



ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG UMKM BERBASIS SYARIAH DI ERA EKONOMI DIGITAL

M. Rizki Hanif Hulu, Dede Ruslan

Magister Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sumatera Utara, Indonesia

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berbasis syariah merupakan jenis usaha kecil dan menengah yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip tersebut mencakup larangan terhadap praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), serta kegiatan yang tidak sejalan dengan syariat Islam, seperti perdagangan barang haram atau jasa yang bertentangan dengan nilai moral masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis gambaran Tantangan dan Peluang Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Syariah di Era Digital. Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif guna mengumpulkan data-data dari berbagai sumber fakta dan pemikiran penulis. Era ekonomi digital telah menghadirkan transformasi fundamental bagi UMKM syariah, menciptakan ekosistem bisnis yang kompleks namun penuh potensi. Digitalisasi membuka peluang strategis bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan model transaksi, dan mengembangkan produk inovatif yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital menjadi kunci keberlangsungan dan daya saing UMKM syariah dalam konteks ekonomi global yang terus berevolusi.

Kata Kunci: Tantangan dan Peluang, UMKM Syariah, Ekonomi Digital.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu komponen utama dalam mendukung stabilitas ekonomi di berbagai negara,

termasuk Indonesia. Tidak hanya memberikan sumbangan besar terhadap PDB nasional, UMKM juga berperan penting dalam penyediaan lapangan kerja dan mendorong pemerataan ekonomi di masyarakat (Farisi et al.,

2022). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangatlah strategis. Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2023 terdapat lebih dari 65 juta unit UMKM yang berkontribusi sekitar 61,97% terhadap PDB nasional serta menciptakan lebih dari 97% total lapangan kerja di Indonesia (Mugi Lestari et al., 2024). Data ini menegaskan pentingnya UMKM dalam menjaga ketahanan ekonomi nasional, terutama dalam menghadapi tantangan global seperti pandemi dan perlambatan ekonomi dunia.

Dalam bidang ekonomi berbasis syariah, UMKM syariah memiliki peluang besar untuk tumbuh dan berkembang. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa sektor keuangan syariah di Indonesia terus mencatatkan tren positif, dengan total aset perbankan syariah mencapai Rp757,6 triliun pada tahun 2023. Hal ini mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap sistem keuangan yang berlandaskan prinsip syariah. Meskipun demikian, kontribusi UMKM syariah terhadap perekonomian nasional masih belum maksimal. Salah satu hambatan utama adalah terbatasnya akses UMKM terhadap layanan pembiayaan syariah, di mana hanya sekitar 20% dari total UMKM yang mampu memanfaatkan pembiayaan formal, termasuk pembiayaan berbasis syariah.

Di sisi lain, kemajuan digitalisasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mempercepat pertumbuhan mereka. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh Google, Temasek, dan Bain & Company pada tahun 2022, ekonomi digital Indonesia diproyeksikan mencapai nilai USD146 miliar pada tahun 2025, didukung oleh meningkatnya penggunaan teknologi digital. Namun, hasil survei dari Asosiasi UMKM Indonesia mengungkapkan bahwa hanya sekitar 21% UMKM yang

aktif memanfaatkan platform digital untuk keperluan pemasaran maupun pengelolaan bisnis mereka. Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM syariah untuk bersaing di pasar yang semakin terhubung secara digital.

Di era transformasi digital, yang ditandai dengan pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi, UMKM berbasis syariah dihadapkan pada tantangan dan peluang yang beragam. Teknologi seperti *e-commerce*, *fintech*, dan *blockchain* menyediakan kesempatan bagi UMKM syariah untuk memperluas pasar, meningkatkan akses pendanaan, serta mengoptimalkan efisiensi rantai pasok (Mardiana et al., 2024). Namun, penggunaan teknologi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan, termasuk keterbatasan infrastruktur digital, kurangnya pemahaman teknologi, dan risiko pelanggaran terhadap prinsip syariah.

