

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL (*SMALL BUSINESS*) DI KALANGAN GEN Z BERDASARKAN NILAI – NILAI EKONOMI SYARIAH

Gita Olivia¹, Muhammad Iqbal Fasa², Suharto³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,
Jl. Letnan Kolonel H.Endro Suratmin, Sukarame, Kota Bandar Lampung
¹gitaolivia3001@gmail.com

Abstrak

Usaha kecil (*small business*) adalah suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa yang diperniagakan secara komersial dan mempunyai pendapatan atau omzet sebesar Rp. 1.000.000.000,00 atau kurang. Pengembangan Usaha Kecil salah satu prioritas dalam pembangunan perekonomian nasional. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha kecil di kalangan Generasi Z yang berdasarkan Nilai-nilai Ekonomi Syariah sehingga nantinya, diharapkan hasil resume penelitian ini dapat dijadikan suatu konsep dan model bagi para pelaku usaha kecil lainnya. Penelitian yang dilakukan berupa deskriptif menggunakan studi pustaka dan meresume dari hasil riset yang telah dilakukan sebelumnya. Dari hasil penelitian di ketahui bahwa dalam strategi pengembangan kegiatan usaha kecil dapat menerapkan Nilai – nilai Ekonomi Syariah (Ketuhanan, Kepemilikan, Keseimbangan, Keadilan, dan Persaudaraan)

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Kecil, Generasi Z, Nilai-nilai Ekonomi Syariah

Abstract

Small business is an economic activity carried out by individuals or households or an entity with the aim of producing goods or services that are traded commercially and have an income or turnover of Rp. 1,000,000,000.00 or less. Small Business Development is one of the priorities in national economic development. This study aims to find out how the small business development strategy among Generation Z is based on Islamic Economic Values so that later, it is hoped that the results of this research resume can be used as a concept and model for other small business actors. The research was conducted in the form of a descriptive study using literature and a resume from the results of research that had been done previously. From the results of the research, it is known that in the strategy of developing small business activities, Sharia Economic Values can be applied (Divinity, Ownership, Balance, Justice, and Brotherhood)

Keywords: Development Strategy; Small Business; Generation Z; Islamic Economic Values

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di era Industry 4.0 saat ini sudah sangat berkembang, bahkan banyak dari semua kalangan masyarakat yang sudah berani terjun ke dunia bisnis, tidak terkecuali anak-anak muda, yang sekarang dinobatkan menjadi generasi Z. Generasi Z telah diartikan sebagai babak kedua dari kelompok generasi milenial (Tulgan, 2013) setelah Generasi Y. Generasi Z lahir dalam jarak tahun kelahiran antara 1996-2010 (Hutamy et al., 2021). Gen Z, adalah yang pertama lahir di dunia teknologi yang terhubung ke Internet (Cilliers, 2017). Apa yang juga menjadi ciri Gen Z adalah bahwa mereka paham teknologi dan lebih menyukai komunikasi melalui teknologi daripada kontak langsung dengan orang-orang (Poláková & Klímová, 2019). Dengan perkembangan teknologi di bidang multimedia, seperti: tablet, smartphone, media sosial dan TV layar datar, anak muda Gen Z sudah terbiasa berinteraksi dan berkomunikasi di dunia yang terkoneksi setiap saat (Turner, 2015). Dan Gen z sekarang ini sudah mendominasi jumlah penduduk yang ada di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), yang

menyatakan bahwa : Sebanyak 27,94%, jumlah Generasi Z yang berada di Indonesia dan angka ini merupakan yang terbesar dari jumlah generasi lainnya. Mendominasi-nya kalangan Gen Z di Indonesia ini dapat mempengaruhi pertumbuhan negara, salah satunya dibidang ekonomi.

Berdasarkan penjelasan mengenai Gen Z dapat kita ketahui bahwa ada peluang besar bagi generasi ini untuk memulai suatu bisnis, dengan kedekatannya terhadap teknologi, yaitu dapat dilakukan dengan memulai dari usaha kecil atau yang di sebut juga *small business*.

Usaha kecil (*small business*) adalah suatu pergerakan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga atau substansi dengan tujuan untuk menciptakan barang atau jasa yang diperjualbelikan secara komersial dan dapat meraup omzet sebesar Rp. 1.000.000.000,00 atau kurang. Usaha kecil dan kecil merupakan operator perubahan yang mampu memajukan masyarakat dalam membawa pembangunan dengan perubahan yang tiada henti, sehingga berdampak pada perluasan daya cipta karakter perdagangan. (Dhewanto, 2015). Dapat dipastikan bahwa targedi ini dapat memberikan dampak positif dalam peningkatan perekonomian Indonesia.

