

Peran Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan UMKM Berbasis Media Sosial

Alfiah Thalia Nabila Putri ^{1*}, Herlina Yustati ²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

Korespondensi penulis : alfiahthalianabilaputri@gmail.com *

Abstract. *This research aims to analyze the role of sharia economics in the management of social media-based Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM). The development of information technology, especially social media, has opened up new opportunities for MSMEs to access wider markets. However, amidst the dynamics of the digital market, the application of sharia economic principles in managing social media-based MSMEs is very important to maintain business sustainability and ensure fair and transparent transactions.. By implementing business models such as mudharabah and musyarakah, social media-based UMKM can optimize financing potential without dependence on interest, as well as strengthen relationships with customers through ethical transactions. The research results show that the application of sharia economics in managing social media-based MSMEs not only improves business performance, but also has a positive impact on brand strengthening, customer loyalty and social empowerment. However, the main challenge in implementing sharia economics in social media-based MSMEs lies in the limited education and understanding among business actors.*

Keywords: *Sharia Economics, umkm, Social Media.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi syariah dalam pengelolaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis media sosial. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas. Namun, di tengah dinamika pasar digital, penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengelolaan UMKM berbasis media sosial menjadi sangat penting untuk menjaga keberlanjutan usaha dan memastikan transaksi yang adil serta transparan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi syariah dalam pengelolaan UMKM berbasis media sosial tidak hanya meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap penguatan brand, loyalitas pelanggan, dan pemberdayaan sosial. Meski demikian, tantangan utama dalam implementasi ekonomi syariah pada UMKM berbasis media sosial terletak pada edukasi dan pemahaman yang masih terbatas di kalangan pelaku usaha.

Kata kunci: Ekonomi Syariah, UMKM, Media Sosial

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan Usaha Mikro (UM), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB). Pada umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun atau jumlah pekerja tetap. Dengan begitu besarnya andil UMKM dalam menopang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara manapun karena perannya yang vital dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Al Farisi et al., 2022). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam

mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Di Indonesia, sektor UMKM telah menjadi tulang punggung ekonomi, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan nasional dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Sebagai bagian integral dari struktur ekonomi, UMKM tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga memiliki dampak sosial yang besar, terutama dalam mengurangi tingkat kemiskinan dan meningkatkan inklusi finansial. Selain itu, dari aspek hukum juga mendukung bahwa terdapat beberapa aturan yang UMKM yang memang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Aliyah, 2022). Selain itu, UMKM juga memberikan pengaruh yang cukup besar dalam pendapatan nasional yang berpengaruh terhadap peryumbuhan ekonomi (Devi et al., 2022)

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat signifikan. Sektor UMKM merupakan bagian yang paling banyak menjadi kontribusi pendapatan nasional di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, sektor UMKM menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi dengan kontribusi sekitar 60% pada tahun 2023. Sektor UMKM merupakan sektor yang paling banyak menjadi punggung pertumbuhan ekonomi, baik dari segi pendapatan nasional maupun perekonomian. Hal ini disebabkan oleh keberadaan sektor UMKM yang sangat beragam, dari sektor manufaktur, perdagangan, jasa hingga sektor agroindustri. Kemajuan teknologi dan perkembangan digital juga membantu sektor UMKM menjadi lebih efektif dan kompetitif dalam pasar. Padahal apabila perkembangan UMKM dapat dikembangkan lagi pasti dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang ada sehingga pertumbuhan ekonomi negara akan semakin maju dan ekonomi masyarakat menjadi meningkat sehingga tingkat kemiskinan dan pengangguran menjadi menurun (Qomaruddin, 2024)

Upaya penerapan etika bisnis dalam Islam lebih mencerminkan hakikat kejujuran dan keterbukaan terhadap setiap akad dan transaksi yang dilakukan oleh setiap pihak (Mujib et al., 2022; Mujib et al., 2022). Alternatif pertama dipilih untuk membantu masyarakat, khususnya UMKM, memahami prinsip-prinsip akad Syariah sehingga mereka dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat berdasarkan nilai-nilai Syariah. Selain itu, banyak orang yang belum mengetahui tentang kontrak-kontrak syariah. Alasan dipilihnya alternatif kedua adalah untuk meningkatkan pemahaman akad syariah di kalangan UMKM dan petani agar dapat mengelola risiko keuangan secara bijak (Mauwae et al, 2021).

