan menjadi objek penelitian saya.
18. Seluruh orang-orang disekitar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namanya yang telah memberikan setiap dukungan dan semangat pantang menyerah saat pengerjaan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekalongan, 6 Juli 2022

Penulis,



ELI DYA FEBRIA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Pembatasan Masalah.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Pengertian Optimalisasi	9
2. Pengertian <i>Covid-19</i>	11
3. Pengertian UMKM.....	14
4. Strategi Pemasaran	17
a. Produk.	17
b. Harga	18
c. Promosi.....	20
d. Tempat.....	21

5. Pemasaran Syariah	24
a. Produk.....	25
b. Harga.....	26
c. Promosi	27
d. Tempat	28
6. Pengertian Batik	29
B. Telaah Pustaka	32
C. Tentative Theory Construct	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Pendekatan Penelitian.....	42
C. Setting Penelitian.....	42
D. Sumber Data	43
1. Data Primer	43
2. Data Skunder.....	43
E. Metode Pengumpulan Data	43
1. Observasi.....	43
2. Wawancara.....	44
3. Dokumentasi	44
4. Kepustakaan	45
F. Validitas dan Kredabilitas	45
G. Analisis Data.....	46
1. <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data).....	46
2. <i>Display Data</i> (Penyajian Data)	46
3. <i>Conclusion Drawing</i> (Kesimpulan Verifikasi).....	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian.....	47
1. Gambaran Pasar Grosir Batik Setono	47
2. Struktur Organisasi KPBS.....	49
3. Sarana dan Prasarana.....	50
4. Profil Pedagang Pasar Grosir Batik Setono	53

B. Hasil Penelitian dan Analisis Pembahasan.....	56
1. Hasil Penelitian.....	56
2. Analisis Pembahasan	63
a. Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan mengoptimalkan Produknya dimasa Pandemi <i>Covid-19</i>	63
b. Penerapan Strategi yang tepat dalam mengelola ketahanan Produk untuk Meningkatkan penjualan dimasa Pandemi <i>Covid-19</i>	64
c. Tinjauan Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam Kios Batik Setono Pekalongan	67
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf-huruf latin.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		إ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا = rabbanā

الْبِرْر = al-birr

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجال = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '//.

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kota Pekalongan	4
Tabel 1.2 Jumlah Pedagang Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan	4
Tabel 2.1 Golongan UMKM Grosir Pasar Batik Setono Pekalongan.....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1 Pengurus KPBS Batik Setono Pekalongan.....	50
Tabel 4.2 Pengawas KPBS Batik Setono Pekalongan	50
Tabel 4.3 Manajemen KPBS Batik Setono Pekalongan.....	51
Tabel 4.4 Pemilik Kios dan Karyawan.....	54
Tabel 4.5 Konsumen/Pelanggan	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi, I
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara, IV
- Lampiran 3 Surat Dispensasi Perpustakaan, XXIV
- Lampiran 4 Permohonan Izin Penelitian, XXV
- Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian Bappelitbang Kota
Pekalongan, XXVI
- Lampiran 6 Surat Penelitian Toko Batik Setono, XXVII
- Lampiran 7 Surat Keterangan Selesai Penelitian, XXVIII
- Lampiran 8 Surat Keterangan *Similiarity Checking*, XXIX
- Lampiran 9 Surat Keterangan Penyusunan Proposal, XXX
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup, XXXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini pada tahun 2019 dunia sedang tidak baik-baik saja semenjak kemunculan wabah virus yang mematikan dengan penularan yang sangat pesat, virus tersebut dinamakan *Corona Virus Disease-19* atau biasa di singkat dengan istilah *Covid-19*, daerah pertama yang terinfeksi virus tersebut yaitu kota Wuhan China, infeksi menyebar secara cepat hingga ke manca negara. Kemunculan Covid-19 akhir tahun 2019 di Kota Wuhan, Negara China. Munculnya virus ini disebabkan adanya bakteri jahat yang ada pada makanan beku import, pada saat itu virus menular sangat pesat hingga keseluruh dunia salah satunya di Indonesia. Penyebaran virus Covid-19 ini setiap harinya meluas ,menyebabkan setiap Negara melakukan *Disease Containment* yang melalui pembatasan dalam beraktivitas (Sukmonohadi and Indra 2019). Covid-19 masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020, Sehingga pemerintah memberlakukan peraturan baru untuk meminimalisir adanya penularan virus ini dengan cara Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diatur pada UU Nomor 21 Tahun 2020 mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), disebutkan pada pasal 4(Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI 2020) hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan masyarakat Indonesia terkhusus pada bidang UMKM.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan salah satu tonggak penjualan yang mempengaruhi pendapatan untuk Negara. Pada tahun

