
Strategi Bertahan Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar dalam Menghadapi Kenaikan Harga Bahan Pokok: Perspektif Ekonomi Islam

Nuratikah¹, Mukhtar Lutfi², Abdul Wahid Haddade³, Muslimin Kara⁴, Umar Sulaiman⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

E-mail: atikanur562@gmail.com¹

Article History:

Received: 20 Juni 2026

Revised: 11 September 2026

Accepted: 28 September 2026

Keywords:

strategi bertahan; kenaikan harga bahan pokok; usaha kuliner; ekonomi Islam; keberlangsungan usaha; UMKM

Abstract: Kenaikan harga bahan pokok menjadi salah satu tekanan utama bagi keberlangsungan usaha kuliner skala kecil karena secara langsung meningkatkan biaya produksi dan mempersempit margin keuntungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi bertahan yang diterapkan Warung Bakso Mas Bargo Solo di Makassar dalam menghadapi kenaikan harga bahan pokok serta menelaah praktik tersebut dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan harga daging sapi, tepung, minyak goreng, cabai, dan gas elpiji meningkatkan biaya operasional, menekan margin keuntungan, serta memengaruhi daya beli konsumen. Dalam menghadapi kondisi tersebut, pelaku usaha menerapkan strategi adaptif berupa efisiensi penggunaan bahan baku, pengelolaan keuangan secara lebih hati-hati, pemeliharaan kualitas produk dan pelayanan, inovasi menu, penguatan hubungan dengan pelanggan dan pemasok, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Strategi tersebut juga dijalankan dengan mempertahankan prinsip kejujuran, amanah, kesabaran, dan kehalalan dalam aktivitas usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi bertahan usaha tidak hanya dibentuk oleh pertimbangan efisiensi ekonomi, tetapi juga oleh nilai etika dan spiritual yang memengaruhi cara pelaku usaha merespons tekanan pasar. Dalam perspektif ekonomi Islam, keberlangsungan usaha dipahami bukan semata-mata sebagai kemampuan mempertahankan keuntungan, tetapi juga sebagai upaya menjaga kepercayaan, kualitas, kehalalan, dan keberkahan dalam proses usaha.

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia hingga saat ini masih sangat dipengaruhi oleh stabilitas harga pangan. Perubahan harga komoditas pangan dapat memengaruhi daya beli masyarakat sekaligus meningkatkan biaya produksi bagi usaha yang menjadikan bahan pangan sebagai input utama. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama karena keterbatasan sumber daya membuat kelompok usaha ini relatif rentan terhadap perubahan lingkungan ekonomi dan gangguan pasar (Eggers, 2020; Kasim et al., 2024). Bagi usaha kuliner seperti warung bakso, kenaikan harga daging sapi, beras, cabai, minyak, dan bahan baku lainnya dapat mempersempit margin usaha ketika peningkatan biaya tidak dapat sepenuhnya dialihkan kepada konsumen.

Di Indonesia, fluktuasi harga pangan masih menjadi persoalan yang dihadapi pelaku usaha. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa pada Maret 2023 kelompok makanan, minuman, dan tembakau mengalami inflasi sebesar 6,05% secara tahunan. Pada awal tahun yang sama, beberapa komoditas seperti bawang merah, cabai merah, dan beras juga tercatat mengalami kenaikan harga (Badan Pusat Statistik, 2023a, 2023b). Kondisi ini relevan bagi usaha bakso karena daging sapi dan berbagai komoditas pangan merupakan komponen penting dalam biaya produksi. Ketika biaya bahan baku meningkat, pedagang menghadapi pilihan antara menyesuaikan harga jual, mengurangi margin keuntungan, melakukan efisiensi produksi, atau mencari sumber pasokan alternatif. Bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan tersebut menjadi bagian penting dari ketahanan usaha (Eggers, 2020; Kasim et al., 2024).

Warung bakso sebagai salah satu bentuk usaha kuliner tidak terlepas dari persoalan tersebut. Kenaikan biaya bahan baku dapat mendorong pelaku usaha melakukan berbagai penyesuaian, mulai dari efisiensi penggunaan bahan, perubahan ukuran produk, diversifikasi menu, hingga penataan kembali jaringan pemasok. Namun, strategi bertahan tidak hanya berhadapan dengan persoalan efisiensi ekonomi. Dalam perspektif bisnis Islam, penyesuaian terhadap tekanan biaya tetap harus memperhatikan kejujuran, amanah, keterbukaan, dan perlindungan terhadap kepentingan konsumen. Kejujuran dan transparansi merupakan bagian penting dalam hubungan produsen dan konsumen karena dapat membangun kepercayaan sekaligus mencegah praktik yang merugikan salah satu pihak (Mursidah, 2025).

Dalam perspektif Ekonomi Islam, strategi bertahan suatu usaha tidak semata-mata diarahkan untuk mempertahankan keuntungan, tetapi juga perlu memperhatikan kemaslahatan, keadilan, dan keberlanjutan kegiatan ekonomi. Kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* menempatkan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta sebagai bagian dari tujuan syariah yang berkaitan dengan terciptanya kesejahteraan manusia (Chapra, 2008; Kusnan et al., 2022). Dalam kegiatan usaha, orientasi tersebut memungkinkan keputusan ekonomi dibaca tidak hanya dari kemampuan menghasilkan pendapatan, tetapi juga dari cara pendapatan diperoleh, kualitas barang yang diperdagangkan, serta dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Integrasi nilai *maqāṣid al-sharī'ah* dalam pengelolaan usaha juga dipandang dapat memperkuat tata kelola etis, kepercayaan, dan ketahanan bisnis dalam jangka panjang (Wahdati et al., 2026).

Konteks tersebut menjadi relevan pada Warung Bakso Mas Bargo di Makassar yang tetap menjalankan usahanya ketika menghadapi kenaikan harga bahan baku. Berdasarkan temuan awal penelitian, pemilik usaha berupaya mempertahankan keberlangsungan bisnis melalui penyesuaian operasional, inovasi penyajian dan pelayanan, serta pembangunan jaringan pemasok alternatif. Keputusan usaha tersebut juga dikaitkan oleh pemilik dengan nilai kejujuran dan amanah dalam berdagang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan bertahan tidak hanya berkaitan dengan sumber daya material, tetapi juga dengan nilai yang menjadi dasar ketika pelaku usaha merespons

tekanan ekonomi.

Nilai-nilai Islam dapat menjadi sumber etis sekaligus psikologis bagi pelaku usaha ketika menghadapi ketidakpastian. Kajian mengenai ketahanan UMKM berbasis kewirausahaan Islam menunjukkan bahwa spiritualitas, keimanan, optimisme, serta kemampuan adaptasi dapat menjadi bagian dari sumber daya internal yang mendukung resiliensi pelaku usaha (Kasim et al., 2024). Penelitian mengenai pengusaha Muslim juga menunjukkan bahwa *ikhtiar* dan *tawakkal* dapat berperan dalam membangun ketahanan ketika menghadapi krisis dan ketidakpastian usaha (Hassan et al., 2025). Dalam konteks tersebut, nilai seperti *qana'ah*, *tawakkal*, dan *ikhtiar* tidak berarti menerima keadaan secara pasif, melainkan dapat berjalan bersama upaya adaptasi, kerja keras, dan pengambilan keputusan usaha secara bertanggung jawab.

Prinsip tersebut memiliki landasan normatif dalam ajaran Islam. Allah SWT. berfirman dalam QS Al-Baqarah/2:168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019).

Dalam *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Azīm*, Ibn Kathir menjelaskan bahwa perintah *halālan ṭayyiban* dalam ayat tersebut menunjukkan kebolehan mengonsumsi sesuatu yang halal sekaligus baik, yaitu sesuatu yang tidak membahayakan tubuh maupun akal. Larangan mengikuti langkah-langkah setan selanjutnya menunjukkan pentingnya menghindari jalan yang membawa manusia kepada perbuatan yang bertentangan dengan ketentuan Allah (Ibn Kathir, 1999). Dalam konteks kegiatan ekonomi, prinsip halal dan *ṭayyib* memberikan landasan bahwa barang yang diperdagangkan tidak cukup hanya diperoleh melalui cara yang dibenarkan, tetapi juga perlu menjaga kualitas dan kemanfaatannya bagi konsumen.

Dalam konteks usaha kecil seperti warung bakso, QS Al-Baqarah/2:168 memberikan landasan etis bahwa keberlangsungan usaha tidak semata-mata diukur melalui keuntungan material, tetapi juga melalui cara pelaku usaha menjaga kehalalan, kualitas, keamanan produk, dan kejujuran dalam transaksi. Prinsip *ṣidq* dan amanah menuntut pelaku usaha tidak menyembunyikan kualitas produk ataupun memberikan informasi yang menyesatkan kepada konsumen. Literatur etika bisnis Islam juga menunjukkan bahwa kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab dapat memperkuat kepercayaan konsumen serta mendukung keberlanjutan hubungan bisnis (Mursidah, 2025). Dengan demikian, mempertahankan kualitas produk di tengah kenaikan biaya dapat dipahami tidak hanya sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab etis pelaku usaha.

Kasus Warung Bakso Mas Bargo di Makassar karena itu menarik untuk dikaji lebih lanjut. Literatur mengenai ketahanan UMKM telah banyak membahas kemampuan adaptasi, sumber daya, fleksibilitas, dan strategi menghadapi krisis (Eggers, 2020; Kasim et al., 2024), sedangkan kajian Ekonomi Islam menempatkan *maqāṣid al-sharī’ah*, etika bisnis, dan spiritualitas sebagai landasan bagi aktivitas ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan (Chapra, 2008; Kusnan et al., 2022). Namun, masih terdapat ruang untuk melihat bagaimana tekanan kenaikan harga bahan pokok direspons secara konkret oleh usaha kuliner skala kecil dan bagaimana strategi tersebut dipraktikkan dalam bingkai nilai Ekonomi Islam. Penelitian ini karena itu berfokus pada strategi bertahan Warung Bakso Mas Bargo dalam menghadapi kenaikan harga bahan pokok serta menganalisis strategi tersebut dalam perspektif Ekonomi Islam. Kajian ini diharapkan

menunjukkan bahwa nilai Islam tidak hanya hadir sebagai norma ideal, tetapi dapat menjadi kerangka untuk membaca pilihan-pilihan praktis pelaku usaha ketika menghadapi tekanan ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi bertahan Warung Bakso Mas Bargo Solo dalam menghadapi kenaikan harga bahan pokok serta keterkaitannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Pendekatan kualitatif digunakan karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman, pertimbangan, tindakan, dan makna yang dibangun oleh pelaku usaha dalam konteks alamiahnya (Moleong, 2017; Creswell & Poth, 2018). Penelitian kualitatif juga menempatkan fenomena sosial sebagai sesuatu yang perlu dipahami secara kontekstual, terutama ketika penelitian berupaya menjelaskan bagaimana aktor mengambil keputusan dan merespons kondisi tertentu dalam kehidupan nyata (Patton, 2015). Desain studi kasus dipilih karena penelitian memusatkan perhatian pada satu unit usaha tertentu sebagai kasus yang dibatasi secara jelas, sehingga fenomena dapat dikaji secara rinci dengan mempertimbangkan konteks tempat, aktivitas, dan aktor yang terlibat (Yin, 2018; Creswell & Poth, 2018).

