

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

Oleh:

Aliyah Qothrunnada¹

Nurul Fatma Hassan²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Alamat: Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur (60237).

Korespondensi Penulis: qothrunnada2507@gmail.com

Abstract. *Kampung Kue MSME in Rungkut, Surabaya, is one of the local economic empowerment models that has successfully improved community welfare. This study aims to analyse the role of Kampung Kue MSMEs in improving the family economy, identify innovations applied, and evaluate government support in supporting business sustainability. This research uses a descriptive qualitative approach with in-depth interview techniques, direct observation, and document analysis. The results show that Kampung Kue MSMEs contribute to increasing family income, strengthening community solidarity, and providing positive social impacts. Innovations such as product diversification and digital marketing have improved the competitiveness of MSMEs, although there are still digital literacy constraints among business actors. Government support in the form of training, promotion and access to capital has helped sustain MSMEs, but challenges in transparency of aid allocation and relevance of training still need to be addressed. The analysis shows that Kampung Kue's main strengths lie in product diversity and government support that has recognised the potential of halal culinary. This research emphasises the importance of synergy between innovation, community empowerment, and the active role of government to create a sustainable local economic empowerment model.*

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

Keywords: *Local Economy, MSME Innovation, Cake Village.*

Abstrak. UMKM Kampung Kue di Rungkut, Surabaya, merupakan salah satu model pemberdayaan ekonomi lokal yang berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran UMKM Kampung Kue dalam meningkatkan ekonomi keluarga, mengidentifikasi inovasi yang diterapkan, dan mengevaluasi dukungan pemerintah dalam mendukung keberlanjutan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kampung Kue berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan keluarga, memperkuat solidaritas komunitas, dan memberikan dampak sosial yang positif. Inovasi seperti diversifikasi produk dan pemasaran digital telah meningkatkan daya saing UMKM, meskipun masih terdapat kendala literasi digital di kalangan pelaku usaha. Dukungan pemerintah berupa pelatihan, promosi, dan akses modal terbukti membantu keberlanjutan UMKM, namun tantangan dalam transparansi alokasi bantuan dan relevansi pelatihan masih perlu diatasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama Kampung Kue terletak pada keberagaman produk dan dukungan pemerintah yang telah mengakui potensi kuliner halal. Penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara inovasi, pemberdayaan komunitas, dan peran aktif pemerintah untuk menciptakan model pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekonomi lokal, Inovasi UMKM, Kampung Kue.

LATAR BELAKANG

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya di tengah tantangan globalisasi yang membutuhkan daya saing tinggi. Pemberdayaan UMKM telah terbukti efektif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi angka pengangguran, sekaligus menggali potensi lokal untuk dikembangkan menjadi peluang usaha yang berkelanjutan (Triatmanto et al., 2021). Salah satu contoh pemberdayaan yang berhasil adalah Kampung Kue di Rungkut Lor, Surabaya. Kampung ini telah berkembang menjadi pusat ekonomi berbasis komunitas dengan lebih dari 50 pelaku usaha yang memadukan tradisi kuliner lokal dengan inovasi modern. Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan

kesejahteraan masyarakat tetapi juga memperkuat identitas lokal sebagai ikon kuliner Surabaya(Ekaningtias et al., 2021).

Surabaya, sebagai kota metropolitan, memiliki potensi ekonomi besar yang didukung oleh sektor UMKM. Data menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi sebesar 98,8% terhadap total unit usaha di Indonesia, dengan partisipasi aktif masyarakat yang menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, meskipun Kampung Kue telah menunjukkan keberhasilan, UMKM masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, digitalisasi yang belum optimal, dan persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Dukungan pemerintah, termasuk pelatihan dan akses modal, inovasi berbasis teknologi, dan strategi pemberdayaan menjadi kunci untuk menghadapi tantangan ini. Kampung Kue telah menerapkan langkah-langkah inovatif, seperti pemasaran berbasis media sosial, pelatihan usaha, dan pengembangan produk, namun diperlukan analisis lebih mendalam untuk mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan keberlanjutan usaha berbasis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi Kampung Kue Rungkut Lor, Surabaya, sebagai dasar dalam merancang strategi peningkatan keberlanjutan bisnis berbasis prinsip *Islamic Business Sustainability*. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada "Analisis SWOT dalam Meningkatkan *Islamic Business Sustainability* pada Pelaku Usaha Kampung Kue Rungkut Lor, Surabaya".

