

Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan

Volume 7 Nomor 2 Bulan Desember Tahun 2025

<https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/almutsia/about>

E-ISSN: 2715-5420

Entrepreneurship Syariah di Era Platform: Strategi Adaptif UMKM Halal Menghadapi Transformasi Digital

Andi Mutmainnah¹, St. Harbiah³, Risma³, M. Wahyuddin Abdullah⁴

¹Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

²Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

³Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

⁴Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email andi.mutmainnah029@gmail.com¹, harbiababbas84@gmail.com², Banibas69@gmail.com³, wahyuddin.abdullah@uin-alauddin.ac.id⁴

Keywords :

Digital Transformation;
Halal SMEs;
Sharia Entrepreneurship;
Adaptive Strategies;
Digital Platforms

Abstract

Digital transformation has had a significant impact on how businesses operate, particularly in the halal SME sector. This journal discusses the adaptive strategies used by halal SMEs in responding to changes in business patterns due to technological disruption, as well as how the principles of Islamic entrepreneurship are maintained in the digital era. Digitalization offers opportunities such as market expansion markets, operational efficiency, and cross-sector collaboration. However, challenges such as low digital sharia literacy, infrastructure limitations, and compliance with sharia principles remain major obstacles. This study emphasizes the importance of innovation, strategic collaboration, and strengthening digital sharia literacy in building sustainable and competitive halal SMEs.

Kata Kunci :

Digital Transformation;
Halal SMEs;
Sharia Entrepreneurship;

Abstrak

Transformasi digital telah membawa dampak signifikan terhadap cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis, terutama di sektor UMKM halal. Jurnal ini membahas strategi adaptif yang digunakan oleh pelaku UMKM halal dalam merespon perubahan pola bisnis akibat disrupsi teknologi, serta bagaimana prinsip-

<i>Adaptive Strategies; Digital Platforms</i>	<i>prinsip entrepreneurship syariah tetap dipertabankan di era digital. Digitalisasi memberikan peluang seperti perluasan pasar, efisiensi operasional, dan kolaborasi lintas sektor. Namun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi syariah digital, keterbatasan infrastruktur, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah masih menjadi hambatan utama. Kajian ini menekankan pentingnya inovasi, kolaborasi strategis, dan penguatan literasi digital syariah dalam membangun UMKM halal yang berkelanjutan dan kompetitif.</i>	
Article History :	Received :	Accepted :
	01 Agustus 2025	25 Desember 2025

PENDAHULUAN

Dengan pesatnya kemajuan teknologi yang terjadi saat ini, para pelaku bisnis dituntut untuk membuat penyesuaian secara cepat, baik dari segi strategi, sistem distribusi, hingga cara berinteraksi dengan pelanggan. Teknologi digital telah memberikan dampak besar bagi para pelaku usaha dalam mendekatkan produk ke konsumen secara lebih efisien. Pendekatan terhadap konsumen kini dapat dilakukan melalui media digital yang interaktif dan terukur. Teknologi digunakan sebagai sarana untuk memasarkan dan menjual produk, di mana pemasaran tidak lagi terbatas pada media konvensional, melainkan juga mencakup platform online. Menurut (Alam, Ramadhani, and Patmaniar 2023), pemasaran merupakan proses manajerial untuk menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain, dengan tujuan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama melalui strategi harga, promosi, dan distribusi yang efektif.

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam ekosistem bisnis global, termasuk di Indonesia. Salah satu sektor yang paling terpengaruh adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang selama ini menjadi pilar ekonomi

masyarakat. Digitalisasi memberikan berbagai peluang seperti peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, dan penguatan strategi pemasaran berbasis data. Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi digital secara optimal. Masih banyak pelaku usaha yang tertinggal akibat keterbatasan akses infrastruktur, sumber daya manusia yang belum siap, serta minimnya literasi digital (Widya Astuti, Sayudin, and Muharam 2023).

UMKM halal, sebagai bagian dari sektor UMKM yang berbasis nilai-nilai Islam, menghadapi tantangan yang lebih kompleks. Selain tuntutan untuk go digital, mereka juga harus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap proses bisnisnya. Aspek seperti kehalalan produk, transparansi transaksi, keadilan harga, serta bebas dari riba dan gharar harus tetap menjadi prioritas utama. Oleh karena itu, digitalisasi bagi UMKM halal tidak bisa dilakukan sembarangan, melainkan memerlukan pendekatan yang terarah, strategis, dan berbasis nilai (Rahayu et al. 2025).