Selain itu, pandemi covid-19 yang melanda dunia telah mempercepat transformasi digital di berbagai sektor, termasuk UMKM (Imam Fathoni, 2024). Namun, tidak semua UMKM berbasis syariah mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini. Berbagai kendala seperti keterbatasan modal, akses pelatihan yang kurang memadai, dan regulasi yang belum mendukung sering kali menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, strategi yang tepat diperlukan untuk memanfaatkan peluang sekaligus mengatasi tantangan yang ada.

Penting untuk mengkaji lebih lanjut tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM berbasis syariah di era digitalisasi ekonomi. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi UMKM syariah di Indonesia, tetapi juga untuk mengidentifikasi solusi strategis yang dapat mendorong penguatan sektor ini agar mampu berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM berbasis syariah di era digitalisasi ekonomi. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi para pelaku UMKM syariah, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah dalam mendorong pengembangan sektor ini di era digital.

UMKM berbasis syariah merupakan jenis usaha kecil dan menengah yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip tersebut mencakup larangan terhadap praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian), maysir (perjudian), serta kegiatan yang tidak sejalan dengan syariat Islam, seperti perdagangan barang haram atau jasa yang bertentangan dengan nilai moral masyarakat (Ali et al., 2022). Selain itu, UMKM syariah juga menekankan pentingnya nilai keadilan, transparansi, dan keberlanjutan ekonomi berbasis Islam. Kehadiran UMKM syariah menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional (Nisa & Christy, 2024).

Dalam praktiknya, UMKM berbasis syariah menawarkan nilai tambah bagi konsumen melalui produk halal dan berkualitas. Hal ini selaras dengan ajaran Islam yang mendorong perdagangan barang yang diizinkan secara syariat dan memiliki mutu yang baik, sehingga mampu memperkuat daya saing UMKM berbasis syariah di pasar (Maulana & Suyono, 2023).

Ekonomi digital merujuk pada aktivitas ekonomi yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK), termasuk transaksi elektronik, perdagangan digital, dan inovasi berbasis teknologi (Suyanto et al., 2024). Ekonomi digital mencakup semua aktivitas ekonomi yang didukung oleh internet dan perangkat digital yang

mengubah cara barang dan jasa diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi (Kadarukmi, 2024).

Ekonomi digital merupakan suatu sistem ekonomi yang berbasis pada teknologi digital dan komunikasi informasi. Dalam pemahaman yang lebih luas, ekonomi digital dapat didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya yang terintegrasi dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana utama dalam bertransaksi, berkolaborasi, dan berinteraksi. Konsep ini menandai transformasi fundamental dari model ekonomi tradisional menuju paradigma baru yang ditandai dengan digitalisasi dan interkoneksi (Reggina Wike Anjani, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kajian pustaka dan hasil olah pikir peneliti mengenai suatu topik masalah tertentu. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari beberapa jurnal, internet, buku, dan berbagai sumber informasi lainnya. Metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif guna mengumpulkan data-data dari berbagai sumber fakta dan pemikiran penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM syariah merupakan entitas usaha mikro, kecil, dan menengah yang dalam pelaksanaan kegiatan usahanya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam. Secara fundamental, UMKM syariah tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan aspek kehalalan, keberkahan, dan kemaslahatan dalam setiap aktivitas bisnisnya. Konsep ini menekankan pada keseimbangan antara pencapaian tujuan material dan spiritual, dengan memastikan bahwa seluruh proses bisnis sejalan dengan nilai-nilai Islam (Ali et al., 2022).

Dalam konteks operasionalnya, UMKM syariah menerapkan beberapa prinsip fundamental yang membedakannya dari UMKM konvensional. Pertama, seluruh produk dan jasa yang ditawarkan harus halal dan *thayyib* (baik), baik dari segi bahan baku, proses produksi, hingga cara pemasarannya. Kedua, transaksi keuangan dilakukan sesuai dengan kaidah syariah, menghindari praktik *riba* (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian). Ketiga, hubungan dengan karyawan, *supplier*, dan konsumen dibangun atas dasar kejujuran, keadilan, dan saling menguntungkan.