KAJIAN TEORITIS

Teori Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Teori ini menekankan pada pentingnya integrasi antara potensi lokal, partisipasi masyarakat, dan dukungan eksternal untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Menurut Korten, pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam mengelola sumber daya lokal untuk menciptakan kesejahteraan. Dalam konteks Kampung Kue, pemberdayaan dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan kolaborasi antar pelaku usaha(Niko & Yulasteriyani, 2020).

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

Teori Inovasi dalam UMKM

Menurut Schumpeter (1942), Inovasi merupakan kunci keberhasilan usaha kecil dan menengah untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan. Inovasi yang diterapkan UMKM dapat berupa produk baru, pendekatan pemasaran, dan pengelolaan operasional yang lebih efisien (Kholid, 2023). Inovasi produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital, UMKM akan lebih mampu menerapkan inovasi produk dan lebih mampu bersaing di pasar yang semakin ketat. Pemerintah juga berperan penting dalam mendukung dan membantu UMKM untuk mendorong kemampuan inovasi produknya salah satunya dengan mengatasi kegagalan pasar, mempercepat adopsi teknologi serta menciptakan ekosistem yang mendukung (Ritomiea Ariescy et al., 2021). Secara umum, UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional (Sedyastuti, 2018). (Ananda & Susilowati, 2019) mencatat bahwa usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian lokal daerah.

Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan UMKM dalam menggerakkan aktivitas ekonomi regional dan penyediaan lapangan kerja. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai masalah mendasar, yaitu masalah kualitas produk pemasaran dan keberlanjutan usaha. Dalam penelitian ini, inovasi seperti pemasaran berbasis media sosial dan pengembangan varian produk kue menjadi poin penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM Kampung Kue.

Teori Digitalisasi dalam Usaha Kecil

Digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis (Sutanto et al., 2024). Kehadiran teknologi digital memberikan kemudahan akses tidak hanya bagi korporasi yang berkembang dengan baik, tetapi juga bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya dan membangun ketahanan bisnis di era new normal. Teknologi digital memberikan ruang yang berharga bagi UMKM untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam suasana industri yang sangat kompetitif saat ini. Penting bagi UMKM karena sektor ini diakui sebagai sektor

ekonomi yang esensial bagi stabilitas dan daya saing perekonomian suatu negara(Pimoljinda & Siriprasertchok, 2018).

Dalam konteks UMKM, digitalisasi mencakup pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, pemasaran melalui platform e-commerce, dan komunikasi dengan pelanggan melalui media sosial. Kampung Kue telah menerapkan digitalisasi sederhana melalui penggunaan *WhatsApp* dan Instagram untuk memperluas jangkauan pasar.

Teori Keberlanjutan Bisnis Islam (*Islamic Business Sustainability*)

Teori ini ialah pendekatan yang mengintegrasikan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam praktik bisnis untuk mencapai keberlanjutan yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan ini menekankan pentingnya menggabungkan nilai-nilai spiritual dan moral Islam dalam pengelolaan bisnis, seperti konsep *Tauhid*, *Khilafah*, dan *Maqashid al-Shariah*, yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan umat manusia secara keseluruhan(Lada et al., 2023).

Teori Analisis SWOT

Menurut Novianto, Philip Kotler mengemukakan bahwa Analisis SWOT adalah penilaian terhadap semua kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman yang dimiliki individu atau perusahaan atau organisasi. Lain halnya Pearce and Robinson berpendapat bahwa analisis SWOT adalah bagian dari proses manajemen stratejik perusahaan yang bertujuan mengidentifikas kekuatan,kelemahan, peluang dan ancaman(Aulia et al., 2023).

SWOT ialah metode perencanaan model,strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weakness, opportunities, threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek(Wiswasta et al., 2018). Untuk melakukan analisis, ditentukan tujuan usaha atau mengidentifikasi objek yang akan dianalisis. Kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor internal, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor eksternal(Rangkuti, 2015).

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi potensi dan tantangan UMKM Kampung Kue. Studi kasus memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemberdayaan dan inovasi yang diterapkan oleh pelaku usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pengelola komunitas, dan pemerintah daerah terkait. Observasi langsung di Kampung Kue juga dilakukan untuk memahami aktivitas produksi, pemasaran, dan dinamika komunitas.

