

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menjadi semakin penting untuk meningkatkan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan strategi yang tepat untuk bertahan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di industri kuliner. Pelaku usaha dipaksa untuk tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen melalui praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Ini disebabkan oleh banyak tantangan di pasar, seperti perubahan preferensi konsumen, kenaikan biaya bahan baku, keterbatasan modal, dan persaingan. Dalam situasi ini, strategi dapat didefinisikan sebagai kumpulan tindakan yang direncanakan secara sistematis dan berkesinambungan untuk mencapai tujuan bisnis dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Bagi pelaku usaha Muslim, strategi bisnis tidak hanya menjadi instrumen ekonomi, tetapi juga wadah untuk menegakkan nilai moral dan spiritual yang bersumber dari ajaran Islam. Strategi bisnis yang berlandaskan nilai Islami, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), tidak hanya mencari keuntungan finansial, tetapi juga menggabungkan prinsip moral dan spiritual seperti kejujuran (*shiddiq*), tanggung jawab (*amanah*), keadilan (*‘adl*), dan konsistensi (*istiqamah*).

Dalam konteks kewirausahaan modern, strategi merupakan rangkaian tindakan yang dirancang secara sistematis dan berkesinambungan untuk mencapai tujuan bisnis yang adaptif terhadap dinamika lingkungan (Oktavia, 2022). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islami pada usaha kecil dan menengah berdampak positif terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha mereka. Karena strategi kewirausahaan Islami relevan

untuk masyarakat Muslim, pelaku usaha harus mempertimbangkan nilai-nilai sosial dan kemaslahatan masyarakat serta kemampuan bersaing di pasar.

Penelitian ini berdasarkan dari kebutuhan memahami strategi usaha halal dan beretika dalam sektor kuliner tradisional, karena kegiatan ekonomi dalam perspektif Islam tidak hanya sekadar mencari rezeki, tetapi juga merupakan bentuk ibadah (*'amal shalih*) apabila dilakukan dengan niat yang tulus serta berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Dalam pandangan Islam, agama bersifat menyeluruh (*kaffah*), yaitu tidak hanya mengatur tata cara ibadah, tetapi juga mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk aktivitas pekerjaan dan kewirausahaan. Ajaran Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan berusaha secara sungguh-sungguh dalam mencari rezeki yang halal, sekaligus menjaga keseimbangan antara urusan dunia dan akhirat. Hal ini ditegaskan dalam firman Allah SWT:

Artinya : *“Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah, serta ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.”* (Q.S. Al-Jumu'ah [62]: 10)

Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya bahwa dalam bisnis kuliner halal, penerapan etika bisnis Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab terbukti dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat reputasi perusahaan, dan mendukung keberlanjutan bisnis (Yuwono et al., 2025). Studi terbaru menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM tentang prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, transparansi, amanah, dan kepatuhan terhadap peraturan halal memengaruhi kualitas praktik bisnis serta kemampuan perusahaan untuk membangun kepercayaan pelanggan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis (Rosandy, 2024). Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi operasional dan manajemen yang dapat digunakan oleh pemilik usaha kuliner tradisional untuk memenuhi prinsip halal dan beretika sehingga menghasilkan keuntungan secara ekonomi serta keuntungan spiritual dan sosial.

Nilai-nilai Islam membentuk cara pelaku bisnis berpikir, bersikap, dan bertindak saat mereka melakukan bisnis. Ini mendorong pembentukan bisnis yang jujur dan berorientasi pada kemaslahatan (Ashari & Panorama, 2024). Dalam kewirausahaan, nilai-nilai Islam berfungsi sebagai landasan moral bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga mengedepankan keberkahan (*barakah*) serta memberikan manfaat bagi masyarakat. Pendekatan ini dikenal dengan istilah kewirausahaan Islami (*Islamic Entrepreneurship*), yaitu suatu konsep yang menggabungkan nilai-nilai spiritual Islam dengan praktik bisnis modern secara etis, rasional, dan berkesinambungan.

Strategi kewirausahaan Islami pada hakikatnya merupakan penerapan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek pengelolaan usaha, proses pengambilan keputusan, serta interaksi sosial dalam kegiatan bisnis. Prinsip-prinsip utamanya meliputi *tauhid*, kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), kerja keras (*mujahadah*), dan kebermanfaatn sosial (*maslahah*). Strategi bisnis berbasis syariah perlu menekankan prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial agar dapat mewujudkan keberlanjutan usaha serta menciptakan keunggulan kompetitif yang seimbang antara profit dan etika (Hanifah, 2025).