Penelitian dilaksanakan di Warung Bakso Mas Bargo Solo yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan KM 15, Daya, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Pemilihan lokasi didasarkan pada kesesuaiannya dengan fokus penelitian, yaitu usaha kuliner skala kecil yang menghadapi perubahan harga bahan pokok dan harus melakukan berbagai penyesuaian untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Dalam studi kasus, penetapan kasus secara spesifik memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai hubungan antara kondisi eksternal, respons pelaku usaha, dan praktik yang berkembang di dalam konteks aktual penelitian (Yin, 2018).

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pemilik dan karyawan Warung Bakso Mas Bargo Solo yang memiliki pengetahuan serta pengalaman mengenai operasional usaha, perubahan harga bahan baku, penentuan harga, pengelolaan biaya, dan strategi mempertahankan usaha. Pemilihan informan diarahkan kepada pihak yang mampu memberikan informasi yang kaya dan relevan dengan permasalahan penelitian, sebagaimana lazim digunakan dalam penelitian kualitatif yang lebih menekankan kedalaman informasi daripada representasi statistik (Patton, 2015; Creswell & Poth, 2018). Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumen yang berkaitan dengan aktivitas usaha, buku, artikel ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta sumber lain yang relevan dengan strategi keberlangsungan UMKM dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Penggunaan berbagai sumber data juga penting dalam studi kasus karena memungkinkan fenomena dianalisis melalui lebih dari satu jenis bukti (Yin, 2018).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, pertimbangan, dan strategi pemilik maupun karyawan dalam menghadapi kenaikan harga bahan pokok. Wawancara kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh informasi mengenai perspektif dan pengalaman informan yang tidak selalu dapat diamati secara langsung (Creswell & Poth, 2018; Patton, 2015). Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung aktivitas operasional usaha, penggunaan bahan baku, pelayanan kepada konsumen, serta bentuk penyesuaian yang diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Sementara itu, dokumentasi digunakan sebagai sumber pendukung untuk melengkapi dan mengonfirmasi informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Kombinasi

wawancara, observasi, dan dokumentasi memungkinkan penelitian memperoleh bukti yang lebih komprehensif mengenai kasus yang diteliti (Yin, 2018).

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui proses kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan sebagaimana dikembangkan oleh Miles et al. (2020). Pada tahap kondensasi, hasil wawancara, catatan observasi, dan dokumentasi diseleksi, dikodekan, dikelompokkan, dan difokuskan pada informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian naratif dan kategori-kategori tematik agar pola hubungan antartemuan dapat diidentifikasi secara sistematis. Proses pengodean dan pengembangan tema digunakan untuk menemukan pola mengenai dampak kenaikan harga bahan pokok, strategi penyesuaian usaha, efisiensi operasional, pengelolaan harga, serta praktik usaha yang berkaitan dengan prinsip ekonomi Islam. Pengembangan pola dan tema merupakan bagian penting dalam analisis data kualitatif karena memungkinkan peneliti bergerak dari data empiris menuju interpretasi yang lebih konseptual (Braun & Clarke, 2022).

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha dan karyawan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan triangulasi dimaksudkan untuk meningkatkan kredibilitas temuan dengan memeriksa konsistensi informasi yang diperoleh melalui sumber maupun metode yang berbeda (Patton, 2015; Yin, 2018). Selain itu, kredibilitas penelitian diperkuat melalui pengecekan kembali kesesuaian interpretasi dengan data empiris dan penelusuran bukti pendukung terhadap setiap temuan utama. Langkah tersebut sejalan dengan prinsip *trustworthiness* dalam penelitian kualitatif yang menekankan kredibilitas, keterlacakan proses analisis, dan konsistensi interpretasi terhadap data (Lincoln & Guba, 1985).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Warung Bakso Mas Bargo Solo dalam Menghadapi Kenaikan Harga Bahan Pokok di Kota Makassar

Warung Bakso Mas Bargo Solo berada di Jl. Perintis Kemerdekaan KM. 15 Daya, tepatnya depan AURI Daya yang pas di depan jalan Poros Makassar-Maros, lokasinya sangat strategis karena berada dekat dengan sekolah yaitu RA Al-Hidayah Ex Asrama Haji, MIN 2 Kota Makassar, MtsN 2 Kota Makassar, MAN 3/MAN PK Kota Makassar dan juga Kampus STAI Al-Furqan Makassar, juga dekat dengan Kawasan Industri Makassar (KIMA). Tentunya dekat dengan lingkungan masyarakat dan mudah untuk dijangkau oleh berbagai kalangan. Pemilik warung ini bernama Mas Bargo, maka dari itu nama warungnya diambil dari nama Mas Bargo selaku pemilik usaha. Keberadaan wilayah yang strategis dan ramai aktivitas ekonomi menunjukkan pentingnya memanfaatkan peluang usaha secara optimal. Islam mendorong umatnya untuk bertebaran di muka bumi mencari rezeki yang halal sebagaimana firman Allah SWT. dalam QS.Al-Jumu'ah/62:10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.”

Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia mengatakan “Bila kalian telah mendengar khutbah dan menunaikan shalat, maka bertebaranlah di muka bumi dan carilah rizki Allah dengan usaha kalian, serta ingatlah Allah banyak-banyak dalam segala keadaan kalian, semoga kalian meraih kebaikan dunia dan akhirat.

Warung Bakso Mas Bargo Solo merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal di kawasan Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Usaha ini bergerak dalam bidang penyediaan makanan berbasis olahan daging sapi, khususnya bakso, yang memiliki pelanggan tetap dari kalangan pelajar, pegawai, hingga masyarakat umum. Seperti halnya usaha kecil dan menengah lainnya, Warung Bakso Mas Bargo Solo juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan kegiatan usahanya, terutama sejak terjadinya kenaikan harga bahan pokok secara nasional.

Kenaikan harga bahan pokok seperti daging sapi, tepung tapioka, minyak goreng, dan gas elpiji secara langsung memengaruhi biaya operasional usaha. Kondisi ini menuntut pemilik usaha untuk melakukan berbagai strategi agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya tanpa mengurangi kualitas produk maupun kehilangan pelanggan. Selain itu, perubahan harga yang tidak stabil juga berpengaruh terhadap daya beli konsumen, yang akhirnya berdampak pada tingkat penjualan harian. Dalam hal ini, penting untuk memahami bagaimana Warung Bakso Mas Bargo Solo beradaptasi dan bertahan menghadapi dinamika ekonomi, baik dari segi pengelolaan bahan baku, strategi harga, pelayanan, maupun manajemen keuangan agar tetap eksis di tengah ketatnya persaingan usaha kuliner di Kota Makassar. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap usaha akan menghadapi ujian ekonomi, namun Islam mengajarkan kesabaran dan keteguhan dalam menghadapi kesulitan. Allah SWT. berfirman dalam QS. Al-Baqarah/2:155 (Duchek, 2020; Sofiyandi et al., 2023):

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالتَّمَارِثِ وَبَشِيرٍ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٥﴾

Artinya: "Kami pasti akan mengujimu dengan sedikit ketakutan dan kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Sampaikanlah (wahai Nabi Muhammad,) kabar gembira kepada orang-orang sabar".

Warung Bakso Mas Bargo Solo merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan tradisional berbasis daging sapi, yang berlokasi di Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Usaha ini berdiri sejak tahun 2017 dan menjadi salah satu tempat makan favorit bagi masyarakat sekitar, termasuk para pelajar dan pekerja. Dalam kesehariannya, warung ini melayani berbagai jenis menu olahan bakso dengan cita rasa khas yang dipertahankan secara konsisten. Namun, seiring dengan meningkatnya harga bahan pokok di pasaran, usaha ini turut merasakan dampak yang cukup signifikan terhadap biaya produksi dan operasional.

Kenaikan harga bahan pokok seperti daging sapi, tepung tapioka, bawang merah, cabai, minyak goreng, dan gas elpiji telah menyebabkan bertambahnya beban biaya usaha. Kondisi tersebut mengharuskan pemilik warung untuk meninjau kembali strategi bisnis yang dijalankan agar tidak mengalami kerugian. Di sisi lain, pemilik usaha juga harus tetap menjaga harga jual agar tetap terjangkau bagi konsumen yang sebagian besar berasal dari kalangan menengah ke bawah. Hal ini menjadi dilema tersendiri, karena menaikkan harga jual dapat menurunkan minat pembeli, sementara mempertahankan harga lama dapat menggerus margin keuntungan.

Untuk menghadapi situasi tersebut, Warung Bakso Mas Bargo Solo melakukan beberapa langkah strategis, antara lain dengan mengatur ulang pembelian bahan baku, seperti mencari pemasok yang menawarkan harga lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas bahan. Selain itu, pemilik usaha juga melakukan efisiensi dalam penggunaan bahan dan energi, seperti penghematan gas dan listrik, serta mengurangi porsi pemborosan dalam proses produksi.

Dari segi manajemen keuangan, pemilik warung berusaha menjaga kestabilan arus kas dengan cara mencatat seluruh pengeluaran dan pemasukan secara lebih disiplin, agar dapat mengontrol penggunaan modal kerja. Selain itu, strategi promosi melalui layanan pesan antar dan

media sosial juga mulai dilakukan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Meskipun kenaikan harga bahan pokok memberikan tekanan terhadap biaya operasional, semangat dan keuletan pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo menjadi faktor utama dalam mempertahankan usahanya. Sikap tawakal dan keyakinan terhadap rezeki yang telah ditetapkan oleh Allah SWT juga menjadi landasan spiritual yang kuat bagi pemilik usaha untuk tetap berusaha dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi perubahan ekonomi yang terjadi (Aryani & Tuti, 2023; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007).