Sampel Penelitian

Sampel penelitian ditentukan secara *purposive sampling*, melibatkan pelaku UMKM yang telah aktif minimal satu tahun, pengelola komunitas Kampung Kue, dan perwakilan pemerintah daerah. Jumlah sampel diestimasi sebanyak 10–15 responden.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik tematik. Tahapan meliputi reduksi data, kategorisasi, dan interpretasi untuk mengidentifikasi kontribusi UMKM Kampung Kue terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi keberlanjutan bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT dalam Meningkatkan *Islamic Business Sustainability*

Analisis SWOT, yang merupakan alat penting dalam merumuskan strategi bisnis, digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku usaha di Kampung Kue Rungkut Lor, Surabaya. Analisis ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis yang selaras dengan prinsip *Islamic Business Sustainability*, yaitu keberlanjutan usaha yang mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi, sosial, dan spiritual.

No	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1.	Produk Kue bervariasi, dari tradisional hingga modern, memenuhi preferensi pasar.	Beberapa pelaku usaha kesulitan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran.	Program pelatihan, promosi, dan kerjasama dengan sektor pariwisata.	Persaingan dengan produk serupa dari pelaku usaha lain.
2.	Mayoritas pelaku usaha adalah perempuan, meningkatkan kesejahteraan keluarga.	Kendala dalam meningkatkan kapasitas produksi dan inovasi produk	Peluang memperluas pasar melalui platform e-commerce dan media sosial.	Pelaku usaha harus terus berinovasi untuk mengikuti tren pasar.
3.	Jangkauan pasar luas dengan biaya pemasaran rendah.	Ketersediaan bahan baku fluktuatif, mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk.	Meningkatkan daya tarik di kalangan konsumen yang mencari produk halal.	Fluktuasi harga bahan baku dan daya beli masyarakat.
4.	Produk berkualitas tinggi dan inovatif menjadi daya tarik tersendiri.			Prosedur administratif yang rumit dan kurangnya informasi.
5.	Jaringan kolaborasi antar			

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

	pelaku usaha yang kuat.			
--	-------------------------	--	--	--

1. Kekuatan (*Strength*)

Kondisi yang kuat atau dominan dalam perusahaan. Faktor ini menjadi keunggulan dalam perusahaan itu sendiri karena dapat menciptakan nilai tambah atau keunggulan komparatif dari perusahaan. Nilai tambah ini dapat terlihat apabila suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan perusahaan lainnya dan dapat memuaskan stakeholders. Hal inilah yang menjadi kekuatan dasar untuk perusahaan dalam menciptakan kualitas tinggi (Nur'aini Dwi Fatimah, 2016).

Kampung Kue memiliki sejumlah kekuatan yang mendukung keberlanjutan bisnisnya. Salah satu kekuatan utama adalah keberagaman produk kue yang ditawarkan, mulai dari varian tradisional hingga modern, yang disesuaikan dengan preferensi pasar. Produk yang berkualitas tinggi dan inovatif ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal maupun luar daerah (Kholid, 2023). Selain itu, solidaritas komunitas antar pelaku usaha di Kampung Kue menciptakan jaringan kolaborasi yang kuat, seperti berbagi alat produksi dan pengetahuan bisnis. Solidaritas ini mencerminkan prinsip *Ukhuwah Islamiyah*, di mana hubungan antar pelaku usaha dibangun atas dasar saling mendukung untuk mencapai keberlanjutan bersama.

Pemberdayaan perempuan juga menjadi salah satu kekuatan signifikan. Mayoritas pelaku usaha di Kampung Kue adalah perempuan yang mampu meningkatkan pendapatan keluarga melalui kegiatan bisnis. Hal ini sejalan dengan *maqasid syariah* dalam aspek perlindungan kesejahteraan keluarga dan masyarakat. Selain itu, penggunaan media sosial sederhana seperti *WhatsApp* dan *Instagram* oleh sebagian besar pelaku usaha telah membantu memperluas jangkauan pasar mereka, sekaligus menurunkan biaya pemasaran hingga 20% (Pasaribu, 2018).

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Menurut Jannah salah satu aspek analisis SWOT pada faktor internal yang berfungsi untuk melihat faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, seperti

kekurangan infrastruktur yang dapat menghambat perkembangan perusahaan(Tiara, 2024).

Meski memiliki kekuatan yang signifikan, Kampung Kue juga menghadapi kelemahan yang dapat menghambat keberlanjutan bisnis. Salah satu kelemahan utama adalah literasi digital yang rendah di kalangan pelaku usaha tertentu, terutama mereka yang berusia lanjut. Ketidaktahuan dalam memanfaatkan teknologi digital menyebabkan beberapa pelaku usaha masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, yang membatasi daya saing mereka dalam menjangkau pasar yang lebih luas(Ekaningtias et al., 2021).

