

KONSEP MAQASHID AL-SYATIBI TENTANG KEBUTUHAN DAN RELEVANSINYA TERHADAP PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Sinta Kasim¹, Munawwarah Sahib²

^{1,2}Dosen Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Cokroaminoto Makassar, Indonesia

Email: ¹mukhlishahsnkss@gmail.com, ²munawwarah.sahib@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze Maqashid al-Syatibi's concept of its needs and relevance to the empowerment of micro, small and medium enterprises. The type of research used is literature research, with a research approach, namely a sociological approach to economics and a normative theological approach. The data collection techniques used are primary and secondary data. The results showed that Maqashid al-Syatibi's concept of needs is very relevant to the empowerment of micro, small and medium enterprises. Because the concept of Maqashid al-Syatibi emphasizes the benefit in every activity in meeting needs. By applying the concept of mashlahah in every UMKN activity, it will control every activity and avoid fraud so that it will certainly have a good impact on the community and for the continuity of UMKN itself. There are three things that need to be addressed to create welfare value in empowering MSMEs, namely (1) Marketing strategies, (2) Cooperation between the Government, the Private Sector and MSME actors, (3) Psychological factors of the community. To improve UMKN, it must use the right strategies by not forgetting the purpose of economic activity, namely benefit as stated in the concept of Maqashid al-Syatibi.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep *Maqashid al-Syatibi* tentang kebutuhan dan relevansinya terhadap pemberdayaan usaha mikro kecil menengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan, dengan pendekatan penelitian yakni pendekatan sosiologis ekonomi dan pendekatan teologi normatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *Maqashid al-Syatibi* tentang kebutuhan sangat relevan dengan pemberdayaan usaha mikro kecil menengah. Karena konsep *Maqashid al-Syatibi* menekankan kemashlahatan dalam setiap kegiatan dalam pemenuhan kebutuhan. Dengan menerapkan konsep mashlahah dalam setiap kegiatan UMKN maka akan mengontrol setiap kegiatan dan menghindari kecurangan sehingga pastinya akan berdampak baik bagi masyarakat dan bagi kelangsungan UMKN itu sendiri. Ada tiga hal yang perlu dibenahi untuk menciptakan nilai kesejahteraan dalam pemberdayaan UMKM yaitu (1) Strategi pemasaran, (2) Kerjasama antar Pemerintah, pihak Swasta dan pelaku UMKM, (3) Faktor psikologis masyarakat. Untuk memberdayakan UMKN, maka harus menggunakan strategi-strategi yang tepat dengan tidak melupakan tujuan aktivitas ekonomi yaitu kemashlahatan sebagaimana yang tertuang dalam konsep *Maqashid al-Syatibi*.

Article Info

Article history:

Diterima
2022-09-09

Disetujui
2022-10-10

Dipublikasikan
2022-10-30

Keywords:

Maqashid al-Syatibi; UMKM

Kata Kunci:

Maqashid Al-Syatibi; UMKM

Corresponding
Author

Jamaluddin
jamaluddinucm@gmail.com

[1] PENDAHULUAN

Islam mengajarkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Tujuannya adalah untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Tujuan kebahagiaan hidup di dunia harus menjadi sarana untuk mencapai kebahagiaan hidup di akhirat. Memenuhi kebutuhan dengan melakukan aktivitas yang dapat menghasilkan pendapatan, maka manusia akan berkompetisi dengan lingkungan baik dengan alam, tumbuhan, binatang, maupun dengan manusia itu sendiri. Karena untuk mencapai kesejahteraan dalam suatu masyarakat bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan.

Ekonomi Islam dibangun atas dasar nilai-nilai Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan (*integral*) dari ajaran Islam. Ajaran Islam yang berkaitan dengan upaya mencapai kebahagiaan hidup di dunia merupakan jembatan menuju kebahagiaan hidup di akhirat. Harapan kebahagiaan hidup di akhirat harus menjadi landasan motivasi dalam melakukan kegiatan di dunia yang didasarkan pada petunjuk Allah swt. dan Rasul-Nya. Menjadikan al-Qur'an dan sunnah sebagai pedoman utama dalam menjalankan segala usaha yang dikerjakan.

Sebagai sumber utama ajaran Islam, al-Qur'an memiliki tiga bagian besar yang menjadi dasar utamanya, yaitu aqidah, akhlak, dan syariah. Aqidah berkaitan dengan dasar-dasar keimanan, akhlak berkaitan dengan etika, dan syariah berkaitan dengan berbagai aspek yang muncul dari *aqwal* (perkataan) dan *af'al* (perbuatan). Banyak aktivitas yang dijalani manusia berkaitan dengan aktivitas ekonomi, namun al-Qur'an tidak

memuat berbagai aturan yang terperinci tentang ibadah dan *muamalah*. Al-Qur'an hanya memuat tentang dasar-dasar dan prinsip-prinsip dalam bermuamalah, sehingga sumber hukum yang terkait dengan hal tersebut kemudian diambil dari hadis dan pendapat para ulama.

Terkait pemenuhan kebutuhan manusia, al-Syatibi merupakan salah satu cendekiawan muslim yang mengungkapkan konsep *maqashid al-syariah* (kemaslahatan umat manusia). Keunikan teori al-Syatibi yaitu bahwa beliau menyadari kegagalan hukum dalam menghadapi perubahan sosial-ekonomi *Andalusia* pada abad ke-8/142, dengan teorinya al-Syatibi mencoba menjawab kebutuhan-kebutuhan tertentu pada masanya dengan menunjukkan bahwa mengadaptasikan hukum dengan perubahan kondisi sosial adalah sesuatu yang bisa dilakukan. Alasan munculnya teori tersebut adalah berangkat dari keinginan seorang al-Syatibi untuk menciptakan sebuah perangkat teoritis yang dapat meningkatkan fleksibilitas dan adaptabilitas hukum positif.