Dengan demikian, kondisi usaha Warung Bakso Mas Bargo Solo mencerminkan realitas yang dialami oleh banyak pelaku usaha kecil menengah di Kota Makassar. Ketahanan mereka bukan hanya ditentukan oleh kemampuan ekonomi semata, tetapi juga oleh strategi adaptif, nilai kejujuran, kesabaran, serta keimanan yang menjadi pedoman dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan. Selain masalah kenaikan harga bahan pokok, Warung Bakso Mas Bargo Solo juga menghadapi tantangan lain yang berhubungan dengan perubahan perilaku konsumen dan Tingkat persaingan di sektor kuliner. Kenaikan harga membuat sebagian pelanggan beralih ke pilihan makanan yang lebih murah atau mengurangi frekuensi makan di luar rumah. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah pengunjung, terutama pada hari-hari biasa, sehingga pendapatan warung menjadi tidak stabil (Duchek, 2020; Oliver, 1999).

Dalam situasi tersebut, pemilik usaha perlu melakukan penyesuaian strategi pelayanan agar tetap mampu menarik pelanggan. Salah satu langkah yang dilakukan adalah menjaga kualitas rasa dan kebersihan sebagai nilai utama yang menjadi ciri khas warung tersebut. Pemilik menyadari bahwa konsistensi rasa merupakan faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, meskipun harga bahan naik, mereka berupaya agar cita rasa bakso tetap sama seperti sebelumnya, karena perubahan rasa sedikit saja dapat menurunkan minat konsumen (Cronin et al., 2000; Oliver, 1999).

Selain menjaga kualitas, Warung Bakso Mas Bargo Solo juga melakukan diversifikasi produk dengan menambah variasi menu pendamping seperti mie ayam bakso, bakso urat, bakso campur, dan minuman ringan. Strategi ini dilakukan untuk memberikan pilihan yang lebih beragam bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan peluang penjualan per kunjungan pelanggan. Di sisi lain, pemilik juga menyesuaikan ukuran porsi dan harga agar tetap terjangkau bagi kalangan pelajar dan masyarakat sekitar. Dari aspek pemasaran, pemilik usaha mulai memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk melakukan promosi sederhana. Meskipun masih bersifat manual dan belum dikelola secara profesional, cara ini terbukti cukup efektif dalam memperluas jangkauan pelanggan, terutama di kalangan anak muda (Aryani & Tuti, 2023; Shandy et al., 2023).

Secara manajerial, pemilik warung juga berusaha memperkuat hubungan dengan pemasok tetap (*supplier*) untuk memastikan ketersediaan bahan baku dengan harga yang stabil. Hubungan baik dan saling percaya antara pemilik dan pemasok menjadi salah satu kunci dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah fluktuasi harga pasar. Selain itu, pemilik juga lebih selektif dalam pengeluaran operasional, misalnya dengan menunda pembelian peralatan baru dan memaksimalkan penggunaan alat yang masih berfungsi dengan baik (Stam et al., 2014; Trunk & Birkel, 2022).

Dalam perspektif ekonomi Islam, ketahanan usaha ini tidak hanya dilihat dari kemampuan finansial, tetapi juga dari penerapan nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, kesabaran, dan tawakal dalam setiap langkah usaha. Pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo meyakini bahwa rezeki datang dari Allah SWT, sehingga setiap ujian berupa kenaikan harga bahan pokok harus dihadapi dengan kesungguhan dan doa. Nilai spiritual ini memberikan ketenangan batin dalam berusaha serta

mendorong pemilik untuk terus berinovasi tanpa meninggalkan prinsip kehalalan dan keadilan dalam berdagang (Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

Dengan demikian, kondisi Warung Bakso Mas Bargo Solo mencerminkan bentuk resiliensi ekonomi mikro berbasis nilai-nilai Islam, di mana ketekunan, adaptasi, dan keimanan menjadi fondasi utama dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Meskipun dihadapkan pada tekanan ekonomi akibat kenaikan harga bahan pokok, warung ini mampu tetap bertahan berkat kombinasi antara strategi bisnis yang realistis dan keyakinan spiritual yang kuat (Duchek, 2020; Gümüşay, 2015).

Faktor yang Menyebabkan Kenaikan Harga Bahan Pokok dan Berpengaruh terhadap Usaha Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar

Salah satu faktor utama yang menyebabkan kenaikan harga bahan pokok adalah kondisi ekonomi makro yang tidak stabil. Faktor ini berkaitan erat dengan berbagai variabel seperti inflasi, kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), dan perubahan nilai tukar mata uang yang mempengaruhi biaya produksi serta distribusi barang. Ketika inflasi meningkat, daya beli masyarakat cenderung menurun sementara harga kebutuhan pokok mengalami kenaikan. Hal ini berdampak pada seluruh sektor, terutama sektor pangan yang bergantung pada pasokan bahan mentah dari berbagai daerah. (Bank Indonesia, 2025; Carrière-Swallow et al., 2023)

Kenaikan harga BBM juga menjadi penyebab dominan karena berpengaruh langsung terhadap ongkos transportasi distribusi bahan pangan. Biaya pengiriman daging, tepung, maupun bumbu dari pemasok ke pedagang ikut meningkat, sehingga harga jual bahan-bahan tersebut di tingkat pedagang eceran pun menjadi lebih tinggi. Dalam konteks usaha Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar, kenaikan harga BBM akan meningkatkan biaya operasional, terutama dalam pembelian bahan baku utama seperti daging sapi dan gas elpiji yang merupakan komponen penting dalam proses produksi bakso. Selain itu, fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika Serikat turut memengaruhi harga bahan pokok tertentu, khususnya bahan yang masih bergantung pada impor. Akibatnya, pedagang kecil di tingkat lokal ikut terdampak meskipun mereka tidak terlibat langsung dalam aktivitas impor (Carrière-Swallow et al., 2023; Sofiyandi et al., 2023).

Faktor ekonomi makro lainnya adalah kebijakan pemerintah terkait perdagangan dan subsidi bahan pokok. Ketika subsidi dikurangi atau harga eceran tertinggi (HET) dinaikkan, maka secara otomatis harga bahan pangan di pasar akan ikut naik. Perubahan kebijakan ini seringkali dilakukan untuk menyesuaikan kondisi fiskal negara, namun dampaknya langsung dirasakan oleh masyarakat, terutama pelaku usaha mikro dan kecil. Secara keseluruhan, faktor ekonomi makro memberikan pengaruh besar terhadap stabilitas harga bahan pokok. Bagi pelaku usaha seperti Warung Bakso Mas Bargo Solo, perubahan ekonomi ini menjadi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara biaya produksi dan harga jual. Pemilik usaha dituntut untuk lebih cermat dalam mengatur pengeluaran, mencari alternatif bahan baku yang lebih terjangkau, serta mempertahankan loyalitas pelanggan agar usaha tetap berjalan meski harga bahan pokok terus mengalami kenaikan (Sofiyandi et al., 2023).

Selain inflasi, kenaikan harga BBM, dan fluktuasi nilai tukar, faktor ekonomi makro juga mencakup kondisi pertumbuhan ekonomi nasional dan global. Ketika pertumbuhan ekonomi melambat, sektor produksi bahan pangan juga ikut menurun, sehingga pasokan di pasar menjadi terbatas. Keterbatasan pasokan ini secara otomatis menaikkan harga, terutama pada komoditas yang banyak dikonsumsi masyarakat seperti beras, daging, dan minyak goreng (Bank Indonesia, 2025; Carrière-Swallow et al., 2023).

Faktor lain yang turut berpengaruh adalah perubahan biaya produksi di sektor pertanian dan peternakan. Kenaikan harga pupuk, pakan ternak, serta biaya perawatan lahan dan transportasi membuat produsen menaikkan harga jual bahan mentah kepada pedagang. Dalam konteks warung bakso, kenaikan harga daging sapi menjadi salah satu dampak langsung dari tingginya biaya produksi ditingkat peternak. Selain itu, situasi ekonomi global juga berperan besar. Misalnya, ketika terjadi konflik internasional atau gangguan perdagangan antarnegara, pasokan bahan pangan dunia terganggu. Akibatnya, harga komoditas global naik dan berdampak pada pasar domestik Indonesia. Hal ini terlihat pada beberapa tahun terakhir, di mana kenaikan harga minyak dunia dan terganggunya rantai pasok internasional menyebabkan naiknya harga pangan nasional, termasuk bahan baku usaha kuliner (Carrière-Swallow et al., 2023; FAO, 2023).

Kondisi ekonomi makro juga sangat dipengaruhi oleh perilaku pasar dan ekspektasi masyarakat. Ketika masyarakat memperkirakan harga akan naik, banyak pedagang besar yang menimbun barang untuk dijual kembali pada harga yang lebih tinggi. Tindakan spekulatif seperti ini memperparah kenaikan harga bahan pokok di pasaran. Dari perspektif ekonomi Islam, praktik penimbunan (ihtikar) ini termasuk perbuatan yang dilarang karena menimbulkan kerugian bagi masyarakat dan tidak sesuai dengan prinsip keadilan dalam muamalah. Rasulullah SAW. Bersabda:

لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِي

Artinya: “Tidak boleh menimbun barang, jika tidak, maka ia termasuk orang yang berdosa.” (HR. Muslim, no. 1605).

Faktor selanjutnya adalah faktor distribusi dan rantai pasok. Dalam konteks ekonomi, rantai pasok memiliki peran penting dalam menjaga kestabilan harga dan ketersediaan barang di pasar. Ketika sistem distribusi mengalami hambatan, baik dari sisi pasokan bahan mentah maupun biaya logistik, maka harga bahan pokok di tingkat pedagang kecil akan ikut terdampak. Dalam penelitian ini, saya menemukan bahwa kelancaran distribusi bahan baku seperti daging sapi, tepung, dan minyak goreng sangat bergantung pada kondisi transportasi dan ketersediaan pasokan dari pemasok utama. Apabila terjadi gangguan dalam proses pengiriman, seperti keterlambatan truk pengangkut, kenaikan ongkos bahan bakar, atau kelangkaan stok dari pemasok, maka harga bahan-bahan tersebut akan meningkat secara otomatis. Kondisi seperti ini sering kali tidak dapat dikendalikan oleh pelaku usaha kecil karena mereka berada pada posisi akhir dari rantai pasok. (Nakandala et al., 2025; Sofiyandi et al., 2023)

Selain itu, faktor cuaca dan kondisi geografis juga memiliki pengaruh terhadap distribusi bahan pokok. Pada musim hujan, misalnya, beberapa jalur distribusi mengalami hambatan karena akses jalan yang sulit dilalui atau terganggunya pasokan dari daerah produsen. Hal ini menyebabkan keterlambatan pengiriman barang dan pada akhirnya mendorong kenaikan harga di tingkat pedagang. Situasi ini juga dialami oleh Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar, di mana ketersediaan bahan baku utama terkadang menjadi tidak stabil ketika pasokan dari distributor mengalami kendala (FAO, 2023).