Selain itu, keterbatasan modal menjadi kendala bagi sebagian pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi atau mengembangkan inovasi produk. Ketergantungan pada bahan baku lokal yang ketersediaannya fluktuatif juga menjadi tantangan, terutama dalam memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Hal ini menciptakan ketidakkonsistenan dalam kualitas dan jumlah produk yang dihasilkan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Menurut Sundari, Peluang merujuk pada berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Salah satu sumber peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, seperti kecenderungan- kecenderungan penting. Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terlupakan, adanya perubahannya pada kondisi bersaing atau regulasi, kemajuan teknologinya, serta perkembangan relasi bersama pemasok maupun pembelinya mampu menjadi kesempatan perusahaannya(Sundari et al., 2022).

Dukungan pemerintah kota Surabaya memberikan peluang besar bagi Kampung Kue untuk meningkatkan Islamic Business Sustainability. Pemerintah telah menyediakan berbagai program pelatihan yang mencakup manajemen usaha, pengembangan produk, dan pemasaran digital. Selain itu, promosi Kampung Kue sebagai destinasi wisata kuliner lokal membuka peluang kerja sama dengan sektor pariwisata dan restoran(Mistriani et al., 2024).

Digitalisasi juga memberikan peluang besar bagi Kampung Kue untuk memperluas pasar. Dengan meningkatnya penggunaan platform e-commerce dan

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

media sosial, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen di luar Surabaya, bahkan hingga tingkat nasional. Kesempatan untuk mengembangkan branding sebagai ikon kuliner Islami juga dapat meningkatkan daya tarik Kampung Kue di kalangan konsumen yang mencari produk halal dan berbasis tradisi.

4. Ancaman (*Threats*)

Menurut Istiqomah, Ancaman (*Threats*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industry yang sama secara umum akan merasa dirugikan/dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut (Harita et al., 2022).

Ancaman terbesar yang dihadapi Kampung Kue adalah persaingan dengan produk serupa yang diproduksi oleh pelaku usaha lain, baik dalam skala lokal maupun nasional. Produk dengan harga lebih murah sering kali menjadi pilihan konsumen, meskipun kualitasnya tidak selalu setara. Perubahan preferensi konsumen yang cepat juga menjadi tantangan, di mana pelaku usaha harus terus berinovasi agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar (Ramadhani, 2020).

Ketidakpastian ekonomi, seperti fluktuasi harga bahan baku dan daya beli masyarakat yang menurun, juga dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis. Selain itu, meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai program pendampingan, beberapa pelaku usaha merasa kesulitan mengakses fasilitas tersebut karena prosedur administratif yang rumit atau kurangnya informasi yang jelas.

Rekomendasi Strategis Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, beberapa langkah strategis dapat diambil untuk meningkatkan *Islamic Business Sustainability* di Kampung Kue:

1. Memperkuat Literasi Digital

Memberikan pelatihan intensif kepada pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi digital. Pelatihan literasi digital bertujuan untuk memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan meningkatnya penggunaan platform digital, pelaku usaha perlu menguasai keterampilan seperti pemasaran digital, penggunaan e-

commerce, dan manajemen keuangan berbasis aplikasi. Hal ini sangat penting karena UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian daerah dan harus mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pelatihan mengenai pemasaran digital mencakup berbagai teknik yang membantu pelaku usaha mempromosikan produk mereka secara efektif. Salah satu fokus utama adalah optimalisasi media sosial, di mana peserta diajarkan cara menggunakan platform-platform ini untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, pemasaran konten juga menjadi perhatian, di mana pelaku usaha belajar untuk mengembangkan konten yang menarik dan relevan bagi pendengar mereka. Penguatan Kolaborasi Komunitas

2. Branding Kampung Kue sebagai Ikon Kuliner Islami

Meningkatkan citra Kampung Kue sebagai destinasi kuliner halal yang mengintegrasikan tradisi dan inovasi merupakan langkah penting dalam mempromosikan keberagaman kuliner Islami. Kampung Kue, yang terletak di Rungkut Lor, Surabaya, telah menjadi pusat perhatian berkat keberhasilan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berinovasi dalam produk kue tradisional. Branding Kampung Kue dapat dilakukan melalui berbagai strategi promosi terpadu yang melibatkan dukungan pemerintah serta pemanfaatan platform media sosial.