Dari sudut pandang yang lain, unsur utama dari teori hukum, seperti *ijma'* dan kemaslahatan orang banyak (*maslahat al-'Ummah*), dibuat atas dasar prinsip-prinsip yang universal atau yang oleh Syatibi disebut sebagai *kulliyyat*. Dengan prinsip-prinsip yang bersifat umum (*kulliyyat*) inilah yang membentuk dasar-dasar syariah dalam masyarakat. Pandangan al-Syatibi memiliki tujuan utama dari syari'ah yaitu untuk menjaga dan memperjuangkan tiga kategori hukum, yang disebutnya sebagai *Daruriyyat*, *Hajiyyat*, dan *Tahsiniyyat*. Tujuan dari masing-masing kategori tersebut adalah untuk memastikan bahwa

kemaslahatan (*masalih*) kaum muslimin, baik di dunia maupun di akhirat bisa terwujud dengan cara yang terbaik karena penciptanya. Karena syariah dibuat untuk mewujudkan kemaslahatan bagi umat manusia.

Di era saat ini yang semua serba digital terutama di masa pandemi COVID-19 yang sempat terjadi, seluruh aktivitas seolah mewajibkan bagi seluruh manusia harus melek teknologi. Beberapa tantangan ekonomi terutama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu yang paling berpengaruh untuk pengembangan usaha yang dijalani. Pembatasan sosial atau *social distancing* adalah masalah terbesar di awal pandemi yang melanda Indonesia di awal tahun 2020. Kondisi ini adalah masalah sekaligus tantangan baru bagi setiap pelaku usaha.

Aktivitas *mu'amalah* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti halnya pada UMKM diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat. Tujuannya agar tercipta suatu kemashlahatan dan tidak ada kesenjangan sosial, sehingga dalam upaya tersebut diperlukan cara yang baik untuk mengatasi persoalan ekonomi. Pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UMKM saat ini, bisa dibilang mengalami pasang surut hingga tak sedikit yang kemudian gulung tikar akibat tidak adanya modal dan semakin berkurangnya pembeli. Hal tersebut terjadi karena pandemi yang melanda seluruh dunia tanpa terkecuali Indonesia.

Pada kajian teori ilmu ekonomi, penerapan *physical distancing* atau pengetatan dan pembatasan aktifitas

masyarakat akan berakibat pada penurunan *Agregat Supply* dalam perekonomian yang berdampak pada penurunan jumlah produksi atau *quantity*. Kondisi dimana masyarakat yang hanya berdiam diri di rumah (*stay at home*), berdasarkan hukum *supply* dan *demand*, lambat laun akan menyebabkan penurunan permintaan secara *agregat* atau *Agregat Demand* yang berujung pada jumlah produksi yang terus menurun.

Jika kondisi UMKM semakin melemah akibat pandemi, maka kondisi ekonomi Indonesia pun akan semakin semrawut, sehingga perlu adanya peran pemerintah dalam mengatasi hal tersebut. Adanya langkah solutif yang diberikan terkhusus untuk memulihkan ekonomi sangat diperlukan agar setelah pandemi UMKM bisa kembali berpijak dan keluar dari masalah yang ada. Pemerintah dapat menyiapkan skema pembiayaan pandemi COVID-19 (*pandemic finance*) bagi UMKM yang terkena dampak pandemi, agar pembiayaan tersebut dapat dinikmati langsung oleh pelaku UMKM untuk kembali menjalankan usahanya tanpa harus melalui syarat serta skema yang rumit. Pembiayaan yang dilakukan perlu dilakukan pengawasan yang ketat agar pembiayaan tidak salah sasaran. Terkait masalah yang dihadapi maka perlu langkah berkelanjutan.¹

Selain solusi tersebut, perlu langkah lain agar pengembangan UMKM bisa terus semakin baik, diperlukan juga peran dari segenap *stakeholders* terutama mengenai aliran dana yang diberikan oleh

¹Bayu Bagas Hapsoro, Palupiningdyah, and Achmad Slamet, *Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset*, Jurnal Pengabdian Masyarakat 23, no. 2 (2019): h. 120.

pemerintah agar tepat sasaran. Dengan menerapkan langkah-langkah solutif dan tepat sasaran, maka diharapkan dapat menghindarkan Indonesia dari resesi ekonomi dan membangkitkan kembali ekonomi nasional yang berkeadilan dilandasi semangat prinsip-prinsip tauhid dan *ta'awun* (saling tolong menolong) sehingga tercipta kemaslahatan demi pemberdayaan bagi setiap pelaku UMKM di Indonesia.

[2] KAJIAN PUSTAKA

1. Konsep Maqashid Al-Syatibi

Al-Syatibi adalah salah satu ulama ahli hukum yang menjelaskan objek syar'i secara jelas. Tidak bisa dipungkiri jika beliau adalah peletak dasar ilmu *maqashid al-syariah* yang kemudian dikenal sebagai 'Bapak *Maqashid al-Syariah*'.² Seluruh hukum dalam syariat Islam di buat untuk menghasilkan kemaslahatan bagi seluruh manusia (*mashalih alibad*) sebagaimana yang di utarakan oleh al-Syatibi bahwa kemaslahatan dalam hukum Islam digunakan untuk menghindari kemudharatan³, baik yang ada di dunia maupun akhirat.⁴ Menurut Syatibi kemaslahatan memiliki tiga bentuk yaitu *al-dharuriyyat* yaitu kebutuhan dasar/primer, *al-hajiyat* sebagai kebutuhan

sekunder, dan *al-tahsiniyyat* yaitu kebutuhan tersier.⁵ Ketiga hal tersebut terakomodir dalam prinsip pokok yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda.⁶⁷ Kelima hal inilah yang kemudian menjadi indikator mengukur kesejahteraan.⁸ Dalam konsep Maqashid Syariah secara umum juga memiliki andil besar dalam tiga aspek kebijakan fiskal yaitu belanja negara, pemungutan pajak, dan biaya rumah tangga.⁹

Al-Syatibi banyak menghasilkan buku-buku keagamaan. Kitab *al-Muwafaqat* merupakan kitab yang paling terkenal sekaligus paling monumental di antara karya-karya al-Syathibi yang pernah ada. Al-Syatibi menegaskan bahwa, syariat sebaik apapun akan menjadi tidak berarti jika manfaatnya tidak dirasakan oleh masyarakat pemeluknya. Dalam kitab ini juga membahas tentang *al-Maqhasid*. Pembahasan tentang *Maqhasid* dibahas

⁵Mohammad Rusfi, *Mqasid Al-Syariah Dalam Persepektif Al-Syatibi*. Asas 10, no. 02 (2019): h. 23–45.