UMKM memiliki peran yang krusial dalam mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Dengan jumlah UMKM yang mencapai jutaan, sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, mengurangi angka pengangguran, dan Peran UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Syariah di Indonesia (Hidayat, 2022). Selain itu, UMKM juga berkontribusi terhadap peningkatan PDB nasional melalui berbagai produk dan jasa yang dihasilkan (Mulyani, 2019). Dalam konteks ekonomi syariah, UMKM memainkan peran penting dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnisnya, seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba (Aisyah, 2018). Padahal jika dilihat lebih jauh lagi peran dari UMKM itu bukan hanya sekedar pendukung dalam kontribusi ekonomi nasional tetapi juga memiliki peran yang penting dalam mengurangi kemiskinan serta pengangguran dimasyarakat (Qomaruddin, 2024). UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang (Munthe et al., 2023).

Selain itu, UMKM juga menghadapi tantangan dalam hal pengembangan kapasitas dan peningkatan daya saing. Banyak pelaku UMKM yang masih kurang dalam hal pengetahuan manajemen, pemasaran, dan teknologi. Meningkatnya kinerja UMKM dapat didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi (Farina & Opti, 2023). Kondisi ini membuat UMKM sulit untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif, baik di tingkat nasional maupun internasional (Subagyo, 2020). Melihat berbagai hal yang harus diperhatikan dalam manajemen UMKM, tidak adanya mentor dalam membimbing pengelolaannya sering menjadi masalah untuk mengendalikan beberapa hal penting dan signifikan (et al., 2020). Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga keuangan, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya untuk memberikan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Menegaskan bahwa pemerintah tidak mengabaikan tantangan tersebut, namun menggarisbawahi bahwa solusinya tidaklah sederhana. (Yolanda, 2024).

Diperlukan strategi pengembangan sektor UMKM agar bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi. Tetapi faktanya sektor UMKM di Indonesia masih banyak yang belum beradaptasi dengan digitalisasi. Sehingga dampaknya banyak ditemui sektor UMKM yang belum dapat berkembang atau dengan kata lain telah go digital. Langkah taktis seperti penguatan database, pemetaan potensi produk maupun pasar melalui Basis Data Tunggal UMKM, preferensi pasar negara tujuan, jaringan distribusi di luar negeri, langkah afirmasi penurunan tarif di negara tujuan hingga perluasan kerja sama dagang luar negeri. Bila merujuk era digitalisasi strategi terpenting saat ini bagi pengembangan UMKM adalah pemanfaatan digitalisasi baik untuk pemasaran digital, komunikasi bisnis hingga strategi branding. Strategi

pemasaran UMKM diarahkan untuk memenangkan persaingan di suatu pasar sasaran (Riyoko & Lofian, 2021).

Dalam konteks UMKM, media sosial menawarkan peluang unik untuk memperluas jangkauan pasar, membangun merek, dan berinteraksi dengan pelanggan potensial dengan biaya yang relatif rendah. Namun, meskipun potensi yang besar, masih ada banyak UMKM yang belum memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk pengembangan bisnis mereka. Terdapat berbagai faktor yang mungkin menjadi hambatan, termasuk keterbatasan pengetahuan tentang cara menggunakan media sosial secara efektif, keterbatasan waktu dan sumber daya untuk mengelola kehadiran online mereka, serta ketidakpastian tentang manfaat yang dapat diperoleh dari investasi dalam pemasaran melalui media sosial (Chakti, 2019). Oleh sebab itu para pelaku UMKM membutuhkan sarana kreatif untuk bisa memperkuat pemasaran digital agar dapat memperluas pasar. Melalui kehadiran pemasaran digital (digital marketing) dapat berkontribusi dalam memperkuat pengembangan bisnis para pelaku UMKM di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh tren berbelanja modern yang meningkat dalam penggunaan media sosial, yang memungkinkan komunikasi interaktif dan memberikan pemasar kesempatan yang luar biasa untuk menjangkau pelanggan (Maria et al., 2024).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola UMKM berbasis media sosial, observasi terhadap aktivitas pemasaran dan transaksi di platform digital, serta analisis dokumen terkait kebijakan dan praktik bisnis. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi penerapan prinsip ekonomi syariah, seperti keadilan, pembiayaan syariah (mudharabah, musyarakah), serta transaksi yang bebas dari riba dan gharar. Triangulasi data digunakan untuk memastikan validitas temuan dengan membandingkan wawancara, observasi, dan dokumen. Metode ini bertujuan untuk menggali pemahaman tentang peran ekonomi syariah dalam pengelolaan UMKM berbasis media sosial dan dampaknya terhadap keberlanjutan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan UMKM