Kampung Kue telah dikenal sebagai tempat yang menyajikan beragam kue tradisional halal, seperti bikang, lemper, dan onde-onde. Dengan mengedepankan kualitas dan kehalalan produk, Kampung Kue dapat menarik perhatian konsumen yang semakin peduli terhadap aspek halal dalam makanan. Pemerintah Kota Surabaya telah memberikan dukungan dengan meresmikan Kampung Kue sebagai destinasi wisata kuliner. Ini menandakan pengakuan terhadap potensi ekonomi dan budaya yang dimiliki oleh komunitas tersebut.

3. Inovasi Produk Berbasis Nilai Islam

Inovasi produk berbasis nilai Islam merupakan strategi penting dalam mengembangkan produk yang tidak hanya mengikuti tren pasar, tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islami. Dalam konteks

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

ini, pelaku usaha dapat menciptakan produk baru yang memiliki keunikan dan relevansi dengan kebutuhan konsumen, sambil tetap berpegang pada nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam Islam. Salah satu cara untuk mewujudkan inovasi ini adalah dengan mengembangkan kue-kue yang memiliki label halal. Label halal tidak hanya menjadi jaminan bagi konsumen Muslim bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan, tetapi juga memberikan kepercayaan kepada konsumen non-Muslim yang peduli terhadap kualitas dan keamanan makanan.

Dengan memastikan bahwa setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pembuatan, memenuhi kriteria halal, pelaku usaha dapat menarik pasar yang lebih luas. Selain itu, kemasan produk juga menjadi elemen penting dalam inovasi berbasis nilai Islam. Kemasan yang mencerminkan budaya lokal dapat menambah daya tarik produk di pasaran. Misalnya, menggunakan desain kemasan yang terinspirasi oleh motif tradisional atau seni lokal dapat memberikan identitas yang kuat bagi produk tersebut. Hal ini tidak hanya memperkuat koneksi emosional dengan konsumen, tetapi juga menunjukkan penghargaan terhadap warisan budaya setempat.

4. Akses Mudah ke Pembiayaan Syariah

Akses mudah ke pembiayaan syariah merupakan aspek penting dalam mendukung pertumbuhan pelaku usaha, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah, pelaku usaha dapat memperoleh modal yang diperlukan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan inovasi. Pembiayaan syariah tidak hanya menawarkan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tetapi juga memberikan alternatif yang lebih inklusif bagi pelaku UMKM yang sering kali menghadapi kesulitan dalam mendapatkan akses ke sumber pembiayaan konvensional.

Pemerintah Indonesia telah mengakui pentingnya pembiayaan syariah dalam mendorong perkembangan UMKM. Data menunjukkan bahwa total penyaluran pembiayaan syariah bagi UMKM mencapai Rp21,01 triliun pada September 2024. Program seperti Kredit Usaha Rakyat Syariah

(KURS) dan Ultra Mikro (UMi) Syariah telah menjadi pilar utama dalam menyediakan akses permodalan yang lebih luas bagi pelaku usaha. Melalui program-program ini, pelaku UMKM dapat mengakses dana yang diperlukan untuk memperluas usaha mereka tanpa harus terjebak dalam beban bunga yang tinggi, yang sering kali menjadi kendala dalam pembiayaan konvensional.

Selain itu, lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) berperan aktif dalam memberikan dukungan kepada UMKM. Dengan pertumbuhan pembiayaan UMKM yang signifikan, BSI tidak hanya menyediakan akses modal tetapi juga menawarkan pendampingan dan pelatihan untuk membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Pendekatan ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Kampung Kue Rungkut Lor memiliki potensi besar untuk meningkatkan *Islamic Business Sustainability* melalui pemanfaatan kekuatan, optimalisasi peluang, dan pengelolaan kelemahan serta ancaman secara strategis. Dengan memperkuat literasi digital, inovasi produk, dan kolaborasi komunitas, Kampung Kue dapat menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis Islami yang berkelanjutan. Dukungan pemerintah, seperti program pelatihan dan akses pendanaan, serta sinergi antara pelaku usaha, menjadi elemen penting untuk keberlanjutan usaha dalam mewujudkan keberlanjutan ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga membawa manfaat sosial dan spiritual bagi masyarakat. Strategi ini diharapkan dapat mengukuhkan Kampung Kue Rungkut Lor, Surabaya.