Akan tetapi, Muslim Indonesia tampaknya tidak terlalu ingin tahu tentang bisnis. Tidak sedikit dari mereka yang lebih condong menjadi pekerja, karyawan ataupun pegawai. Alhasil, sebagai bagian terbesar, umat Islam Indonesia tertinggal telak dari umat lainnya (Maulana, 2019). Sebenarnya, sependapat dengan McClelland, jika suatu negara ingin berhasil, negara itu harus memiliki 2% pebisnis dari populasi. Pada kenyataannya, Singapura memiliki 2,7% pebisnis dari warganya. Tinjauan ini dilakukan pada tahun 2005 (Ciputra, 2013). Berdasarkan studi sebelumnya, Indonesia hanya memiliki 0,18 % entrepreneur dari 220 juta jumlah penduduk, jika dari survei tersebut ditelisik lebih jauh lagi, jumlah entrepreneur yang hanya 2 persen tersebut secara umum, jumlah entrepreneur yang beragama Islam atau entrepreneur muslim secara khusus jauh lebih sedikit, padahal seharusnya sudah saatnya bermunculan generasi entrepreneur dari kalangan kaum muslim (Maulana, 2019). Pada kenyataannya dalam berbisnis atau berwirausaha, terkadang mengalami kerugian bahkan kegagalan. Dengan demikian, dibutuhkan strategi pengembangan untuk membangun semangat dan memperbaiki niat seorang wirausaha dalam menjalankan aktivitas wirausahanya. Pengembangan *small business* sudah diperhatikan oleh pemerintah yang terdapat pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Th. 1998 mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil.

Dalam artikel ini meneliti terhadap kalangan generasi muda atau generasi z muslim saat ini, dimana sudah cukup banyak memulai berwirausaha atau bisnis kecil untuk mendapatkan keuntungan/laba dan di sisi lain juga dapat menambah produktivitas di masa muda, sehingga dapat menjadi sebuah perbaikan dalam perkembangan ekonomi di suatu Negara. Selain memadukan teknologi dan media social, dalam pengembangannya usaha kecil ini memerlukan strategi yang perlu ditingkatkan, sebagai bagian dari Gen Z muslim dengan adanya kesempatan ini bisa menerapkan nilai – nilai ekonomi syariah (islam) dalam strategi pengembangan usaha kecil. Seperti pada penelitian sebelumnya (Mustaqim, 2019) menyatakan bahwa nilai – nilai ekonomi syariah dapat membangun kewirausahaan dengan menumbuhkan suatu karakter yang disiplin, mandiri, realistis, komitmen, jujur, kreatif dan produktif untuk mewujudkan suatu keuntungan yang dapat membawa keberkahan dan tetap menjalani usahanya dengan memperhatikan keseimbangan kehidupan dunia dan akhirat, karakter-karakter tersebut akan memberikan dampak pada seorang entrepreneur untuk selalu menjaga usahanya dengan baik dan tidak melakukan suatu kegiatan usaha yang merugikan orang lain, seperti menghancurkan usaha orang lain dengan cara yang bathil. Sehingga bisnis yang dijalankan tidak hanya untuk mencari keuntungan di dunia saja, tetapi juga untuk meraih keberkahan dan kesuksesan di akhirat. Dari sinilah diperlukan prinsip – prinsip ekonomi islam.

Maka muncul lah suatu pertanyaan penelitian Bagaimana Pengembangan Usaha Kecil (*Small Business*) di Kalangan Gen Z yang sesuai dengan Nilai – nilai Ekonomi Syariah? Tentunya penelitian ini akan berguna untuk menjadi bahan perbaikan ataupun usulan guna menciptakan perkembangan ekonomi dalam dunia bisnis Islam.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tidak ada salah nya sebagai gen Z yang tergolong masih muda, untuk memulai suatu bisnis atau berwirausaha, dalam berwirausaha membuat kegiatan sehari-hari menjadi lebih produktif, Dalam Alquran surat al-Jumuah ayat 10, Allah Swt memerintahkan umat Islam untuk tidak bermalas-malasan setelah menjalankan Ibadah, akan tetapi dibertebaran di muka bumi dan melakukan aktivitas pencarian anugerah Allah Swt (Maulana, 2019), yang berbunyi :

﴿ فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ۱۰ ﴾

Artinya:

“Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.” Dalam ayat ini menyampaikan apabila kita telah melaksanakan salat, kembali lah bekerja dan berbisnis, untuk mencari rezeki yang halal, berkah, dan melimpah, juga senantiasa selalu mengingat Allah sebanyak-banyaknya ketika sedang salat maupun sedang bekerja atau berbisnis agar kita beruntung.”

Dalam Alquran terdapat pula ayat yang menunjukkan istilah wirausaha atau dagang, yakni dengan padanan kata bay'i dan tjarat. Sebagaimana dalam surat ash-Shaf ayat 10-11, yang berbunyi:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ۝ ۱۰ تُوْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۝ ۱۱ ﴾

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, maukah kamu Aku tunjukkan suatu perdagangan yang (dapat) menyelamatkan kamu dari azab yang pedih?. (Caranya) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.”

Menurut Zenrif memaparkan bahwa konsep bisnis dalam Alquran dapat dipadankan dengan kata bay'i dan tjarat, yang berarti memberikan sesuatu kepada seseorang dengan mengambil harga darinya (al-Ma, 1987).

Akan tetapi dalam berbisnis harus juga memperhatikan prinsip-prinsip islam didalamnya. Menurut Shihab, (2008) Usaha atau bisnis tidak hanya sekedar mengejar keuntungan semata. Tidak juga hanya untuk memperkaya diri, tapi usaha yang kita rintis harus menjadi sarana untuk saling membantu dalam memenuhi kebutuhan orang lain. Dan pada akhirnya, bisnis yang demikian itu, akan bernilai ibadah bahkan sebagian daripada jihad. Sebagaimana dalam Alquran surat al-Maidah ayat 2, yang berbunyi:

﴿ يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا عَلٰى الْاٰثِمِ وَالْعُدْوٰنِ اٰتَوْا اللّٰهَ عِقَابَ ۝ ۲ ﴾

Artinya:

“Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.”