2016 menurut Presiden RI bahwa UMKM yang mempunyai daya tahan tinggi akan mampu untuk memberikan ketahanan perekonomian di Indonesia, sekalipun terjadi krisis global (Sunyoto 2015). Sebab ketahanan dan kerjasama pengembangan itu perlu diutamakan. Pemerintah mengatur aktivitas UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah. Yang dikeluarkan pada Februari 2021 No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disebut dengan UMKM adalah suatu bisnis yang dibangun secara *personality*, rumah tangga, maupun badan usaha bersekala kecil. UMKM sangat penting untuk mensejahterakan perekonomian di Indonesia. Ada ribuan masyarakat Indonesia yang mendirikan UMKM. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa sampai akhir tahun 2020 kurang lebih 65 juta UMKM yang bertumbuh di Indonesia. Pada tahun 2016 tercatat ada 61,7 juta UMKM di Indonesia. Hal tersebut terus meningkat hingga tahun 2018 tercatat ada 64,2 juta yang mendirikan UMKM. Kemungkinan untuk tahun berikutnya sampai sekarang jumlah UMKM akan terus mengalami peningkatan((OJK) 2017). Sementara tercatat dalam data kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) bahwa per Maret 2021 UMKM mencapai 64,2 Juta dengan memiliki kontribusi Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% atau sama dengan Rp 8.573,89 Triliun.

Adanya kemunculan wabah pada akhir tahun 2019 menjadikan sektor UMKM terkena imbas yang menjadikan para pelaku usaha tersebut mendapat nilai pendapatan dan penjualan yang rendah. Semua sektor UMKM baik itu dari kuliner maupun industry merasakan penurunan pada penjualan bahkan kekurangan modal untuk menutupi beberapa kerugian-kerugian yang terjadi, termasuk pada UMKM wilayah kota Pekalongan.

Pada tahun 2021 menurut data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan , Koperasi, dan UKM (Dindagkop UKM) Kota Pekalongan memiliki jumlah UMKM yang relative banyak yaitu memiliki usaha Menengah dengan jumlah 21166, Usaha Mikro 2462 dan Usaha Kecil 27, yang tersebar luas di wilayah Kota Pekalongan, dari beberapa UMKM tersebut banyak yang terkena imbas Covid-19 salah satunya pada pemroduksi batik yang ada di Pasar Grosir Batik Setono. Batik merupakan sehelai kain yang dibuat secara tradisional dengan memiliki berbagai makna setiap coraknya. Pekalongan merupakan penghasil batik terbesar diIndonesia terutama di Jawa tengah, serta batik merupakan Icon pekalongan, Hasil produksi batik di pekalongan sangat diminati banyak kalangan masyarakat di daerah pekalongan hingga luar Pekalongan. Pasar grosir tersebut memiliki pelaku usaha sebanyak 53 Toko dengan penjualan jenis batik berbeda-beda yaitu 10 Toko Batik Cap, 4 Toko Batik Printing, 1 Toko Batik Tulis, 2 Toko batik Tulis dan Cap, 22 Toko Batik Cap dan Printing, serta 14 Toko Batik Cap Tulis dan Printing dengan Golongan jenis usaha yaitu UMKM usaha Mikro dan Kecil.