Nilai-nilai Islam menekankan bahwa kewirausahaan merupakan bagian dari ibadah. Dalam perspektif Islam, kegiatan usaha adalah bentuk amal yang mengintegrasikan hubungan vertikal kepada Allah dan horizontal kepada sesama manusia. Seorang entrepreneur Muslim tidak hanya dituntut untuk sukses secara materi, tetapi juga harus berpegang teguh pada karakter mulia seperti jujur, amanah, adil, dan bertanggung jawab. (Saputra 2021) menekankan bahwa pembentukan karakter pengusaha Muslim tidak dapat dilepaskan dari prinsip spiritual yang berakar pada ajaran Al-Qur'an dan hadits, seperti kejujuran (*ṣidq*),

kecerdasan (fathonah), dan kemampuan menyampaikan kebaikan (tabligh).

Namun demikian, nilai-nilai tersebut kerap menghadapi tantangan dalam implementasinya. Di era digital yang penuh tekanan persaingan, tidak sedikit pelaku usaha yang tergoda untuk mengabaikan prinsip etika dan syariah demi kepentingan bisnis jangka pendek. Dilema antara idealisme nilai dan realitas pasar menjadi tantangan besar yang harus dihadapi oleh UMKM halal. Oleh sebab itu, dibutuhkan penguatan literasi syariah digital, pelatihan karakter entrepreneur Islam, dan dukungan kebijakan publik untuk menjembatani kesenjangan ini (Triwibowo and Adam 2023).

Strategi adaptif menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM halal dalam menghadapi era digital. Inovasi produk, kolaborasi lintas sektor, sertifikasi halal yang mudah diakses, serta pemanfaatan platform digital yang sesuai syariah harus menjadi bagian dari transformasi strategis. Pemerintah dan lembaga keuangan syariah berperan penting dalam menyediakan infrastruktur dan pendanaan yang mendukung terciptanya ekosistem bisnis halal yang inklusif dan berdaya saing tinggi (Ramandini, Irmawati, and Fauzi 2024)

Dengan demikian, urgensi pengembangan UMKM halal berbasis syariah di era transformasi digital tidak hanya menjadi kebutuhan ekonomi, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral dan religius. Kajian yang mengupas strategi adaptif UMKM halal sangat penting untuk menjawab tantangan zaman tanpa kehilangan jati diri sebagai pelaku bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Melalui pendekatan kolaboratif, inovatif, dan berbasis maqāṣid al-syarīʿah, UMKM halal dapat menjadi penggerak ekonomi umat

yang tidak hanya kompetitif secara global, tetapi juga berkah dan berkelanjutan (Zurnali and Wahjono 2024)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian literatur. Data dikumpulkan melalui telaah berbagai jurnal ilmiah, buku, dan dokumen resmi yang relevan dengan tema transformasi digital, UMKM halal, dan entrepreneurship syariah. Analisis dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola adaptasi UMKM dalam merespon tantangan digital, serta bagaimana nilai-nilai syariah diterapkan dalam strategi bisnis. Fokus utama penelitian ini adalah mengungkap strategi adaptif dan peluang yang dapat dimanfaatkan UMKM halal dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang (Istiqomah Rahmatul Ria Hardani 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Transformasi Digital dan Perubahan Pola Bisnis

Transformasi digital adalah tingkat ketiga dan tertinggi dari keterampilan digital yang dicapai ketika penggunaan digital yang dilakukan juga memfasilitasi inovasi dan kreatifitas serta mendorong perubahan signifikan dalam bidang profesional ataupun pengetahuan. Transformasi digital mempengaruhi semua aspek kehidupan yang dimana mereka akan mengakses semua hal dengan mudah, khususnya dunia pasar yang telah bergeser dari pasar tradisional dengan pasar berbasis internet atau lebih dikenal dengan bisnis online. Bisnis online ini adalah hasil bentuk dari transformasi digital yang lagi trend di lingkungan masyarakat, dengan basis internet mereka akan lebih mudah untuk mengakses semua kebutuhan mereka. (Adawiyah 2023).

Di era digital saat ini, teknologi informasi memainkan peran yang sangat sentral dalam mentransformasi lanskap ekonomi

dan bisnis global. Transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha menjalankan operasionalnya, dari yang bersifat konvensional menjadi berbasis sistem dan platform digital yang lebih efisien dan terintegrasi (Baenil Huda and Tukino 2023). Digitalisasi tidak hanya mendorong efisiensi operasional seperti pemangkasan biaya distribusi, percepatan transaksi, dan otomatisasi proses bisnis tetapi juga memperluas akses pasar bagi pelaku usaha. Hal ini secara khusus memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang selama ini menghadapi keterbatasan dalam jangkauan pasar dan modal operasional (Widya Astuti, Sayudin, and Muharam 2023). Teknologi memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lintas daerah bahkan lintas negara, serta mendesain ulang model bisnis agar lebih kompetitif di pasar yang kini semakin terbuka dan global. Lebih dari itu, digitalisasi juga telah menjadi pengungkit penting dalam pengembangan industri kreatif yang berbasis pada ide, inovasi, dan keterampilan digital (Zurnali and Wahjono 2024).

