

# ANALISIS STRATEGI DIGITALISASI UMKM LOKAL DI ERA MINIMARKET MODERN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS PADA KOPERASI WARKO DIGITAL NUSANTARA BANJARMASIN)

Nur Aida Hayati<sup>1</sup>, Iman Setya Budi<sup>2</sup>, Abdul Wahab<sup>dst</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 19510101

<sup>2</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 1127048201

<sup>3</sup>Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 1118108902

E-mail: nuraidahyt@gmail.com/081528680549

## ABSTRAK

Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan misi utama pemerintah agar transformasi digital terus terdorong dengan memaksimalkan pemanfaatan fasilitas digitalisasi guna meningkatkan level UMKM. Warko mengemban misi yang sejalan dengan pemerintah dimana berperan sebagai motor penggerak digitalisasi melalui pembekalan UMKM *go-digital* namun atas dasar berempati terhadap kondisi memprihatinkan UMKM ditengah persebaran minimarket modern karena terjadi persaingan yang kurang sehat bagi UMKM lokal. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yang terdiri dari: 1) Bagaimanakah strategi digitalisasi UMKM lokal di era minimarket modern pada Warko? 2) Bagaimanakah strategi yang dirumuskan tersebut menurut perspektif ekonomi syariah? Tujuan penelitian ini untuk memecahkan masalah bagaimanakah strategi digitalisasi UMKM lokal di era minimarket modern pada Warko dan bagaimanakah strategi yang dirumuskan tersebut menurut perspektif ekonomi syariah. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif jenis *case studies*. Teknik pengumpulan data berupa observasi, *interview*, dokumentasi, dan kepustakaan. Hasil penelitian yang didapatkan dengan analisis SWOT digitalisasi UMKM pada Warko diperoleh: 1) Strategi dengan menggunakan perumusan: Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi S-T (*Strengths-Weaknesses*), Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) dan rekomendasi beberapa program yang dapat mendorong kelancaran pada strategi digitalisasi. 2) Difungsikannya nilai islam terhadap strategi digitalisasi Warko dianalisis dengan menghubungkan antara prinsip islam dalam menyusun strategi dengan aspek digitalisasi.

**Kata Kunci:** Strategi Digitalisasi; UMKM; Minimarket Modern;

---

## ABSTRACT

*Digitalization of (Small Micro and Medium Enterprises) MSMEs is the main mission of the government so digital transformation continues to be encouraged by maximizing the use of digitalization facilities to increase the level of MSMEs. Warko carries out a mission that is in line with the government which acts as a driving force for digitalization through the provision of go-digital MSMEs but based on empathizing with the poor conditions of MSMEs amid the spread of modern minimarket due to unhealthy competition for local MSMEs. This research has a problem formulation consisting of: 1) how is the digitalization strategy of local MSMEs in the modern minimarket era at Warko? 2) how is the strategy formulated from the perspective of syaria economics? The purpose of this study is to solve the formulation of the problem of how the digitalization strategy of local MSMEs in the modern minimarket era at Warko and how the formulated strategy is from the perspective of islamic economics. The methodology used in this research is qualitative Case Studies. Data collection techniques are observation, interviews, documentation, and literature. The results of the research obtained by SWOT analysis of MSMEs digitalization at Warko were obtained: 1) Strategy using the formulation: S-O Strategy (Strengths-Opportunities), W-O Strategy (Weaknesses-Opportunities), S-T Strategy (Strengths-Weaknesses), W-T Strategy (Weaknesses-Threats) and recommendations for several programs that can encourage smoothness in the digitalization strategy. 2) The function of Islamic values on Warko's digitalization strategy is analyzed by connecting Islamic principles in developing strategies with digitalization aspects.*

**Keywords:** Digitalization Strategy; MSMEs; Modern Minimarket

## REFERENSI

### BUKU

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, A., Bagis, F., & Hidayah, A. (2021). *Manajemen Bisnis Dalam Perspektif Islam Dan Teori*. Purwokerto: UM Purwokerto Press (Anggota APPTI).
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tim Komunikasi GoSend-Corporate Affairs, Gojek. (2022). *Kiat Jitu Menjadi Best Seller: Dukungan GoSend Untuk Pertumbuhan UMKM di Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *UMKM Dan Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang: UNISSULA PRESS.
- Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliasari, I. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ilyas, R., & Hartono, R. (2023). *Digitalisasi UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi*. Bangka: Shiddiq Press.
- Moelong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- KKN-DR UINSU Kelompok 200 Desa Hinai Kanan. (2021). *Buku Saku Digitalisasi UMKM*. Medan: Repository UIN Sumatera Utara.
- Kasali, R. (2018). *The Great Shifting*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khairin, F. N., Kusumawardani, A., Ginting, Y. L., & Syakura, M. A. (2021). *UMKM Tangguh : Digitalisasi Dan Transformasi Hijau*. Surabaya: PUSTAKA AKSARA.
- Komaruddin. (1994). *Ensiklopedia Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara.
- Limbong, B. (2012). *Pengusaha Koperasi*. Jakarta Selatan: Margaretha Pustaka.
- Nazir, M. (1999). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prastwo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzzmedia. Yogyakarta: Arr-ruzzmedia.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sri, H., Sukesi., dan & Kanty, H. (2019). *Manajemen UMKM Dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai, Unitomo Press*. Surabaya: Unitomo Press.
- School of Business & Management. (2021). *Buku Ajar: UMKM Go Digital Syariah*. (Jakarta: Kneks.co.id).
- Sondang, P. S. (2015). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi ke-3)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019) *Metodologi Penellitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Tim Komunikasi GoSend-Corporate Affairs, Gojek. (2022). *Kiat Jitu Menjadi Best Seller Dukungan GoSend Untuk Pertumbuhan UMKM Di Era Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wijoyo, H., dkk. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Yasyin, S. (1997). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amanah.