⁶Suansar Khatib, *Konsep Maqashid Al-Syari'ah: Perbandingan Antara Pemikiran Al-Ghazali dan Al-Syathibi*, Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan 5, no. 1 (2018): h. 47–62.

⁷Fathur Rohman, *Maqasid Al-Syari'ah Dalam Perspektif Al-Syatibi*. Isti'dal (Jurnal Studi Hukum Islam) Vol 4 (2017): h. 163–76.

⁸Annisa Dinar dan Siti Inayatul Faizah Rahman, *Kesejahteraan Dalam Persepektif Maqashid Syariah Pada Karyawan Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat Di Kota Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan 6, no. 12 (2019): h. 2498.

⁹Nabila Zatadini and Syamsuri Syamsuri, *Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal*, AL-FALAH: Journal of Islamic Economics, 2018, h. 111.

²Ririn Tri Puspita Ningrum, *Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syari'ah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern*. El-Wasathiyah: Jurnal Studi Agama 2, no. 2 (2014): h. 146.

³Galuh Nashrullah kartika Mayangsari R and H. Hasni Noor, *Konsep Maqashid Al-Syariah Dalam Menentukan Hukum Islam (Perspektif Al-Syatibi Dan Jasser Auda)*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah 1, no. 1 (2014): h. 50.

⁴Abdurrahman Kasdi and Dosen Stain Kudus, *Maqasyid Syari'ah Perspektif Pemikiran Imam Syatibi Dalam Kitab*. Yudisia, 2014, h. 63.

dalam juz II sampai selesai.¹⁰ Untuk mengetahui *Maqashid* maka seseorang harus mengetahui Bahasa Arab dan memiliki pemahaman terhadapnya, karena al-Quran diturunkan keseluruhan dengan menggunakan bahasa Arab sebagai bahasa utama. Bahasa Arab adalah penterjemah dalam memahami tujuan-tujuan syar'i dalam Islam. Jika seseorang mampu memahami bahasa Arab, maka ia pun mudah menemukan tujuan-tujuan syariah dengan benar.¹¹

Masalah perekonomian yang muncul adalah kebutuhan manusia yang tidak terbatas, namun kesenjangan tetap ada dalam masyarakat. Prinsip ekonomi kapitalis dalam pemenuhan kebutuhan manusia bersifat individualisme dan rasionalisme berorientasi materi, kurang mempertimbangkan aspek moral dan etika tentang tata cara memperoleh dan memenuhi kebutuhan manusia tersebut, sehingga hal ini membutuhkan solusi dalam memecahkan persoalan tersebut dengan menggunakan prinsip Syariah.¹² Kebutuhan dasar (*al-kuliyah al-khamsah*) haruslah memiliki nilai-nilai yang dapat dimasukkan dalam *Maqashid Syariah*. Walau nilai-nilai yang ada dalam *Maqashid Syariah* kebanyakan adalah *dharuriyah*, namun operasionalisasi perilaku ekonomi (baik pada aspek konsumsi, produksi, dan distribusi) seharusnya mengandung nilai yang

menjadi skala prioritas dalam tingkat kebutuhan manusia.¹³

Kebutuhan manusia memiliki relevansi terhadap *Maqashid Syatibi* sehingga untuk mencapai kemaslahatan harus tercakup lima prinsip yang menjadi pokok yaitu melihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.¹⁴ *Maqashid al-Syariah* dalam kehidupan dapat kita lihat dalam kegiatan perdagangan.¹⁵ Salah satu aktivitas perdagangan yang ada adalah jual beli. Urgensi konsep *maqashid al-syariah* dalam kegiatan perdagangan adalah agar tidak menimbulkan kecurangan-kecurangan dalam transaksi jual beli yang didasari atas suka sama suka.¹⁶

1. Pengembangan UMKM

Peluang serta tantangan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat pandemi COVID-19, terletak pada upaya untuk mendorong dan berusaha memberdayakan kembali usaha-usaha kecil agar mereka kembali tumbuh dan berkembang menjadi bisnis yang kuat/tangguh dan mandiri.¹⁷

¹³Ririn Tri Puspita Ningrum, *Pemikiran Asy-Syatib Tentang Maqhasid Syariah dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern*. n.d., h. 142–59.

¹⁴Fajar dan Achsanida Hendratmi Kristanto, *Kesejahteraan Nelayan Puger Wetan Perspektif Maqashid Syariah Al-Syatibi*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 6 no.4 (2019): 830–36.

¹⁵Safarinda Imani, *Analisis Kesejahteraan Maqashid Syariah Pada Usaha Mikro Kecil Menengah*. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 4, no. 1 (2019): h. 55.

¹⁶Amalia dan Rizky Nurul, *Implementasi Konsep Maqashid Syariah Pada Strategi Pengembangan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.*, *Jurnal Repository UMY*, 2018, h. 11.

¹⁷Lili Marlinah, *Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian*

¹⁰Kasdi and Kudus, *Maqasyid Syari'ah Perspektif Pemikiran Imam Syatibi Dalam Kitab*. h. 67”

¹¹Moh Toriquddin, *Teori Maqashid Syari'ah Perspektif Al-Syatibi*. *Jurnal Syariah Dan Hukum* 6, no. 1 (2014): h. 42.

¹²Rahmat Gunawan, *Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam*. *Al Maslahah* 13 no. 1 (2017): h. 113–50.