Sebagai seorang yang melakukan bisnis hendaknya memiliki prinsip hidup yang pantang menyerah dan bermalas-malasan ketika berada di suatu wadah yang nyaman dan senantiasa selalu berusaha mencari karunia Allah dengan cara yang halal dan baik, dan tidak lupa untuk berdzikir kepada Allah yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya yang amat banyak. Sebagaimana dalam Hadis Nabi Saw. dari Muadz ra. dijelaskan bahwa: “Termasuk sebaik-baik penghasilan adalah penghasilan para pedagang yang bila berbicara tidak berbohong, bila diberi kepercayaan tidak mengkhianati, bila berjanji tidak menyalahi, bila membeli tidak mencela, bila menjual tidak meninggikan harga, bila punya tanggungan tidak menunda-nunda, dan bila mempunyai sesuatu tidak mempersulit” (HR. Hakim dan Baihaqi)

Usaha Kecil (small business), Definisi terkait usaha kecil tercantum dalam UU No. 20 Tahun 2008 : Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan

cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini (Otoritas Jasa Keuangan, 2008). Adapun Kriteria Usaha Kecil ini juga tercantum dalam UU No. 20 Tahun 2008:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik memberikan definisi terhadap Usaha Kecil berdasarkan kuantitas tenaga kerja, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima orang sampai dengan 19 orang. Sedangkan, usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang (Badan Pusat Statistik, 2013)

Generasi Z telah didefinisikan sebagai babak kedua dari kelompok generasi milenial setelah Generasi Y (Tulgan, 2013). Dan merupakan Generasi yang lahir dalam rentang tahun kelahiran antara 1996-2010 (Hutamy et al., 2021). Ada beberapa istilah yang menjadi sebutan untuk generasi Z, yaitu Gen Z, *iGen (iGeneration)*, Gen Net (generasi Internet), *Gen Tech, digital natives*, dan *plurals* (Hutamy et al., 2021).

Gen Z, adalah yang pertama lahir di dunia teknologi yang terhubung ke Internet (Cilliers, 2017). Generasi Z besar bersamaan dengan teknologi, internet, dan media sosial, yang kadang kali mengakibatkan mereka mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi, anti-sosial, atau pejuang keadilan sosial (Insider, 2019). Tidak seperti generasi sebelumnya, Gen Z lebih menyukai media digital daripada tradisional, dan memiliki kebutuhan yang konstan untuk menerima jenis informasi baru yang berbeda (Szymkowiak et al., 2021). Apa yang juga menjadi ciri Gen Z adalah bahwa mereka paham teknologi dan lebih menyukai komunikasi melalui teknologi daripada kontak langsung dengan orang-orang (Poláková & Klímová, 2019). Dengan perkembangan teknologi di bidang multimedia, seperti: tablet, smartphone, media sosial dan TV layar datar, anak muda Gen Z sudah terbiasa berinteraksi dan berkomunikasi di dunia yang terkoneksi setiap saat (Turner, 2015). Generasi Z saat ini lebih menyukai banyak aliran informasi, interaksi yang sering dan cepat dengan konten, pengalaman teknologi dan kolaboratif yang menunjukkan tujuan yang jelas, meningkatkan motivasi, dan menyertakan aktivitas otentik (Oblinger, 2003)(Insider, 2019).

Strategi Pengembangan Usaha Kecil (small business), Untuk Pengembangan Usaha Kecil telah dilakukan pemerintah dengan menetapkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Th. 1998 yang mengatur mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil. Dalam pelaksanaan Pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, baik secara sendiri – sendiri maupun bersama-sama, dan dilakukan secara terarah dan terpadu serta berkesinambungan untuk mewujudkan UK yang tangguh, mandiri serta dapat berkembang menjadi UM. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan UK meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, dan teknologi (Badan Pemeriksa Keuangan, 1998).

Nilai-nilai ekonomi syariah. Bisnis merupakan salah satu kegiatan ekonomi, dalam islam memiliki Nilai-nilai Ekonomi Syariah dalam melaksanakan suatu kegiatan ekonomi, berikut ini merupakan Nilai-nilai Ekonomi Syariah menurut Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2018) :

1. Kepemilikan
Segala Sesutu adalah sepenuhnya milik Allah, manusia hanya dipercaya untuk mengelolanya dn menjaga dengan baik
2. Berusaha Dengan Berkeadilan
Mencegah penumpukkan harta melalui keinginan untuk melaksanakan jual beli atau perniagaan atau investasi juga keinginan untuk menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan social dan public
3. Bekerjasama dalam Kebaikan

Tolong menolong dan bekerjasama, bahkan dalam kompetisi bisnis sekalipun, harus dilakukan dengan kebaikan di dalamnya

4. Pertumbuhan yang Seimbang

Pengelolaan harta dengan tetap memerhatikan keseimbangan dan keselarasan antara spiritual dan kelestarian alam.