Tidak hanya itu, ketergantungan pada pemasok tertentu juga menjadi salah satu penyebab kenaikan harga bahan pokok. Banyak pedagang kecil yang belum memiliki jaringan pemasok yang beragam, sehingga ketika satu pemasok menaikkan harga, mereka tidak memiliki alternatif lain untuk mendapatkan bahan baku dengan harga yang lebih rendah. Kondisi ini membuat pelaku usaha harus menerima harga pasar yang berlaku meskipun biaya produksi menjadi lebih tinggi (Nakandala et al., 2025; Trunk & Birkel, 2022).

Selain hambatan dalam distribusi fisik, faktor lain yang berpengaruh terhadap kenaikan

harga bahan pokok adalah efisiensi sistem logistik dan perantara dagang dalam rantai pasok. Rantai pasok bahan pokok di Indonesia umumnya melibatkan banyak pihak mulai dari produsen, distributor besar, agen, pengecer, hingga pedagang kecil. Setiap mata rantai ini menambahkan margin keuntungan, sehingga semakin panjang rantai distribusi, semakin tinggi pula harga yang harus dibayar oleh pelaku usaha di tingkat akhir. Dalam konteks Warung Bakso Mas Bargo Solo, hal ini menyebabkan harga bahan baku yang diterima dari pemasok sering kali sudah mengalami kenaikan sebelum sampai ke tangan pedagang kecil (Carrière-Swallow et al., 2023; Sofiyandi et al., 2023).

Selain itu, ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran juga menjadi penyebab utama gangguan dalam rantai pasok. Ketika permintaan meningkat tajam, misalnya menjelang bulan Ramadan, Idul Fitri, atau akhir tahun, sementara pasokan terbatas, maka harga bahan pokok akan melonjak. Kondisi tersebut kerap membuat pelaku usaha kecil harus bersaing dalam mendapatkan bahan baku, bahkan terkadang terpaksa membeli dengan harga yang lebih tinggi demi menjaga kelangsungan produksi (Bank Indonesia, 2025).

Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah ketergantungan terhadap daerah pemasok utama. Beberapa bahan pokok seperti daging sapi atau tepung terigu masih didatangkan dari luar daerah Sulawesi Selatan, bahkan dari Pulau Jawa. Ketika terjadi gangguan pada jalur distribusi antarwilayah, seperti kenaikan biaya pengiriman laut atau keterlambatan kapal, harga di tingkat lokal ikut terdongkrak. Hal ini memperlihatkan bahwa kestabilan harga bahan pokok di Kota Makassar sangat dipengaruhi oleh kelancaran pasokan dari luar daerah (Sofiyandi et al., 2023).

Dari sisi kebijakan, peran pemerintah dalam mengatur sistem logistic nasional juga sangat menentukan. Ketika terjadi kelangkaan bahan pokok, respon pemerintah dalam menstabilkan pasokan misalnya melalui operasi pasar, penambahan stok Bulog, atau pengawasan distribusi menjadi faktor penting dalam menekan lonjakan harga. Namun, dalam praktiknya, distribusi bantuan dan penyaluran stok tersebut tidak selalu merata, sehingga pelaku usaha kecil sering kali tidak langsung merasakan dampaknya (Sofiyandi et al., 2023).

Faktor berikutnya adalah Faktor Musiman dan Cuaca. Dalam konteks perekonomian pangan, perubahan musim memiliki pengaruh besar terhadap ketersediaan bahan baku dan biaya distribusi. Ketika kondisi cuaca tidak mendukung, seperti curah hujan tinggi atau musim kemarau panjang, proses produksi dan distribusi bahan pangan mengalami hambatan yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga di pasar. Sebagai contoh, pada musim hujan, banyak wilayah pertanian mengalami penurunan hasil panen karena lahan tergenang air, sehingga produksi bahan pangan seperti sayuran, cabai, dan bawang menurun. Sementara itu, pada musim kemarau panjang, kekurangan air menyebabkan pasokan bahan pangan berkurang dan harga menjadi tidak stabil. Fenomena ini juga berdampak secara tidak langsung pada bahan baku lain seperti daging sapi dan tepung, karena rantai produksi dan logistik yang saling berkaitan antar sektor pertanian dan peternakan (FAO, 2023).

Dalam penelitian ini, saya menemukan bahwa perubahan cuaca ekstrem sering kali menyebabkan keterlambatan pasokan bahan baku ke tingkat pedagang kecil. Misalnya, ketika kondisi laut sedang tidak bersahabat, distribusi bahan pangan dari daerah lain ke Kota Makassar menjadi terhambat. Akibatnya, stok barang di pasar menurun sementara permintaan tetap tinggi, sehingga harga bahan pokok meningkat. Kondisi seperti ini menuntut pelaku usaha, termasuk pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo, untuk lebih cermat dalam mengatur jadwal pembelian dan stok bahan agar tetap dapat memenuhi kebutuhan produksi tanpa mengalami kerugian besar.

Selain itu, momen-momen musiman tertentu seperti bulan Ramadan, Idul Fitri, dan Natal juga memicu kenaikan harga bahan pokok. Pada periode tersebut, permintaan terhadap bahan

makanan meningkat tajam, sementara pasokan tidak selalu mampu menyesuaikan lonjakan permintaan tersebut. Fenomena ini mengakibatkan harga bahan pokok melonjak, dan pelaku usaha kuliner harus menyesuaikan strategi agar tetap dapat menjaga kestabilan harga jual kepada konsumen. Dalam kasus Warung Bakso Mas Bargo Solo, lonjakan harga daging sapi dan bahan pelengkap lainnya pada bulan-bulan tersebut menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga keberlanjutan usaha (Bank Indonesia, 2025).

Dari perspektif ekonomi Islam, faktor musiman dan cuaca termasuk dalam *sunnatullah* (ketetapan alamiah) yang tidak dapat dihindari. Islam mengajarkan agar manusia senantiasa bersikap bijak dan tidak berlebih-lebihan dalam menghadapi perubahan tersebut. Prinsip tawakkal dan ikhtiar menjadi pedoman bagi pelaku usaha untuk tetap berusaha mencari solusi terbaik, seperti melakukan perencanaan stok yang efisien, menjalin kerja sama dengan pemasok yang dapat dipercaya, serta tidak menaikkan harga secara berlebihan yang dapat merugikan konsumen.

Selain perubahan musim dan cuaca ekstrem, kenaikan harga bahan pokok juga sering dipengaruhi oleh pola produksi dan siklus panen yang tidak merata sepanjang tahun. Beberapa komoditas pangan memiliki masa panen tertentu, sehingga ketika masa panen selesai, ketersediaan bahan menjadi menurun dan harga cenderung naik. Misalnya, ketersediaan cabai dan bawang merah sering kali melimpah pada musim panen, namun harga melonjak tinggi ketika stok mulai menipis di luar musim panen. Ketidakstabilan ini menunjukkan bahwa faktor musiman menjadi salah satu penyebab utama fluktuasi harga yang dirasakan langsung oleh pelaku usaha kecil (FAO, 2023).

Faktor lain yang sering diabaikan adalah pengaruh perubahan iklim jangka panjang (*climate change*) terhadap stabilitas harga bahan pokok. Perubahan iklim global menyebabkan cuaca semakin sulit diprediksi, musim tanam terganggu, dan produktivitas hasil pertanian menurun. Dalam beberapa tahun terakhir, hal ini menjadi salah satu alasan mengapa harga pangan cenderung meningkat secara bertahap. Meskipun dampaknya belum selalu terasa langsung pada skala kecil seperti warung bakso, namun efek berantai dari krisis iklim dapat memperburuk ketidakstabilan harga di masa depan (FAO, 2023).

Dari sudut pandang ekonomi Islam, faktor-faktor musiman dan perubahan cuaca ini mengandung hikmah bahwa manusia harus mampu beradaptasi dengan perubahan alam tanpa menimbulkan kemudharatan bagi orang lain. Rasulullah SAW mencontohkan pentingnya manajemen yang baik dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi, seperti menyimpan bahan pangan secukupnya dan menghindari penimbunan yang merugikan masyarakat. Prinsip moderasi (*tawazun*) dan perencanaan (*tadbir*) menjadi kunci dalam menghadapi dampak perubahan musim, agar pelaku usaha tetap dapat menjaga keseimbangan antara kepentingan usaha dan kemaslahatan konsumen.

Faktor Keempat yaitu Kenaikan harga bahan pokok memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap keberlangsungan usaha kecil, termasuk Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar. Sebagai pelaku usaha di sektor kuliner, perubahan harga bahan baku seperti daging sapi, tepung terigu, minyak goreng, dan gas elpiji secara langsung memengaruhi biaya produksi. Ketika harga bahan pokok meningkat, maka biaya operasional pun ikut naik, sementara kemampuan pedagang untuk menaikkan harga jual sering kali terbatas karena harus mempertahankan loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, saya menemukan bahwa salah satu dampak utama dari kenaikan harga bahan pokok adalah menurunnya *margin* keuntungan usaha. Pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo cenderung menahan harga jual agar tetap terjangkau oleh konsumen, meskipun harga bahan baku meningkat. Akibatnya, selisih antara pendapatan dan pengeluaran menjadi semakin sempit.

Strategi ini memang dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan, namun dalam jangka panjang dapat mengurangi kemampuan usaha untuk melakukan pengembangan atau menambah modal kerja. (García-Teruel & Martínez-Solano, 2007)

Strategi Bertahan yang diterapkan oleh Warung Bakso Mas Bargo Solo dalam Menghadapi Kenaikan Harga Bahan Pokok di Kota Makassar

Salah satu langkah yang dilakukan adalah melakukan penyesuaian pada komposisi bahan baku tanpa mengurangi cita rasa utama produk. Penyesuaian ini dilakukan dengan cara mengatur ulang takaran bahan, memilih bahan alternatif yang lebih terjangkau namun tetap halal dan berkualitas, serta memperhatikan efisiensi penggunaan bahan dalam setiap produksi. Langkah ini dilakukan agar warung tetap dapat mempertahankan harga jual yang terjangkau bagi pelanggan setia tanpa menimbulkan kesan adanya penurunan kualitas (Duchek, 2020).

Selain itu, pemilik warung juga menerapkan strategi pengendalian biaya operasional. Hal ini tampak dari upaya penghematan penggunaan listrik, gas, dan bahan bakar, serta penjadwalan ulang waktu produksi agar lebih efisien. Di sisi lain, pemilik tetap menjaga hubungan baik dengan pemasok untuk memperoleh harga yang lebih stabil dan memastikan ketersediaan bahan baku secara berkelanjutan (Nakandala et al., 2025; Trunk & Birkel, 2022).