Dalam penerapannya, strategi kewirausahaan Islami dapat diwujudkan melalui berbagai langkah konkret. Pertama, strategi berlandaskan *tauhid*, yaitu ketika pelaku usaha memandang kegiatan bisnis sebagai bentuk ibadah yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab kepada Allah SWT agar terhindar dari praktik curang, riba, dan penipuan. Kedua, strategi kejujuran dan amanah, yang menekankan keterbukaan dalam penentuan harga, bahan baku, dan pelayanan terhadap konsumen untuk membangun kepercayaan jangka panjang. Ketiga, strategi kerja keras dan profesionalisme, sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah SWT:

Artinya: “Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya. Dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan

(kepadanya). Kemudian dia akan diberi balasan yang paling sempurna.”
(Q.S. An-Najm [53]: 39-41)

Keempat, strategi keadilan dan keseimbangan, yang menuntut pelaku usaha untuk bersikap adil terhadap pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis. Kelima, strategi kebermanfaatan sosial, yaitu orientasi bisnis yang tidak sekadar berfokus pada keuntungan pribadi, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Terakhir, strategi tertib administrasi dan transparansi, sesuai dengan perintah dalam ayat terpanjang dalam Al-Qur'an, yaitu:

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”* (Q.S. Al-Baqarah [2]: 282)

Pendekatan strategis tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan Islami tidak hanya berfungsi sebagai seperangkat nilai normatif, tetapi juga memiliki dampak nyata terhadap keberlangsungan bisnis. Penerapan nilai-nilai Islam dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi usaha terbukti mampu meningkatkan ketahanan serta keberlanjutan UMKM karena mendorong terbentuknya perilaku etis, memperkuat kepercayaan konsumen, dan membangun citra positif di tengah masyarakat (Putra, 2023).

Bisnis lokal juga menerapkan prinsip-prinsip tersebut, terutama dalam industri kuliner tradisional. Fenomena ini terlihat pada para pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon. Jenis usaha kuliner mikro ini cukup populer di kalangan masyarakat karena menawarkan hidangan cepat saji dengan harga yang terjangkau. Selain memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian lokal, warung pecel lele Lamongan juga berfungsi sebagai ruang sosial yang mempertemukan masyarakat dari berbagai lapisan. Mayoritas pelaku usahanya merupakan umat Muslim yang mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas bisnisnya, seperti menjaga kehalalan bahan makanan, kejujuran dalam penakaran porsi, serta memberikan pelayanan yang ramah dan santun. Apabila nilai-nilai tersebut diterapkan secara terencana dan konsisten, maka strategi kewirausahaan Islami dapat terbentuk dan berperan penting dalam

menjaga keberlanjutan usaha di tengah dinamika dan tantangan ekonomi modern.

Namun, para pelaku usaha mikro seperti pecel lele Lamongan masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan modal, ketidakstabilan harga bahan baku, kurangnya inovasi manajerial, serta persaingan dengan restoran berskala besar. Menurut Supandi dan Umbara (2022), permasalahan utama yang dihadapi UMKM halal di Indonesia terletak pada rendahnya kemampuan dalam mengembangkan strategi yang adaptif dan inovatif untuk merespons perubahan pasar. Oleh karena itu, diperlukan penguatan nilai spiritual dan sosial dalam pengelolaan bisnis. Dalam situasi ini, nilai-nilai kewirausahaan Islami dapat berfungsi sebagai modal sosial dan spiritual untuk mempertahankan keberlanjutan usaha.

Penerapan strategi pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti memberikan salam, menjaga kebersihan, serta melayani dengan penuh keikhlasan, terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Irawan dan Karlinda yang menunjukkan bahwa etika pelayanan Islami berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha dan loyalitas pelanggan pada UMKM berbasis syariah (Irawan & Karlinda, 2023). Selain itu, penerapan strategi promosi yang etis, dengan menekankan aspek kejujuran serta keberkahan usaha, turut berkontribusi dalam membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat citra positif bisnis di masyarakat (Sultoni et al, 2021).