Sedangkan Ada beberapa nilai filosofis ekonomi islam atau syariah yang secara khusus menjadi karakter ekonomi syariah menurut Gustiawati Mukri, (2014), yaitu :

1. Nilai Ketuhanan. Menurut Qaradhawi, (1995), ekonomi syariah adalah ekonomi yang bercirikan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah. Penggunaan sarana dan fasilitas dari Allah ini dilakukan melalui hukum dan syari'at Allah SWT. Ketika seorang muslim menggunakan atau menikmati sesuatu di dunia ini, secara langsung ia telah melakukan ibadah kepada Allah, dan merupakan sebuah kewajiban baginya untuk mensyukuri segala nikmat-Nya yang telah diberikan kepadanya.
2. Nilai Dasar Kepemilikan (al-milkiyah), Islam mengakui kepemilikan individual, Islam pun mengakui akan adanya kepemilikan oleh masyarakat dan oleh negara. Akan tetapi, tidak bersifat absolut, karena kepemilikan yang ada pada seseorang atau masyarakat atau negara tersebut bukanlah sepenuhnya milik dan hasil dari usaha mereka. Akan tetapi, semua itu merupakan amanat dan titipan dari Allah SWT. Oleh karena itu, seseorang tidak boleh menghambur-hamburkan hartanya, atau bahkan menuhankan hartanya.
3. Keseimbangan (al-Muwâzanah), Dalam ajaran Islam, masalah keseimbangan mendapat penekanan dan perhatian secara khusus. Tidak hanya adanya keseimbangan antara kepentingan seseorang dengan kepentingan bersama, antara kepentingan dunia dan akhirat, antara kepentingan jasmani dan rohani, antara idealisme dan realita. Akan tetapi juga, keseimbangan antara modal dan aktifitas, antara produksi dan konsumsi, serta adanya sirkulasi kekayaan. Untuk mengantisipasinya, Islam telah menawarkan solusi pemecahan melalui instrumen zakat, infaq dan sadaqah yang dapat menyentuh dan sekaligus mengentaskan kemiskinan.
4. Nilai Persaudaraan dan Kebersamaan (al-Ukhuwwah wa al-Isytirakiyyah wa al-jama'ah). Dalam Islam, kebersamaan merupakan indikator atas keimanan seorang muslim. Nilai-nilai persaudaraan merupakan konsekuensi logis dari penunjukan manusia sebagai khalifah fi al-ard, karena penunjukan tersebut bukan hanya ditujukan kepada orang-orang tertentu saja. Akan tetapi, ditujukan kepada setiap hamba-Nya yang beriman
5. Nilai Dasar Keadilan (al-'adâlah). Islam memiliki konsep tentang keadilan ditinjau dari segi kesesuaian dan tidaknya dengan ajaran Islam, sebagaimana yang telah digariskan di dalam Alquran dan Hadits. Oleh sebab itu, sikap peduli terhadap orang fakir, miskin dan dhu'afâ serta tertindas sebagai sebuah praktek keadilan. karena, hal ini merupakan sikap mental, sebagai sebuah praktek keadilan yang diwajibkan atau dianjurkan oleh agama.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian mengemukakan secara teknis tentang metode – metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan kepustakaan (*library research*) yang mengandalkan data – data dari perpustakaan, sehingga bentuk penelitian ini bersifat deskriptif. Untuk memperoleh data dalam proses penelitian dapat mengandalkan dokumentasi dari media dan teori dari berbagai literatur, sehingga objek penelitian ini adalah dokumen, informasi media, dan literature yang membahas mengenai strategi pengembangan usaha kecil dan nilai – nilai ekonomi syariah. Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah data sekunder yang mana memanfaatkan dari data dokumentasi dan arsip – arsip lainnya yang terkait dengan permasalahan yang peniliti teliti (Moleong, 2018). Pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi serat

referensi. Untuk menganalisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu cara yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas dengan metode deduktif dan induktif.

4. PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Usaha Kecil (*small business*) di Kalangan Gen Z

Pada pembahasan kali ini terlebih dahulu akan membahas mengenai usaha kecil dan strategi yang Pemerintah lakukan. Usaha Kecil sudah mendapat dukungan dari pemerintah, seperti pembinaan dan pengembangan yang telah diatur dalam perundang undangan adapun rinciannya sebagai berikut :

Berikut ini Penjabaran dari Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 32 Th. 1998 diatur mengenai lingkup, tata cara, dan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan Usaha Kecil (Badan Pemeriksa Keuangan, 1998) :

1. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Identifikasi potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil;
 - b. Penyiapan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi oleh usaha kecil;
 - c. Pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan;
 - d. Pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan bagi usaha kecil.
2. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang produksi dan pengolahan, dilaksanakan dengan:
 - a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan;
 - b. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan;
 - c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan;
 - d. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.
3. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang pemasaran, dilaksanakan dengan:
 - a. Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
 - b. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
 - c. Menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar;
 - d. Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi;
 - e. Memasarkan produk usaha kecil;
 - f. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang pemasaran;
 - g. Menyediakan rumah dagang dan promosi usaha kecil.
 - h. Memberikan peluang pasar.
4. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang sumber daya manusia, dilaksanakan dengan:
 - a. Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
 - b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial;
 - c. Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan dan konsultasi usaha kecil;
 - d. Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan usaha kecil;
 - e. Menyediakan modul manajemen usaha kecil;
 - f. Menyediakan tempat magang, studi banding dan konsultasi untuk usaha kecil.

5. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang teknologi, dilaksanakan dengan:
 - a. Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu;
 - b. Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru;
 - c. Memberikan intensif kepada usaha kecil yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup;
 - d. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi;
 - e. Meningkatkan kemampuan dalam memenuhi standarisasi teknologi;
 - f. Menumbuhkan dan mengembangkan lembaga penelitian dan pengembangan di bidang desain dan teknologi bagi usaha kecil;
 - g. Menyediakan tenaga konsultan profesional di bidang teknologi;
 - h. Memberikan bimbingan dan konsultasi berkenaan dengan hak atas kekayaan intelektual.

Langkah yang diambil pemerintah dalam mengembangkan usaha kecil diatas sudah cukup baik, akan tetapi menurut Liana, (2008) bermacam upaya yang sudah dikerahkan oleh pemerintah di atas untuk membina dan mengembangkan Usaha Kecil ternyata tidak membawa dampak yang begitu besar. Hal ini dapat di lihat dari pertumbuhan Usaha Kecil yang masih jauh dari harapan karena stuck pada masalah klasik dan kompleks yang dihadapi. Dari sisi internal, antara lain kualitas sumber daya manusia, modal kerja, penyediaan bahan baku, kewirausahaan, organisasi, dan manajemen usaha. Dari sisi eksternal, meliputi pengadaan bahan baku, akses ke lembaga pembiayaan/kredit, pemasaran, persaingan, birokrasi, dan dukungan kebijakan ekonomi yang belum sepenuhnya berpihak pada Usaha Kecil. Pendapat tersebut bersumber pada tahun 2008, pada saat itu saja sudah di anggap kurang membawa dampak yang signifikan terlebih lagi untuk di masa saat ini.

Jika di lihat dari tahun ditetapkannya peraturan pemerintah ini yaitu (1998-2021) maka sudah 23 tahun berlalu, yang sudah banyak terjadi perubahan- perubahan struktur faktor yang mempengaruhi, seperti teknologi dan medial social yang saat ini sangat hidup berdampingan dengan masyarakat, kemudian pada saat itu juga jaringan internet belum seelaluasa seperti sekarang dan masih sedikit yang dapat menggunakannya, maka peraturan pemerintah tersebut rasanya sudah berkurang relevansi nya untuk sekarang. Generasi – generasi sebagai pelaku usaha sudah berubah. Generasi yang mendominasi pada tahun tersebut masih dibidang belum begitu dekat dengan teknologi, jaringan internet dan media sosial.

Dimana di-era saat ini pelaku usaha kecil berasal dari kalangan generasi muda salah satunya gen z yang merupakan gen yang mendominasi jumlah penduduk di Indonesia, yang pastinya dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara, akan tetapi benar adanya bahwa masalah yang sering dihadapi usaha kecil adalah modal terbatas, seperti yang di tulis pada buku Irfan Syauqi Beik mengenai masalah – masalah perkembangan usaha skala kecil dan mikro ialah masih terbatasnya modal dan akses dari sumber dan lembaga keuangan(Beik & Arsyianti, 2019).

Maka dari itu kebanyakan usaha kecil yang dilakukan oleh gen z saat ini merupakan usaha kecil home industry yang biasa ia kelola sendiri bahkan produk yang tawarkan adalah hasil produksi sendiri, sehingga tidak memerlukan karyawan, hal ini dapat menekan jumlah modal yang akan dikeluarkan. Dengan usia yang cukup muda dan tidak memiliki jaminan untuk meminjam kepada bank, hal ini tentunya menjadi penghalang untuk melakukan peminjaman modal pada bank.. Dimana saat ini generasi z memiliki peluang usaha yang besar tapi tidak memiliki modal yang besar untuk memulai. Tidak hanya masalah permodalan tetapi juga menyangkut kondisi mental generasi Z saat ini, terutama pada saat akan memulai suatu usaha bisnis muncul rasa takut akan kerugian dan kegagalan, seperti produk yang tidak laku terjual. Memiliki banyak pesaing usaha yang sama karena saat ini

persaingan usaha kecil sudah cukup kompetitif, dari sini kita bisa mengatasinya dengan mengembangkan strategi usaha kecil dengan menerapkan nilai – nilai ekonomi syariah.