Dalam konteks pemasaran, strategi bertahan juga diwujudkan melalui pendekatan pelayanan yang ramah dan menjaga loyalitas pelanggan. Pemilik warung memahami bahwa mempertahankan pelanggan lama merupakan aset yang penting di tengah ketidakpastian ekonomi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan, kebersihan tempat, serta interaksi sosial dengan pelanggan tetap dijaga agar hubungan emosional dan kepercayaan terhadap warung tetap kuat. Upaya lainnya adalah meningkatkan kreativitas dalam menu dan promosi sederhana. Pemilik warung kadang menghadirkan variasi menu tambahan dengan bahan lokal yang lebih murah namun menarik, serta menggunakan media sosial atau promosi dari mulut ke mulut untuk memperluas jangkauan pelanggan. Strategi ini terbukti efektif untuk menjaga arus kas dan menarik minat konsumen baru tanpa perlu mengeluarkan biaya promosi yang besar (Aryani & Tuti, 2023; Cronin et al., 2000; Shandy et al., 2023).

Penerapan strategi bertahan tersebut menunjukkan adanya kemampuan adaptasi dan ketahanan usaha yang berlandaskan pada nilai kerja keras serta tawakal terhadap hasil. Pemilik warung tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dalam jangka panjang serta keseimbangan antara usaha manusia dan ketentuan Allah SWT atas rezeki yang diberikan. Selain strategi penghematan biaya dan penyesuaian bahan baku, Warung Bakso Mas Bargo Solo juga menerapkan strategi manajemen keuangan sederhana untuk menjaga stabilitas kas. Pemilik berupaya memisahkan dana operasional harian dengan dana cadangan, sehingga apabila terjadi kenaikan harga secara tiba-tiba, warung masih memiliki kemampuan untuk beradaptasi tanpa harus menghentikan produksi. Langkah ini menjadi penting karena ketahanan usaha kecil sangat bergantung pada kemampuan pengelolaan arus kas yang bijak (Duchek, 2020; García-Teruel & Martínez-Solano, 2007).

Di sisi lain, pemilik juga meningkatkan komunikasi dan koordinasi dengan pemasok utama. Hubungan yang terjalin cukup lama membuat pemilik memiliki posisi tawar yang lebih baik dalam bernegosiasi mengenai harga dan waktu pembayaran. Bentuk kerja sama ini tidak hanya berdasarkan transaksi ekonomi semata, tetapi juga dibangun atas dasar saling percaya dan saling membantu di masa sulit. Dengan demikian, hubungan yang baik dengan pemasok menjadi salah satu kunci penting untuk menjaga kelangsungan usaha di tengah kenaikan harga bahan pokok (Nakandala et al., 2025; Trunk & Birkel, 2022).

Dalam aspek sumber daya manusia, strategi bertahan juga terlihat dari pengelolaan tenaga kerja secara efisien dan humanis. Pemilik warung tetap mempertahankan karyawan yang sudah lama bekerja, dengan pertimbangan bahwa mereka memiliki keterampilan dan loyalitas yang tinggi. Walaupun beban ekonomi meningkat, pemilik berusaha untuk tidak melakukan pemotongan upah, melainkan mengatur sistem kerja bergantian agar biaya tetap terkendali namun kesejahteraan karyawan tetap terjaga. Pendekatan ini menunjukkan adanya kesadaran sosial dan tanggung jawab moral terhadap pekerja, yang menjadi bagian penting dalam menjaga keharmonisan internal usaha.

Selain itu, Warung Bakso Mas Bargo Solo juga mengandalkan strategi hubungan sosial dengan pelanggan dan lingkungan sekitar. Pemilik berusaha menjaga reputasi baik dengan tetap bersikap ramah, terbuka terhadap kritik, serta mempertahankan kualitas rasa yang sudah dikenal masyarakat. Di saat pelanggan memahami adanya kenaikan harga bahan pokok, pendekatan personal yang baik dapat menjadi faktor penentu loyalitas mereka. Kepercayaan dan kedekatan emosional ini menjadikan pelanggan bersedia tetap membeli meskipun harga jual sedikit disesuaikan. (Oliver, 1999; Stam et al., 2014)

Selanjutnya, dalam menghadapi situasi yang fluktuatif, pemilik warung menunjukkan sikap fleksibel terhadap perubahan pasar. Ia tidak terpaku pada satu pola produksi, tetapi menyesuaikan jumlah produksi harian dengan kondisi permintaan. Jika pada hari-hari tertentu bahan baku sulit didapat atau harganya terlalu tinggi, produksi dikurangi sementara tanpa menutup warung secara total. Hal ini dilakukan untuk menghindari kerugian besar akibat bahan yang tidak terjual, sekaligus menjaga agar usaha tetap aktif dan dikenal oleh konsumen (Duchek, 2020).

Selain langkah-langkah praktis tersebut, terdapat pula unsur keteguhan mental dan semangat pantang menyerah yang menjadi bagian dari strategi bertahan. Pemilik warung menyadari bahwa dalam dunia usaha, naik turunnya harga merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, sikap sabar, tekun, dan keyakinan bahwa setiap usaha akan membuahkan hasil menjadi dorongan utama untuk tetap melanjutkan aktivitas usaha meskipun menghadapi tekanan ekonomi (Ayala & Manzano, 2014).

Dengan berbagai upaya tersebut, Warung Bakso Mas Bargo Solo memperlihatkan pola adaptasi yang dinamis dan rasional. Strategi bertahan yang dijalankan bukan hanya berupa langkah-langkah ekonomi, tetapi juga mencerminkan kecerdasan dalam membaca situasi pasar, kemampuan mengatur sumber daya terbatas, serta keteguhan menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan pemasok. Semua strategi ini menjadi fondasi penting dalam menjaga eksistensi usaha di tengah kondisi harga bahan pokok yang terus berubah (Duchek, 2020).

1. Strategi Bahan Baku

Kenaikan harga bahan pokok seperti daging sapi, tepung tapioka, dan bumbu dapur menjadi tantangan utama bagi pelaku usaha kuliner. Pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo menyadari bahwa bahan baku merupakan komponen biaya terbesar dalam proses produksi. Oleh karena itu, strategi pertama yang diterapkan adalah melakukan efisiensi dan substitusi bahan baku. Efisiensi dilakukan dengan cara menakar penggunaan bahan secara lebih cermat agar tidak terjadi pemborosan selama proses produksi. Misalnya, jumlah tepung atau bumbu yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan tanpa mengurangi cita rasa khas bakso. Sedangkan substitusi bahan dilakukan dengan mencari bahan alternatif yang memiliki kualitas sebanding tetapi harga lebih terjangkau, seperti menggunakan tepung lokal dibanding merek impor.

Selain itu, pemilik juga menjalin kerja sama jangka panjang dengan pemasok tetap untuk mendapatkan harga yang lebih stabil. Hubungan baik ini memudahkan pemilik mendapatkan potongan harga atau sistem pembayaran yang lebih fleksibel. Langkah ini terbukti membantu menjaga kelangsungan produksi meskipun harga pasar mengalami fluktuasi (Nakandala et al.,

2025; Trunk & Birkel, 2022).

2. Strategi Operasional

Dalam aspek operasional, pemilik warung melakukan pengaturan ulang waktu dan jumlah produksi agar lebih efisien. Produksi dilakukan berdasarkan perkiraan permintaan harian, sehingga tidak ada bahan makanan yang terbuang. Sistem ini juga mengurangi biaya penyimpanan dan risiko kerugian akibat bahan baku rusak. Selain itu, dilakukan pula penghematan energi dan sumber daya, seperti penggunaan gas, listrik, dan air secara bijak. Pemilik memastikan bahwa peralatan masak dan penyimpanan digunakan secara optimal, serta menghindari penggunaan berlebihan yang dapat meningkatkan biaya operasional. Upaya lain yang terlihat adalah mempertahankan kebersihan dan kualitas pelayanan, yang menjadi bagian penting dari strategi bertahan. Pemilik memahami bahwa meskipun terjadi kenaikan biaya produksi, menjaga kualitas pelayanan merupakan investasi jangka panjang untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (Cronin et al., 2000; Oliver, 1999).

3. Strategi Keuangan

Kondisi ekonomi yang tidak stabil menuntut pengelolaan keuangan yang lebih hati-hati. Pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo menerapkan pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, serta mengalokasikan sebagian keuntungan sebagai dana cadangan. Langkah ini dimaksudkan agar warung tetap memiliki modal kerja meskipun terjadi lonjakan harga mendadak. Selain itu, pemilik juga berusaha menghindari ketergantungan pada pinjaman berbunga dengan cara menahan diri dari ekspansi usaha yang berisiko tinggi. Fokus diarahkan pada menjaga stabilitas arus kas, bukan semata-mata pada peningkatan volume penjualan. Pendekatan ini menunjukkan sikap kehati-hatian dan perencanaan keuangan yang matang, yang menjadi kunci keberlangsungan usaha kecil di tengah fluktuasi harga bahan pokok (García-Teruel & Martínez-Solano, 2007).

4. Strategi Sosial dan Pelayanan

Strategi bertahan yang dijalankan tidak hanya berfokus pada aspek produksi dan keuangan, tetapi juga pada hubungan sosial dengan pelanggan dan masyarakat sekitar. Pemilik warung membangun kedekatan emosional dengan pelanggan melalui pelayanan yang ramah, konsisten, dan penuh keakraban. Sikap tersebut menumbuhkan rasa percaya dan loyalitas, sehingga pelanggan tetap datang meskipun harga jual sedikit disesuaikan. Pemilik juga aktif menjaga interaksi positif dengan lingkungan sekitar, termasuk dengan pedagang lain dan masyarakat di sekitar lokasi usaha. Sikap saling menghormati dan gotong royong menciptakan suasana yang kondusif bagi keberlangsungan usaha. Dalam jangka panjang, hubungan sosial yang baik menjadi bentuk “modal sosial” yang bernilai tinggi, terutama di saat kondisi ekonomi sulit (Stam et al., 2014).