Peran teknologi digital dan platform, seperti e-commerce, media sosial, dan fintech, dalam mengubah cara Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) beroperasi sangatlah signifikan. Pertama, e-commerce telah memberikan akses yang lebih luas kepada UMKM untuk menjangkau pasar global. Melalui platform ini, pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka secara online tanpa memerlukan biaya tinggi untuk membuka toko fisik. Hal ini memungkinkan UMKM untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan penjualan (Dwi Lestari and Merthayasa 2023).

Kedua, media sosial, menjadi alat penting dalam pemasaran dan branding bagi UMKM. Platform seperti Instagram dan Facebook memungkinkan UMKM untuk berinteraksi langsung

dengan konsumen, membangun komunitas, dan mengembangkan merek dengan biaya yang relatif rendah. Melalui strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan pelanggan, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan (Erlanitasari, Rahmanto, and Wijaya 2020).

Ketiga, fintech juga berperan krusial dalam mendukung operasional UMKM. Akses terhadap layanan keuangan digital, seperti pinjaman mikro dan solusi pembayaran, memungkinkan UMKM untuk memenuhi kebutuhan modal dan mengelola arus kas dengan lebih baik. Layanan fintech yang menawarkan pengajuan dan persetujuan pinjaman secara cepat dan efisien telah mengurangi hambatan yang sebelumnya dihadapi oleh UMKM dalam mengakses pembiayaan. Selain itu, fintech juga mendorong efisiensi operasional dengan mempermudah proses pembayaran dan manajemen keuangan, yang sangat penting bagi kelangsungan usaha (Maryani, Prasetyo, and Oktavia 2023)

Dengan munculnya fenomena technopreneurship sebagai respons kreatif terhadap disrupsi digital ini. Technopreneur, yakni wirausahawan yang memanfaatkan teknologi sebagai basis utama inovasi, kini menjadi aktor penting dalam mempercepat pengembangan usaha digital, khususnya di sektor-sektor berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Mereka tidak hanya membawa ide-ide baru, tetapi juga menghadirkan solusi konkret terhadap persoalan industri seperti efisiensi produksi, digitalisasi layanan, dan perluasan akses pasar. Meskipun demikian, tantangan dalam bentuk keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, serta akses terhadap permodalan dan dukungan regulasi masih menjadi penghambat utama. Namun peran technopreneur tetap penting karena mereka menjadi jembatan antara potensi teknologi dan

kebutuhan pasar yang terus berubah secara dinamis (Kaparang, Nugroho, and Jayati 2024)

Secara keseluruhan, transformasi digital tidak sekadar mempercepat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membuka ruang luas bagi eksplorasi kreativitas, kolaborasi lintas sektor, dan inovasi berbasis nilai. Hal ini semakin penting di tengah kompetisi global yang menuntut kecepatan adaptasi, fleksibilitas strategi, dan integrasi teknologi dalam setiap lini bisnis dan pelayanan publik. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi digital secara efisien dan beretika menjadi pilar utama dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh sebab itu, sinergi antara sektor publik, swasta, dan lembaga pendidikan menjadi sangat penting dalam membangun sumber daya manusia dan infrastruktur digital yang mampu menjawab tuntutan zaman sekaligus menjaga nilai-nilai lokal dan religius yang menjadi ciri khas bangsa (Setiawan 2018).

B. Nilai-Nilai Entrepreneurship Syariah dalam Konteks Digital

Hakikat dari bisnis dalam agama Islam selain mencari keuntungan materi juga mencari keuntungan yang bersifat immaterial. Keuntungan yang bersifat immaterial yang dimaksud adalah keuntungan dan kebahagiaan ukhrawi. Dalam konteks inilah al-Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bisnis yang tidak pernah mengenal kerugian yang oleh Al-Qur'an diistilahkan dengan "*tijaratan lan tabura*". Karena walaupun seandainya secara material pelaku bisnis Muslim merugi, tetapi pada hakikatnya ia tetap beruntung karena mendapatkan pahala atas komitmennya dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariah (Ariyadi 2018).