Strategi Pengembangan Usaha Kecil (*small business*) di Kalangan Gen Z berdasarkan Nilai-nilai Ekonomi Syariah

Lalu bagaimana strategi pengembangan yang berdasarkan nilai – nilai ekonomi syariah ? Jika kita kaitkan antara bisnis dan ekonomi syariah, maka pada saat melakukan perlu kita berdasarkan nilai-nilai syariat yang ada pada dalam Al-Qur'an dan Hadits. Yaitu ada 5 Nilai – nilai Ekonomi Syariah yang dapat diterapkan dalam strategi pengembangan usaha kecil di kalangan Generasi Z muslim yaitu,

1. Ketuhanan, dalam ekonomi syariah terdapat nilai mengenai ketuhanan yang dalam islam memiliki arti bahwa usaha yang kita lakukan ini tujuannya adalah Allah swt. Bukan hanya semata-mata mengejar keuntungan saja, tetapi juga mengejar keberkahan dari Allah. Karena dengan memiliki tujuan yang baik ini dan di iringi dengan usaha yang maksimal maka usaha yang sedang kita rintis dapat berjalan dengan baik, walaupun pada proses perjalanannya pasti terdapat problema yang dihadapi, akan tetapi karena memiliki nilai ketuhanan, maka akan muncul rasa percaya bahwa dengan adanya Allah, kita bisa mengatasi permasalahan yang sedang di hadapi. Dengan adanya aspek ketuhanan inilah dapat menguatkan mental para generasi Z pada saat menghadapi rasa takut dan masalah bisnis yang sedang dialaminya. Dan juga dapat menjadi motivasi sendiri bagi generasi Z yang ingin memulai berwirausaha. Dalam Kalam Allah swt. Telah tertuliskan hal-hal yang menjelaskan tentang entrepreneurship atau kewirausahaan yang dapat dijadikan pedoman dalam memotivasi umat islam untuk menyeimbangkan anatar urusan dunia dan akhirat yang tertuang dalam surat al-Qhashash ayat 77 (Maulana, 2019). Kemudian Maulana, (2019) menjelaskan bahwa ayat tersebut mengatakan ad-daaral aakhirah, menurut tafsir al-Maraghi kata tersebut diartikan sebagai pahala dari Allah dengan menafkahkan harta dengan mengharap ridha-Nya dengan sebaik-baik tasharruf dalam jual beli dan berusaha. Sedangkan dalam tafsir al-Qaasimi, dikatakan bahwa kata ad-daaral aakhirah dalam ayat ini diartikan sebagai pekerjaan yang bernilai kebaikan dari pekerjaan yang wajib dan sunah yang menjadi tambahan pahala di akhirat kelak.
2. Kepemilikan, dalam islam mengakui adanya kepemilikan sumberdaya ekonomi yang dimiliki pemerintah dan individu, tapi dalam islam individu dan pemerintah hanya sebagai pengola saja, karena apa yang jadi muka ini semuanya mutlak milik Allah swt. sudah tertuang dalam(Q.S Yunus 55, 66; Q.S Ibrahim 2) bahwa pada hakikatnya segala sesuatu milik Allah secara absolut. Dan manusia hanya berperan sebagai khalifah, yang diberi amanat dan kepercayaan untuk mengelolanya (QS. Al-Baqarah 30, 195; QS Ali Imran 180), dengan segala apa yang telah disediakan oleh Allah (QS Al Baqarah 29) .Strategi pengembangan yang dapat kita kembangkan lewat nilai kepemilikan ini mengarah pada produksi, pada saat ini kita ingin memproduksi barang maka kita perlu sumber daya untuk dapat menciptakan suatu produk, dalam mengolah sumber daya ini hendaklah kita mengefisienkannya agr sumber daya yang kita gunakan tidak berlebihan atau mubazir, dengan efisiensi sumber daya yang kita gunakan juga akan berdampak positif bagi usaha karena kita dapat menekan jumlah modal dari sini. Aspek ini dapat diterapkan generasi Z dalam efisiensi mengelola modal yang dimiliki.
3. Keseimbangan, ketika melakukan suatu kegiatan usaha ekonomi sangat penting bagi kita untuk memperhatikan alam sekitar, Dalam Islam, tujuan keberadaan manusia selaras

dengan pertumbuhan ekonomi di dunia yaitu, beribadah kepada Tuhannya dan memberikan manfaat sebanyak-banyaknya kepada alam semesta atau rahmatan lil ‘alamin pernyataan ini tertuang dalam (QS Al Anbiya 107; QS Al Ankabut 51) dalam koridor keseimbangan antara spiritual dan kelestarian alam (QS Al Baqarah 11-12) “Dan tidaklah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam” (QS Al Anbiya 107) “Dan bila dikatakan kepada mereka : “Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi”. Mereka menjawab : “Sesungguhnya kami orang-orang yang mengadakan perbaikan”, Ingatlah, sesungguhnya mereka itulah orang-orang yang membuat kerusakan, tetapi mereka tidak sadar” (QS Al Baqarah 11-12). Berlandaskan Ayat Al-Qur’an maka dari itu sebagai generasi muda yang dekat dengan teknologi dan dapat menggunakan social media dengan baik maka kita dapat melaksanakan usaha sekaligus melestarikan alam seperti menciptakan produk yang *eco-friendly* (ramah lingkungan) dari sini generasi Z dapat mengembangkan kreatifitas dan inovasi untuk membuat produk yang mendukung perkembangan green economy, bisa juga dengan menggunakan kemasan produk yang ramah lingkungan. Hal ini akan berdampak baik pada perekonomian dimasa sekarang dan masa yang akan datang