Dari segi kategorisasi, UMKM Syariah dapat diklasifikasikan berdasarkan skala usahanya sesuai dengan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Usaha Mikro adalah usaha dengan aset maksimal Rp 50 juta dan omzet tahunan maksimal Rp 300 juta. Usaha Kecil memiliki aset antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dengan omzet tahunan antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar. Sementara usaha menengah memiliki aset antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dengan omzet tahunan antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar (Muntafiah, 2020).

UMKM berbasis syariah memegang peranan penting dalam mendukung stabilitas ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit pada tahun 2023, dengan kontribusi sekitar 61,97% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, kontribusi sektor UMKM berbasis syariah masih tergolong rendah dibandingkan potensi yang ada. Salah satu faktor utama adalah terbatasnya akses terhadap pembiayaan berbasis syariah, di mana hanya sekitar 20% UMKM yang mampu mengakses layanan tersebut.

Secara khusus, UMKM berbasis syariah menawarkan nilai tambah dengan produk dan jasa yang sesuai prinsip syariah seperti keadilan, keberlanjutan, dan transparansi. Dengan populasi muslim yang besar (86,9% dari total penduduk), Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan UMKM berbasis syariah, baik dalam hal permintaan domestik maupun daya saing di pasar global.

1. Tantangan UMKM Syariah di Era Ekonomi Digital

Era ekonomi digital membawa sejumlah tantangan signifikan bagi UMKM syariah yang perlu diatasi untuk dapat bertahan dan berkembang dalam lanskap bisnis yang semakin kompetitif. Tantangan-tantangan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari internal hingga eksternal, yang memerlukan perhatian dan strategi khusus dalam penanganannya.

a. Tantangan Kesiapan Digital dan Teknologi

Salah satu tantangan fundamental yang dihadapi UMKM syariah adalah kesenjangan digital yang masih cukup lebar. Banyak pelaku UMKM syariah masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital dan mengintegrasikannya ke dalam operasional bisnis mereka. Keterbatasan pemahaman tentang teknologi digital, mulai dari penggunaan platform *e-commerce* hingga implementasi sistem pembayaran digital, seringkali menghambat kemampuan mereka untuk bersaing di pasar digital. Infrastruktur teknologi yang tidak memadai dan biaya investasi teknologi yang relatif tinggi juga menjadi kendala serius bagi banyak UMKM syariah (Vahlevi, 2021).

b. Tantangan Sumber Daya Manusia

Keterbatasan kompetensi sumber daya manusia dalam penguasaan

teknologi digital menjadi tantangan serius bagi UMKM syariah (Agil Dzikrullah & Chasanah, 2024). Banyak pelaku usaha dan karyawan UMKM syariah belum memiliki keterampilan digital yang memadai, seperti digital marketing, analisis data, dan manajemen platform *e-commerce*. Selain itu, tantangan juga muncul dalam hal memadukan pemahaman prinsip syariah dengan implementasi teknologi digital. Kebutuhan untuk memiliki SDM yang tidak hanya kompeten dalam teknologi tetapi juga memahami aspek syariah menjadi kendala tersendiri.

c. Tantangan Pembiayaan dan Permodalan

Akses terhadap pembiayaan syariah yang sesuai dengan kebutuhan di era digital masih menjadi tantangan besar. Meskipun telah berkembang berbagai platform fintech syariah, masih banyak UMKM syariah yang kesulitan memenuhi persyaratan pembiayaan, terutama dalam hal dokumentasi dan jaminan (Andrean et al., 2023). Kebutuhan modal untuk investasi teknologi dan transformasi digital seringkali tidak dapat dipenuhi melalui skema pembiayaan yang tersedia. Sistem pencatatan keuangan yang belum terstandar dan kurangnya literasi keuangan digital juga mempersulit akses ke sumber pembiayaan.