Dalam hukum Islam, setiap transaksi keuangan harus memenuhi prinsip-prinsip syariah yang meliputi larangan riba

(bunga), *gharar* (tidak jelas), serta kepatuhan terhadap prinsip muamalah yang adil dan transparan. Pada transaksi online atau digital, aspek-aspek ini sering kali menghadapi tantangan interpretatif, terutama terkait dengan kejelasan akad, kepemilikan barang sebelum diperjualbelikan, serta perlindungan hak-hak konsumen (Azis, Samin, and Musyahid 2023). Demikian pula dalam hukum Islam untuk memastikan bahwa transaksi jual beli online tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, terutama dalam menghindari riba, *gharar*, serta menjamin keadilan dan transparansi dalam muamalah (Rahayu et al. 2025).

Pembelanjaan harta yang diperoleh dari proses jual beli harus digunakan dengan baik agar menjadi bekal saat hari kiamat nanti (Ariyadi 2018). Al-Qur'an menjelaskan tentang jual beli yang diharamkan dan tidak diperbolehkan mengambil keuntungan yang berlebihan atau disebut dengan riba. Allah SWT. berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya: Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah: 275)

Rasulullah juga bersabda dalam hadist bahwa jual beli itu sah selama kalian saling menyukai (*Antaradin*). Karena jual beli atau berbisnis termasuk juga jual beli secara online berdampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah. *Al Bai'* (jual beli) dalam ayat diatas termasuk juga didalamnya transaksi *online*. Namun jual beli melalui internet, baik diperbolehkan maupun tidak, tetap harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Tidak melanggar ketentuan hukum agama, seperti larangan transaksi dagang, penipuan dan monopoli. Ada kesepakatan antara pengesahan (*Alimdhah*) atau pembatalan (*Fasakh*). Jika bisnis

online tidak mematuhi syarat dan ketentuan di atas, "larangan" hukum mungkin tidak dapat ditegakkan. Kepentingan dan perlindungan negara dalam bisnis dan perusahaan harus dilindungi oleh negara atau pejabat yang berwenang (Triwibowo and Adam 2023).

Pada industri produk halal, produk yang di proses dan dihasilkan harus memnuhi syarat halah dari segi kualitas, desain, karakteristik, merek, kemasan, ukuran, dan lain-lain. Dalam perspektif Islam, produk harus *halalan thayyiban*. Yang berarti sebuah produk tersebut mengandung kesucian, keindahan, daya tarik, kebersihan jasmani dan rohani. Dalam pemasaran juga demikian, meskipun dilakukan secara digital, setiap produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, khususnya konsumen Muslim, harus sepenuhnya halal atau diperbolehkan dalam Islam. Oleh karena itu, semua proses, input, dan semua yang terlibat mulai dari pembuatan hingga pengiriman produk harus ramah lingkungan. Islam melarang keras, menyebabkan kerusakan pada lingkungan atau apa pun yang diciptakan oleh Allah SWT. Juga harus bebas dari unsur-unsur yang melanggar hukum, yang dilarang dalam Islam (Hartini, Fasa, and Suharto 2022).

Rasulullah Muhammad saw. dalam sebuah hadits disebutkan (Al-Bukhari 2000):

عَنِ الْحَكَمِ بْنِ حَزَامٍ، أَنَّ النَّبِيَّ ﷺ قَالَ:
 "الْبَيْعَانِ بِالْخَبَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا، بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا
 وَكَذَبَا، مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا"

“Hakim bin Hizam berkata: Nabi bersabda, “Penjual dan pembeli memiliki hak pilih sama sebelum berpisah. Apabila mereka jujur dan mau menerangkan (keadaan barang),

mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Dan jika mereka bohong dan menutupi (cacat barang), akan dihapuslah keberkahan jual beli mereka.” (HR. Al-Bukhari)

Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan, sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad. Kejujuran adalah cara yang termurah walaupun sulit dan langka ditemukan di zaman sekarang. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangannya kita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen kita, dan mereka tidak akan meninggalkan kita karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan kita (Aprilia Dian Evasari 2020).