5. Strategi Mental dan Sikap Wirausaha

Selain strategi teknis dan manajerial, aspek mental juga menjadi faktor penting dalam menghadapi tekanan ekonomi. Pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo menunjukkan keteguhan, kesabaran, dan optimisme dalam mengelola usaha. Ia memandang kenaikan harga bukan sebagai hambatan semata, melainkan sebagai ujian yang harus dihadapi dengan kerja keras dan kreativitas. Sikap pantang menyerah ini membuat pemilik lebih terbuka terhadap perubahan, belajar dari pengalaman, dan mencari cara baru untuk menyesuaikan diri dengan kondisi pasar. Mentalitas seperti ini menjadi kekuatan utama yang menopang strategi bertahan lainnya, karena setiap keputusan yang diambil didasari oleh keyakinan dan tekad untuk mempertahankan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, penerapan strategi bertahan oleh Warung Bakso Mas Bargo Solo tampak mencakup berbagai dimensi: mulai dari pengelolaan bahan baku, efisiensi operasional, pengaturan keuangan, pembangunan hubungan sosial, hingga kekuatan mental pelaku usaha. Setiap strategi saling terkait dan membentuk satu kesatuan sistem adaptif yang

memungkinkan usaha tetap bertahan di tengah kenaikan harga bahan pokok di Kota Makassar (Ayala & Manzano, 2014; Duchek, 2020).

Dalam menerapkan berbagai strategi adaptasi terhadap kenaikan harga bahan pokok, terdapat sejumlah faktor pendukung yang berperan penting bagi Warung Bakso Mas Bargo Solo. Faktor-faktor ini memberikan kontribusi positif terhadap keberlangsungan usaha, baik dari segi internal maupun eksternal, antara lain:

- a. **Pengalaman dan keterampilan pemilik**
Salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan strategi bertahan adalah pengalaman panjang pemilik dalam dunia usaha kuliner. Melalui pengalaman tersebut, pemilik memiliki kemampuan untuk membaca perubahan pasar, memperkirakan kebutuhan pelanggan, serta mengambil keputusan dengan cepat dan tepat. Keterampilan dalam mengolah bakso dengan cita rasa khas juga menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing lain (Ayala & Manzano, 2014; Duchek, 2020).
- b. **Loyalitas pelanggan**
Dukungan dari pelanggan tetap menjadi salah satu kekuatan penting dalam mempertahankan usaha. Pelanggan yang sudah mengenal kualitas rasa dan pelayanan cenderung tetap membeli meskipun terjadi kenaikan harga. Kepercayaan yang telah terbangun selama bertahun-tahun menjadi modal sosial yang berharga bagi warung. Dalam konteks usaha kecil, loyalitas pelanggan merupakan hasil dari hubungan sosial yang kuat antara pemilik dan konsumen (Cronin et al., 2000; Oliver, 1999).
- c. **Hubungan baik dengan pemasok**
Kerja sama yang baik antara pemilik dan pemasok bahan baku juga menjadi faktor pendukung utama. Hubungan jangka panjang tersebut memungkinkan pemilik memperoleh keringanan harga, sistem pembayaran yang lebih fleksibel, serta prioritas dalam ketersediaan bahan baku. Faktor ini membantu mengurangi dampak negatif fluktuasi harga di pasar (Nakandala et al., 2025; Trunk & Birkel, 2022).
- d. **Lokasi usaha yang strategis**
Warung Bakso Mas Bargo Solo berlokasi di area yang ramai dan dekat dengan lingkungan sekolah serta permukiman penduduk. Lokasi ini memberikan keuntungan tersendiri karena jumlah pelanggan relatif stabil setiap hari. Tingginya arus konsumen harian membantu menjaga kestabilan pendapatan, sehingga warung dapat terus beroperasi meski harga bahan pokok naik.
- e. **Nilai kerja keras dan semangat pantang menyerah**
Selain faktor teknis, etos kerja pemilik yang kuat juga menjadi fondasi penting. Sikap disiplin, keuletan, dan kesabaran dalam menghadapi tekanan ekonomi menunjukkan karakter wirausaha yang tangguh. Faktor mental ini mendukung pelaksanaan strategi secara konsisten dan mencegah munculnya rasa putus asa ketika menghadapi kesulitan (Ali & Al-Owaidan, 2008).

Implementasi Strategi Bertahan yang Sesuai dengan Perspektif Ekonomi Islam pada Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar

Implementasi strategi bertahan dalam perspektif ekonomi Islam pada dasarnya tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi semata, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral, keadilan, serta keberkahan dalam usaha. Dalam konteks Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar, penerapan strategi bertahan tersebut tercermin dari cara pelaku usaha mengelola usahanya dengan tetap menjunjung prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial

(Beekun, 1997; Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

Strategi bertahan yang diterapkan oleh pemilik warung bukan hanya sekadar upaya untuk menghadapi tekanan ekonomi akibat kenaikan harga bahan pokok, tetapi juga bentuk ikhtiar yang diiringi dengan sikap tawakal kepada Allah SWT. Pelaku usaha berusaha menjaga stabilitas pendapatan dan kelangsungan usahanya dengan cara yang halal dan etis, tanpa melakukan praktik curang seperti pengurangan takaran, penurunan kualitas bahan, atau menaikkan harga secara berlebihan (Beekun, 1997; Gümüşay, 2015).

Dalam praktiknya, pemilik warung menyesuaikan strategi usahanya dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen, namun tetap mempertahankan prinsip “*maslahat*” dalam setiap keputusan yang diambil. Hal ini sejalan dengan tujuan ekonomi Islam yang mengedepankan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat, serta menjamin keberlanjutan usaha melalui cara yang diridhai oleh Allah SWT (Auda, 2008; Dusuki & Abdullah, 2007; Kamali, 2008).

Selain itu, implementasi strategi bertahan juga tampak dari cara pelaku usaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan, karyawan, serta pemasok. Dalam pandangan ekonomi Islam, hubungan yang dilandasi dengan nilai *ukhuwah* (persaudaraan) dan amanah (kepercayaan) merupakan faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Sikap jujur dan pelayanan yang ramah menjadi strategi non-material yang justru memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan keberlanjutan pendapatan (Gümüşay, 2015; Rice, 1999; Stam et al., 2014).

Pada tahap awal ini, dapat dilihat bahwa strategi bertahan yang diterapkan di Warung Bakso Mas Bargo tidak hanya menitikberatkan pada aspek teknis atau manajerial, tetapi juga spiritual dan moral. Prinsip dasar ekonomi Islam seperti halal, keadilan (‘*adl*’), dan ihsan menjadi landasan utama dalam setiap tindakan usaha yang diambil pemilik warung. Lebih jauh, penerapan strategi bertahan yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam di Warung Bakso Mas Bargo Solo dapat diamati melalui beberapa aspek penting, yaitu dalam hal manajemen modal dan pengeluaran, penentuan harga yang adil, pelayanan kepada pelanggan, serta hubungan kerja dengan karyawan dan pemasok. Ada beberapa strategi yang sesuai dengan Prinsip Ekonomi Islam antara lain (Beekun, 1997; Gümüşay, 2015; Rice, 1999):

1. Dari sisi manajemen modal, pemilik warung mengelola keuangan secara hati-hati dengan prinsip efisiensi dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam, modal usaha harus digunakan untuk kegiatan yang halal dan bermanfaat bagi masyarakat. Pemilik warung berupaya menekan biaya operasional tanpa mengurangi kualitas bahan makanan, misalnya dengan memilih pemasok tetap yang terpercaya dan menawarkan harga yang wajar. Langkah ini menunjukkan kehati-hatian (*wara'*) dalam pengelolaan keuangan agar tidak terjebak dalam praktik yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) atau *riba* (Beekun, 1997; Rice, 1999).
2. Dari segi penentuan harga, strategi yang diterapkan berlandaskan pada prinsip keadilan (‘*adl*’) dan keseimbangan (*mizan*). Pemilik warung tidak serta-merta menaikkan harga secara berlebihan meskipun harga bahan pokok meningkat, melainkan menyesuaikannya dengan kemampuan konsumen di sekitar lingkungan sekolah dan masyarakat menengah. Hal ini mencerminkan sikap Amanah dan kepedulian terhadap kesejahteraan pelanggan, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3 yang melarang praktik pengurangan takaran dan menekankan pentingnya keadilan dalam perdagangan (Beekun, 1997; Rice, 1999).

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

3. Dalam hal pelayanan kepada pelanggan, pemilik warung berusaha memberikan pelayanan yang ramah dan menjaga kebersihan tempat serta kualitas rasa produk. Dalam perspektif ekonomi Islam, pelayanan yang baik merupakan bagian dari ihsan, yaitu berbuat baik melebihi batas kewajiban demi mencari ridha Allah. Pelayanan yang jujur, cepat, dan sopan menjadi salah satu kunci keberhasilan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat (Cronin et al., 2000; Rice, 1999).
4. Dari aspek hubungan kerja dengan karyawan, pemilik warung menerapkan prinsip keadilan dan tanggung jawab sosial. Karyawan diperlakukan dengan baik dan diberi upah sesuai kesepakatan tanpa penundaan, sesuai dengan hadis Nabi Muhammad SAW:

أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرْقُهُ

Artinya: “Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya” (HR. Ibnu Majah).

Sikap ini bukan hanya memenuhi hak pekerja, tetapi juga menciptakan keharmonisan dan loyalitas kerja yang mendukung stabilitas usaha (Ali & Al-Owaidan, 2008; Rice, 1999).

5. Dalam hubungan dengan pemasok, pemilik warung menjunjung tinggi prinsip amanah dan kepercayaan. Ia menjalin kerja sama yang didasarkan pada kejujuran dan saling menguntungkan (*ta'awun*). Setiap transaksi dilakukan secara terbuka, baik terkait harga maupun waktu pembayaran, untuk menghindari kesalahpahaman yang bisa merugikan salah satu pihak (Gümüşay, 2015; Stam et al., 2014).

Melalui kelima aspek tersebut, tampak bahwa implementasi strategi bertahan di Warung Bakso Mas Bargo Solo bukan hanya sekadar langkah bisnis praktis, tetapi merupakan wujud nyata penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan ekonomi sehari-hari. Strategi ini memperlihatkan keseimbangan antara ikhtiar rasional dalam manajemen usaha dan orientasi spiritual dalam mencari keberkahan rezeki. Selain dari segi teknis pengelolaan usaha, implementasi strategi bertahan di Warung Bakso Mas Bargo Solo juga mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah yang menjadi dasar etika dalam ekonomi Islam. Nilai-nilai tersebut meliputi kejujuran (*sidq*), tawakal, keadilan (*adl*), dan pencarian keberkahan rezeki (*barakah*) (Beekun, 1997; Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

1. Nilai kejujuran (*sidq*) tampak dari sikap pemilik warung yang selalu menjaga keaslian rasa dan kualitas bahan meskipun harga bahan pokok mengalami kenaikan. Ia tidak menurunkan mutu produk demi keuntungan semata, karena dalam Islam kejujuran adalah asas utama dalam kegiatan muamalah. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Ahzab/33:70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”

Ayat ini menegaskan bahwa kejujuran dalam perkataan dan perbuatan, termasuk dalam transaksi jual beli, merupakan bentuk ketakwaan kepada Allah. Dalam konteks usaha, kejujuran melahirkan kepercayaan pelanggan dan menjadi modal sosial yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis (Rice, 1999; Stam et al., 2014).

