



Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Berbasis Syariah di Tengah Krisis Ekonomi

Dinda Maysaroh¹, Syarifah Hannum Pohan²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Alamat: JL.IAIN No.1,Gaharu, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20235

Korespondensi penulis: dindamaysaroh18@gmail.com

Abstract. *Sharia economy has emerged as one of the fields that offers significant opportunities to support economic growth at the national level. In this structure, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a key role as the driving force of the community's economy. This article describes various tactics that can be applied by MSMEs to compete and develop in the context of the sharia economy. These tactics include increasing understanding of sharia finance, developing human resource capacity, product innovation in accordance with sharia principles, and utilizing digital technology to expand market reach. In addition, assistance from sharia financial institutions, the government, and the community are also crucial elements in creating an inclusive ecosystem. Through the application of these approaches, MSMEs are expected to be able to increase their competitiveness while supporting the principles of a fair and sustainable sharia economy. The research method applied to answer the problems studied is a descriptive method with a qualitative approach, which is based on the problems of this research, aiming to collect data and information related to MSME Tactics to Increase Competitiveness in the Sharia Economic Ecosystem. Meanwhile, to answer theoretical issues, a literature study is used with the hope that the analysis of several variables will make the research factors more accurate.*

Keywords Communication strategy, Islamic insurance, insurance agent, marketing, business communication

Abstrak. Ekonomi syariah muncul sebagai salah satu bidang yang menawarkan peluang signifikan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional. Dalam struktur ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran kunci sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat. Artikel ini menguraikan beragam taktik yang bisa diterapkan oleh UMKM untuk bersaing dan berkembang dalam konteks ekonomi syariah. Taktik tersebut mencakup peningkatan pemahaman terkait keuangan syariah, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk yang sesuai dengan prinsip syariah, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, bantuan dari lembaga keuangan syariah, pemerintah, dan komunitas juga menjadi elemen krusial dalam menciptakan ekosistem yang inklusif. Melalui penerapan pendekatan-pendekatan ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing sekaligus mendukung prinsip-prinsip ekonomi syariah yang adil dan berkelanjutan. Metode penelitian yang diterapkan untuk menjawab masalah yang diteliti adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang didasarkan pada permasalahan penelitian ini, bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi berkaitan dengan Taktik UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Ekosistem Ekonomi Syariah. Sementara itu, untuk menjawab isu-isu teoritis, studi Pustaka digunakan dengan harapan analisis terhadap beberapa variabel membuat faktor penelitian lebih akurat.

Kata kunci: Strategi komunikasi, asuransi syariah, agen asuransi, pemasaran, komunikasi bisnis.

1. LATAR BELAKANG

Peran UMKM adalah sebagai penggerak pertumbuhan industri di Indonesia dan memberikan sumbangan yang signifikan bagi ekonomi negara, sehingga pengembangan UMKM yang berfokus pada produk menjadi prioritas utama (Danarti. Hariani, 2023). Semakin berkembang suatu negara, semakin tinggi juga pendidikan masyarakatnya. Namun, yang menarik, semakin maju negara tersebut, semakin banyak pula penduduk yang mengalami pengangguran. Dalam hal ini, keberadaan wirausahawan menjadi sangat penting.

Pembangunan suatu negara akan lebih kuat jika didukung oleh wirausahawan, terutama mengingat keterbatasan kemampuan pemerintah. Pemerintah tidak dapat mengurus semua aspek pembangunan karena memerlukan anggaran yang besar, tenaga kerja yang memadai, dan pengawasan yang cermat. Dengan demikian, wirausahawan menjadi sumber potensi pembangunan yang tidak bisa diabaikan. Mereka berkontribusi pada pembangunan dengan menciptakan lapangan kerja dan juga menghadirkan inovasi, kreativitas, serta semangat wirausaha yang akan mendorong kemajuan ekonomi negara.