Penelitian ini berupaya menutup beberapa kesenjangan penting yang telah diidentifikasi sebelumnya. Pertama, masih terbatas penelitian kualitatif yang secara mendalam menggambarkan praktik harian pelaku usaha pecel lele dalam menerapkan nilai-nilai kewirausahaan Islami. Kedua, belum tersedia panduan strategis berbasis bukti lokal yang menghubungkan etika bisnis syariah dengan praktik operasional dalam mempertahankan usaha kuliner mikro. Ketiga, terdapat kebutuhan akan rekomendasi kebijakan daerah yang lebih sensitif terhadap nilai keagamaan dan konteks sosial ekonomi pelaku UMKM. Terakhir, belum ada penelitian yang secara

mendalam mengkaji penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami pada pelaku usaha pecel lele Lamongan di Kabupaten Cirebon.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara kualitatif proses, strategi, dan dampak implementasi kewirausahaan Islami terhadap keberlangsungan usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev Kabupaten Cirebon. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman mendalam (*thick description*) mengenai bagaimana pelaku usaha menafsirkan dan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam praktik kewirausahaan sehari-hari, sekaligus menghasilkan rekomendasi strategis berbasis konteks lokal yang relevan dengan pengembangan ekonomi mikro berbasis syariah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul dan pemaparan dalam latar belakang mengenai Strategi Kewirausahaan Islami dalam Mendukung Keberlangsungan Pelaku Usaha Pecel Lele Lamongan di Jalan Tuparev Kabupaten Cirebon, maka permasalahan penelitian ini dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Belum diketahui secara mendalam bagaimana penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami dalam mendukung keberlangsungan usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev Kabupaten Cirebon.
2. Warung pecel lele rentan kehilangan daya saing di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat karena kurangnya strategi pemasaran dan keterbatasan akses permodalan.
3. Hilangnya kepercayaan pelanggan jika bisnis tidak berlandaskan nilai etika bisnis, sehingga melemahkan loyalitas pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah diadakan untuk mencegah adanya penyimpangan dari permasalahan pokok, agar penelitian terarah dan memudahkan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian sehingga penelitian tercapai sesuai dengan tujuannya. Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, ruang lingkup atau batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

1. Pelaku usaha menerapkan strategi kewirausahaan Islami yang mencakup aspek etika bisnis islam (kejujuran, amanah, dan keadilan), prinsip *halal-thayyib* dalam produk, serta manajemen bisnis yang didasarkan pada nilai-nilai Islam.
2. Dengan menggunakan strategi Islami, keberlanjutan usaha dinilai dari sudut pandang daya saing, ketahanan, terhadap persaingan, dan upaya untuk mempertahankan konsumen.
3. Objek penelitian ini adalah bisnis pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon. Bisnis UMKM kuliner lain di wilayah Cirebon tidak akan dibahas dalam penelitian ini.
4. Subjek penelitian ini adalah pemilik atau pengelola warung pecel lele Lamongan yang telah beroperasi selama minimal dua tahun dan terlibat langsung dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan bisnis.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan nilai-nilai Islam dalam kegiatan usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon?
2. Bagaimana strategi yang dijalankan pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon?
3. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi kewirausahaan islami pada pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon, menerapkan prinsip kewirausahaan Islami, terutama nilai kejujuran, amanah, keadilan, dan prinsip *halal* dan *thayyib* dalam pengelolaan bisnis.
2. Untuk menganalisis strategi kewirausahaan Islami yang digunakan oleh pelaku usaha pecel lele Lamongan dalam mendukung keberlangsungan usahanya, baik dalam aspek manajemen, pemasaran, maupun pelayanan konsumen.
3. Untuk menganalisis faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi kewirausahaan Islami pada pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang kewirausahaan Islami dan keberlanjutan usaha UMKM.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana. Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam berinteraksi langsung dengan masyarakat.

- b. Bagi Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi ilmiah bagi peneliti lain maupun pembaca tentang *Strategi Kewirausahaan Islami dalam Mendukung Keberlangsungan Pelaku Usaha Pecel Lele*

Lamongan di Jalan Tuparev Kabupaten Cirebon. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam serta menambah koleksi ilmiah di perpustakaan Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

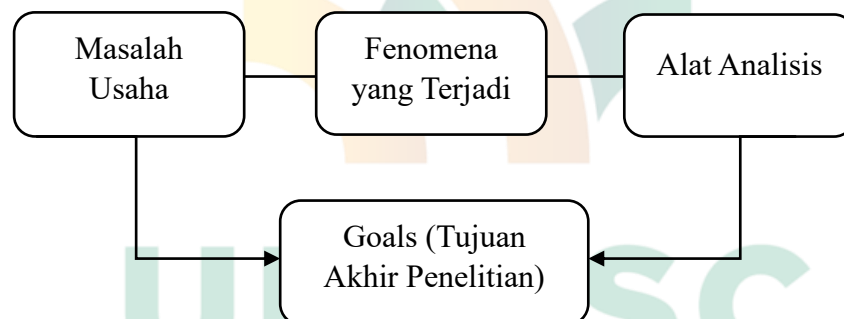
c. Bagi pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev

Penelitian ini dapat membantu pemilik bisnis pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev dalam membangun dan menerapkan strategi kewirausahaan Islami yang berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing, serta keberlangsungan usaha.

d. Bagi masyarakat umum dan konsumen

Penelitian ini dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat dan konsumen akan pentingnya mendukung bisnis kuliner yang menerapkan standar *halal*, bermoral, dan berkeadilan, sehingga tercipta lingkungan bisnis yang sehat dan beretika.

G. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dimulai dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh bisnis pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev Kabupaten Cirebon. Ini termasuk persaingan bisnis yang semakin ketat, keterbatasan modal, kenaikan harga bahan baku, dan keinginan untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan. Sebaliknya, tidak banyak penelitian yang mempelajari secara menyeluruh bagaimana prinsip kewirausahaan Islami dapat digunakan untuk mendukung keberlangsungan usaha mikro.

Fenomena yang menunjukkan bahwa beberapa pengusaha pecel lele Lamongan telah menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka. Nilai-nilai ini termasuk jujur dalam transaksi, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Penerapan nilai-nilai tersebut diduga menjadi salah satu strategi yang membantu pelaku usaha mempertahankan eksistensi usahanya di tengah berbagai tantangan bisnis.

Untuk menganalisis fenomena ini, studi ini memanfaatkan konsep Strategi Kewirausahaan Islami yang mencakup prinsip *tauhid*, *amanah*, *shiddiq*, keadilan (*'adl*), upaya keras (*mujahadah*), serta kemaslahatan (*maslahah*), dengan landasan Maqashid Syariah sebagai *grand theory*. Penelitian ini dianalisis untuk memahami bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam aktivitas bisnis, strategi yang diambil oleh para pelaku usaha, serta elemen-elemen yang mendukung dan menghambat keberlangsungan usaha.

Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai penerapan strategi kewirausahaan yang sesuai dengan prinsip Islam di kalangan para pengusaha pecel lele Lamongan yang berada di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon. Melalui pemahaman ini, diharapkan penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara nilai-nilai Islam dan keberlangsungan bisnis, serta mengidentifikasi berbagai faktor yang mendukung atau menghalangi pelaksanaannya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam mengembangkan bisnis yang tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga berlandaskan pada prinsip syariah dan manfaat sosial yang berkelanjutan.

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. n
Penelitian Terdahulu

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
1.	Strategi Pengembangan Usaha Pecel Lamongan Mas Khoiri di Kota Solok Menggunakan Analisis SWOT (Oktavia, 2022)	Strategi pengembangan, kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman	Deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT	Keberhasilan usaha dipengaruhi oleh cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan. Kelemahan ditemukan pada aspek promosi digital, pengelolaan keuangan, dan manajemen operasional	Belum mengaitkan strategi pengembangan usaha dengan nilai-nilai Islami, etika bisnis syariah, atau keberlanjutan usaha berbasis spiritual	Persamaan : sama-sama meneliti strategi pengembangan usaha pecel lele dan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing. Perbedaan : penelitian Oktavia berfokus pada analisis SWOT, sedangkan penelitian ini menambahkan perspektif kewirausahaan Islami dan aspek moral-spiritual dalam strategi keberlanjutan usaha
2.	Model Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif Berbasis <i>Islamic Entrepreneurs hip</i> di Kota Cirebon	Nilai Islam (<i>amanah</i> , <i>ihsan</i> , <i>jujur</i>), inovasi, keberlanjutan usaha	Kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi	Implementasi nilai-nilai Islam pada UMKM ekonomi kreatif berkontribusi kuat dalam	Belum menerapkan pada sektor kuliner tradisional seperti Pecel Lele Lamongan	Persamaan : sama-sama meneliti penerapan nilai-nilai Islam dalam praktik kewirausahaan. Perbedaan :

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
	(Zuhdi et al, 2025)			meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbaiki citra usaha, dan menjaga keberlanjutan bisnis melalui etika dan inovasi		penelitian Zuhdi fokus pada sektor ekonomi kreatif, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada sektor kuliner tradisional di masyarakat religius dan berbasis kebutuhan sehari-hari
3.	Analisis Manajemen Risiko Operasional pada UMKM Kebab “Fardil” Cabang Dinoyo (Maulana et al, 2024)	Risiko operasional, kontrol internal, manajemen usaha.	Studi kasus kualitatif.	Ditemukan lima risiko utama (persediaan, pelayanan, keuangan, SDM, dan kebersihan).	Tidak menyinggung nilai kewirausahaan Islami dan strategi keberlanjutan.	Persamaan : Sama-sama meneliti UMKM kuliner dan aspek keberlanjutan usaha. Perbedaan : Penelitian Maulana fokus pada risiko manajerial; penelitian ini menambahkan pendekatan nilai-nilai Islam sebagai dasar strategi mitigasi.
4.	Bank Wakaf Mikro dan Pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil	Lembaga Bank Wakaf Mikro (BWM),	Deskriptif kualitatif.	Tiga lembaga BWM yang diteliti	Fokus pada keuangan, bukan strategi	Persamaan : Sama-sama membahas pemberdayaan UMKM