2. Nilai tawakal menjadi landasan spiritual yang menguatkan pelaku usaha untuk tetap bertahan di tengah tekanan ekonomi. Setelah melakukan berbagai Upaya rasional seperti mengatur keuangan, menekan biaya, dan menjaga kualitas, pemilik warung menyerahkan hasilnya kepada Allah SWT. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. At Taghabun/64:13:

اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ ﴿١٣﴾

Artinya: “...dan bertawakkallah kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pelindung.”

Sikap tawakal bukan berarti pasrah tanpa usaha, melainkan bentuk keyakinan bahwa setiap rezeki telah diatur oleh Allah SWT. Pemilik warung meyakini bahwa selama usahanya dilakukan dengan cara yang halal dan jujur, maka rezeki akan datang dengan berkah meskipun perlahan (Gümüşay, 2015).

3. Nilai keadilan (*‘adl*) terlihat dalam cara pemilik warung memperlakukan pelanggan, karyawan, dan pemasok secara seimbang. Ia tidak memihak satu pihak dengan mengorbankan pihak lain. Dalam jual beli, ia menjaga agar harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk dan tidak merugikan pembeli. Prinsip keadilan ini sangat ditekankan dalam QS. An-Nahl/16:90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan...”

Ayat ini menunjukkan bahwa keadilan menjadi fondasi utama dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan ekonomi. Penerapan keadilan menciptakan hubungan yang harmonis antar pelaku usaha dan konsumen, sehingga keberlangsungan usaha dapat terjaga (Beekun, 1997; Rice, 1999).

4. Keempat, nilai keberkahan (*barakah*) menjadi orientasi akhir dari seluruh aktivitas ekonomi yang dilakukan secara Islami. Keberkahan bukan hanya diukur dari besar kecilnya keuntungan, tetapi dari ketenangan hati, kelancaran usaha, dan manfaat yang dirasakan oleh orang lain. Rasulullah saw bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ أَمِينٌ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: “Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi, no. 1209)

Hadis ini menunjukkan bahwa kejujuran dan amanah dalam berdagang bukan hanya menghasilkan keuntungan duniawi, tetapi juga mendatangkan nilai spiritual yang tinggi di sisi Allah. Dengan menerapkan nilai-nilai ini, Warung Bakso Mas Bargo Solo tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga mengharap keberkahan dari Allah SWT agar usahanya langgeng dan membawa manfaat bagi banyak pihak (Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

Dari berbagai uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi bertahan yang diterapkan oleh Warung Bakso Mas Bargo Solo bukan hanya sebatas langkah ekonomi untuk menjaga stabilitas usaha, tetapi juga merupakan bentuk penerapan etika dan prinsip syariah dalam praktik bisnis sehari-hari. Nilai-nilai Islam menjadi dasar dalam setiap pengambilan keputusan, baik dalam pengelolaan modal, penentuan harga, pelayanan, maupun hubungan dengan pihak lain (Beekun, 1997; Rice, 1999).

Dalam konteks ekonomi Islam, strategi bertahan seperti ini mencerminkan upaya pelaku usaha dalam menjaga keseimbangan antara aspek material dan spiritual. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kegiatan ekonomi tidak semata-mata untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk mencapai tujuan yang lebih luas, yaitu mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) dan

keberkahan (*barakah*) bagi semua pihak yang terlibat (Auda, 2008; Dusuki & Abdullah, 2007; Kamali, 2008).

Implementasi nilai-nilai seperti *sidq* (kejujuran), *‘adl* (keadilan), amanah (tanggung jawab), dan tawakal (berserah diri setelah berikhtiar) menjadi landasan moral yang memperkuat ketahanan usaha. Nilai-nilai tersebut membentuk karakter pelaku usaha yang istiqamah, tidak mudah tergoda oleh keuntungan sesaat, dan mampu menjaga reputasi bisnis di tengah persaingan (Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

Dalam hal ini, konsep keberkahan menjadi penting untuk dipahami. Keberkahan dalam pandangan Islam tidak diukur dari seberapa besar laba yang diperoleh, tetapi seberapa banyak manfaat dan kebaikan yang lahir dari usaha tersebut. Ketika pemilik warung tetap jujur, menepati janji, melayani pelanggan dengan baik, serta memperlakukan karyawan secara adil, maka ia telah membuka pintu keberkahan bagi usahanya. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ

Artinya: “*Sesungguhnya kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan membawa ke surga.*” (HR. Bukhari dan Muslim)

Dengan demikian, implementasi strategi bertahan yang dijalankan di Warung Bakso Mas Bargo Solo dapat dikatakan telah selaras dengan prinsip dasar ekonomi Islam. Upaya mempertahankan usaha tidak hanya dilakukan dengan perhitungan rasional seperti efisiensi biaya dan manajemen modal, tetapi juga dengan menginternalisasikan nilai-nilai spiritual yang bersumber dari Al-Qur’an dan Sunnah (Gümüşay, 2015).

Keseimbangan antara ikhtiar dan tawakal, antara usaha dan doa, serta antara profit dan keberkahan, menjadi ciri khas dari strategi bertahan berbasis ekonomi Islam. Pendekatan seperti ini bukan hanya menjaga kelangsungan hidup usaha di tengah kondisi ekonomi yang menantang, tetapi juga menumbuhkan nilai-nilai religius dan sosial dalam aktivitas ekonomi sehari-hari (Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi strategi bertahan dalam perspektif ekonomi Islam pada Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar. Dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, Warung Bakso Mas Bargo Solo tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan dalam menerapkan strategi bertahan sesuai prinsip ekonomi Islam. Faktor-faktor tersebut, antara lain:

1. Kekuatan spiritual dan keyakinan religius

Salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan strategi bertahan adalah keyakinan pemilik usaha terhadap nilai-nilai Islam, terutama prinsip tawakal, kejujuran, dan keberkahan rezeki. Sikap religius ini menumbuhkan ketenangan batin dan semangat pantang menyerah dalam menghadapi tekanan ekonomi. Pemilik warung meyakini firman Allah SWT dalam QS. At-Talaq/65:3.

وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ

Artinya: “*Dan barang siapa bertawakal kepada Allah niscaya Dia akan mencukupinya.*”

Keyakinan spiritual tersebut memberikan kekuatan moral untuk terus berusaha dengan cara yang halal dan tidak keluar dari batas-batas syariah, meskipun dalam kondisi sulit (Gümüşay, 2015).

2. Kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen

Kejujuran dan kualitas produk yang terjaga menjadikan pelanggan merasa puas dan percaya terhadap warung tersebut. Dalam ekonomi Islam, kepercayaan (amanah) adalah aset penting yang menjadi bagian dari nilai muamalah. Kepercayaan pelanggan inilah yang menjadi faktor kuat dalam menjaga keberlanjutan usaha, terutama ketika banyak usaha serupa mengalami penurunan penjualan (Oliver, 1999; Rice, 1999).

3. Hubungan sosial yang harmonis

Pemilik warung memiliki hubungan baik dengan lingkungan sekitar, termasuk pelanggan, pemasok, dan karyawan. Sikap ramah dan komunikatif menciptakan ikatan sosial yang kuat dan saling mendukung. Prinsip *ukhuwah* (persaudaraan) dan *ta'awun* (tolong-menolong) yang diterapkan sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah/5:2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.”

Keharmonisan hubungan ini memperkuat jaringan sosial yang berperan penting dalam menjaga stabilitas usaha. Keharmonisan hubungan ini memperkuat jaringan sosial yang berperan penting dalam menjaga stabilitas usaha (Stam et al., 2014).

4. Etos kerja dan manajemen sederhana yang efisien

Pemilik warung memiliki disiplin dan ketekunan tinggi dalam bekerja, serta mengelola keuangan secara hati-hati. Meskipun berskala kecil, pengaturan modal, stok bahan, dan pengeluaran dilakukan dengan prinsip efisiensi agar tidak ada pemborosan. Prinsip ini sesuai dengan ajaran Islam yang melarang sikap berlebihan sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra/17:26-27 yang menegaskan larangan terhadap pemborosan karena termasuk perbuatan setan (Ali & Al-Owaidan, 2008).

وَأَنْتَ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٣٦﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٣٧﴾

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Analisis implementasi strategi bertahan menurut perspektif ekonomi islam pada usaha Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dijalankan telah mencerminkan nilai-nilai utama dalam ekonomi Islam, yaitu kejujuran (*sidq*), keadilan (*adl*), tanggung jawab (*amanah*), dan tawakal. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam menghadapi perubahan ekonomi dan sosial yang terjadi di lingkungan sekitar. Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi bertahan tidak hanya dilihat dari kemampuan usaha menjaga keuntungan dan kelangsungan produksi, tetapi juga dari kualitas moral dan etika yang melekat dalam setiap tindakan ekonomi. Usaha yang dijalankan secara halal, transparan, dan berkeadilan dianggap memiliki ketahanan yang lebih kuat karena mendapat keberkahan dari Allah SWT (Beekun, 1997; Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

1. Analisis dari Aspek Akhlak dan Etika Bisnis Islam

Dari hasil pengamatan dan wawancara, diketahui bahwa pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo menjunjung tinggi nilai kejujuran dan amanah dalam berdagang. Ia tidak menipu pelanggan, tidak mengurangi takaran, serta berusaha menjaga kualitas makanan agar tetap sesuai dengan

standar yang dijanjikan. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah saw:

وَمَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

Artinya: “Barang siapa menipu maka ia bukan golonganku.”(HR. Muslim, no. 101)

Hadis ini menjadi dasar penting dalam etika bisnis Islam bahwa segala bentuk kecurangan adalah pelanggaran terhadap prinsip muamalah. Dalam praktiknya, kejujuran pemilik warung membangun rasa percaya dari pelanggan, sehingga tercipta hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan (*win-win relationship*) (Beekun, 1997; Rice, 1999).

Selain itu, sikap ramah, rendah hati, dan sopan dalam melayani pelanggan juga merupakan bentuk penerapan nilai ihsan dalam bisnis. Pelayanan yang baik menjadi investasi sosial yang memperkuat posisi usaha di tengah kompetisi. Dalam hal ini, pemilik warung telah menunjukkan bahwa etika bisnis yang Islami bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga strategi ekonomi yang efektif untuk mempertahankan usaha (Cronin et al., 2000; Rice, 1999).