UMKM adalah pilar penting dari ekonomi nasional yang memberikan sumbangan besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja. Artikel ini akan mengulas secara mendalam peranan UMKM dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, mengenali tantangan dan kesempatan yang ada, serta mengusulkan langkah-langkah untuk memperkuat sektor ini. Di era sekarang, di mana teknologi berkembang dengan cepat, penting untuk menyeimbangkan kemajuan tersebut dengan prinsip ekonomi syariah. Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memperkuat dan mengembangkan kemampuan UMKM BA dalam menerapkan dan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam operasional dan manajemen bisnis mereka. Kegiatan ini dirancang untuk membantu UMKM BA agar dapat memahami dan menerapkan konsep-konsep ekonomi syariah dengan baik dalam usaha mereka, sehingga mampu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan dalam kerangka yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini didasarkan pada teori-teori utama yang mendukung penguatan daya saing UMKM berbasis syariah. Dalam ekonomi syariah, prinsip utama seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta pentingnya keadilan distribusi menjadi dasar aktivitas usaha (Chapra dalam Fitria, 2016). Teori keunggulan bersaing Porter menjelaskan bahwa diferensiasi produk dan fokus pada pasar syariah dapat meningkatkan daya saing UMKM. Schumpeter menekankan peran inovasi dalam pengembangan usaha, sementara Amalia (2023) menyoroti pentingnya kolaborasi dalam ekosistem UMKM halal yang melibatkan pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat. Selain itu, teori adopsi inovasi Rogers menjelaskan bahwa transformasi digital mendukung efisiensi dan perluasan pasar, sehingga menjadi elemen penting dalam strategi UMKM di era ekonomi digital. Teori-teori ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi penguatan UMKM yang relevan dengan nilai-nilai syariah.

3. METODE PENELITIAN

Cara penelitian yang diterapkan dalam menyelesaikan masalah yang dibahas adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hal ini diperlukan untuk menyelidiki persoalan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait strategi UMKM agar dapat bersaing dalam ekosistem ekonomi syariah. Untuk mengatasi permasalahan teoritis, digunakan studi pustaka, yang diharapkan dapat menganalisis beberapa variabel sehingga hasil penelitian menjadi lebih tepat. Sukmadinata menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, siklusnya tidak akan pernah selesai selama masih ada sesuatu yang baru ditemukan. Data dikumpulkan dengan teknik reduksi data, penyajian data, serta menyimpulkan dan memverifikasi. (Zikri, 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia tengah mengintensifkan pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu strategi utama dalam memperkuat perekonomian nasional. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mendukung pertumbuhan sektor ini, mulai dari kebijakan regulasi, penyediaan infrastruktur, penguatan sektor perbankan, hingga peningkatan investasi. Dukungan terhadap UMKM tidak hanya berasal dari pelaku bisnis, tetapi juga dari pemerintah dan institusi keuangan, menunjukkan adanya kolaborasi lintas sektor demi memperkuat fundamental ekonomi nasional.

Pemerintah terus mendorong pemberdayaan UMKM karena sektor ini dipandang sebagai pilar penting dalam pengembangan ekonomi nasional di masa mendatang. Namun demikian, meskipun berbagai program pemberdayaan telah dijalankan selama hampir satu dekade, hasil yang diperoleh masih belum menunjukkan kemajuan yang signifikan. Oleh karena itu, diperlukan model baru yang lebih efektif, agar UMKM tidak stagnan dan dapat menjadi motor penggerak ekonomi sebagaimana yang telah terjadi di negara-negara seperti Jepang dan Taiwan.

Tantangan dan Urgensi Penguatan UMKM Pengembangan dan pemberdayaan UMKM saat ini menjadi sangat penting, terutama agar dapat memberikan dampak ganda (multiplier effect) terhadap peningkatan daya saing nasional. Daya saing yang tinggi memungkinkan UMKM menghadapi tantangan global, antara lain melalui peningkatan inovasi produk dan jasa, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, percepatan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), serta perluasan pasar. Namun demikian, sektor UMKM masih

menghadapi berbagai kendala yang signifikan. Permasalahan utama yang dihadapi mencakup keterbatasan akses terhadap modal kerja, rendahnya kompetensi pelaku usaha dalam bidang bisnis, serta kurang optimalnya pemanfaatan TIK untuk mendukung kegiatan usaha mereka (M. Ardiansyah, 2023).