C. Strategi Adaptif UMKM Halal Berbasis Syariah

Inovasi dan kolaborasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing bisnis di sektor ekonomi halal. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan pengembangan produk dan proses produksi, tetapi juga mencakup strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam aspek produk, inovasi bertujuan untuk menciptakan produk halal berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen global yang semakin sadar akan nilai-nilai halal. Sementara itu, inovasi dalam proses produksi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan menekan biaya, sehingga UMKM dapat lebih baik dalam memposisikan diri untuk memanfaatkan peluang pasar baru dan tetap unggul dari pesaing. (Hariani and Sutrisno 2023)

Dalam strategi pemasaran, studi menyoroti pentingnya memahami preferensi konsumen global serta memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, lembaga riset, dan pelaku

usaha di pandang sebagai faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan sektor ekonomi halal (Ramandini, Irmawati, and Fauzi 2024). Berdasarkan analisis terhadap permasalahan dan kondisi faktual UMKM makanan halal di Indonesia, terdapat beberapa strategi yang diupayakan untuk membangun industri makanan halal yang berkelanjutan dan memiliki daya saing, antara lain:

1. Kolaborasi antara Pemerintah dan Industri.

Kerjasama yang efektif antara pemerintah dan sektor industri memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing di pasar global. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai progam, seperti pengembangan industri halal, promosi ekspor, serta kebijakan pendukung. Peran strategis pemerintah dalam menciptakan lingkungan investasi yang kondusif, memberikan insentif, serta memfalisasi kerja sama antara pelaku industri dan lembaga pendukung guna memperkuat daya saing produk halal.

2. Standarisasi Sertifikasi Halal

Standar sertifikasi halal memiliki peran penting bagi UMKM di industri makanan halal dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan konsumen. Dengan mengikuti standar ini, UMKM dapat menunjukkan komitmen mereka dalam menyediakan produk berkualitas tinggi yang memenuhi ketentuan halal, sesuai dengan harapan pasar. Kepatuhan terhadap sertifikasi halal juga dapat menjadi faktor pembeda dari pesaing, menjadikan sertifikasi halal sebagai pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Selain itu, memenuhi standar halal membuka peluang pasar baru, seperti kerja sama dengan pemasok dan distributor bersertifikat halal. Mengutamakan sertifikasi halal dapat menjadi strategi unggulan bagi UMKM untuk bersaing dalam industri makanan

halal yang semakin kompetitif. Dengan secara aktif memperoleh dan mempertahankan sertifikasi halal, UMKM menunjukkan dedikasi terhadap kualitas dan integritas produk mereka. Hal ini membantu membangun kepercayaan konsumen yang menghargai transparansi dan keaslian dalam industri makanan. Di sisi lain, status sebagai bisnis bersertifikat halal memungkinkan UMKM menjangkau pasar konsumen Muslim yang terus berkembang. Pada akhirnya, investasi dalam sertifikasi halal tidak hanya mendukung ekspansi pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

3. Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan Industri

Kolaborasi dengan pemangku kepentingan industri penting bagi UMKM halal untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, dan inovasi. Kemitraan dengan pemasok, distributor, institusi pendidikan, dan ahli industri membantu UMKM mengakses pengetahuan serta teknologi terbaru guna menjaga daya saing. Investasi dalam pengembangan sumber daya manusia memastikan karyawan memiliki keterampilan yang relevan untuk beradaptasi dengan tren pasar. Tenaga kerja yang termotivasi dan terampil akan meningkatkan produktivitas serta membuka peluang ekspansi di industri halal yang terus berkembang.

4. Kemudahan dan Sosialisasi Sertifikasi Halal yang Berkelanjutan

Pemerintah sebagai regulator perlu menyederhanakan proses sertifikasi halal agar lebih efisien dan terjangkau bagi UMKM. Upaya ini dapat mencakup pembentukan badan sertifikasi terpusat atau penyederhanaan persyaratan dokumentasi. Sertifikasi halal memastikan bahwa produk di

produksi sesuai pedoman ketat dan bebas dari zat berbahaya, memberikan jaminan bagi konsumen. Selain itu, sosialisasi berkelanjutan tentang sertifikasi halal penting untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM agar menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, etis, dan sesuai kaidah islam dalam proses produksinya.

5. Digitalisasi UMKM Makanan Halal

Digitalisasi memberikan berbagai manfaat, seperti kemudahan konsumen dalam mengakses produk, membangun jejaring, serta meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, digitalisasi membantu produsen mencapai efisiensi dan efektivitas dalam produksi, sekaligus membuat harga produk lebih terjangkau. Oleh karena itu, pemerintah perlu mendukung dan memfasilitasi UMKM makanan halal melalui platform digital, baik untuk sertifikasi, promosi, maupun pemasaran. Program UMKM Go Digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan berbagai platform online. Selain itu, pemerintah juga perlu menyediakan akses permodalan bagi UMKM melalui pemanfaatan teknologi keuangan (financial technology) (Rosa Da'mai 2025).