### HASIL WAWANCARA

- Wiradhana, A.N. (2023, 3 April). Strategi Digitalisasi UMKM Di Era Minimarket Modern Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. (Nur Aida Hayati, Interviewer)
- Wiradhana, A.N. (2023, 3 Juni). Strategi Digitalisasi UMKM Di Era Minimarket Modern Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. (Nur Aida Hayati, Interviewer)

### JURNAL

- Almer, R. Y., & Putri, N. K. (2022). Kesiapan UMKM Dalam Mengimplementasikan Digitalisasi Ekonomi. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 15 (1), 69–80. doi: 10.15408/akt.v15i1.24355
- Ansori, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7 (1), 1–18. doi: <https://dx.doi.org/10.32678/ije.v7i1.33>
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah Di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3 (2), 192–205. doi: 10.47467/alkharaj.v3i2.311

- Aryani, D. (2011). Efek Pendapatan Pedagang Tradisional Dari Ramainya Kemunculan Minimarket Di Kota Malang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2 (2), 169–180.
- Bakar A.A., Sagir, J., & Husnan, L. H. (2021). Analisis Strategi Toko/Retail Tradisional Dalam Menghadapi Minimarket/Retail Modern Di Kabupaten Lombok Tengah. *Distribusi-Journal of Management and Business*, 9 (2), 171–192. doi: 10.29303/distribusi.v9i2.156
- Ermawati, S., & Lestari, P. (2022). Pengaruh Startup Sebagai Digitalisasi Bagi Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 2 (5), 221–228. doi: 10.55047/transekonomika.v2i5.186
- Handini, V. A., & Choiriyati, W. (2021). Digitalisasi UMKM Sebagai Hasil Inovasi dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi Covid-19. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11 (2), 150-167. doi: 10.31506/jrk.v11i2.9682
- Istiqamah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus). *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5 (2), 363–382. doi: http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2 (1), 159–168.
- Mandira, I M. C., & Kusuma, P. S. A. J. (2022). Strategi Digitalisasi Ekonomi Kerakyatan. *Management and Accounting Expose*, 5 (1), 11-22. doi: 10.36441/mae.v5i1.633
- Safri, H. Globalisasi Ekonomi Dalam Perspektif Islam. (2018). *Jurnal Ecobisma*, 5(1), hlm. 84–98. doi: https://doi.org/10.36987/ecobi.v5i1.77
- Setyorini, H., Effendi M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5 (1), 46–53. doi: https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. (2017). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 16 (2), 136-147. doi: https://dx.doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319
- Presiden RI No.112 tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dikutip dari bpk.go.id: https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007. Di akses pada 18 Maret 2023 pukul 15.00 Wita.
- Berita Warko. (2019, 24 Desember). *Warko dan Startup Borneo Audiensi Ke Walikota Banjarmasin*. Dikutip dari Warko.id: https://warko.id/warko-dan-startup-borneo-audensi-ke-walikota-banjarmasin/. Diakses pada 18 Maret 2023 pukul 17.00 Wita.
- Usnan. (2022, 23 Februari). *Ekonomi Islam di Era Digital: Relevansi dan Implikasi*. Dikutip dari FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta: https://febi.uinsaid.ac.id/2022/02/ekonomi-islam-di-era-digital-relevansi-dan-implikasi/. Diakses pada 17 Maret 2023 pukul 23.08 Wita.
- Yuliyana. (2021, 26 Agustus). *Jokowi Ungkap 3 Strategi Besar Bisnis Negara, Salah satunya Digitalisasi UMKM*, Dikutip dari Kompas TV: https://www.kompas.tv/nasional/205350/jokowi-ungkap-3-strategi-besar-bisnis-negara-salah-satunya-digitalisasi-umkm. Diakses pada 26 Februari 2023 pukul 22.15 Wita.
- Warko. *Portofolio Kerjasama dan Kolaborasi Warko*. Dikutip dari Warko: https://warko.id/, diakses pada 12 Juni 2023 pukul 16.30 Wita.
- Widodo, Hari. (9 Agustus 2022). *Dorong Perkembangan UMKM di Banjarmasin, Pemko Beri Bantuan Modal Tanpa Bunga Kepada 310 UMKM*. Dikutip dari: Tribunbanjarmasin.com. https://banjarmasin.tribunnews.com/2022/08/09/dorong-perkembangan-umkm-di-banjarmasin-pemko-beri-bantuan-modal-tanpa-bunga-kepada-310-umkm#:~:text=Hingga%202022%20ini%20sebanyak%2037.540,dan%20usaha%20mikro%20sebanyak%2032.167. Diakses pada 26 Februari 2023 pukul 22.00 Wita.

## SKRIPSI DAN DISERTASI

- Fadhila, N. (2022). *Peran Digitalisasi Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Kafe Di Kota Bandar Lampung)* (Tesis, Diploma Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). Diakses dari: http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/22142
- Khamidah, N. (2019). *Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Usaha Sprei Lukis Bali "Mustika" di*

## INTERNET

Badan Pemeriksaan Keuangan RI. Peraturan

*Kabupaten Batang* (Tesis, Diploma Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). Diakses dari: <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/11116>

Suginam. (2021). *Strategi Optimalisasi Implementasi Digitalisasi Pengelolaan Zakat Sebagai Upaya Meningkatkan Transparansi Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di Sumatera Utara* (Tesis, Doctoral Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan). Diakses dari: <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14510>

#### **LAINNYA**

*Al-Qur'an dan Terjemahnya*/Kementerian Agama RI; Penerjemah, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-qur'an; Disempurnakan Oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an.