Kontribusi UMKM terhadap Perekonomian UMKM memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi alternatif penciptaan lapangan kerja, UMKM juga berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terutama pada masa pasca krisis moneter 1997–1998. Ketika banyak perusahaan besar mengalami kemunduran, UMKM justru menjadi penyanga perekonomian dengan kontribusinya terhadap pendapatan daerah dan nasional.

UMKM merupakan bentuk usaha yang umumnya tumbuh dari inisiatif masyarakat secara mandiri. Peran UMKM juga terlihat dalam upayanya meningkatkan pasokan produk dan jasa, mengembangkan teknologi lokal, membuka pasar-pasar baru, serta meningkatkan produktivitas melalui biaya modal yang relatif rendah. Selain itu, UMKM mendorong tumbuhnya kreativitas masyarakat dan menjadi representasi identitas lokal melalui produk-produk khas daerah. Pemanfaatan potensi sumber daya alam lokal yang belum tergarap secara komersial menjadi nilai tambah tersendiri bagi kontribusi UMKM terhadap ekonomi wilayah.

Secara kuantitatif, UMKM merupakan sektor usaha terbesar di Indonesia. Walaupun skala usaha tiap unit relatif kecil, sektor ini menyerap lebih dari 80 persen tenaga kerja nasional. Dengan demikian, UMKM memiliki daya ungkit yang besar terhadap penguatan rantai nilai nasional. Penguatan UMKM akan secara langsung mendukung pertumbuhan industri dalam negeri dan pencapaian indikator ekonomi utama, seperti pemerataan pembangunan, peningkatan kesejahteraan, serta kemandirian ekonomi nasional.

Strategi Penguatan UMKM, Untuk menjawab tantangan dan memaksimalkan potensi UMKM, strategi penguatan sektor ini diarahkan pada empat program utama, yaitu:

- a. Pendidikan dan Edukasi Usaha Mikro: Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kapasitas pelaku UMKM, terutama dalam manajemen usaha, kewirausahaan, serta literasi keuangan.
- b. Fasilitasi Pembiayaan Terintegrasi: Penyediaan akses pembiayaan yang mudah, murah, dan sesuai kebutuhan UMKM, baik melalui lembaga perbankan maupun lembaga keuangan non-bank.
- c. Strategi penguatan UMKM juga mencakup dua program penting berikut:

Pembangunan Database UMKM, Pengembangan database UMKM yang komprehensif sangat penting sebagai basis data yang dapat diakses oleh berbagai pihak, mulai dari

pemerintah, perbankan, hingga pelaku bisnis lainnya. Database ini menjadi fondasi untuk perencanaan program pemberdayaan, pengawasan, serta pemantauan perkembangan UMKM secara lebih efektif dan terintegrasi.

Program Literasi UMKM, Literasi usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi faktor utama dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM agar dapat menjalankan usaha dengan lebih efektif dan efisien. Program ini mencakup pelatihan manajemen usaha, literasi keuangan, hingga pemahaman teknologi digital sebagai alat bantu dalam operasional dan pemasaran.

- d. Peran Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam UMKM, Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas merupakan salah satu kunci sukses pengembangan UMKM. Pengembangan SDM adalah serangkaian upaya terencana dan berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi pelaku usaha melalui berbagai program pelatihan. Dengan SDM yang mumpuni, UMKM dapat menjadi motor penggerak inovasi, produktivitas, dan daya saing yang mampu mengangkat perekonomian lokal ke level lebih tinggi. Peningkatan pendapatan dari sektor UMKM tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, dan pemberdayaan masyarakat setempat (Nadia Putri A, 2024).