D. Analisis Tantangan dan Peluang Strategis dalam Adaptasi Digital UMKM Halal

Tantangan dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Era Digital

1. Adaptasi Teknologi

Adaptasi teknologi merupakan proses penting bagi bisnis syariah untuk tetap relevan dalam ekosistem digital yang dinamis dan kompetitif. Ini mencakup kemampuan pelaku usaha untuk mengadopsi serta mengintegrasikan berbagai teknologi mutakhir ke dalam sistem bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah. Teknologi seperti internet of things (IoT), aplikasi mobile, big

data analytics, blockchain, kecerdasan buatan (AI), dan financial technology (fintech) syariah membuka peluang besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mempercepat layanan. Namun, proses adaptasi ini tidak selalu mudah, mengingat masih adanya kesenjangan infrastruktur, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, serta keterbatasan dukungan teknis yang sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam (Gustiani, et. al 2025) .

2. Edukasi dan Literasi Syariah Digital

Tingkat literasi syariah digital di masyarakat dan kalangan pelaku bisnis masih tergolong rendah. Hal ini menjadi tantangan serius dalam pengembangan bisnis syariah di era digital, karena tanpa pemahaman yang memadai terhadap prinsip syariah, maka digitalisasi bisa menimbulkan praktik yang menyimpang dari nilai-nilai Islam. Edukasi syariah digital mencakup pemahaman mengenai aplikasi keuangan berbasis syariah, transaksi melalui platform e-commerce halal, pemanfaatan teknologi smart contract berbasis akad syariah, hingga pengelolaan zakat dan wakaf secara digital. Peningkatan literasi ini tidak hanya memerlukan pendekatan edukatif berbasis teknologi, tetapi juga kolaborasi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan otoritas keuangan syariah untuk menciptakan materi literasi yang kontekstual dan aplikatif (Afrina, Rifauddin, and Ardyawin 2023).

3. Regulasi dan Standarisasi

Perkembangan bisnis digital berbasis syariah menuntut kejelasan regulasi serta standarisasi yang kuat dan berkelanjutan. Regulasi di sini mencakup kebijakan hukum yang ditetapkan oleh otoritas nasional dan lembaga syariah guna memastikan bahwa seluruh proses dan model bisnis digital tetap berada dalam koridor hukum Islam. Sementara itu, standarisasi menjadi

kunci untuk menciptakan kepastian dan transparansi, seperti dalam hal struktur akad digital, sistem audit halal, dan prosedur verifikasi kehalalan produk secara elektronik. Kurangnya harmonisasi antara regulasi teknologi dan standar syariah dapat menghambat inovasi dan memicu ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha.

4. Menjaga Kepatuhan Syariah (Shariah Compliance)

Menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek bisnis digital menjadi tantangan tersendiri. Dalam konteks ini, pelaku bisnis harus memastikan bahwa seluruh proses—mulai dari produksi, pemasaran, hingga transaksi keuangan—bebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi/perjudian). Kepatuhan syariah tidak hanya berlaku pada produk dan layanan, tetapi juga harus tercermin dalam sistem digital yang digunakan, termasuk desain aplikasi, metode pembayaran, hingga perjanjian digital (smart contract). Untuk itu, diperlukan sinergi antara ahli teknologi, praktisi keuangan syariah, dan otoritas pengawasan syariah guna menciptakan model bisnis digital yang inovatif sekaligus sesuai dengan maqāṣid al-syarī'ah (tujuan syariah) (Gustiani, Nurholifah, and Hasanah 2025).

Peluang dalam Mengembangkan Bisnis Syariah di Era Digital

1. Inovasi Produk dan Layanan Berbasis Digital

Digitalisasi membuka ruang yang luas bagi pengembangan produk dan layanan baru yang tidak hanya memenuhi tuntutan pasar modern, tetapi juga mematuhi prinsip-prinsip syariah. Inovasi ini mencakup pengembangan platform pembiayaan berbasis akad syariah, layanan asuransi syariah digital (takaful),

dompet elektronik syariah, hingga marketplace halal. Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku bisnis dapat menciptakan nilai tambah dalam bentuk efisiensi, kenyamanan, dan transparansi, yang sangat dibutuhkan oleh konsumen muslim global yang semakin selektif dalam memilih produk halal dan thayyib. (Afrina, Rifauddin, and Ardyawin 2023)

2. Perluasan Pasar Global

Era digital memberikan kesempatan luas bagi produk dan layanan syariah untuk menembus pasar internasional. Dengan dukungan teknologi seperti e-commerce lintas negara, sistem logistik digital, dan pembayaran online yang mendukung transaksi halal, pelaku usaha syariah kini dapat menjangkau konsumen muslim di berbagai belahan dunia. Strategi pemasaran global melalui media digital memungkinkan promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran, sekaligus membangun konektivitas antar negara dalam ekosistem ekonomi Islam. Potensi ini semakin besar mengingat meningkatnya permintaan produk halal global, serta adanya komunitas diaspora muslim yang tersebar luas di dunia. (Gustiani, Nurholifah, and Hasanah 2025)

3. Kolaborasi Fintech Syariah

Kolaborasi dalam ekosistem fintech syariah menjadi salah satu peluang strategis untuk mempercepat inklusi keuangan dan pertumbuhan bisnis halal. Kerja sama antara startup teknologi syariah dengan lembaga keuangan, institusi pendidikan, pemerintah, dan organisasi sosial Islam seperti BAZNAS atau Lembaga Amil Zakat, membuka ruang sinergi untuk memperluas akses pembiayaan, memperkuat riset dan inovasi, serta memperdalam integrasi antara teknologi dan prinsip syariah. Kolaborasi ini juga mendorong terbentuknya ekosistem digital yang inklusif, efisien, dan sesuai syariah

dalam memberikan solusi keuangan yang lebih adil dan berkelanjutan.(Ernayani 2024)

4. Penguatan Branding Halal melalui Digital Marketing

Penguatan branding halal menjadi elemen kunci dalam memenangkan hati konsumen di era digital yang sangat kompetitif. Melalui pendekatan digital marketing baik melalui media sosial, mesin pencari, website, hingga aplikasi mobile pelaku usaha dapat menyampaikan nilai halal dan thayyib secara lebih efektif dan persuasif. Branding halal bukan hanya sekadar label, tetapi merupakan citra yang melekat pada produk atau layanan, mencerminkan komitmen terhadap kualitas, kebersihan, transparansi, dan kepatuhan syariah. Dengan strategi digital marketing yang terintegrasi, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen muslim global secara berkelanjutan (Ramandini, Irmawati, and Fauzi 2024)

PENUTUP

UMKM halal menghadapi peluang besar sekaligus tantangan dalam era transformasi digital. Teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan fintech menjadi instrumen penting dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi, dan menjangkau konsumen global. Namun, keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital dan syariah, serta kebutuhan akan regulasi dan standar yang jelas menjadi hambatan signifikan. Strategi adaptif yang dapat diterapkan meliputi: inovasi produk dan proses, kolaborasi lintas sektor, digitalisasi sistem bisnis, dan penguatan branding halal berbasis nilai-nilai Islam. Dengan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga pendidikan, UMKM halal

dapat tumbuh secara inklusif, berkelanjutan, dan tetap berpegang pada prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Rabiatul. 2023. “Pengaruh Transformasi Digital Dan Bisnis Online Terhadap Pola Perilaku Masyarakat Ciputat Timur.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 9 (1): 24–38. <https://doi.org/10.35313/Jrbi.V9i1.3537>.
- Afrina, Cut, Machsun Rifauddin, And Iwin Ardyawin. 2023. “Analisis Sistem Pembayaran Digital Dalam Ekonomi Syariah : Tantangan Dan Peluang Untuk Bisnis Halal.” *Journal Of Sharia Economy And Islamic Tourism* 3 (2): 114–31. <https://doi.org/10.31764/Jseit.V3i2>.
- Al-Bukhari. 2000. “Kitabul Buyu’; Shahih Al-Bukhari.” Sunnah.Com. 2000.
- Alam, Syamsu, Widya Putri Ramadhani, And Patmaniar Patmaniar. 2023. “Transformasi Digital Umkm Di Indonesia Selama Pandemi.” *Journal Social Society* 3 (2): 140–56. <https://doi.org/10.54065/Jss.3.2.2023.344>.
- Aprilia Dian Evasari. 2020. “Strategi Pemasaran Islamidengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualanproduk.” *Istithmar: Journal Of Islamic Economicdevelopment*, 4 (1): 1–14.
- Ariyadi. 2018. “Business In Islam.” *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5 (1): 13–26.
- Azis, Azizah, Sabri Samin, And Achmad Musyahid. 2023. “Transaksi Online Perspektif Hukum Islam Kontemporer.” *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi* 3 (1): 63–81. <https://doi.org/10.30863/Alkharaj.V3i1.4599>.
- Baenil Huda, And Tukino. 2023. “Mendorong Pertumbuhan

- Umkh Melalui Platform Digital.” *Jurnal Buana Pengabdian* 5 (2): 86–91.
<https://doi.org/10.36805/Jurnalbuanapengabdian.V5i2.5791>.
- Dwi Lestari, Anisa Ayu, And Alit Merthayasa. 2023. “Peran Teknologi Dalam Perubahan Bisnis Di Era Globalisasi.” *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 7 (11): 16706–11.
<https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V7i11.13517>.
- Erlanitasari, Yosi, Andre Rahmanto, And Mahendra Wijaya. 2020. “Digital Economic Literacy Micro, Small And Medium Enterprises (Smes) Go Online.” *Informasi* 49 (2): 145–56.
<https://doi.org/10.21831/Informasi.V49i2.27827>.
- Ernayani, Rihfenti. 2024. “Transformasi Industri Halal: Keberlanjutan Dan Inovasi Dalam Perekonomian Syariah.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*.
<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1490>.
- Gustiani, Mia, Resti Nurholifah, And Uswatun Hasanah. 2025. “Tantangan Dan Peluang Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital.” *Neraca Manajemen, Ekonomi* 18 (11): 1–4. <https://doi.org/10.8734/Mnmaec.V1i2.359>.
- Hariani, Danarti, And Sutrisno Sutrisno. 2023. “Potensi Dan Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Indonesia.” *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi* 4 (1): 76–91.
<https://doi.org/10.37012/Ileka.V4i1.1492>.
- Hartini, Suci, Muhammad Iqbal Fasa, And Suharto Suharto. 2022. “Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5 (1): 197–206.
<https://doi.org/10.26740/Jekobi.V5n1.P197-206>.
- Istiqomah Rahmatul Ria Hardani, Auliya Hikmatul Nur Et Al. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif, Revista Brasileira De Linguística Aplicada*. Cv. Pustaka Ilmu Group.

- Kaparang, Stevanus X, Andi K Nugroho, And Ari E Jayati. 2024. "Peran Technopreneur Dalam Pengembangan Usaha Digital Di Indonesia." *Jurnal Sosial Teknologi* 4 (8): 526–36. <https://doi.org/10.59188/Journalsostech.V4i8.1338>.
- Maryani, Ani, Tri Joko Prasetyo, And Reni Oktavia. 2023. "Income Recovery Strategy For Msmes Through Digital Transformation Post Covid-19." In *Proceedings Of The 6th International Conference Of Economics, Business, And Entrepreneurship, Icebe 2023*. Eai. <https://doi.org/10.4108/Eai.13-9-2023.2341225>.
- Rahayu, Depi Sri, Nopa Nur Patin, Universitas Sultan, And Muhammad Syafiuddin. 2025. "Transaksi Digital Berlandaskan Syariah : Mewujudkan Muamalah Yang Etis Dan Berkah Pada Era E-Commerce." *Al-Fiqh: Journal Ofislamic Studies* 3 (1): 14–22. <https://doi.org/10.59996/Al-Fiqh.V3i1.411>.
- Ramandini, Nurul, Irmawati, And Mustofa Mahfudz Fauzi. 2024. "Inovasi Produk Halal Berbasis Teknologi Sebagai Strategi Keunggulan Kompetitif Umkm Halal : Kajian Literatur." *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan* 3 (2): 1–8. <https://doi.org/10.71312/Mrbest.V3i2.288>.
- Rosa Da'mai. 2025. "Inovasi Produk Halal Umkm Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah." *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3 (2): 44–54. <https://doi.org/10.61132/Nuansa.V3i2.1697>.
- Saputra, Muhammad Nur Adnan. 2021. "Karakter Entrepreneur Dalam Islam." *Jurnal Studi Keislaman* 7 (1): Hal 9-17. <http://www.wahanaislamika.ac.id/index.php/wahanaislamika/article/view/149/69>.

- Setiawan, Ahmad Budi. 2018. "Revolusi Bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia." *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 9 (1): 61. <https://doi.org/10.17933/Mti.V9i1.118>.
- Triwibowo, Ananto, And Muhammad Afani Adam. 2023. "Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi." *Margin : Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah* 2 (1): 25–36.
- Widya Astuti, Aurelia, Sayudin Sayudin, And Azka Muharam. 2023. "Perkembangan Bisnis Di Era Digital." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2 (9): 2787–92. <https://doi.org/10.58344/Jmi.V2i9.554>.
- Zurnali, Cut, And Wahjono Wahjono. 2024. "Dampak Tranformasi Digital Terhadap Bisnis." *Jurnal Ilmiah Infokam* 19 (2). <https://doi.org/10.53845/Infokam.V19i2.355>.