Tabel 1.1
Data Jumlah Pedagang di Pasar Grosir Batik Setono

JENIS BATIK	JUMLAH PELAKU	SATUAN
Batik Cap	10	Unit
Batik Printing	4	Unit
Batik Tulis	1	Unit
Batik Tulis dan Cap	2	Unit
Batik Cap dan Printing	22	Unit
Batik Tulis,Cap,Printing	14	Unit
TOTAL	53	Unit

*) Sumber Data Disperindagkop & UKM Kota Pekalongan Tahun 2021

Tabel 1.2
Golongan UMKM Grosir Pasar Batik Setono Pekalongan

JENIS USAHA	JUMLAH
Menengah	17
Mikro	0
Kecil	36
TOTAL	53

*) Sumber Data Disperindagkop & UKM Kota Pekalongan Tahun 2021

Dengan adanya kondisi pandemi seperti ini sangat sulit diprediksi untuk pendapatan yang akan datang (Prasetiani and Sutrisno 2021). Fenomena tersebut mempengaruhi pendapatan para pelaku Usaha Batik Setono, kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh pada tingkat penjualan. Pandemi *Covid-19* membatasi konsumen untuk membeli produk secara langsung, banyaknya peraturan yang dikeluarkan pemerintah seperti mengurangi untuk berkerumun dan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)(Raharja and Natari 2021), Sementara itu menurut salah satu pelaku usaha Batik Setono merasa keberatan dengan kebijakan hal tersebut, dimana pada penurunan omzet pedagang batik hampir mencapai 50% , sebelum pandemi para pedagang Batik Setono bisa meraup penghasilan sekitar Rp 100 Juta sampai Rp 200 juta tapi kini hanya sekitar Rp 60Juta sampai Rp 80 juta (Sunyoto 2015). Semua sektor jalur ditutup dan dibatasi sehingga mengurangi para masyarakat untuk keluar rumah.

Strategi pemasaran merupakan bagian terpenting dikalangan pengusaha yang berkaitan dengan kelangsungan hidup suatu usahanya(Rosyada and Wigiawati 2020). Pada kondisi seperti ini Ketepatan dan ketahanan dalam strategi pemasaran sangat berpengaruh dengan hasil penjualan di masa Pandemi *Covid-19* , pemanfaatan sosial media bisa menjadi jalan alternative untuk para pengusaha, serta dalam optimalisasi strategi pemasaran sangat penting yang diharapkan untuk meningkatkan penjualan dan untuk mengembangkannya skala usaha di tengah masa Pandemi *Covid-19*. Berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh Arwin Sanjaya, dkk (2021) bahwa penjualan produk secara *online* dengan memanfaatkan *platform* sosial media memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjangkau target pasar secara luas sehingga akan memiliki dampak langsung pada peningkatan penghasilan UMKM di masa pandemi. Selain pemanfaatan sosial media penerapan keislaman pada perdagangan juga penting, untuk menghindari gangguan atau tidak ada pihak-pihak yang mendzalimi setiap penjualannya, seperti berpegang teguh dengan pedoman- pedoman Alqur'an. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Khoir Abdi dan Novi Febriyanti (2018) bahwa penerapan pemasaran islam memiliki tujuan untuk menarik para konsumen dengan konsep *Halal market*, yaitu *halal activist*, *active customers* dan *passive customers*. salah satu hadits yang menjelaskan tentang mencari rezeki yang halal yaitu pada hadist yang diriwayatkan oleh Tabrani Baihaqi yang artinya :

“sesungguhnya bekerja mencari rezeki yang halal itu merupakan kewajiban setelah ibadah fardhu”(Muh. Izza 2018) .

Maksud dari hadist tersebut bahwa mencari rezeki itu kewajiban setiap para umat muslim, dan dalam mencari rezeki tidak boleh menggunakan cara yang merugikan satu sama lain, karena pada pandangan islam hal tersebut dilarang.

Dari hasil latar belakang diatas, sehingga penulis tertarik dengan mengambil judul penelitian “Optimalisasi Pelaku UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam (Study Kasus Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan mengoptimalkan Produknya dimasa Pandemi *Covid-19* ?
2. Bagaimana Penerapan Strategi yang tepat dalam mengelola ketahanan Produk untuk meningkatkan penjualan dimasa Pandemi *Covid-19*?
3. Bagaimana Tinjauan Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam pada Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan mengoptimalkan Produknya dimasa Pandemi *Covid-19*.
2. Untuk mengetahui Penerapan Strategi yang tepat dalam mengelola ketahanan Produk untuk meningkatkan penjualan dimasa Pandemi *Covid-19*.
3. Untuk mengetahui Tinjauan Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam pada Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan

Manfaat yang akan didapatkan dalam penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan mengenai strategi ketahanan dalam menghadapi masa Pandemi *Covid-19*.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari pembahasan dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang bermanfaat bagi praktisi akademika dalam memperalam keillmuan dan bisa menjadikan bahan rujukan atau referensi bagi peneliti untuk menyusun penelitian selanjutnya.