Pentingnya Memenuhi Kebutuhan Konsumen Keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuannya memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dengan menyediakan produk yang sesuai dengan harapan pasar. Nilai produk harus sepadan dengan biaya produksi dan kualitas yang diterima konsumen. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat dan adaptif sangat diperlukan untuk mengatasi penurunan penjualan, khususnya pada masa pandemi. Menurut Mirdah & Tenaya, dalam menghadapi perubahan iklim bisnis dan kondisi yang tidak menentu, UMKM harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif agar tetap bertahan dan kompetitif. Informasi yang disampaikan kepada konsumen harus fokus pada solusi masalah yang mereka hadapi, sehingga produk yang dihasilkan dianggap relevan dan layak dibeli.

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Strategi UMKM, Teknologi digital menjadi faktor penting dalam peningkatan daya saing UMKM, terutama pasca pandemi. Penggunaan teknologi internet dan perangkat seluler memungkinkan UMKM melakukan kolaborasi lebih luas, memperbaiki kinerja, serta meningkatkan produktivitas. Manajemen risiko juga perlu diterapkan dengan baik untuk memastikan keberlangsungan usaha. Identifikasi risiko, mitigasi yang tepat, serta perencanaan pemulihan menjadi bagian penting dari strategi pengelolaan

UMKM dalam menghadapi tantangan. Namun, salah satu tantangan utama adalah implementasi teknologi digital yang masih rendah di kalangan pelaku UMKM, khususnya dalam pemasaran produk.

Digital Marketing sebagai Solusi Pemasaran UMKM, Pemasaran digital menggunakan media online, khususnya jejaring sosial, menjadi alternatif strategis bagi UMKM dalam mempromosikan produknya. Penggunaan video produk, foto menarik, serta copywriting yang kreatif dan rutin di-update di media sosial dapat meningkatkan awareness dan daya tarik konsumen. Selain itu, edukasi konsumen melalui bahasa yang inovatif dan istilah yang mudah dipahami dapat membangun loyalitas dan keputusan pembelian. Strategi ini terbukti efektif dalam memperkuat merek dan meningkatkan penjualan (Arsalan Bintang Romadi, Vol.3, No.6, Agustus 2024, hlm. 58).

Definisi dan Prinsip Ekonomi Syariah, Ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang menggabungkan prinsip-prinsip ekonomi konvensional dengan nilai-nilai Islam untuk menciptakan sistem yang adil, berkelanjutan, dan memberikan manfaat sosial yang luas. Prinsip utama ekonomi syariah meliputi larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), dan transaksi yang tidak adil atau menipu. Selain itu, ekonomi syariah menekankan pada distribusi kekayaan yang adil, inklusi keuangan, serta pembagian risiko yang merata. Sektor-sektor yang menjadi bagian dari ekonomi syariah antara lain perbankan syariah, asuransi syariah, pasar modal syariah, dan lembaga keuangan lainnya.

Menurut Umar Chapra, ekonomi Islam adalah ilmu yang membantu membagi sumber daya secara adil sesuai prinsip syariah, tanpa mengganggu kebebasan individu atau merusak keseimbangan sosial dan ekologi. Mannan menambahkan bahwa ekonomi Islam adalah disiplin ilmu sosial yang fokus pada pemahaman dan penyelesaian masalah ekonomi masyarakat berdasarkan nilai-nilai Islam.

Perkembangan Ekonomi Syariah dan Pasar Global, Azam dan Abdullah dalam tulisannya berjudul *“Global Industry: Realities and Opportunities”* mengemukakan tiga faktor utama yang mendorong pesatnya perkembangan pasar global, khususnya yang berkaitan dengan ekonomi syariah, yaitu:

- a. Populasi Muslim yang besar dan tumbuh sekitar 1,8% per tahun;
- b. Pertumbuhan ekonomi yang meningkatkan daya beli komunitas Muslim;
- c. Munculnya potensi pasar halal di negara-negara non-Muslim dan pelaku industri global.

Meski demikian, perkembangan sistem ekonomi syariah di Indonesia belum sepesat di beberapa negara lain. Secara garis besar, perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dapat

dibagi menjadi dua aspek utama, yaitu industri keuangan syariah dan ekonomi syariah non-keuangan. Perkembangan industri keuangan syariah lebih mudah diukur melalui data keuangan yang tersedia, sementara aspek non-keuangan membutuhkan penelitian lebih mendalam (Fitria, 2016).

Kondisi Industri Keuangan Syariah di Indonesia, Dalam sektor perbankan syariah di Indonesia hingga saat ini telah berdiri:

- a. Tiga Bank Umum Syariah (BUS);
- b. 21 unit usaha syariah pada bank konvensional;
- c. 528 kantor cabang yang meliputi Kantor Cabang Pembantu (KCP), Unit Pelayanan Syariah (UPS), dan Kantor Kas (KK);
- d. 105 Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

5. KESIMPULAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dalam konteks ini, strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) menjadi kunci untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing ekonomi lokal. Pengembangan SDM merupakan rangkaian upaya terencana dan berkelanjutan yang bertujuan meningkatkan kinerja melalui peningkatan keterampilan individu lewat program pelatihan.

Ekonomi syariah mengintegrasikan prinsip ekonomi tradisional dengan nilai-nilai Islam untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan memberikan manfaat sosial luas. Prinsip utama ekonomi syariah meliputi larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), serta transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran. Selain itu, ekonomi syariah menekankan distribusi ekonomi yang adil, inklusi keuangan, dan pembagian risiko secara proporsional.

UMKM yang didukung oleh fintech syariah mampu menunjukkan kinerja yang stabil sehingga dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM yang kuat tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkokoh perekonomian lokal. Dengan mengintegrasikan potensi UMKM dan teknologi keuangan berbasis prinsip syariah, negara dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berkelanjutan, serta adil bagi seluruh lapisan masyarakat.

6. DAFTAR REFERENSI

- Amalia, Euis. (2023). Penguatan UKM Halal di Indonesia (Sebuah Pendekatan Ekosistem Ekonomi Syariah). Diterbitkan oleh: Penerbit Samudra Biru (Anggota Ikapi), Cetakan I, Juni 2023.
- Ananta, Nadia Putri, Aditya Ramadhan, dkk. (2024). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya. Jurnal Working, Volume VII No 1, Mei 2024.
- Ardiansyah, M., Lukmanul Hakim, dkk. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Menuju Sustainable Development Goals (SDGs) di Era Global. Diterbitkan oleh Penerbit Adab CV. Adanu Abimata, Cetakan Pertama, Desember 2023.
- Batubara, Chuzaimah, dkk. (2024). Peran UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa, Vol.2, No.4, Agustus 2024.
- Bowo Pranogyo, Antaiwan. (2023). Strategi UMKM untuk Menghadapi Perubahan Ekonomi pada Masa Pandemi demi Keberlangsungan Usaha. Jurnal Manajemen, Vol. 2, No.1, 2023.
- Fitria, Tira Nur. (2016). Kontribusi Ekonomi Islam dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 02, No. 03, November 2016.
- Gunawan, Juniaty, Wiwiek Robiatul Adawiyah, dkk. (2023). Pelatihan Bisnis UMKM dengan Konsep Syariah. Jurnal Abdikaryasakti, Vol. 3 No. 2, Oktober 2023.
- Hariani, Danarti, Sutrisno. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin, Volume 4 No 1, Maret 2023.
- Hidayat, M., Alfarisi, S., & Hendra, J. (2024). Strategi UMKM untuk Berdaya Saing dalam Ekosistem Ekonomi Syariah. Indonesian Research Journal on Education, 4(4), 2941–2947. <https://irje.org/index.php/irje>
- Juang Putra, Indika. (2022). Strategi Ketahanan untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Syariah di Kota Solok. Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.
- Kaswinata, Isnaini Harahap, dkk. (2023). Signifikansi Peranan UMKM dalam Pembangunan Ekonomi di Kota Medan dalam Perspektif Syariah. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 6(2), 2023.
- Romadi, Arsalan Bintang, Juharuddin. (2024). Strategi Lembaga Keuangan Syariah dalam Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Vol.3, No.6, Agustus 2024.
- Syaiful. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. Jurnal Ekonomi, No1, Vol. 3, 2023.
- Zikri, Hadiyan. (2024). Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 02 No. 01, Juni 2024.