2. Analisis dari Aspek Keadilan dan Keseimbangan

Keadilan merupakan salah satu prinsip pokok dalam ekonomi Islam yang menjadi pedoman dalam menentukan harga, upah, dan kerja sama usaha. Pemilik Warung Bakso Mas Bargo Solo tidak menetapkan harga secara sewenang-wenang, tetapi menyesuaikan dengan daya beli masyarakat sekitar agar tetap terjangkau. Sikap ini mencerminkan implementasi QS. Al-Mutaffifin [83]:1-3 yang menegaskan larangan terhadap praktik pengurangan takaran dan menuntut keadilan dalam transaksi. Dalam hal hubungan kerja, keadilan juga diwujudkan melalui pemberian upah yang layak dan tepat waktu kepada karyawan. Pemilik warung memahami bahwa keberhasilan usaha bukan hanya hasil kerja pribadi, tetapi juga kontribusi orang lain yang harus dihargai. Dengan begitu, konsep keadilan dalam Islam diterapkan secara menyeluruh, tidak hanya pada aspek harga, tetapi juga pada sistem hubungan antarindividu dalam kegiatan ekonomi (Beekun, 1997; Rice, 1999).

3. Analisis dari Aspek Tawakal dan Ketahanan Spiritual

Ketika menghadapi tekanan ekonomi seperti kenaikan harga bahan pokok atau turunnya penjualan, pemilik warung tidak bersikap pesimis. Ia tetap berikhtiar sambil menaruh harapan kepada Allah SWT. Sikap ini sejalan dengan konsep tawakal, yaitu berserah diri setelah melakukan usaha maksimal. Dalam QS. Ali Imran/3:159 disebutkan:

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

Artinya: “Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.”

Ayat ini menunjukkan bahwa tawakal bukanlah sikap pasif, melainkan bentuk keimanan yang mengiringi tindakan nyata. Ketika seorang pelaku usaha tetap bekerja keras dengan cara yang halal dan tidak menyerah pada keadaan, maka ia telah menerapkan tawakal secara benar dalam konteks ekonomi Islam. Sikap spiritual seperti ini berperan penting dalam menciptakan ketahanan mental dan emosional. Pelaku usaha tidak mudah stres atau kehilangan semangat meskipun dihadapkan pada situasi sulit. Kekuatan spiritual inilah yang menjadi pembeda antara strategi bertahan konvensional dan strategi bertahan berbasis ekonomi Islam (Ayala & Manzano, 2014; Gümüşay, 2015).

4. Analisis dari Aspek Keberkahan dan Masalah

Dalam ekonomi Islam, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari besar kecilnya laba, tetapi dari tingkat keberkahan dan manfaat yang dihasilkan. Warung Bakso Mas Bargo Solo tidak

hanya berorientasi pada keuntungan pribadi, tetapi juga berusaha memberikan manfaat sosial, seperti membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan menjaga harga agar tetap terjangkau bagi siswa sekolah (Dusuki & Abdullah, 2007; Kamali, 2008).

Prinsip masalah (kemaslahatan) ini sejalan dengan tujuan utama ekonomi Islam yang ingin menciptakan keseimbangan antara kebutuhan individu dan kepentingan masyarakat. Dengan demikian, strategi bertahan yang diterapkan oleh pemilik warung dapat dikategorikan sebagai bentuk penerapan Maqashid Syariah dalam aspek *hifz al-mal* (pemeliharaan harta) dan *hifz al-nafs* (pemeliharaan kehidupan) (Auda, 2008; Dusuki & Abdullah, 2007; Kamali, 2008).

Dari hasil analisis tersebut, dapat dilihat bahwa strategi bertahan yang dijalankan oleh Warung Bakso Mas Bargo Solo di Kota Makassar bukan sekadar bentuk adaptasi terhadap kondisi ekonomi, tetapi juga wujud nyata dari penerapan nilai-nilai ekonomi Islam secara praktis dalam usaha kecil. Nilai kejujuran, keadilan, amanah, dan tawakal menjadi fondasi utama yang mengarahkan seluruh aktivitas bisnis agar tetap berada dalam koridor syariah dan memperoleh keberkahan rezeki dari Allah SWT (Duchek, 2020; Gümüşay, 2015; Rice, 1999).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kenaikan harga bahan pokok memberikan tekanan langsung terhadap keberlangsungan Warung Bakso Mas Bargo Solo melalui peningkatan biaya produksi dan penyempitan margin keuntungan. Tekanan tersebut terutama muncul dari kenaikan harga bahan utama, ketidakstabilan pasokan, meningkatnya biaya distribusi dan operasional, serta keterbatasan modal usaha. Kondisi ini menempatkan pelaku usaha pada pilihan yang tidak mudah antara mempertahankan keterjangkauan harga bagi konsumen dan menyesuaikan harga jual untuk menjaga keberlanjutan usaha. Dengan demikian, ketahanan usaha tidak hanya ditentukan oleh kondisi pasar, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola biaya dan merespons perubahan ekonomi secara adaptif.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, Warung Bakso Mas Bargo Solo menerapkan strategi bertahan melalui efisiensi penggunaan bahan baku, pemilihan pemasok yang lebih ekonomis, inovasi dan diversifikasi produk, pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur, serta penguatan hubungan dengan pelanggan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada pengurangan biaya, tetapi juga pada kemampuan menjaga kualitas produk, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan mengelola arus keuangan secara hati-hati. Pola ini memperlihatkan bahwa strategi bertahan usaha mikro bersifat multidimensional karena menggabungkan aspek operasional, keuangan, pemasaran, dan hubungan dengan konsumen.

Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi tersebut juga mencerminkan nilai *sidq*, amanah, keadilan, *qana'ah*, dan tawakal. Nilai-nilai tersebut terlihat dalam komitmen menjaga kualitas, keterbukaan dalam penetapan harga, serta upaya menghindari praktik yang merugikan konsumen. Dimensi spiritual juga menjadi bagian dari ketahanan usaha karena keyakinan terhadap rezeki dan tanggung jawab moral memberi landasan bagi pelaku usaha dalam menghadapi tekanan ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa ketahanan usaha mikro dalam perspektif ekonomi Islam tidak semata-mata dibangun melalui efisiensi ekonomi, tetapi juga melalui konsistensi etika dan nilai religius dalam pengelolaan usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic: A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19.
<https://doi.org/10.1108/13527600810848791>

- Aryani, D. R., & Tuti, M. (2023). Entrepreneurial orientation studies on food and beverage MSMEs to examine the effects of social media marketing and digital content marketing activity on business performance. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(3), 513. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.3.513>
- Auda, J. (2008). *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. International Institute of Islamic Thought.
- Ayala, J.-C., & Manzano, G. (2014). The resilience of the entrepreneur: Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126–135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>
- Badan Pusat Statistik. (2023a). *Inflasi year-on-year (y-on-y) pada Maret 2023 sebesar 4,97 persen*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023b). *Pada Januari 2023, perubahan Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) umum nasional tahun ke tahun sebesar 5,59 persen*. Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2025, January 2). *Inflasi 2024 terjaga dalam kisaran sasaran*. Bank Indonesia.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic business ethics*. International Institute of Islamic Thought.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Carrière-Swallow, Y., Deb, P., Furceri, D., Jiménez, D., & Ostry, J. D. (2023). Shipping costs and inflation. *Journal of International Money and Finance*, 130, 102771. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2022.102771>
- Chapra, M. U. (2008). *The Islamic vision of development in the light of Maqāṣid al-Sharī'ah*. Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cronin, J. J., Jr., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)
- Duchek, S. (2020). Organizational resilience: A capability-based conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246. <https://doi.org/10.1007/s40685-019-0085-7>
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shari'ah, maslahah, and corporate social responsibility. *American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45. <https://doi.org/10.35632/ajis.v24i1.415>
- Eggers, F. (2020). Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199–208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). *Food outlook: Biannual report on global food markets*. FAO.
- García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2007). Effects of working capital management on SME profitability. *International Journal of Managerial Finance*, 3(2), 164–177. <https://doi.org/10.1108/17439130710738718>
- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>
- Hassan, M. K., et al. (2025). From traits to resilience: How Muslim entrepreneurs thrive in times of crisis. *Administrative Sciences*, 15(3), 70.
- Ibn Kathir, I. ibn 'U. (1999). *Tafsīr al-Qur'ān al-'Azīm* (S. M. Salamah, Ed.). Dār Ṭayyibah.
- Kamali, M. H. (2008). *Maqasid al-Shari'ah made simple*. International Institute of Islamic Thought.

-
- Kasim, S., Hamzah, M. N., Kadir, A., & Abdullah, M. W. (2024). Resilience of micro, small, and medium enterprises based on Islamic entrepreneurship. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 211–232. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2333>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan terjemahannya: Edisi penyempurnaan 2019*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Kusnan, Osman, M. D. H. bin, & Khalilurrahman. (2022). Maqashid al Shariah in economic development: Theoretical review of Muhammad Umer Chapra's thoughts. *Millah: Journal of Religious Studies*, 21(2), 583–612. <https://doi.org/10.20885/millah.vol21.iss2.art10>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Mursidah. (2025). Etika bisnis Islam dalam hubungan produsen dan konsumen: Kajian terhadap prinsip kejujuran dan transparansi. *The Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1). <https://doi.org/10.58472/joebis.v1i1.229>
- Nakandala, D., Chen, J., & Chikweche, T. (2025). SME supply chain resilience in disruptive times: The effects of supply chain robustness, access to government assistance and disruption intensity. *Business Process Management Journal*, 31(2), 467–496. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-02-2024-0073>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Rice, G. (1999). Islamic ethics and the implications for business. *Journal of Business Ethics*, 18(4), 345–358. <https://doi.org/10.1023/A:1005711414306>
- Shandy, V. M., Mulyana, A., & Harsanto, B. (2023). Social media richness, brand equity, and business performance: An empirical analysis of food and beverage SMEs. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2244211. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2244211>
- Sofiyandi, Y., Kurniawan, Y. R., & Yudhistira, M. H. (2023). The impact of maritime logistics subsidy on food prices: Evidence from Indonesia. *Economic Analysis and Policy*, 79, 1026–1045. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2023.06.035>
- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152–173. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>
- Trunk, A., & Birkel, H. (2022). No resilience without partners: A case study on German small and medium-sized enterprises in the context of COVID-19. *Schmalenbach Journal of Business Research*, 74(4), 537–574. <https://doi.org/10.1007/s41471-022-00149-5>
- Wahdati, A., Arwani, A., & Iman, A. K. N. (2026). Integration of Maqashid Sharia values in Sharia business management for business resilience and sustainability. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.28918/mqnwqa81>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
-