D. Pembatasan Masalah

Guna menghindari dari penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah maka diperlukannya pembatasan masalah hal ini bertujuan untuk menjadikan penelitian ini lebih terarah dan fokus dalam mengkaji penelitian, yaitu :

1. Peneliti akan fokus pada kendala atau hambatan dalam proses produksi batik di Masa Pandemi *Covid-19*.
2. Peneliti akan menganalisa bagaimana teknik Strategi pemasaran yang tepat dalam upaya mengoptimalkan ketahanan pelaku Batik Grosir Setono Kota Pekalongan.
3. Peneliti akan mengambil sampel subjek dengan teknik sampel *Purposive Sampling* dan *Snowball*. Dimana dengan teknik ini akan dipilih beberapa informan-informan tertentu yang memiliki informasi akurat dan memadai sesuai masalah yang diteliti dan mendapat informasi lain secara berantai dari informan yang dipilih.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sehingga dapat ditarik kesimpulan tentang Optimalisasi Pelaku UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif islam dengan objek Pasar Grosir Batik setono Pekalongan, yaitu :

1. Untuk optimalisasi produk pada masa pandemi *Covid-19*, maka para pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono mengurangi volume penjualan produksi batik guna menghindari penimbunan secara besar serta berujuan untuk meminimumkan biaya tanpa mengurangi bahan baku dalam proses pengelolaan batik.
2. Untuk menstabilkan pendapatan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan maka para pelaku UMKM Pasar Grosir memanfaatkan strategi pemasaran secara *online*, dimana memaksimalkan promosi *online* bisa memberikan kestabilan pada peningkatan penjualan dan pendapatan.
3. Dalam pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM Batik Setono Pekalongan memenuhi kriteria sesuai pemasaran syariah, karena dalam praktik jual beli dilakukan secara transparansi dimana *produk*, *price*, *place*, *promotion* dideskripsikan secara spesifik mulai dari pendistribusian produk, kehalalan, kualitas produksi, ketersediaan barang, serta ukuran produk.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan

Diharapkan kepada pelaku UMKM Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan, masa pandemi *Covid-19* untuk mencari inovasi pemasaran produk baru, seperti keunikan dan kerapihan pada pengiklanan produk, serta ide-ide baru mengenai tata letak foto produk untuk memiliki daya tarik pada minat beli para konsumen.

2. Bagi Pemerintah Kota Peklongan

Untuk membantu kestabilan UMKM Kota Pekalongan tersebut para pemerintah ikut andil memberikan bantuan seperti keringanan membayar pajak khususnya pada setiap kios Pasar Grosir Batik Setono, mengadakan pelatihan mengenai pemasaran supaya para pelaku UMKM paham tentang perubahan-perubahan pemasaran offline menjadi pemasaran online serta strategi-strategi yang bisa digunakan saat masa seperti ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdurohim, Dindin. 2021. *PENGEMBANGAN UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing Dan Model Bisnis UMKM)*. Cetakan I. ed. Rachmi. Bandung: PT Refika Aditama.

Andriani. 2015. *SEJARAH BATIK JAWA TENGAH*. Provinsi Jawa Tengah: Badan Arsip Dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah.

Arief, Muhtosim. 2006. *PEMASARAN JASA & KUALITAS PELAYANAN*. Malang: Bayumedia.

Asnawi, Nur, and Muhammad Asnan Fanani. 2017. *PEMASARAN SYARIAH (Teori, Filosofi, & Isu-Isu Kontemporer)*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Huda, Nurul et al. 2017. *PEMASARAN SYARIAH (Teori & Aplikasi)*. Depok: KENCANA.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian) Jilid 2*. VI. Jakarta: Erlangga, Jakarta.

Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI. 2020. *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2020*.
www.hukumonline.com/pusatdata.