d. Tantangan Kepatuhan Syariah di Era Digital

Menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam operasional digital menjadi tantangan kompleks. UMKM syariah harus memastikan bahwa seluruh aspek bisnis digital mereka, mulai dari transaksi hingga promosi, tetap sejalan dengan prinsip syariah. Hal ini mencakup pengelolaan data pelanggan, sistem pembayaran digital, hingga praktik pemasaran digital yang harus memenuhi standar syariah. Keterbatasan panduan dan standar yang

jelas mengenai implementasi prinsip syariah dalam bisnis digital menambah kompleksitas tantangan ini (Rifauddin et al., 2023).

e. Tantangan Keamanan Digital dan Privasi Data

Keamanan digital dan perlindungan data menjadi tantangan serius di era ekonomi digital. UMKM syariah harus menghadapi risiko *cyber security*, seperti pencurian data, penipuan online, dan berbagai bentuk kejahatan siber lainnya. Keterbatasan pemahaman dan sumber daya untuk implementasi sistem keamanan digital yang memadai membuat UMKM syariah rentan terhadap ancaman keamanan. Selain itu, kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data dan privasi juga menjadi tantangan yang perlu diperhatikan (Rifauddin et al., 2023).

f. Tantangan Adaptasi Model Bisnis

Transformasi model bisnis menuju digital memerlukan perubahan fundamental dalam cara UMKM syariah beroperasi (Avita et al., 2023). Banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mendesain ulang proses bisnis mereka agar sesuai dengan tuntutan era digital sambil tetap mempertahankan nilai-nilai syariah. Adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen digital, pengembangan saluran distribusi digital, dan integrasi sistem online-offline (O2O) menjadi tantangan yang perlu diatasi.

g. Tantangan Regulasi dan Standardisasi

Dinamika regulasi di era digital dan kompleksitas standardisasi syariah menciptakan tantangan tersendiri. UMKM syariah harus menghadapi berbagai regulasi terkait *e-commerce*, *fintech*, perlindungan konsumen digital, serta standar sertifikasi halal yang terus berkembang. Biaya kepatuhan terhadap regulasi dan standardisasi seringkali

menjadi beban berat bagi UMKM syariah yang memiliki sumber daya terbatas (Amalia et al., 2024)

2. Peluang UMKM Syariah di Era Ekonomi Digital

Era ekonomi digital telah membuka spektrum peluang yang luas bagi perkembangan UMKM berbasis syariah. Transformasi digital yang terjadi secara masif telah menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan usaha syariah, terutama dalam hal perluasan akses pasar dan efisiensi operasional. Peluang ini semakin diperkuat dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk dan layanan berbasis syariah, yang didukung oleh kemudahan akses informasi dan transaksi melalui platform digital.

Salah satu peluang signifikan bagi UMKM syariah di era digital adalah ekspansi pasar yang tidak terbatas secara geografis (Norrahan, 2023). Melalui platform *e-commerce* dan *marketplace*, pelaku UMKM syariah dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah tanpa perlu membangun outlet fisik. Hal ini relevan mengingat besarnya populasi muslim di Indonesia yang mencapai lebih dari 230 juta jiwa, ditambah dengan potensi pasar global produk halal yang terus berkembang. Kemudahan akses ke pasar internasional melalui platform digital juga membuka peluang ekspor produk halal ke negara-negara dengan permintaan tinggi seperti Malaysia, Timur Tengah, dan negara-negara Muslim lainnya.

Trend *halal lifestyle* yang semakin menguat di era digital menciptakan peluang diversifikasi produk dan layanan syariah. Meningkatnya kesadaran konsumen akan produk halal dan *thayyib* tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga merambah ke sektor *fashion*, kosmetik, farmasi, dan

berbagai produk lainnya. UMKM syariah dapat memanfaatkan platform digital untuk mengedukasi konsumen tentang nilai-nilai produk halal dan membangun *brand awareness* yang kuat.

