

ABSTRAK

Reza Hardiyanti (NIM 1201040138) 2024: *Potret Nilai-Nilai Tasawuf Entrepreneurship Dalam Strategi Bisnis Pelaku UMKM (Studi Deskriptif di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru Bandung).*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh dimasa sekarang ini, dimana banyak masyarakat yang berfikir materealistik dan mementingkan keuntungan semata. Dalam berbisnis sering menghalalkan segala cara dan menggunakan cara-cara yang justru merugikan dirinya sendiri dan agamanya. Bekerja berikhtiar di dunia jangan sampai bertentangan dengan syari'at yang telah ditentukan oleh Allah Swt. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui nilai-nilai tasawuf *Entrepreneurship* yang termanifestasi pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasar Kaget 46 Kota Bandung, untuk mengetahui peran tasawuf *Entrepreneurship* dalam strategi bisnis UMKM di Pasar Kaget 46 Kota Bandung.

Konsep-konsep sufi yang mencakup pemberdayaan masyarakat dan filantropi dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pemberdayaan ekonomi dan pemberian kepada yang membutuhkan dapat dilihat sebagai bentuk ibadah dan kebaikan. Dengan menekankan konsep Al-Ghazali yaitu pentingnya kesederhanaan dan zuhud (keengganan untuk melekat pada dunia materi) sebagai nilai-nilai utama dalam hidup. Al-Ghazali menyoroti pentingnya mencari keberkahan Allah dalam setiap aspek hidup, termasuk ekonomi, adalah suatu kewajiban.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan Studi Deskriptif yang dilaksanakan di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru Bandung. Subjek penelitiannya yaitu merupakan pelaku UMKM di Pasar tersebut, dengan mengambil 10 narasumber untuk dijadikan informan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data penulis menggunakan teknik perpanjangan pengamatan, dan triangulasi teori.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potret nilai-nilai tasawuf *Entrepreneurship* tidak hanya menjadi landasan spiritual, tetapi juga memberikan dampak positif pada strategi bisnis, kualitas produk, pemahaman pasar, inovasi, promosi, dan manajemen bisnis pelaku UMKM di Pasar Kaget 46 Palasari Cibiru. nilai-nilai tasawuf *entrepreneurship* membawa kontribusi dalam membangun lingkungan bisnis yang beretika, bermoral, dan saling menguntungkan.

Kata Kunci: Nilai Tasawuf, Kewirausahaan, Strategi Bisnis, Tasawuf *Entrepreneurship*, UMKM