Muh. Izza. 2018. *KEWIRAUSAHAAN Teori Dan Empirik*. Cetakan I. ed. Tim Falidatama. Yogyakarta: 2018.

Priansa, Donni Juni. 2017. *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (Pada Era Media Sosial)*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 19th ed. Bandung: Alfabeta.

Sukmonohadi, Masagung, and Diah Indra. 2019. “Kebijakan Penanganan Pandemi Covid-19.” *Perkembangan Ekonomi Keuangan dan Kerjasama Internasional* Edisi II: 89–112.

Wiley, John, and Sons Inc. 2009. *Engineering Optimization Theory and Practice Fourth Edition*. Canada: Simultaneously in Canada.

Jurnal :

Achsa, Andhatu, Rian Destiningsih, and Heni Hirawati. 2020. “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 5(1): 1–17.

Alfin, Achmad. 2021. “ANALISIS STRATEGI UMKM DALAM MENGHADAPI KRISIS DI ERA PANDEMI COVID-19.” *urnal Inovasi Penelitian* 1(8).

- Mamonto, Felisa Windy, Williem J.F.A Tumbuan, and Rogi Mirah H. 2021. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PODOMORO POIGAR DI ERA NORMAL BARU." *Jurnal EMBA (Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi)* 9(2): 110–21.
- Nasution, Nurul Hidayah et al. 2021. "GAMBARAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PENCEGAHAN COVID-19 DI KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN BATUNADUA, KOTA PADANGSIDIMPUAN." *Indonesian Health Scientific Journal* 6. No 1: 107–14.
- Prasetiani, Titi Rahayu, and Catur Ragil Sutrisno. 2021. "RE-FORMULATION BUSINESS STRATEGY PADA UMKM INDUSTRI BATIK PEKALONGAN MEMASUKI ERA NEW NORMAL." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 24. No 01: 30–38.
- Raharja, Sam'un Jaja, and Sari Usih Natari. 2021. "Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1): 108.
- Rosyada, Mohammad, and Anah Wigiawati. 2020. "STRATEGI SURVIVAL UMKM BATIK TULIS PEKALONGAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA 'BATIK PESISIR' PEKALONGAN)." *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 4 No. 2: 2614–2147.
- Rukayah, Siti, B Adji Murtomo, and Bagus Wahono. 2007. "Pusat Kerajinan

- Batik Jawa Tengah Di Semarang.” *IMAJI* 1(3): 515–22.
- Rusdi, Moh. 2019. “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya.” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6(2).
- Sukmonohadi, Masagung, and Diah Indra. 2019. “Kebijakan Penanganan Pandemi Covid-19.” *Perkembangan Ekonomi Keuangan dan Kerjasama Internasional* Edisi II: 89–112.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. 2020. “DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA A . PENDAHULUAN.” *JURNAL BRAND* 2(1).
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand%0Ae-ISSN>.
- Trixie, Alicia Amaris. 2020. “FILOSOFI MOTIF BATIK SEBAGAI IDENTITAS BANGSA INDONESIA.” *FOLIO* 1(1): 1–9.
- Widadi, Zahir. 2019. “PEMAKNAAN BATIK SEBAGAI WARISAN BUDAYA TAKBENDA.” *PENA* 33(2): 17–27.
- Wijayanti Aida Ratna, Sholihatul Maghfirah, Anni Fithriyatul Mas’udah. 2021. “Perbedaan Sikap Perangkat Desa Tentang Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (PHBS) Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19 Aida.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan* 8487(1): 26–37.
- Yamali, Fakhrol Rozi, and Ririn Noviyanti Putri. 2020. “Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia.” *Journal of Economics and Business* 4(September): 384–88. <http://ekonomis.unbari.ac.id>.

Website :

(OJK), Otoritas Jasa Keuangan. 2017. “Peraturan Undang-Undang UMKM.”

ojk.go.id. <http://www.ojk.go.id>.

Badan Pusat Statistik (BPS). 2021. “DATA AKURAT UMK.”

<http://www.bps.go.id>.

Publik, Pelayanan. 2021. “Apa Itu Optimalisasi, Tujuann Dan Manfaatnya.”

Pelayanan publik.id: 19. <https://pelayananpublik.id/2021/08/19/apa-itu-optimalisasi-tujuan-dan-manfaatnya/>.