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Menengah di Indonesia Perspektif Maqashid Syariah (Fakhrudin & Pratomo, 2021)	usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), penerapan konsep Maqashid Syariah		telah menjalankan pembiayaan untuk UMKM dengan sumber dana dari CSR; menggunakan skema tanpa agunan dengan margin/imbal hasil sangat rendah; mekanisme tanggung renteng dan pelatihan kewirausahaan dikombinasikan untuk mendukung pemberdayaan; secara institusional BWM beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan	wirausaha langsung.	berbasis nilai syariah. Perbedaan : Penelitian Fakhrudin fokus pada lembaga keuangan syariah; penelitian ini fokus pada pelaku usaha kuliner mikro dan penerapan langsung nilai-nilai Islam.

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
				dikaitkan dengan maqāshid syariah (termasuk aspek hifz al-māl, hifz an-nās).		
5.	Analisis Perbandingan Motivasi dan Etos Kerja Islami Pedagang Rantau dan Pedagang Lokal di Kelurahan Tanjung Enim (Rini, 2024)	Etos kerja Islami, motivasi, produktivitas usaha.	Pendekatan fenomenologis (wawancara & observasi).	Pedagang rantau lebih disiplin dan spiritual dibanding pedagang lokal	Tidak meneliti strategi bisnis maupun keberlanjutan usaha.	Persamaan : Sama-sama meneliti penerapan nilai-nilai Islam dalam perilaku usaha. Perbedaan : Penelitian Rini fokus pada perbandingan motivasi dan etos kerja; penelitian ini mengembangkan konsep tersebut menjadi strategi kewirausahaan Islami kontekstual
6.	Etika Bisnis dan Keberlanjutan Usaha: Studi pada UMKM Kuliner di Kabupaten Probolinggo (Ilhamsyah et al, 2025)	Etika bisnis, strategi keberlanjutan usaha	Studi lapangan kualitatif deskriptif	Implementasi nilai kejujuran, amanah, dan keadilan meningkatkan kepercayaan	Tidak menjelaskan aspek strategi atau implementasi praktis.	Persamaan : Sama-sama membahas etika bisnis dalam UMKM kuliner. Perbedaan : Penelitian Ilhamsyah fokus pada

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
				konsumen serta keberlanjutan usaha kuliner		etika bisnis umum; penelitian ini memperluasnya ke dalam kerangka kewirausahaan Islami secara menyeluruh.
7.	Pengaruh Kreativitas Produk, Strategi Digital Marketing, dan Kepatuhan Prinsip Bisnis Syariah Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Delizzi Rendang Siap Saji: Pendekatan <i>Mixed Methods</i> (Permana & Harsanto, 2025)	Kreativitas produk, digital marketing, prinsip syariah, keberlanjutan usaha	Kuantitatif (regresi berganda)	Ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha, dengan prinsip syariah sebagai variabel dominan.	Fokus digital, belum menyentuh konteks tradisional atau local	Persamaan : Sama-sama membahas prinsip syariah dan keberlanjutan usaha. Perbedaan : Penelitian Permana bersifat kuantitatif; penelitian ini bersifat kualitatif dan lebih menekankan dimensi spiritual dan perilaku.
8.	Transformasi UMKM Kuliner : Mengintegrasikan Etika Bisnis Islam dan Inovasi (Kirana et al, 2023)	Etika bisnis Islam, inovasi usaha, pemberdayaan UMKM	Pendekatan kualitatif	Sinergi antara nilai Islam dan inovasi meningkatkan daya saing serta kesejahteraan pelaku UMKM.	Belum ada model strategi Islami yang aplikatif.	Persamaan : Sama-sama menyoroti etika bisnis Islam dan inovasi. Perbedaan : Penelitian Kirana bersifat umum; penelitian ini menyoroti