Meskipun pandemi memunculkan berbagai masalah bagi pelaku UMKM, namun di sisi lain muncul pula kesempatan. Model strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM dalam menghadapi kompetitif global yaitu *Strategi Growth* (pertumbuhan) dimana UMKM dapat memanfaatkan seluruh kekuatan UMKM, diantaranya memperhatikan kualitas bahan baku, harga yang bersaing, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, serta melakukan peningkatan SDM.^{18 19} Selain itu ada faktor lain yang dapat menunjang pengembangan UMKM diantaranya pemberian modal atau modal yang dimiliki, kualitas produk, pemasaran yang baik,²⁰ serta peningkatan teknologi yang memadai, yang merupakan problematika dalam pengembangan UMKM.²¹

Dengan semakin berkembangnya zaman, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai strategi pemasaran, apalagi perdagangan elektronik pada 2020

mencapai US\$ 130 miliar,²² sehingga diperlukan peran pemerintah untuk merancang strategi sosial dan digital demi keberlangsungan UMKM.²³ Dalam hal produksi misalnya, karena banyak usaha yang ditutup sehingga pelaku UMKM harus memutar otak mengatasi bagaimana upaya produksi dapat tetap berjalan lancar.^{24 25}

Diperlukan pula strategi jangka panjang dan jangka pendek berupa suatu kebijakan penyelamatan UMKM dari dampak pandemi COVID-19, guna menjaga kesinambungan UMKM sebagai salah satu pelaku perekonomian Indonesia yang dapat memberi dampak yang besar.²⁶

Ada beberapa faktor yang bisa digunakan sebagai strategi pengembangan usaha yaitu sebagai berikut: 1) Memilih Lokasi yang strategis, 2) Memaksimalkan bantuan modal yang diterima dari pemerintah, 3) Meningkatkan kapasitas dari penjualan, 4) Memaksimalkan jumlah pelanggan tetap, 5) Melakukan variasi dan

Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 1. Jurnal Ekonomi 22, no. 2 (2020): 118.

¹⁸Ariani dan Mohamad Nur Utomo, *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan,* Jurnal Organisasi dan Manajemen 12 No. 2 (2017): h. 99.

¹⁹Lila Bismala, *Model Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah.* Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship 5 No. 1 (2016): h. 19.

²⁰Maskarto Lucky et al., *Analisis Faktor-Faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).* Transborder 2019, h. 41.

²¹Laurensius Arliman S, *Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat.* Jurnal Rechts Vinding 6 No. 3 (2017): h. 347.

²²Andi Amri, *Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia.* Jurnal Brand 2, no. 1 (2020): h. 147–153.

²³Iwan Ridwan Zaelani, *Peningkatan DayaSaing UMKM Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan IPTEK.* Transborders 3, no. 1 (2019): 15–34.

²⁴Muhammad Aminul et al., *Perilaku Produksi Di Tengah Krisis Global Akibat Pandemi COVID-19 Dan Memanfaatkan Media Online Facebook Sebagai Alternatif Pasar.* Umsida, 2020, h. 20.

²⁵Ahmad Raihan Nuari, *Pentingnya Usaha Kecil Menengah (UKM) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.* n.d h. 1.

²⁶Dani Sugiri, *Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari Dampak Pandemi Covid-19.* Research Gate (Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi) 19 (2020): h. 76.

²⁷Aknolt Kristian Pakpahan, *COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah* 20, no. April (2020). h.5.

Inovasi produk, 6) Memanfaatkan teknologi dalam melakukan promosi, 7) Menerapkan sistem manajemen usaha, terutama dalam hal pencatatan keuangan dan administrasi, dan 8) Meningkatkan kualitas SDM untuk memaksimalkan kapasitas produksi.²⁸

[3] METODOLOGI

Jenis penelitian dalam penyusunan jurnal ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*), dengan menggunakan pendekatan teologi normatif dan sosiologi ekonomi. Adapun Teknik pengumpulan data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan sumber pertama yaitu dari buku-buku yang relevan dengan objek kajian. Sedangkan data sekunder yang dimaksud adalah sumber data yang sifatnya mendukung sumber data primer, seperti jurnal, artikel, dan penelitian ilmiah lainnya.

Adapun objek kajian dalam penelitian ini adalah bersumber dari data kepustakaan atau literatur yang terkait dan relevansi dengan fokus kajian. Selanjutnya data-data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber kemudian dianalisis secara mendalam untuk mendapatkan hasil dari pemecahan permasalahan yang ada. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah tahap analisis secara mendalam dari data dan sumber yang didapatkan dari referensi kepustakaan.

[4] HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaitan dengan *al-Maqashid*, al-Syatibi menggunakan kata yang berbeda-beda. Misal *maqashid al-syariah*,

²⁸Alyas dan Muhammad Rakib, *Micro, Small And Mediu Enterprise Development Startegy In Power Economic Development(Case Study on Maros Bread Enterprise in Maros District)*. *Sosiohumaniora* 19, no. 2 (2017): 114–20.

al-maqashid al-syar'iyah, dan *maqashid min syar'i al-hukm*. Namun ketiga arti tersebut mengandung arti yang sama yaitu tujuan hukum yang diturunkan oleh Allah stw.²⁹ Al-Syatibi menggunakan istilah *masalahah* untuk menggambarkan tujuan syariah tersebut, sesuatu yang tidak dapat dipisahkan antara konsep al-Syatibi dengan *masalahah*.³⁰ Sehingga segala aktivitas seperti produksi, konsumsi, distribusi dan kegiatan ekonomi lainnya harus menyertakan kemaslahatan bagi seluruh masyarakat karena ini merupakan kewajiban umat Islam untuk memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat. Dengan demikian, seluruh aktivitas ekonomi yang mengandung kemaslahatan bagi umat manusia disebut sebagai kebutuhan (*Need*). Kemaslahatan dalam hal ini, diartikannya sebagai segala sesuatu yang menyangkut rezeki manusia, pemenuhan penghidupan manusia, dan perolehan apa-apa yang dituntut oleh kualitas-kualitas emosional dan intelektualnya, dalam pengertian yang mutlak.

Teori Maqashid pada dasarnya juga membahas teori motivasi, yaitu kebutuhan manusia yang juga dikemukakan oleh Abraham Maslow. Adapun teori kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow yaitu kebutuhan filosofis, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri secara simultan.³¹ Teori *Maqhasid* al-Syatibi

²⁹Zulkarnain Abdurrahman, *Teori Maqasid Al-Syatibi Dan Kaitannya Dengan Kebutuhan Dasar Manusia Menurut Abraham Maslow*, *Jurnal Al-Fikr* 22, no. 1 (2020): 52–70.