Saran

Untuk meningkatkan *Islamic Business Sustainability*, pelaku usaha Kampung Kue Rungkut Lor, Surabaya, disarankan untuk memperkuat literasi digital melalui pelatihan intensif, mengoptimalkan branding produk dengan menonjolkan nilai-nilai Islami, dan memperluas kolaborasi antar pelaku usaha melalui pembentukan koperasi berbasis

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

syariah. Selain itu, pengembangan produk yang inovatif dan tetap mempertahankan tradisi lokal dapat menjadi strategi menarik pasar yang lebih luas. Pemerintah dan lembaga keuangan syariah diharapkan memberikan dukungan yang lebih inklusif dalam pembiayaan dan pelatihan, sehingga pelaku usaha dapat lebih mudah mengakses sumber daya yang mendukung keberlanjutan bisnis. Strategi ini diharapkan mampu memperkuat posisi Kampung Kue sebagai model UMKM Islami yang kompetitif dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Aulia, V. I., Kadang, J. ., & Adda, H. W. . (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Keberlanjutan Usaha Toreko. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(2), 245–257. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1268>
- Ekaningtias, D., Supriyati, S., & Nurhadi, N. (2021). Pendampingan E-Finance Business Pada Produsen Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(2), 35. <https://doi.org/10.32400/jiam.5.2.2021.36261>
- Harita, T., Dakhi, P., & Buulolo, P. (2022). Analisis Swot Terhadap Usaha Toko Imelda Ponsel Teluk dalam Nias Selatan. *Jurnal Keuangan Dan Akuntansi*, 5(1), 33.
- Kholid, A. (2023). Masa Dan Pasca Pandemi Studi Kasus : Umkm Z-Chicken Binaan Baznas Ri. *Jurnal DEVELOP*, 4(1), 2798–2807.
- Lada, S., Chekima, B., Ansar, R., Jalil, M. I. A., Ming Fook, L., Geetha, C., Bouteraa, M., & Karim, M. R. A. (2023). Islamic Economy and Sustainability: A Bibliometric Analysis Using R. *Sustainability (Switzerland)*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15065174>
- Mistriani, N., Ilham Ikhlasandi, Hesky. Vrisna Kirani, V., Syaefullah Fajrin, Nakmas. Ndruru, E., Teguh Prabowo, W., Laia, W., & Palupiningtyas, D. (2024). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif Melalui Wisata Edukasi Dan Kuliner Di Sentra Jajanan Pasar, Puduk Payung, Kota Semarang. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 01–11. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v3i1.1311>

- Niko, N.-, & Yulasteriyani, Y. (2020). Pembangunan Masyarakat Miskin Di Pedesaan Perspektif Fungsionalisme Struktural. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 3(02), 213–225. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v3i02.476>
- Nur'aini Dwi Fatimah, F. (2016). *Teknik Analisis SWOT (Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta cara mengelola kekuatan dan Ancaman*. Yogyakarta : Quadrant., 2016.
- Pasaribu, H. F. (2018). Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan. *Skripsi*, 1–91. <http://repository.uinsu.ac.id/5198/>
- Pimoljinda, T., & Siriprasertchok, R. (2018). SMEs development and ASEAN economic integration: An analysis of Singapore and Malaysia. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 26(1), 507–518.
- Ramadhani, T. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Komunitas Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus Kelompok Pembuat Kritcu BaBe di Desa Batu Belubang). *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 200–210. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i2.31>
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- RitomieaAriescy, R., Mawardi, A. I., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2021). Inovasi Pemasaran Produk Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 418–432. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sundari, S., Riadi, E., Alexandro, R., Hariatama, F., & Oktaria, M. (2022). Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran Usaha Waralaba. *Edunomics Journal*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.37304/ej.v3i1.3871>
- Sutanto, H., Nurhaliza, E., & Mardiah, A. (2024). *Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Bisnis dalam Kewirausahaan di Indonesia*. 3(01). <https://doi.org/10.58812/sek.v3i01>
- Tiara, M. A. (2024). Analisis Kesiapan UMKM dalam Melakukan Transformasi Digital menggunakan Analisis SWOT. *Ayan*, 15(1), 37–48.

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN *ISLAMIC BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU USAHA KAMPUNG KUE RUNGKUT LOR, SURABAYA

- Triatmanto, B., Sanusi, A., & Siswati, A. (2021). Strategi Mempertahankan Usaha Dan Meningkatkan Peran Masyarakat Dimasa Covid-19 Pada Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Batik Zheng. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 4(2), 142–152. <https://doi.org/10.33366/jast.v4i2.2063>
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.