4. Keadilan, dalam islam sikap social, seperti peduli dan memiliki rasa empati terhadap orang fakir, miskin dan dhuafa serta tertindas sebagai sebuah praktek keadilan. Sebab, hal tersebut merupakan pembentukan sikap mental, sebagai sebuah praktek keadilan yang diwajibkan atau dianjurkan oleh agama. Karena keadilan adalah kebebasan yang bersyaratkan pada akhlak Islam, dan harus diterapkan di semua bidang kegiatan ekonomi, baik dalam bidang produksi, distribusi, maupun konsumsi. Ketika kita sudah mendapatkan keuntungan dari usaha yang kita rintis, perlu untuk kita memikirkan nasib individu lain, dan tidak menumpuk kekayaan pada diri sendiri, walaupun usaha yang di rintis buka usaha yang besar dan jumlah yang diberikan kepada sesama tidak banyak, dari aspek keadilan ini kalangan generasi Z dapat dilatih untuk senantiasa peduli terhadap sesama dan terhindar dari perlakuan zalim, sehingga usaha yang sedang berjalan menjadi keberkahan dan sekaligus dapat membantu kesejahteraan bersama yang dapat memperbaiki ekonomi Negara. Karena Islam telah menegaskan bahwa manusia mempunyai kecenderungan (*inherent*) cinta terhadap harta (QS Ali Imran 14; QS Asy Syura 27). Hal ini akan mendorong pengakuan absolut atas harta dan bermuara pada penimbunan harta kekayaan yang berlebihan (QS Al Humazah 1-3). Oleh karena itu, maka kecenderungan manusia untuk menpuuk harta tersebut harus dikendalikan dan diarahkan untuk mendorong berkembangnya perniagaan dan partisipasi sosial dapat dilaksanakan melalui infak, sedekah, dan wakaf untuk kepentingan bersamaan.
5. Persaudaraan dan Kebersamaan untuk Menjalin Kerjasama dalam Kebaikan, dalam ajaran islam kebersamaan merupakan indikator atas keimanan seorang muslim. Dan Nilai – nilai persaudaraan adalah suatu konsekuensi logis dari penunjukan manusia sebagai khalifah, karena penunjukan tersebut bukan hanya ditujukan kepada orang-orang tertentu saja. Kegiatan ekonomi baik yang dilakukan secara individu atau berjamaah semuanya diperbolehkan dalam Islam. Namun ekonomi yang dilakukn secara berjamaah, yang dijalankan berdasarkan kerjasama dan semangat tolong menolong dalam kebaikan dan berkeadilan pernyataan ini tertuang dari surat (QS Al Maidah 2; QS Shaad 24), adalah kegiatan ekonomi yang lebih didorong dalam nilai-nilai islam. Dalam melakukan usaha bisnis disini lah peluang bagi gen Z untuk memperluas relasi yang dapat dilakukan

dengan bekerja sama dengan wirausahaan lain seperti membuat *collaboration bussines*. Dengan bantuan teknologi dan media sosial juga dapat membuat rekan usaha menjadi lebih luas. Di sisi lain dari adanya kerjasama ini maka akan terjalin Tali Silaturahmi antar sesama umat.

Dengan menerapkan Nilai – nilai Ekonomi Syariah (islam), sesungguhnya dapat membuat usaha kecil yang kita jalankan tidak hanya sekedar mendapatkan keuntungan tetapi juga memperoleh keberkahan, dan tentunya dengan usaha yang dimiliki kita bisa bermanfaat bagi orang lain, kemudian *Inshaallah* membantu mengatasi permasalahan – permasalahan yang sering dihadapi generasi muda saat ini yang sedang merintis usah kecil. Maka sebagai seorang umat muslim yang baik harus dapat menerapkan Nilai – nilai Ekonomi Syariah pada usahanya maupun dalam kehidupan sehari-hari.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam strategi pengembangan kegiatan usaha kecil dapat menerapkan Nilai – nilai Ekonomi Syariah (Ketuhanan, Kepemilikan, Keseimbangan, Keadilan, dan Persaudaraan). Dari Nilai Ketuhanan dapat diambil strategi untuk membangun Gen Z memiliki mental yang tangguh dan kuat pada saat ingin memulai usaha juga dalam mengatasi masalah karena dengan menerapkan nilai ini membuat menjadi percaya bahwa apa yang terjadi nanti itu memang sudah menjadi takdir-Nya. Nilai Kepemilikan, dari nilai dapat membantu efisiensi dalam menggunakan sumber daya dan mengelola modal. Nilai Keseimbangan, dapat mengembangkan strategi Gen Z di bidang *green economy*, dengan adanya aspek keseimbangan dapat memberi peluang Gen Z untuk mendukung *green economy* melalui usaha kecil yang dijalankan seperti membuar produk-produk yang *eco-friendly*. Nilai Keadilan, dari nilai keadilan dapat menumbuhkan rasa peduli Gen Z terhadap sesama umat muslim. Nilai Persaudaraan dan Kebersamaan untuk Menjalin Kerjasama dalam Kebaikan, nilai ini dapat diterapkan dalam pengembangan relasi atau partner usaha sehingga usaha yang dijalankan mendapatkan dukungan lebih, hal ini dapat membuat usaha menjadi lebih baik dan berkembang ke depannya. Nilai – nilai Ekonomi Syariah sebisa mungkin di terapkan agar kita medapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat. Dan juga dengan menerapkan pengembangan usaha kecil yang berdasarkan Nilai – nilai Ekonomi Syariah dapat membantu permasalahan – permasalahan yang menjadi penghambat dalam perkembangan usaha kecil.