³⁰Ririn Tri Puspita Ningrum, *Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syari'ah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern*, *El-Wasathiyah: Jurnal Studi Agama* 2, no. 2 (2014): 142–59.

³¹Elisa Sari and Rina Dwiarti, *Pendekatan Hierarti Abraham Maslow Pada Prestasi Kerja*

merumuskan kebutuhan manusia bertujuan untuk mewujudkan kemashlahatan di dunia maupun di akhirat yang berdasarkan pada nilai-nilai syari'at yang berlaku dalam Islam.

Perspektif antara teori kebutuhan Abaram Maslow dengan al-Syatibi memiliki titik temu, yaitu pada aspek kemaslahatan untuk manusia.³² Konsep Maqashid al-Syatibi sangat penting untuk dikembangkan, terutama pengembangan model-model *ijtihad* yang pernah dikemukakan oleh ulama-ulama ushul fiqh, baik dalam metode *ijtihad* bercorak *ta'lili* maupun metode *ijtihad* yang bercorak *istishlahi*, sekaligus sebagai sarana pembentukan hukum Islam era saat ini.³³

Dari pembahasan tersebut maka peneliti dapat menjabarkan tiga hal terkait langkah yang dapat diambil untuk menciptakan nilai kesejahteraan bagi UMKM dalam pemberdayaan UMKM:

1. Strategi Pemasaran

Berbagai persoalan pasar yang kompleks menuntut setiap produsen untuk selalu memiliki strategi pemasaran. Strategi yang dilakukan haruslah handal dan baik agar produknya mampu berdaya saing dalam memasarkan produknya.³⁴ Strategi merupakan suatu rencana untuk

mencapai tujuan.³⁵ Agar UMKM dapat berdayaguna dan berkembang maka diperlukan strategi dalam pemasaran. Adapun hal yang dapat dilakukan adalah:

a) Digital Marketing

Salah satu kendala yang paling sering muncul bagi pelaku UMKM adalah modal yang terbatas, sehingga strategi yang dapat dilakukan adalah perdagangan secara *ecommerce*,³⁶ yaitu melakukan pemasaran secara digital, memperbaiki kualitas produk, dan memperbaiki layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan.³⁷ Memperhatikan strategi *marketing* merupakan cara yang harus dilakukan untuk mengatasi persoalan kurangnya modal. Karena hal tersebut bukan hanya mengatasi persoalan jangka pendek tapi bisa berdampak di masa yang akan datang. Setiap aktivitas jual beli tidak terlepas dari produksi, konsumsi, dan distribusi. Sehingga jika menyangkut masalah pemasaran misalnya masalah pengembangan teknologi dengan istilah *strategy digital marketing* dapat dilakukan. Bisa melalui Facebook, Instagram, Twitter, dan Website. Hal tersebut akan menciptakan *brand awareness*,

Karyawan PT. Madura (PG Madukismo) Yogyakarta. *Jurna Perilaku Dan Startegi Bisnis Universitas Mercu Buana* 6, no. 1 (2018): h. 58.

³²Zulkarnain Abdurrahman, *Teori Maqasid AL-Syatibi Dan Kaitannya Dengan Kebutuhan Dasar Manuisoa Menurut Abraham Maslow*. Al-Fikr 022 (2020): h. 68-69.

³³Suyitno, *Maqhasid As-Syariah dan Qishas: Pemikiran As-Syatibi Dalam Kitab Al-Muwafaqat*. Muaddib 05, no. 01 (2015): h. 73-94.

³⁴Nurul Mubarak, "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista," *I-Economics* 3, no. 1 (2017): h. 74.

³⁵Ismail Marzuki and Fatih Ramdaniah, "Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam," *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2019): h. 55.

³⁶Wicaksono Febriantoro, "Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia," *Jurnal MANAJERIAL* 17, no. 2 (2018): h. 18.

³⁷Wan lura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* 10, no. 1 (2020): h. 89-98.

*engagement, sales, hingga loyalty.*³⁸ Dengan strategi pemasaran digital diharapkan UMKM dapat memiliki keunggulan bersaing.

William Tanuwidjaja yang merupakan Founder sekaligus CEO Tokopedia mengatakan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kesempatan yang sama. Teknologi merupakan kekuatan yang besar dimana Indonesia adalah negara kepulauan dengan 17 pulau, maka sulit membangun infrastruktur yang merata di seluruh Indonesia. Dengan hadirnya teknologi maka masyarakat dimana pun ia berada bahkan terpencil pun dan tak memiliki pusat perbelanjaan dapat berbelanja dimana pun ia berada, karena ia memiliki akses pasar keseluruhan pengguna internet yang ada. Digital marketing merupakan salah satu penyelamat disaat pandemi.³⁹

Hadirnya peran teknologi yang diciptakan merupakan solusi terbaik, apalagi di era modern yang memaksa setiap individu untuk faham. Dari ibu rumah tangga yang biasanya hanya mengurus dapur misalnya, maka pandemi memaksa mereka untuk fahami teknologi untuk mengajarkan anaknya sekolah online. Kondisi pandemi yang melanda Indonesia saat ini adalah masalah yang kemudian bisa menjadi tantangan baru untuk semakin

memajukan industri kreatif, terkhusus mengenai masalah UMKM. Jika dapat menjadi fokus utama maka UMKM justru akan menjadi solusi.