Digitalisasi juga membuka peluang untuk inovasi model bisnis syariah. Misalnya, dapat diimplementasikan melalui platform digital untuk menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kolaboratif dan sesuai syariah. Platform khusus produk halal, aplikasi *lifestyle islami*, dan berbagai solusi digital berbasis syariah lainnya menjadi area potensial untuk pengembangan usaha (Vanessa, 2022).

Data analisis memberikan peluang bagi UMKM syariah untuk memahami perilaku konsumen dengan lebih baik dan mengoptimalkan strategi bisnis mereka. Analisis big data dapat membantu dalam pengembangan produk, penetapan harga, dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Teknologi *blockchain* juga membuka peluang untuk meningkatkan transparansi produk halal, yang semakin penting bagi konsumen modern.

Pemasaran sosial media menjadi instrumen powerful bagi UMKM syariah untuk membangun komunitas dan *engagement* dengan konsumen. Platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan nilai-nilai syariah, membangun kepercayaan konsumen, dan menciptakan loyalitas produk. Pemasaran melalui berbagai platform digital memungkinkan UMKM syariah untuk menceritakan *unique value proposition* mereka dengan cara yang lebih menarik dan personal (Fauzan et al., 2023).

Kolaborasi digital antar pelaku UMKM syariah juga menciptakan peluang untuk membangun ekosistem yang lebih kuat. Platform digital memungkinkan terjadinya *sharing resources*, *knowledge transfer*, dan pembentukan jaringan bisnis syariah

yang lebih luas. Hal ini dapat memperkuat daya saing UMKM syariah secara kolektif dan menciptakan sinergi positif dalam pengembangan ekonomi syariah. Peluang untuk mengembangkan keterampilan digital melalui berbagai platform pembelajaran online juga sangat terbuka. UMKM syariah dapat memanfaatkan platform untuk meningkatkan kompetensi digital mereka, mulai dari digital marketing, *e-commerce management*, hingga *financial technology*. Hal ini penting untuk memastikan kestabilan usaha di era digital.

Di sisi regulasi, dukungan pemerintah terhadap digitalisasi UMKM dan pengembangan ekonomi syariah menciptakan iklim yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM syariah digital. Berbagai program dan kebijakan yang mendorong transformasi digital UMKM, serta penguatan ekosistem ekonomi syariah, membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan dan memperkuat posisi mereka di pasar digital (Syuhada et al., 2024).

Namun, untuk dapat memanfaatkan peluang-peluang tersebut secara optimal, UMKM syariah perlu mempersiapkan diri dengan baik, terutama dalam hal adopsi teknologi, peningkatan kompetensi digital, dan penguatan model bisnis yang sesuai dengan tuntutan era digital sambil tetap menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

3. Strategi Pengembangan UMKM Syariah di Era Ekonomi Digital

Era ekonomi digital telah menghadirkan transformasi fundamental dalam lanskap bisnis global, memberikan tantangan sekaligus peluang yang tak terhindarkan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis syariah. Digitalisasi bukan sekadar tren teknologi, melainkan keniscayaan yang mengharuskan pelaku usaha syariah melakukan adaptasi

strategis untuk tetap relevan dan kompetitif dalam ekosistem ekonomi modern (Azizah, 2024). Prinsip-prinsip syariah yang berdasarkan kejujuran, transparansi, dan keadilan sosial memiliki potensi besar untuk diintegrasikan dengan teknologi digital, menciptakan model bisnis yang inovatif dan bermakna (Muhaimi & Wahidah, 2024).

Pengembangan infrastruktur digital menjadi fondasi utama dalam strategi transformasi UMKM syariah. Kemampuan untuk memanfaatkan platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi e-commerce akan menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Melalui digitalisasi, UMKM syariah dapat memperluas jangkauan pasar melampaui batas geografis tradisional, memperkenalkan produk halal kepada konsumen yang lebih luas, dan menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif dan dinamis. Teknologi digital memungkinkan pelaku usaha untuk mengakses informasi pasar secara berkala, menganalisis tren konsumen, dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Aspek keuangan digital syariah menjadi pilar penting dalam pengembangan UMKM. Fintech syariah yang inovatif dapat memberikan solusi pembiayaan alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, menghindari praktik riba, dan mendorong model ekonomi berbasis bagi hasil (Muhammad Syahrul Hidayat, 2023). Platform pembayaran digital yang aman dan transparan tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga menanamkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis syariah. Integrasi teknologi blockchain dan artificial intelligence dapat membantu mengembangkan sistem keuangan yang lebih adil, efisien, dan sesuai dengan etika syariah.

Pengembangan sumber daya manusia menjadi faktor kritis dalam

kesuksesan digitalisasi UMKM syariah. Pelatihan komprehensif yang mencakup literasi digital, manajemen teknologi informasi, dan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip syariah akan membentuk ekosistem wirausaha yang tangguh. Lembaga pendidikan, pemerintah, dan organisasi bisnis perlu berkolaborasi menciptakan program pengembangan kapasitas yang holistik, membekali pelaku UMKM dengan keterampilan adaptif dan pemahaman teknologi mutakhir.

Inovasi produk dan layanan digital yang selaras dengan prinsip syariah akan menjadi penanda keberhasilan transformasi UMKM. Hal ini memerlukan pendekatan kreatif dalam merancang solusi digital yang tidak sekadar memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga merefleksikan nilai-nilai etis Islam. Pemanfaatan big data dan kecerdasan buatan dapat membantu UMKM syariah merancang produk yang lebih personal, responsif terhadap kebutuhan konsumen, sambil tetap menjaga integritas moral.

Dukungan ekosistem menjadi elemen penting dalam strategi pengembangan. Pemerintah, lembaga keuangan, platform teknologi, dan komunitas bisnis perlu menciptakan infrastruktur yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM syariah digital. Kebijakan yang mendukung, akses permodalan yang fleksibel, dan program pendampingan berkelanjutan akan mempercepat proses transformasi digital.

Tantangan yang dihadapi tidaklah sederhana. Kesenjangan digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan keraguan dalam adopsi teknologi harus dijawab melalui pendekatan komprehensif dan berkelanjutan. Literasi digital, edukasi berkelanjutan, dan pembangunan kepercayaan menjadi kunci untuk mengatasi hambatan

psikologis dan struktural dalam transformasi digital UMKM syariah.

SIMPULAN

Era ekonomi digital telah menghadirkan transformasi fundamental bagi UMKM syariah, menciptakan ekosistem bisnis yang kompleks namun penuh potensi. Digitalisasi membuka peluang strategis bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan model transaksi, dan mengembangkan produk inovatif yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital menjadi kunci keberlangsungan dan daya saing UMKM syariah dalam konteks ekonomi global yang terus berevolusi.

Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi yang belum merata, dan kebutuhan akan sumber daya manusia yang kompeten. Untuk mengatasinya, diperlukan strategi komprehensif yang mencakup pengembangan kapasitas digital, pemberdayaan sumber daya manusia, dan penciptaan ekosistem pendukung yang kondusif. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan pelaku usaha menjadi kunci utama dalam mentransformasi UMKM syariah menjadi entitas bisnis digital yang tangguh, inovatif, dan berkontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Agil Dzikrullah, A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi Peran Koperasi Dalam Mendukung Umkm: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, Dan Ekspansi Pasar. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648-668. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.205>

Ali, A., Fahminuddin, M., & Hidayatullah, S. (2022). *Finansial Teknologi*

- Syariah Dan Bank Digital. *Zhafir: Journal of Islamic* ..., 4(1), 47-60. <https://jurnalsains.id/index.php/zhafir/article/view/137%0Ahttps://jurnalsains.id/index.php/zhafir/article/download/137/109>
- Amalia, E., Rahmatillah, I., & Muslim, B. (2024). Penguatan Ukm Halal Di Indonesia: Sebuah Pendekatan Ekosistem Ekonomi Syariah. In *Samudra Biru*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/71635/1/Buku.pdf>
- Andreas, R., Nor Fatmah Rahmawati, M. Khoirul Fikri, & Agus Fakhрина. (2023). Pendayagunaan Dana Sosial Bank Syariah Melalui Platform Financial Technology untuk Pemberdayaan UMKM pada Era Digital. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 3(1), 45-59. <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.6634>
- Avita, D. N., Aditya, R., Fakhrudin, A., Tohir, N. I., & Anshori, M. I. (2023). Maximizing Strategies For Developing Business In The Digital Transformation Era. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 56-61. <https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi/article/view/108/105>
- Azizah, F. N. (2024). MEKANISME PASAR ERA DISRUPSI DALAM PEMIKIRAN RHENALD KASALI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Tesis*.
- Farisi, S. Al, Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peranan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, Vol 9*(1).
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, Widarman, A., Verawaty, Hasniaty, & Risakotta, T. K. (2023). Produk Dan Merek. In *PT Global Eksekutif Teknologi*.
- Imam Fathoni, N. A. (2024). Transformasi Digital Bisnis UMKM Di Indonesia Setelah Masa Pandemi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024), 10219-10236. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Kadarukmi, M. E. R. (2024). Pajak Iklan Online. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8), 2920-2927. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i8.1505>
- 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.
- Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku Umkm Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4256. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10856>
- Mugi Lestari, K., Danang Dwibasha, M., Budiman, ir, Khalifah Filardhy, M., Zamba, N., Sania Nurhaliza, N., Alfiani, M., & Lasmi Wardiah, M. (2024). Pengaruh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(2), 2986-2507. <https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/download/547/488/1281>
- Muhaimi, K., & Wahidah, E. Y. (2024). Modernisme Islam dalam Bidang Manajemen Bisnis Syariah. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5, 111-123.
- Muhammad Syahrul Hidayat. (2023). Mengurai Potensi Ekonomi Syariah sebagai Solusi Krisis Keuangan Global: Kajian Mendalam melalui Studi Literatur. *ALAMIAH: Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 4(02), 21-25. <https://doi.org/10.56406/jurnalalamiah.v4i02.220>
- Muntafiah, F. (2020). *Dampak Pembiayaan Bank BRI Syariah terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Wilayah Ponorogo*. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/9026>
- Nisa, F. L., & Christy, N. (2024). ANALISIS IMPLEMENTASI AKAD MUSYARAKAH DALAM LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (LKS) DI INDONESIA (STUDI KASUS PADA PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH). *Share: Sharia Economic Riview Riview*, 1(1), 12-19.
- Norrahman, R. A. (2023). Peran Fintech Dalam Transformasi Sektor Keuangan Syariah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 101-126. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.11>
- Reggina Wike Anjani. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29-40.

<https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>

Rifauddin, M., Ardyawin, I., Islam, I., Islam, U., & Mahmud, N. (2023). *Analisis Sistem Pembayaran Digital dalam Ekonomi Syariah: Tantangan dan Peluang untuk Bisnis Halal*. 3(2), 114–131.

Suyanto, S., Judijanto, L., Baruno, A. D., Sugiyanto, H., & Sri Lestari, V. N. (2024). Inovasi Perekonomian Digital dalam mengatasi Disparitas Regional Strategi Baru dalam Kebijakan Perekonomian di Indonesia. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 928–940. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i3.8482>

Syuhada, W., Mamun, S., Midisen, K., & Ahmad, A. N. (2024). Optimalisasi Bazar Masjid sebagai Katalisator Pemberdayaan UMKM : Studi Kasus di Perumahan Sukaraya Indah Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 09(02), 446–459. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1912>

Vahlevi, D. R. L. (2021). Tantangan Dan Strategi Implementasi Akad Syariah Untuk Pembiayaan Umkm Di Era Digital Dewi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 1–13.

Vanessa. (2022). Pengaruh Akselerasi Tranformasi Digital Sebagai Bagian Dari Ultimate Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Area Pekanbaru. *Tesis*, 168.