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
						konteks lokal dan spesifik pada pelaku usaha kuliner tradisional
9.	Peran Nilai-nilai Islam dalam Keberlanjutan UMKM Perempuan (Maksum et al, 2024)	Nilai Islam (amanah, kejujuran, tolong-menolong), keberlanjutan usaha	Studi kualitatif naratif (wawancara)	Nilai-nilai Islam memperkuat ketahanan mental dan loyalitas pelanggan.	Fokus gender, bukan sektor kuliner atau model strategi.	Persamaan : Sama-sama membahas nilai Islam dan keberlanjutan usaha. Perbedaan : Penelitian Maksum fokus pada UMKM perempuan; penelitian ini fokus pada pelaku usaha laki-laki dan strategi kewirausahaan Islami.
10.	Peran Digitalisasi Pemasaran dalam Peningkatan Daya Saing dan Sustainability UMKM Kuliner di Era New Normal Perspektif Etika Bisnis Islam (Rosmitha, 2022)	Digital marketing, etika bisnis Islam, keberlanjutan usaha	Kuantitatif korelasional (survey)	Digitalisasi meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha secara signifikan, terutama bila dijiwai oleh etika Islam.	Tidak menyoroti aspek strategi kewirausahaan langsung.	Persamaan : Sama-sama meneliti etika Islam dan keberlanjutan usaha kuliner. Perbedaan : Penelitian Rosmitha fokus pada digitalisasi; penelitian ini menitikberatkan pada praktik tradisional dan spiritual kewirausahaan.

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
11.	Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Estefany et al, 2022)	strategi pemasaran syariah, pendapatan UMKM	Kualitatif studi kasus (observasi, wawancara, dokumentasi)	Implementasi pemasaran syariah sesuai prinsip syariah, peningkatan pendapatan UMKM.	Fokus hanya pada pemasaran; bukan keseluruhan strategi kewirausahaan Islami; konteks spesifik kampung Pia.	Persamaan : Sama-sama membahas usaha mikro dan nilai/norma Islami dalam praktik bisnis. Perbedaan : Konteks kampung dan pemasaran, bukan khusus warung pecel lele; belum mengukur keberlangsungan usaha secara jangka panjang
12.	The Effect Of Entrepreneurship Competence And Islamic Business Ethics On The Performance Of Micro And Small Enterprises (SMEs) Makassar (Soumena et al, 2024)	kompetensi kewirausahaan, etika bisnis Islami, kinerja MSE	Kuantitatif (SEM)	Kompetensi kewirausahaan dan etika Islami berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.	Belum fokus pada spesifikasi produk/resoratoran/usaha kuliner; belum memasukkan aspek kelangsungan/keberlanjutan spesifik.	Persamaan: Relevan karena menghubungkan kewirausahaan Islami & kinerja usaha mikro. Perbedaan : Fokus di Makassar, bukan khusus usaha pecel lele; studi lebih umum untuk MSE bukan niche kuliner kaki lima
13.	Strategi Ketahanan	strategi ketahanan	Kualitatif (studi	Strategi berbasis	Konteks lokal	Persamaan : Tema

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Syariah di Kota Solok (Putra, 2023)	n usaha, perspektif syariah, UMKM	lapangan)	syariah membantu UMKM menjaga kelangsungan usaha di masa sulit.	Solok; belum menghubungkan secara spesifik kewirausahaan Islami dengan usaha kuliner kecil.	keberlangsungan usaha sangat cocok dengan topik Anda. Perbedaan : Usaha umum UMKM, bukan spesifik usaha pecel lele lamongan di Cirebon
14.	Strategi Pemberdayaan UMKM Melalui Program Mekaar Oleh PT. PNM Kota Medan Perspektif Ekonomi Islam (Lubis et al, 2023)	pemberdayaan UMKM, program Mekaar, ekonomi Islam	Kuantitatif (data program)	Program pemberdayaan berbasis ekonomi Islam meningkatkan kapasitas UMKM.	Fokus pada program institusional; kurang mendalam i strategi kewirausahaan “internal” pelaku usaha kecil.	Persamaan : Relevan dengan pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi Islam. Perbedaan : Konteks program besar di Medan bukan usaha mikro budaya lokal Cirebon/pecel lele.
15.	The Influence of Sharia Economic Law on the Growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Digital Era (Judijanto et	hukum ekonomi syariah, pertumbuhan MSME, era digital	Kuantitatif	Hukum ekonomi syariah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan MSME dalam era digital	Tidak mengkhususkan pada usaha kuliner/wa rung; aspek lokal/ilegal mikro belum digali.	Persamaan : Menyentuh aspek syariah & pertumbuhan usaha Perbedaan : Skala MSME umum dan dalam era digital luas;

No.	Judul (Nama Penulis, Tahun)	Variabel	Metode	Hasil	Gap Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Ini
	al, 2024)					bukan spesifik warung kaki lima pecel lele.

I. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah prosedur sistematis yang diterapkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dirumuskan.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha pecel lele Lamongan menggunakan strategi kewirausahaan Islami untuk menjaga keberlangsungan usahanya.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi prinsip-prinsip, pengalaman, dan pandangan subjek penelitian dalam konteks dunia nyata. Studi kasus memungkinkan peneliti mempelajari kelompok atau unit sosial tertentu secara menyeluruh dengan melihat praktik, nilai, dan strategi Islami yang diterapkan.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon, yang dikenal sebagai salah satu kawasan kuliner terbesar dan tersibuk di wilayah Cirebon. Secara geografis, Jalan Tuparev terletak di pusat aktivitas ekonomi masyarakat, dekat dengan kawasan perdagangan dan transportasi utama. Secara demografis, kawasan ini ramai oleh penduduk dengan latar belakang ekonomi menengah ke bawah hingga menengah atas, serta menjadi tempat berkumpulnya

banyak pelaku usaha kuliner, termasuk Pecel Lele Lamongan yang berasal dari berbagai daerah di Jawa Timur.

b. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan, yakni mulai dari Oktober 2025 hingga Januari 2026

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan, pengelola usaha dan pelaku usaha pecel lele Lamongan yang menjalankan kegiatan usahanya di sepanjang Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon. Jumlah subjek penelitian yaitu sebanyak 10 orang, dengan pertimbangan keterwakilan informasi dan kedalaman data yang dibutuhkan.

b. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi kewirausahaan Islami yang diterapkan oleh pelaku usaha pecel lele Lamongan, yang meliputi aspek spiritual, etika bisnis, kejujuran, tanggung jawab sosial, serta upaya dalam menjaga dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder, yang digunakan untuk memperoleh informasi yang mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama penelitian, yaitu pelaku usaha pecel lele Lamongan di sepanjang Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui:

- 1) Hasil wawancara mendalam dengan pelaku usaha pecel lele Lamongan
- 2) Hasil observasi langsung terhadap aktivitas usaha, pola pelayanan, serta interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan fokus penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Literatur yang berkaitan dengan kewirausahaan Islami, strategi bisnis UMKM, dan keberlanjutan usaha
- 2) Dokumen, artikel jurnal ilmiah, dan laporan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memperoleh data yang mendalam serta saling melengkapi (triangulasi sumber).

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan para pemilik dan pengelola warung Pecel Lele Lamongan di Jalan Tuparev untuk memperoleh data mengenai penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami serta strategi keberlangsungan usaha. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan beberapa kriteria:

- 1) Informan merupakan pemilik usaha Pecel Lele Lamongan di Jalan Tuparev.
- 2) Informan merupakan pemilik atau pengelola warung Pecel Lele Lamongan yang telah beroperasi minimal dua tahun.
- 3) Informan merupakan pelanggan warung Pecel Lele Lamongan di Jalan Tuparev.
- 4) Terlibat langsung dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha.

Berdasarkan kriteria tersebut penentuan informan tersebut tidak ditentukan diawal melainkan mengikuti prinsip saturasi data, yaitu kondisi dimana data yang sudah diperoleh sudah berulang dan tidak lagi memberikan informasi baru.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan terhadap kegiatan usaha sehari-hari, seperti interaksi dengan pelanggan, manajemen bahan baku, hingga praktik spiritual (misalnya doa sebelum jualan, sedekah).

c. Dokumentasi

Mengumpulkan foto, catatan, atau arsip yang relevan untuk memperkuat data hasil wawancara dan observasi.

6. Instrumen Penelitian

Instrumen utama adalah peneliti sendiri sebagai pengumpul data, dibantu dengan:

- a. Panduan wawancara
- b. Lembar observasi
- c. Alat perekam dan buku catatan lapangan

Instrumen tersebut disusun berdasarkan indikator nilai-nilai kewirausahaan Islami dan konsep keberlangsungan usaha (*sustainability*).

7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus terjadi secara simultan dengan pengumpulan data di lapangan. Untuk mencapai hal ini, analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dengan menerapkan teknik analisis sebagai berikut :

a. Reduksi data

Reduksi data adalah proses penyederhanaan, pengelompokan, dan pemfokusan data mentah yang diperoleh di lapangan. Kegiatan ini mencakup proses perangkuman, pengkodean, dan penelusuran tema-tema utama yang relevan dengan tujuan penelitian. Reduksi data membantu peneliti untuk menyeleksi informasi yang penting dan membuang data yang tidak relevan, sehingga analisis menjadi lebih terarah dan sistematis.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun secara sistematis sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa bentuk narasi, matrik, bagan, jaringan, atau tabel.

c. Penarikan Kesimpulan

Selama proses penelitian berlangsung, penarikan kesimpulan dilakukan secara berkelanjutan dan konsisten. Peneliti mencari pola-pola yang berulang, menjelaskan hubungan sebab-akibat, dan mengidentifikasi temuan yang bermakna dari data lapangan. Setelah semua data terkumpul, kesimpulan akhir ditetapkan untuk menafsirkan makna dari objek penelitian secara menyeluruh.