Dari penelitiannya, Wardhana menyebutkan bahwa strategi pemasaran digital berimplikasi pada keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Faktor lain yang menjadi kendala adalah permodalan, SDM, dan profesionalitas manajerial.⁴⁰ Digital marketing merupakan cara yang ampuh dalam meroketkan merek suatu produk maupun jasa. Karena hal tersebut dapat menjangkau banyak kalangan, sehingga dapat menjadi jauh lebih unggul dibandingkan marketing konvensional yang terbatas waktu, lokasi, dan jangkauan.⁴¹

b) Segmentasi Pasar

Salah satu kunci sukses atau kemajuan suatu usaha seseorang dalam hubungannya dengan pembeli atau konsumen adalah kesuksesan mereka dalam bidang pemasaran produknya. Adapun hal yang dapat dilakukan dalam strategi pemasaran adalah dengan mengetahui segmentasi pasar yang terdiri dari geografi, demografi, psikografi, dan tingkah laku. Selanjutnya ada target pasar dan posisi pasar, hal tersebut

³⁸Aditya Wardhana, "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK Di Indonesia," *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* 4, no. April 2015 (2015): h. 327.

³⁹William Tanuwidjaja. *Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM*. Wawancara metronews. Youtube agustus 2020.

⁴⁰Aditya Wardhana, "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK Di Indonesia", h. 327.

⁴¹Femi Oktaviani and Diki Rustandi, "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness," *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, no. 1 (2018): h. 1.

dapat diterapkan sebagai strategi oleh para pelaku UMKM.⁴²

2. Kerjasama Antar Pemerintah, Pihak Swasta, dan Pelaku UMKM

Kerjasama antar industri kreatif dengan pemerintah setempat, serta dengan pihak-pihak swasta lainnya sangat diperlukan. Dengan demikian pemerintah dengan swasta dapat bersinergi membantu pelaku UMKM.⁴³ Misalnya dalam hal pemasaran, kita tidak boleh mengabaikan strategi tersebut karena dapat berakibat pada tidak bertahannya usaha, sehingga dibutuhkan strategi didalamnya. Setiap peran masyarakat dalam UMKM tentu menjadi tanggungjawab dari pemerintah itu sendiri.

Kolaborasi antar UMKM dengan pemerintah adalah langkah solutif dalam menjadikan UMKM sebagai sumber pemasukan/pendapatan pemerintah. UMKM bukan hanya bisa memajukan sektor ekonomi dalam perdagangan atau jual beli, akan tetapi bisa menjadi salah satu alternatif pengembangan sektor pariwisata dengan hadirnya halal food yang kemudian gencar digalakkan oleh banyak lembaga.

Undang-undang yang mengatur pelaku usaha pada Pasal 33 UUD 1945 seharusnya berjalan optimal untuk melindungi UMKM,

⁴²Syifa Rahmiani Arifin et al., "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *LAN RI Makarti Bhakti Nagari*, 2019, h. 7.

⁴³Amin Dwi dan Dwi Susilowati Ananda, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang," *Jurnal Ilmu Ekonomi UMM X* (n.d.): h. 120.

karena pasar bebas yang di gagas oleh Adam Smith menurut John Ralwn justru akan menimbulkan jurang ketimpangan ekonomi antara usaha besar dengan usaha kecil, akhirnya tidak menjamin pemerataan ekonomi. Sementara demokrasi di Indonesia mengharapkan terwujudnya keadilan sosial bagi seluruh Rakyat Indonesia.⁴⁴

Jika melihat dalam persepektif *Maqashid al-Syariah*, Undang-undang Jaminan Produk Halal (JPH) adalah upaya mencapai *dhururiyyat* dalam konsep kebutuhan. Hal tersebut akan memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan produk halal bagi masyarakat. Adanya UU No 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal ini, bertujuan untuk meningkatkan produksi halal dan memberi nilai tambah bagi pelaku UMKM sehingga akan mengurangi keraguan calon pembeli. Hal tersebut secara tidak langsung akan menambah pemasukan bagi pelaku UMKM.⁴⁵

3. Memperbaiki Faktor Psikologis Masyarakat

Salah satu hambatan berkembangnya UMKM adalah karena faktor psikologis sikap negatif yang

⁴⁴Yusri, "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Keadilan Ekonomi," *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, no. 62 (2014): h. 103.

⁴⁵Muhammad Aziz, "Perspektif Maqashid Al-Syariah Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Pasca Berlakunya Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal," *AL HIKMAH Jurnal Studi Keislaman* 7, no. September (2017): h. 92.

terbentuk di masyarakat. Akibatnya minat terhadap dunia wirausaha semakin berkurang. Sumber penghasilan yang dianggap tidak stabil, pekerjaan rendah, kurang terhormat, dan banyaknya anggapan lainnya. Hal seperti ini yang paling banyak terjadi di Indonesia, sehingga tidak berminat jika anak atau keluarganya melakukan pekerjaan tersebut. Akibatnya para orang tua menginginkan anak-anaknya lebih terjun menjadi karyawan swasta atau pegawai negeri, apalagi jika sang anak memiliki gelar akademik dari perguruan tinggi.⁴⁶

Padahal UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian, hal ini terbukti saat UMKM mampu menjadi katup pengaman perekonomian nasional di saat terjadinya krisis.⁴⁷ UMKM juga menjadi dinamisator dari pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi yang terjadi. Suatu kenyataan yang tidak bisa dipungkiri bahwa UMKM di Indonesia adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga hal tersebut dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Masih rendahnya profesionalisme sumber daya manusia yang mengelola, kemampuan penguasaan teknologi yang rendah, keterbatasan permodalan, serta akses terhadap perbankan dan pasar, menjadi permasalahan yang harus segera dicarikan solusi untuk membentuk

strategi penguatan UMKM.⁴⁸ Jika persoalan psikologi masyarakat tidak dihilangkan maka selamanya masyarakat Indonesia akan terus berada di pemikiran primitif yang kemudian akan menghambat perkembangan UMKM. Hal ini mungkin dianggap sepele akan tetapi jika persoalan ini mengakar maka tentunya akan mengakibatkan lambannya kemajuan perekonomian di sektor UMKM.

Jika melihat data dari Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2014, sudah terdapat sekitar 57,8 juta pelaku UMKM yang tersebar di Indonesia. Diperkirakan dari tahun 2017 hingga tahun-tahun selanjutnya, jumlah pelaku UMKM akan terus bertambah dan bermunculan.⁴⁹

Bukan hanya berperan dalam perkembangan ekonomi nasional, UMKM juga terbukti dalam perkembangan ekonomi dan ketenagakerjaan di Indonesia, distribusi hasil, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, peningkatan ekspor nonmigas, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB),⁵⁰ serta dapat menjadi solusi dari persoalan pengangguran di Indonesia dengan tingkat penyerapan tenaga kerja kurang lebih 97,22% dari seluruh tenaga kerja nasional. Dalam PDB, UMKM telah memberi kontribusi sebanyak 57,84%

⁴⁸Mohamad Nur Singgih, "Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sebagai Refleksi Pembelajaran Krisis Ekonomi Indonesia," *Ekonomi Modernisasi* 3, no. 3 (2007): h. 218.

⁴⁹Adnan Husada Putra, "Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora," h. 42.

⁵⁰Alifah Fidela, Aprinaldi Pratama, and Tita Nursyamsiah, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya Di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang," *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 2, no. 3 (2020): h. 493.

⁴⁶Sri Wahyuningsih, "Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia" 5, no. 1 (2009): h. 2.

⁴⁷Adnan Husada Putra, "Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora," *Jurnal Analisa Sosiologi* 5 no. 2 (2016): h. 42.

menjadi 60,34%. Data tersebut menjadi bukti bahwa UMKM dapat menekan angka pengangguran dan mengatasi persoalan kemiskinan dan menjadi pilar pembangunan ekonomi di Indonesia.⁵¹ Bisa dibayangkan jika intensitas tenaga kerja cukup stabil serta tingkat investasi cenderung lebih kecil, akibatnya UMKM lebih fleksibel dalam menghadapi dan beradaptasi dengan perubahan pasar termasuk jika terjadi resesi ekonomi.⁵²

[5] KESIMPULAN

Pandangan al-Syatibi memiliki tujuan utama dari syari'ah yaitu untuk menjaga dan memperjuangkan tiga kategori hukum, yang disebutnya sebagai *Daruriyyat*, *Hajiyyat*, dan *Tahsiniyyat*. Menurut al-Syatibi Segala aktivitas ekonomi harus membawa kemaslahatan bagi seluruh masyarakat, dimana kemaslahatan itu merupakan kebutuhan (*needs*). Teori *Maqhasid* al-Syatibi merumuskan kebutuhan manusia bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan di dunia maupun di akhirat yang berdasarkan pada nilai-nilai syari'at yang berlaku dalam Islam.

Ada tiga hal terkait langkah yang perlu dibenahi untuk menciptakan nilai kesejahteraan dalam pemberdayaan UMKM yaitu (1) Strategi pemasaran, (2) Kerjasama antar Pemerintah, pihak Swasta dan pelaku UMKM, (3) Faktor psikologis masyarakat.

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan UKM yaitu digital marketing dan segmentasi pasar. Digital marketing merupakan cara yang ampuh dalam memasarkan suatu produk. Karena hal tersebut dapat menjangkau banyak kalangan dan tidak terbatas waktu dan tempat karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Begitupun dengan mengetahui segmentasi pasar yang terdiri dari geografi, demografi, psikografi, dan tingkah laku maka akan memudahkan kita untuk memasarkan suatu produk.

Kerjasama antar pemerintah, pihak swasta dan pelaku UMKN menjadi suatu yang penting untuk dibenahi, karena jika semuanya bersinergi dengan baik maka tidak hanya akan memberdayakan UMKN tetapi juga akan meningkatkan perekonomian Nasional.

Sama halnya dengan strategi dalam membenahi psikologis masyarakat atau pola pikir masyarakat yang masih memandang sebelah mata pada UMKN dibandingkan pekerjaan lainnya. Padahal UMKN merupakan salah satu strategi penekanan tingkat pengangguran sehingga dapat mengatasi persoalan kemiskinan.

Oleh karena itu, untuk memberdayakan UMKN, maka harus menggunakan strategi-strategi yang tepat dengan tidak melupakan tujuan aktivitas ekonomi yaitu kemaslahatan sebagaimana yang tertuang dalam konsep *Maqasid al-Syatibi*. Dengan menerapkan konsep mashlahah dalam setiap kegiatan UMKN maka akan mengontrol setiap kegiatan dan menghindari kecurangan sehingga pastinya akan berdampak baik bagi setiap masyarakat dan bagi kelangsungan UMKN itu sendiri.

⁵¹Gunarti N, "Penguatan UMKM Sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi," *Pendidikan, Eduka Jurnal Vol, Bisnis* 1, no. V (2017): 59–74.

⁵²Sabil, "Analisa Terhadap UKM Sebagai Kekuatan Sistem Ekonomi Kerkyatan Di Indonesia," *Moneter (Jurnal Akuntansi Dan Keuangan)* 1 No. 2 (2014): 163–72.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Kasdi and Dosen Stain Kudus, *Maqasyid Syari'ah Perspektif Pemikiran Imam Syatibi Dalam Kitab*. Yudisia, 2014.
- Abdurrahman, Zulkarnain. *Teori Maqasid Al-Syatibi Dan Kaitannya Dengan Kebutuhan Dasar Manusia Menurut Abraham Maslow*, Jurnal Al-Fikr 22, no. 1, 2020.
- Alifah Fidela, Aprinaldi Pratama, and Tita Nursyamsiah, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya Di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang," *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 2, no. 3, 2020.
- Amalia dan Rizky Nurul, *Implementasi Konsep Maqashid Syariah Pada Strategi Pengembangan UMKM Sektor Perdagangan Di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.*, Jurnal Repository UMY, 2018.
- Amin Dwi dan Dwi Susilowati Ananda, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang," *Jurnal Ilmu Ekonomi UMM X*.
- Andi Amri, *Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia*. Jurnal Brand 2, no. 1 (2020).
- Annisa Dinar dan Siti Inayatul Faizah Rahman, *Kesejahteraan Dalam Persepektif Maqashid Syariah Pada Karyawan Badan Amil Zakat dan Lembaga Amil Zakat Di Kota Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan 6, no. 12, 2019.
- Ariani dan Mohamad Nur Utomo, *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan*, Jurnal Organisasi dan Manajemen 12 No. 2, 2017.
- Arliman S, Laurensius. *Perlindungan Hukum UMKM Dari Eksploitasi Ekonomi Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Rechts Vinding 6 No. 3, 2017.
- Aziz, Muhammad. "Perspektif Maqashid Al-Syariah Dalam Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Di Indonesia Pasca Berlakunya Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal," *AL HIKMAH Jurnal Studi Keislaman* 7, no. September, 2017.
- Bismala, Lila. *Model Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah*. Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship 5 No. 1, 2016.
- Elisa Sari and Rina Dwiarti. *Pendekatan Hierarti Abraham Maslow Pada Prestasi Kerja Karyawan PT. Madura (PG Madukismo) Yogyakarta*. Jurna Perilaku Dan Startegi Bisnis Universitas Mercu Buana 6, no. 1, 2018.
- Fajar dan Achsanina Hendratmi Kristanto, *Kesejahteraan Nelayan Puger Wetan Perspektif Maqashid Syariah Al-Syatibi*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan 6 no.4,2019.
- Febriantoro, Wicaksono. "Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia," *Jurnal MANAJERIAL* 17, no. 2, 2018.
- Femi Oktaviani and Diki Rustandi. "Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness," *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, no. 1, 2018.
- Galuh Nashrullah Kartika Mayangsari R and H. Hasni Noor, *Konsep Maqashid Al-Syariah Dalam Menentukan Hukum Islam (Perspektif Al-Syatibi Dan Jasser Auda)*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah 1, no. 1 (2014)
- Gunarti N. "Penguatan UMKM Sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi," *Pendidikan, Eduka Jurnal Vol, Bisnis* 1, no. V, 2017.

- Gunawan, Rahmat. *Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam*. Al Masalah 13 no. 1, 2017.
- Hapsoro, Bayu Bagas. Palupiningdyah, and Achmad Slamet, *Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset*, Jurnal Pengabdian Masyarakat 23, no. 2, 2019.
- Hardilawati, Wan laura. "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19." Jurnal Akuntansi dan Ekonomika 10, no. 1, 2020.
- Husada Putra, Adnan. "Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora," *Jurnal Analisa Sosiologi* 5 no. 2, 2016.
- Imani, Safarinda. *Analisis Kesejahteraan Maqashid Syariah Pada Usaha Mikro Kecil Menengah*. Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan 4, no. 1, 2019.
- Ismail Marzuki and Fatih Ramdaniah. "Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam," *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 6, no. 1, 2019.
- Jamaluddin, Jamaluddin, and M. Wahyuddin Abdullah. "The Role of Sharia Financial Institution to Empowering SMEs." *Jurnal Iqtisaduna* (2019): 155-169.
- Jamaluddin, Jamaluddin, Anisa Nurfayda, and Anna Erviana. "JUAL BELI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education* 1.1 (2022): 1-15.
- Kasim, Sinta, Weni Octaviani, and Harifuddin Lukman. "REKONSTRUKSI ETIKA BISNIS ISLAMIS DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN." *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education* 1.1 (2022): 63-73.
- Khatib, Suansar. *Konsep Maqashid Al-Syari'ah: Perbandingan Antara Pemikiran Al-Ghazali dan Al-Syathibi*, Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan 5, no. 1, 2018.
- Lucky, Maskarto et al. *Analisis Faktor-Faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Transborder 2019.
- Marlinah, Lili. *Peluang Dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 1*. Jurnal Ekonomi 22, no. 2, 2020.
- Moh Toriquddin, *Teori Maqashid Syari'ah Perspektif Al-Syatibi*. Jurnal Syariah Dan Hukum 6, no. 1, 2014.
- Mubarok, Nurul. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista," *I-Economics* 3, no. 1, 2017.
- Ririn Tri Puspita Ningrum, *Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syari'ah Dan Implikasinya Terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern*. El-Wasathiyah: Jurnal Studi Agama 2, no. 2, 2014.
- Rohman, Fatur. *Maqasid Al-Syari'ah Dalam Perspektif Al-Syatibi*. Isti'dal (Jurnal Studi Hukum Islam) Vol 4, 2017.
- Sabil. "Analisa Terhadap UKM Sebagai Kekuatan Sistem Ekonomi Kerkyatan Di Indonesia," *Moneter (Jurnal Akuntansi Dan Keuangan)* 1 No. 2, 2014.
- Sahib, Munawwarah, Muh Fitrah Anugrah, and Nurfaidah Syam. "IMPLEMENTASI ETIKA EKONOMI ISLAM DALAM KEGIATAN PRODUKSI, DISTRIBUSI DAN KONSUMSI." *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education* 1.1 (2022): 16-27.
- Sugiri, Dani. *Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dari*

- Dampak Pandemi Covid-19.* Research Gate (Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi) 19, 2020.
- Syifa Rahmiani Arifin et al. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *LAN RI Makarti Bhakti Nagari*, 2019.
- Suyitno. *Maqhasid As-Syariah dan Qishas: Pemikiran As-Syatibi Dalam Kitab Al-Muwafaqat.* Muaddib 05, no. 01, 2015.
- Tanuwidjaja, William. *Digitalisasi dan Pemberdayaan UMKM.* Wawancara metronews. Youtube, Agustus 2020.
- Uddin, Jamaluddin, Irwan Misbach, and Abdul Wahab. "The Distribution of Zakat Mal Based on Al-'Adl in Order to Improve The Welfare of The Mustahiqs in The Laznas of Baitul Mal Hidayatullah South Sulawesi." *Al-Ulum* 20.1 (2020): 233-251.
- Wahyuningsih, Sri. "Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia" 5, no. 1, 2009.
- Wardhana, Aditya. "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK Di Indonesia," *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* 4, no. April, 2015.
- Yusri. "Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Keadilan Ekonomi," *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, no. 62, 2014.
- Zaelani, Iwan Ridwan. *Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan IPTEK.* Transborders 3, no. 1, 2019.
- Zatadini, Nabila and Syamsuri Syamsuri, *Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal,* AL-FALAH: Journal of Islamic Economics, 2018.