6. Saran

Perlu adanya strategi pengembangan usaha kecil di Indonesia saat ini dalam upaya peningkatan perekonomian nasional yang dapat dilakukan oleh kalangan Gen Z sebagai generasi yang sangat dekat dengan media social dan teknologi, karena dengan adanya bantuan media social dan teknologi adalah sebagai salah satu cara untuk dapat mendorong kemajuan usaha kecil yang sedang dirintis, akan tetapi secanggih apapun media social dan tekonologi sebagai manusia kita juga perlu menerapkan nilai-nilai syariah dalam usaha ataupun bisnis yang sedang kita jalani sebagai salah satu upaya strategi pegembangan usaha atau bisnis, hal inilah yang perlu ditingkatkan dalam perekonomian kita saat ini, terutama dikalangan ekonom syariah. Karena dari sisi nilai - nilai ekonomi syariah dapat terlihat jelas bahwa banyak dampak positif yang berdampak pada pengembangan usaha atau bisnis di kalangan Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- al-Ma, L. (1987). *luf, al Munjid fi al Lughah wa al A'lam*. Baeirut: Dar al Masyriq.
Badan Pemeriksa Keuangan. (1998). *PP No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil [JDIH BPK RI]*.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/55038>

- Badan Pusat Statistik. (2013). *Statistik UMKM Tahun 2012–2013*.
<https://www.bps.go.id/subjek/view/id/9>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Sensus Penduduk 2020*.
<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Bank Indonesia. (2018). *Nilai - Nilai dan Prinsip Dasar Ekonomi Syariah*.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Nilai-Nilai-dan-Prinsip-Dasar-Ekonomi-Syariah.aspx>
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2019). *Ekonomi pembangunan syariah*. PT RajaGrafindo Persada.
- Cilliers, E. J. (2017). the Challenge of Teaching Generation Z. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188–198. <https://doi.org/10.20319/pijss.2017.31.188198>
- Ciputra, I. (2013). *CIPUTRA QUANTUM LEAP* (Vol. 1). Elex Media Komputindo.
- Dhewanto, W. (2015). *Manajemen Inovasi untuk usaha kecil dan mikro* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Gustiawati Mukri, S. (2014). Langkah Strategis Optimalisasi Sistem Ekonomi Syariah. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 1(1). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v1i1.1521>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Naila, A., Azisah, Q., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., & Makassar, U. N. (2021). *Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model ' s Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z)*. 1(1), 188–198.
- Insider, B. (2019). Generation Z latest characteristics, research, and facts. Retrieved from Business Insider: <https://www.businessinsider.com/Generation-Z>.
- Liana, L. (2008). Struktur, Memperkokoh Nasional, Perekonomian. *Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional*, 15(2), 98–106.
- Maulana, F. (2019). Pendidikan Kewirausahaan dalam Islam. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 2(01), 30–44.
- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mustaqim, Y. (2019). Membangun Entrepreneurship Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 58–78.
- Oblinger, D. and others. (2003). Understanding the new students. *Educause Review*, 38(4), 37–47.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Poláková, P., & Klímová, B. (2019). Mobile technology and generation Z in the English language classroom – A preliminary study. *Education Sciences*, 9(3), 1–11. <https://doi.org/10.3390/educsci9030203>
- Qaradhawi, Y. (1995). *Peran dan Nilai Moral dalam perekonomian*. Jakarta: Rabbani Press.
- Shihab, M. Q. (2008). *Berbisnis dengan Allah: Bisnis Sukses Dunia Akhirat*. Lentera Hati Group.
- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65(May). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>
- Tulgan, B. B. (2013). *Gen-Z-Whitepaper*.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71, 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>

Biodata Penulis



Gita Olivia, lahir pada tanggal 30 September 2001, di Kota Bandar Lampung. Latar belakang pendidikan penulis, pada tahun 2013 lulus SD Negeri 28 Muara Enim, Tahun 2016 Lulus SMP Negeri 2 Muara Enim, dan Lulus pada tahun 2019 dari SMA Negeri 2 Muara Enim, pendidikan saat ini sedang menempuh jenjang Perguruan Tinggi Semester 5 di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dan sebagai small content creator di salah satu media sosial.



Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I., lahir pada tanggal 18 September 1990, di Kota Bandar Lampung, Latar belakang penulis, Lulus Pondok Modern Darussalam Gontor Indonesia (SMA) pada tahun 2009, kemudian melanjutkan S1 di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Lulus pada tahun 2013, dan melanjutkan S2 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan mendapatkan gelar Magister pada tahun 2015, setelah itu melanjutkan lagi S3 nya di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan lulus pada tahun 2018. Dan saat ini penulis aktif dalam bidang penelitian dan penulisan sebagai Researcher dan Reviewer, serta penulis juga merupakan seorang Dosen di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dan Pegawai Negeri Sipil.



Prof. Dr. H. Suharto, S.H, M.A., latar belakang pendidikan terakhir penulis, lulus S1 pada tahun 1989 di Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Muhammadiyah di Program Keperdataan, kemudian melanjutkan S2 di IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Lulus pada tahun 1993 pada program studi Muamalah, dan Lulus S3 pada tahun 2006 di program studi Muamalah. Saat ini penulis merupakan menjabat sebagai Guru Besar Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.