1. Prinsip Keadilan dalam Transaksi

Prinsip keadilan dalam transaksi dan pengelolaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat penting, terutama dalam kerangka ekonomi syariah. Dalam konteks

ekonomi syariah, keadilan bukan hanya tentang pembagian keuntungan yang adil, tetapi juga mencakup kesetaraan dalam kesempatan, perlindungan hak-hak pihak yang terlibat, serta penghindaran dari eksploitasi. Prinsip keadilan ini berfokus pada keseimbangan antara pemilik usaha, pekerja, konsumen, serta pihak lainnya yang terlibat dalam kegiatan ekonomi. Beberapa aspek dari prinsip keadilan yang relevan dalam pengelolaan UMKM, baik dalam konteks ekonomi syariah maupun prinsip bisnis yang etis. Keadilan berarti distribusi yang adil dan merata dari kekayaan dan sumber daya ekonomi di antara semua anggota masyarakat (Rustyawati & Siswoyo, 2023).

Prinsip ini sangat relevan dalam konteks akad mudharabah dan musyarakah, yang sering digunakan dalam ekonomi syariah. Dalam kedua akad ini, keuntungan yang diperoleh dari suatu usaha harus dibagi berdasarkan kesepakatan yang adil antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, pemilik modal dan pengelola usaha (mudharib) sepakat untuk berbagi keuntungan sesuai dengan rasio yang disepakati di awal, sementara kerugian ditanggung oleh pemilik modal. Jika kerugian disebabkan oleh faktor usaha yang tidak dapat dikendalikan, maka mudharib tidak bertanggung jawab atas kerugian tersebut (Hafizd et al., 2024).

Dalam pengelolaan UMKM, prinsip keadilan menuntut agar pembagian keuntungan dilakukan secara transparan dan proporsional, serta tidak merugikan salah satu pihak. Ini membantu menciptakan hubungan bisnis yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Penetapan harga dalam transaksi UMKM harus dilakukan dengan memperhatikan prinsip keadilan. Tidak boleh ada unsur dzulm (kezaliman) atau ketidakadilan, seperti menetapkan harga yang sangat tinggi untuk produk yang tidak sesuai dengan kualitasnya, atau sebaliknya, menetapkan harga yang sangat rendah sehingga merugikan produsen atau pengusaha. Dalam kajian teoritik, prinsip syariah dalam transaksi keuangan mengharuskan adanya keadilan, transparansi, dan bebas dari unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi)

Prinsip keadilan ini juga berarti bahwa pekerja tidak boleh diperlakukan dengan cara yang merugikan hak-hak mereka, misalnya dalam hal jam kerja yang tidak wajar, atau pengabaian hak cuti dan jaminan sosial. Akad ijarah (sewa) yang digunakan dalam transaksi syariah juga harus dilakukan dengan jelas dan adil, mengatur dengan transparansi hak dan kewajiban antara pemberi kerja dan pekerja. Konsep 'Ijarah (Sewa) dalam konteks hubungan kerja, ijarah merujuk pada kontrak sewa atau penggunaan jasa (Yusuf et al., 2024). Bagi banyak UMKM, akses terhadap modal adalah tantangan besar. Dalam ekonomi syariah, keadilan dalam pembiayaan harus mencakup akses yang setara dan transparan untuk semua pihak. Ini

berarti bahwa setiap UMKM, tanpa memandang ukuran atau lokasi mereka, harus memiliki peluang yang adil untuk mengakses pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Prinsip keadilan dalam pembiayaan juga melibatkan pemilihan produk pembiayaan yang adil dan tidak memberatkan. Sebagai contoh, pembiayaan dengan akad mudharabah atau musyarakah lebih mendukung keadilan karena berbasis pada bagi hasil, bukan bunga tetap. Pembiayaan berbasis bunga (riba) dalam ekonomi konvensional sering kali memberatkan pelaku UMKM yang memiliki modal terbatas.

Dalam bisnis, risiko adalah hal yang tidak dapat dihindari. Namun, prinsip keadilan mengharuskan agar pembagian risiko dilakukan dengan adil. Dalam akad-akad syariah seperti mudharabah dan musyarakah, risiko harus dibagi sesuai dengan kesepakatan dan kontribusi masing-masing pihak. Pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola usaha (mudharib) harus menyepakati pembagian risiko yang adil, di mana kerugian ditanggung berdasarkan kontribusi modal dan pengelolaan usaha.

Dalam konteks ekonomi Islam, keadilan tidak hanya mengacu pada pembagian keuntungan yang setara, tetapi juga meliputi transparansi, keseimbangan hak dan kewajiban, serta perlindungan terhadap pihak yang lebih lemah. Islam menekankan bahwa setiap transaksi harus dilakukan dengan cara yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak. Keadilan merupakan kata sifat yang menunjukkan perbuatan, perlakuan adil, tidak berat sebelah, tidak berpihak, berpegang pada kebenaran dan proporsional (Binti Mutafarida, 2019). UMKM berbasis media sosial yang mengadopsi ekonomi syariah menerapkan prinsip keadilan (adl) dalam transaksi jual beli, yang mencakup penetapan harga yang transparan dan menghindari ketidakjelasan (gharar). Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen karena adanya kepastian harga dan ketentuan yang jelas.

2. Penerapan Pembiayaan Syariah (Mudharabah dan Musyarakah)

Penerapan pembiayaan syariah seperti mudharabah dan musharakah merupakan bagian dari sistem ekonomi Islam yang berbasis pada prinsip keadilan, saling menguntungkan, dan menghindari riba (bunga), gharar (ketidakpastian), serta maysir (perjudian). Pembiayaan berbasis syariah ini digunakan untuk mendanai usaha atau proyek, baik itu untuk modal kerja, investasi, atau kegiatan produktif lainnya. Mudharabah adalah kontrak kerja sama antara dua pihak, yaitu shahibul maal (pemilik modal) dan mudharib (pengelola usaha), di mana shahibul maal menyediakan seluruh modal dan mudharib menjalankan usaha dengan menggunakan keahlian dan tenaga kerjanya. Keuntungan dari usaha tersebut akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sementara kerugian yang terjadi ditanggung oleh pemilik modal, kecuali jika kerugian tersebut disebabkan oleh kelalaian atau kesalahan pengelola usaha (mudharib).

Musharakah (pembiayaan kemitraan) adalah suatu bentuk pembiayaan di mana dua pihak atau lebih sepakat untuk melakukan usaha bersama dengan menyatukan modal dan berbagi keuntungan atau kerugian sesuai dengan proporsi modal yang mereka tanamkan. Dalam musharakah, setiap pihak memiliki hak untuk terlibat dalam manajemen dan keputusan usaha, meskipun dalam prakteknya, salah satu pihak bisa bertindak sebagai pengelola utama.

Banyak UMKM yang menggunakan skema pembiayaan syariah seperti mudharabah (bagi hasil) dan musyarakah (kemitraan). Sistem ini membantu mereka mengakses modal tanpa perlu bergantung pada pinjaman berbasis bunga (riba), sehingga memperkuat keberlanjutan usaha.

Manfaat Pengelolaan UMKM Berbasis Media Sosial

1. Peningkatan Akses Pasar.

Pengelolaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berbasis media sosial memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan akses pasar. Media sosial, sebagai platform digital yang mudah diakses, membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Berikut adalah beberapa cara bagaimana pengelolaan UMKM berbasis media sosial dapat meningkatkan akses pasar. Media sosial memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global. Berbeda dengan metode pemasaran tradisional yang terbatas oleh jarak dan biaya tinggi, platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp dapat menghubungkan UMKM dengan konsumen di berbagai wilayah, bahkan tanpa harus memiliki toko fisik. Media sosial memungkinkan organisasi bisnis untuk mencapai audiens yang lebih luas secara efektif dan efisien (Suhairi et al., 2023).

Dengan fitur iklan berbayar dan algoritma media sosial, UMKM dapat menargetkan audiens yang lebih spesifik sesuai dengan demografi, minat, dan perilaku konsumen. Ini memungkinkan pengusaha untuk memasarkan produk mereka secara lebih efisien, mencapai orang yang benar-benar tertarik dengan produk mereka, sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi. Media sosial memungkinkan UMKM untuk mengembangkan dan mengelola berbagai segmen pasar yang lebih beragam. Sebagai contoh, melalui konten yang berbeda di platform yang berbeda, UMKM bisa mengakses segmen pasar muda di TikTok, konsumen dewasa di Facebook, atau profesional di LinkedIn. Ini memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan lebih fleksibel sesuai dengan karakteristik audiens yang berbeda. UMKM dapat mengajukan pembiayaan dengan lebih cepat dan mudah melalui platform digital, meningkatkan likuiditas dan mendukung pertumbuhan bisnis. (Mardiana et al., 2024).

Pengelolaan media sosial tidak memerlukan investasi besar seperti halnya iklan di televisi atau media cetak. UMKM bisa memanfaatkan strategi pemasaran organik, seperti membuat konten yang menarik, memanfaatkan hashtag yang relevan, atau melakukan promosi dengan biaya rendah. Hal ini sangat bermanfaat bagi UMKM dengan anggaran terbatas untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar lebih luas. Dengan demikian, pengelolaan UMKM berbasis media sosial dapat membantu meningkatkan akses pasar, memperluas jaringan pelanggan, dan memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar yang lebih besar dengan modal yang lebih efisien dan terjangkau.

2. Efisiensi dalam Pengelolaan Usaha:

Efisiensi dalam pengelolaan usaha mengacu pada kemampuan untuk mencapai hasil maksimal dengan menggunakan sumber daya yang minimal. Dalam konteks bisnis, efisiensi berarti mengoptimalkan waktu, tenaga, dan biaya untuk mencapai tujuan usaha dengan cara yang paling efektif. Penerapan efisiensi ini sangat penting, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UMKM), yang sering kali memiliki keterbatasan sumber daya dan anggaran.

Pengelolaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berbasis media sosial memiliki dampak positif yang besar dalam menciptakan efisiensi dalam berbagai aspek operasional usaha. Dengan menggunakan media sosial, pelaku UMKM bisa mengoptimalkan sumber daya yang ada (seperti waktu, tenaga, dan biaya) untuk mencapai hasil yang maksimal. Berikut adalah beberapa manfaat pengelolaan UMKM berbasis media sosial dalam menciptakan efisiensi dalam pengelolaan usaha

Pemasaran adalah salah satu aspek utama dalam usaha UMKM, dan media sosial menawarkan cara yang lebih efisien untuk memasarkan produk dan layanan. Dibandingkan dengan pemasaran tradisional (seperti iklan di TV, radio, atau media cetak), pemasaran melalui media sosial jauh lebih terjangkau. Dengan hanya bermodal biaya iklan yang relatif kecil, UMKM dapat menjangkau audiens yang sangat besar, baik lokal maupun internasional.

Media sosial memungkinkan pengusaha untuk menargetkan audiens berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan lokasi. Ini mengurangi pemborosan biaya iklan karena hanya menjangkau orang-orang yang lebih cenderung tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan membuat konten yang menarik (seperti gambar, video, dan artikel) yang sesuai dengan audiens, UMKM dapat memperkenalkan produk tanpa biaya tambahan. Strategi ini dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas tanpa harus mengeluarkan banyak uang untuk iklan berbayar. Menggunakan teknologi untuk mengotomatisasi proses-proses tertentu dalam operasional bisnis dapat meningkatkan efisiensi secara signifikan. UMKM berbasis media sosial mampu memanfaatkan alat digital untuk

mengoptimalkan operasional, mulai dari pemasaran hingga penjualan, sehingga lebih efisien dan efektif.

Tantangan dalam Implementasi Ekonomi Syariah

1. Keterbatasan Pemahaman tentang Ekonomi Syariah:

Banyak pelaku UMKM memiliki pemahaman dasar tentang prinsip ekonomi syariah, seperti larangan riba, maisir, dan gharar, namun mereka seringkali menganggap ekonomi syariah hanya terbatas pada aspek keuangan dan transaksi bebas bunga. Padahal, ekonomi syariah mencakup prinsip-prinsip yang lebih luas, seperti keadilan sosial, distribusi kekayaan yang merata, etika bisnis, dan kesejahteraan bersama. Kekurangan pemahaman ini menyebabkan kesulitan bagi banyak UMKM dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dalam operasional bisnis mereka, termasuk dalam memilih akad yang tepat dalam transaksi, seperti murabaha, mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Hal ini juga mempersulit mereka dalam memanfaatkan pembiayaan syariah, yang berbasis bagi hasil, sebagai alternatif dari sistem pinjaman konvensional yang berbasis bunga.

Selain itu, banyak UMKM yang merasa kesulitan dalam mengidentifikasi produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, baik itu dalam hal keuangan, asuransi, atau bahan baku yang mereka gunakan. Beberapa pelaku UMKM juga memiliki persepsi yang salah atau terbatas tentang ekonomi syariah, seperti menganggapnya hanya berlaku untuk industri tertentu atau lebih rumit dibandingkan dengan sistem ekonomi konvensional. Kendala lainnya adalah kurangnya tenaga kerja yang memahami ekonomi syariah dan terbatasnya pelatihan yang tersedia untuk meningkatkan pemahaman tersebut. Ditambah lagi, banyak UMKM beroperasi dalam pasar yang mayoritas masih berbasis ekonomi konvensional, sehingga integrasi prinsip syariah menjadi tantangan tersendiri, apalagi tanpa adanya regulasi atau standar yang jelas terkait penerapan ekonomi syariah di sektor UMKM.

2. Kendala Teknologi:

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia dan dunia, termasuk dalam implementasi ekonomi syariah. Namun, saat mencoba untuk mengadopsi prinsip ekonomi syariah dalam operasional bisnis mereka, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, terutama yang berkaitan dengan kendala teknologi. Berikut adalah beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan ekonomi syariah dengan kendala teknologi. Penelitian oleh Hapriyanto (2024) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam pemasaran mampu mendorong peningkatan kinerja unit bisnis (Kusuma & Fahamsyah, 2023).

Sebagian besar UMKM di Indonesia masih menggunakan teknologi yang terbatas dan lebih mengandalkan sistem manual atau tradisional dalam menjalankan operasional bisnis mereka. Banyak platform dan alat teknologi yang tersedia di pasar lebih fokus pada sistem ekonomi konvensional dan tidak dirancang untuk mendukung prinsip-prinsip ekonomi syariah. Misalnya, sistem pembayaran digital yang berbasis bunga (riba) atau investasi yang mengandung unsur spekulasi (maisir). Oleh karena itu, UMKM sering kesulitan menemukan teknologi yang secara eksplisit disesuaikan dengan prinsip syariah, baik dalam hal pembayaran, pembiayaan, atau transaksi lainnya. Prinsip ekonomi syariah selalu berlandaskan pada nilai-nilai Islam seperti keadilan, kesetaraan, dan pelarangan riba (bunga), menawarkan solusi yang potensial untuk mengatasi tantangan ini (Christy & Nisa, 2024).

Sebagian besar UMKM membutuhkan pembiayaan berbasis syariah untuk mengembangkan usaha mereka, namun akses terhadap lembaga keuangan syariah dan produk pembiayaan berbasis teknologi masih terbatas. Banyak bank syariah dan lembaga keuangan mikro syariah yang belum menyediakan produk yang terjangkau dan mudah diakses melalui platform digital. Selain itu, UMKM juga kesulitan memahami mekanisme pembiayaan berbasis bagi hasil seperti mudharabah atau musyarakah. Masalah lainnya adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk, serta ketidakterpaduan sistem teknologi UMKM dengan layanan keuangan syariah, yang menghambat transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Kendala ini semakin diperparah dengan biaya tinggi yang dibutuhkan untuk implementasi teknologi syariah, serta terbatasnya pelatihan terkait. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan penyedia teknologi untuk menciptakan solusi yang mudah diakses, terjangkau, dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengelolaan UMKM berbasis media sosial dapat meningkatkan keberlanjutan usaha dan memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Prinsip ekonomi syariah seperti keadilan (adl), transparansi, serta penghindaran riba dan gharar memberikan kontribusi besar dalam menciptakan transaksi yang etis dan adil. Pembiayaan syariah, seperti mudharabah dan musyarakah, juga menjadi alternatif yang efektif bagi UMKM untuk memperoleh modal tanpa ketergantungan pada sistem pinjaman berbasis bunga, yang menguntungkan kedua belah pihak. Selain itu, dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, UMKM dapat

menjangkau pasar yang lebih luas dan lebih efisien, meningkatkan brand awareness, serta memperkuat loyalitas pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Devi, Y. D., Nurhayati, N., Saefurrohman, G. U. S., & Rakhmat, R. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Yang Efektif Dan Kualitas SDM Terhadap Tumbuh Kembang Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Falah Journal of Sharia Economic Law*, 3(2), 17–40. <https://doi.org/10.55510/fjhes.v3i2.137>
- Farina, K., & Opti, S. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm. *Jesyia*, 6(1), 704–713. <https://doi.org/10.36778/jesyia.v6i1.1007>
- Hidayat, R. (2022). Peran UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Lokal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(2), 123–135.
- Kusuma, M., & Fahamsyah, M. H. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Usaha Umkm Ayam Petelur Di Bojonegoro. *Jurnal Investasi*, 9(4), 237–248. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i4.299>
- Mardiana, R., Yani, R., Renita, & Andiny, N. (2024). The Role of Islamic Fintech in Promoting Entrepreneurship and Sharia-Based SMEs. *Research Accounting and Auditing Journal*, 1(Januari), 19–25.
- Maria, V., Fauzan Hidayatullah, A., Emmelly Devy Tunning Putri, U., Sabilah, R., Nurul Mursidah, N., Putri Ramdhany, L., Aqsyal Syauqi, F., & Artikel, I. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Kota Serang How to cite. *Benefits: Journal of Economics and Tourism*, 1(1), 1–15.
- Mujib, H., Tresna Aristhantia, I., Rizal, S. S., Afrianti, L., Agustina, R. L., & Salsabila, S. S. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Forum Diskusi Akad Ekonomi Syariah: Laporan Pengabdian Masyarakat di Desa Cineam Kecamatan Cineam. 2(2), 2022.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Putra, A. C., Kovaldo, C., Hendrata, G. P., Wijaya, H. A., Aurelia, J. J., Yovian, V., & Subagyo, E. E. (2020). Analisis Faktor Dan Penerapan Metode Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah: Usaha Camilan Olahan Jamur. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*,

2(2), 188–219. <https://doi.org/10.21632/jpmi.2.2.188-219>

- Riyoko, S., & Lofian, B. (2021). Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Jepara. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 113–120. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i2.482>
- Rustyawati, D., & Siswoyo. (2023). Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan dalam Pendidikan: Pendekatan Berdasarkan Prinsip-prinsip Ekonomi Islam INFO ARTIKEL ABSTRAK. *Jurnal Perbankan Syariah*, 3(2), 61–75.
- Suhairi, Siregar, I. S., Nurhadiah, Leli, N., & Handayani, R. T. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yusuf, N., Ibrahim, F., & Ibrahim, F. (2024). *Assessing Labor Wage Systems in Companies from an Islamic Legal Perspective Menilai Sistem Pengupahan Buruh Di Perusahaan Dalam Perspektif Hukum Islam*. 10(2), 417–426.