8. Uji Keabsahan Data

Untuk menjaga validitas hasil penelitian, digunakan empat kriteria keabsahan:

- a. Kredibilitas: Data diverifikasi melalui member checking dan triangulasi antar sumber (wawancara, observasi, dokumentasi).
- b. Transferabilitas: Deskripsi lokasi dan konteks penelitian dijabarkan secara rinci agar hasil dapat diterapkan di konteks serupa.
- c. Dependabilitas: Proses penelitian didokumentasikan dengan transparan agar dapat diaudit oleh pihak lain.
- d. Konfirmabilitas: Peneliti memastikan bahwa hasil penelitian bersumber dari data empiris, bukan dari subjektivitas peneliti.

J. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan kemudahan, pemahaman serta memberikan gambaran umum kepada pembaca mengenai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Menjelaskan manfaat teoretis dan praktis dari penelitian tentang strategi kewirausahaan Islami pada usaha Pecel Lele Lamongan di Jalan Tuparev.

BAB II KAJIAN TEORI : STRATEGI KEWIRAUSAHAAN ISLAM

Bab ini membahas teori-teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian, meliputi pengertian kewirausahaan, prinsip kewirausahaan Islami, serta strategi kewirausahaan Islami berdasarkan nilai-nilai Islam seperti amanah, jujur, dan tanggung jawab. Juga mencakup penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran sebagai dasar analisis penelitian.

BAB III KONDISI OBJEKTIF PECEL LELE LAMONGAN DI JALAN TUPAREV CIREBON

Bab ini menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian, profil usaha Pecel Lele Lamongan, serta analisis kondisi usaha saat ini. Disajikan pula potensi dan tantangan penerapan strategi kewirausahaan Islami dalam pengelolaan usaha kuliner di wilayah tersebut.

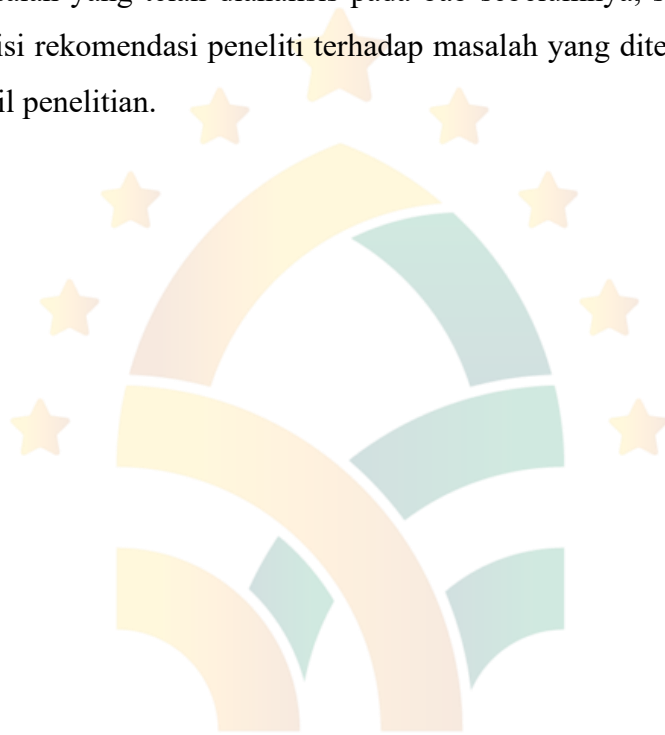
BAB IV STRATEGI KEWIRAUSAHAAN ISLAMI DALAM MENDUKUNG KEBERLANGSUNGAN PELAKU USAHA PECEL LELE LAMONGAN

Bab ini membahas tentang, bagaimana penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan Islami dalam usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon, bagaimana strategi kewirausahaan Islami digunakan oleh pelaku usaha pecel lele Lamongan untuk mendukung keberlangsungan usahanya, bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi kewirausahaan Islami pada

pelaku usaha pecel lele Lamongan di Jalan Tuparev, Kabupaten Cirebon.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dianalisis pada bab sebelumnya, sedangkan saran berisi rekomendasi peneliti terhadap masalah yang diteliti berdasarkan hasil penelitian.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON