DOI: https://doi.org/10.71312/mrbima.v1i2.448 ISSN: 3108-9763

MRBIMA

Media Riset
Bisnis Manajemen Akuntansi

INOVASI TEKNOLOGI BERBASIS E-COMMERCE UNTUK MENDORONG UMKM DALAM TRANSFORMASI DENGAN PRINSIP BISNIS SYARIAH

Hikmah Dzil Hijjah[1], Amanda Tri Utami[2]
Universitas Muhammadiyah Jakarta[1,2]

[1] hikmahdzc07@gmail.com
[2] amandautami123@gmail.com

Informasi artikel
Diterima :
03 Mei 2025
Direvisi :
04 Juli 2025
Disetujui :
05 Juli 2025

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an important part of the Indonesian economy, but many MSMEs still have difficulty using technology and transforming into sharia-based businesses. This study aims to analyze how technological innovation, especially e-commerce, can help MSMEs adapt to sharia business principles. Using a qualitative approach and literature study, this study examines the literature on sharia e-commerce, digital innovation, and the development of MSMEs in the digital era. The results show that e-commerce has great potential to expand the market, increase efficiency, and support sharia transactions such as interest-free financing. In addition, cooperation between digital platforms and sharia financial institutions can strengthen the halal economy. However, challenges such as low digital literacy, lack of infrastructure, and competition from large companies still exist. Therefore, it is important for all parties to cooperate to encourage the digitalization of MSMEs in an inclusive manner and in accordance with Islamic values.

Keywords *: MSMEs, e-commerce, technology innovation, sharia business, digital transformation.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Fakta ini menegaskan bahwa UMKM bukan hanya menjadi tulang punggung ekonomi nasional, tetapi juga aktor utama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemerataan ekonomi. Namun, di balik peran strategis tersebut, UMKM

masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan akses pasar, rendahnya efisiensi operasional, hingga kesulitan dalam mengadopsi kemajuan teknologi.

Di era digital, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang melalui pemanfaatan platform e-commerce. E-commerce mampu membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi bisnis, dan memperkuat daya saing UMKM. Sayangnya, tidak semua pelaku UMKM siap memanfaatkan teknologi digital ini, khususnya bagi mereka yang berupaya menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip bisnis syariah menekankan pada larangan riba, gharar (ketidakjelasan), serta pentingnya keadilan dan transparansi, sehingga memerlukan pendekatan yang berbeda dalam penerapannya.

Transformasi UMKM ke arah bisnis berbasis syariah semakin relevan, seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk dan layanan halal. Teknologi digital, terutama e-commerce, dapat menjadi jembatan yang mempertemukan kebutuhan pasar modern dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana inovasi teknologi e-commerce dapat mendorong transformasi UMKM sesuai prinsip syariah. Fokusnya adalah pada bentuk-bentuk inovasi teknologi yang sejalan dengan syariat Islam, tantangan yang dihadapi UMKM, serta strategi implementasi yang berkelanjutan.

Selain hambatan internal seperti keterbatasan SDM dan literasi digital, UMKM juga menghadapi tantangan eksternal seperti keterbatasan infrastruktur dan regulasi yang belum mendukung digitalisasi berbasis syariah. Padahal, potensi pasar halal global sangat besar, memberikan peluang emas bagi UMKM Indonesia untuk menjadi pemain utama di sektor ini. Oleh karena itu, inovasi teknologi berbasis syariah menjadi kebutuhan strategis, baik dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM maupun dalam memperkuat ekosistem digital yang inklusif dan beretika.

KAJIAN LITERATUR

Konsep UMKM dalam Konteks Ekonomi Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat krusial dalam perekonomian Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan berdasarkan jumlah aset dan omzet tahunan. Sebagai contoh, usaha mikro memiliki batas maksimum aset sebesar Rp50 juta serta omzet tahunan yang tidak melebihi Rp300 juta. Di sisi lain, usaha kecil memiliki aset berkisar antara Rp50 juta hingga Rp500 juta, dengan omzet tahunan yang berkisar dari Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar. Adapun usaha menengah, memiliki aset di atas Rp500 juta hingga Rp10 miliar, dengan omzet tahunan antara Rp2,5 miliar hingga Rp50 miliar.

Data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 menyebutkan, jumlah UMKM di Indonesia sudah lebih dari 64 juta. Mereka menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyediakan lapangan kerja bagi sekitar 97% tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa UMKM bukan sekadar tulang punggung ekonomi, tapi juga menjadi motor penggerak pembangunan yang merata, terutama di desa-desa dan sektor informal. Di tengah berbagai tantangan, termasuk krisis ekonomi yang terjadi pada krisis moneter 1998 dan pandemi COVID-19, peran UMKM telah terbukti sangat vital. Mereka menunjukkan ketahanan yang lebih baik terhadap guncangan ekonomi dibandingkan sektor usaha besar, berkat fleksibilitas yang tinggi, struktur organisasi yang sederhana, dan keterhubungan langsung dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Namun, UMKM tidak luput dari berbagai tantangan struktural. Keterbatasan akses terhadap modal, rendahnya kemampuan manajerial, serta minimnya akses ke teknologi dan pasar yang lebih luas menjadi beberapa hambatan yang harus dihadapi. Dalam era digital dan

revolusi industri 4. 0, UMKM harus melakukan transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing.

Di samping itu, integrasi nilai-nilai syariah dalam perkembangan UMKM juga semakin relevan, terutama dengan meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap produk dan layanan halal. Oleh karena itu, transformasi UMKM tidak hanya memerlukan penguasaan teknologi digital, tetapi juga pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah demi menciptakan strategi bisnis yang berkelanjutan dan selaras dengan nilai-nilai keislaman.

Prinsip Prinsip Bisnis Syariah

Bisnis syariah merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang tertera dalam Al-Qur'an, Hadis, serta hasil ijtihad para ulama. Tujuan utama dari bisnis syariah bukan hanya sekadar mencapai keuntungan finansial, tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan, keadilan, dan meningkatkan kesejahteraan secara merata di dalam masyarakat. Oleh karena itu, praktik bisnis syariah tidak hanya berorientasi pada aspek profit, tetapi juga menekankan pentingnya nilai-nilai etika, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Terdapat beberapa prinsip utama dalam bisnis syariah, yaitu:

1. **Larangan Riba (Bunga):**
   Dalam Islam, riba (tambahan yang diperoleh tanpa adanya proses usaha atau risiko) dilarang keras. Segala bentuk transaksi bisnis tidak boleh mengandung unsur bunga yang merugikan salah satu pihak. Sebagai gantinya, sistem bagi hasil (*mudharabah*, *musyarakah*) menjadi alternatif yang lebih adil dan sesuai dengan prinsip syariah.
2. **Larangan Gharar (Ketidakjelasan) dan Maysir (Perjudian):**
   Transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian atau spekulasi berlebihan tidak diperbolehkan. Semua perjanjian bisnis harus transparan, jelas dalam objek, harga, dan jangka waktu. Ini bertujuan untuk menghindari sengketa dan menciptakan keadilan antar pelaku usaha.
3. **Keadilan (‘Adalah) dan Kejujuran (Shidq):**
   Prinsip keadilan mengharuskan semua pelaku bisnis memperoleh hak dan kewajiban yang seimbang. Dalam Islam, kejujuran dalam menyampaikan kualitas, jumlah, dan harga produk merupakan kewajiban moral sekaligus syarat sahnya transaksi.
4. **Halal dan Thayyib:**
   Barang dan jasa yang diperjualbelikan harus berasal dari sumber yang halal dan baik (thayyib), baik dari sisi zat, proses produksi, maupun dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan.
5. **Amanah dan Tanggung Jawab:**
   Seorang pelaku bisnis syariah dituntut untuk bersikap amanah terhadap tanggung jawabnya, baik kepada mitra, konsumen, maupun masyarakat. Ini mencakup pengelolaan dana, kualitas produk, dan pelaporan yang jujur.
6. **Tanggung Jawab Sosial dan Keseimbangan:**
   Bisnis syariah tidak semata mengejar keuntungan, melainkan juga memperhatikan dampak sosial, keseimbangan lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat, termasuk praktik seperti zakat, infaq, dan wakaf produktif.

Perkembangan dan Tren Teknologi E-Commerce

Di samping itu, tren personalisasi yang didorong oleh data dan machine learning membantu pelaku bisnis memahami preferensi konsumen dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Di sisi lain, sistem manajemen inventaris berbasis real-time, otomatisasi dalam proses penjualan, dan teknologi omnichannel memudahkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam mengelola toko fisik dan daring secara bersamaan. Perlu dicatat pula bahwa konsep social commerce dan live commerce, yang menggabungkan jual beli dengan media sosial dan siaran langsung, semakin digemari oleh generasi muda.

Hal ini menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya promosi yang lebih efisien. Dalam konteks ekonomi syariah, tren e-commerce juga beralih ke platform halal dan fintech syariah, seperti marketplace berbasis syariah, sistem pembayaran tanpa riba, dan integrasi sertifikasi halal pada produk digital. Selain itu, teknologi blockchain mulai dieksplorasi untuk memastikan transparansi dan keadilan dalam transaksi bisnis, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah.

Namun, pengembangan e-commerce, terutama bagi UMKM, masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya meliputi keterbatasan literasi digital, akses internet yang belum merata, dan pemahaman pelaku usaha yang masih minim terhadap potensi teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, penyedia teknologi, lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan untuk membangun ekosistem e-commerce yang inklusif dan ramah syariah. Lebih jauh lagi, transformasi digital melalui e-commerce telah menciptakan model bisnis baru yang tidak hanya mengandalkan toko online statis, tetapi juga mencakup sistem ekosistem digital yang terintegrasi. Konsep *platform economy*, di mana beberapa layanan seperti transaksi, logistik, pembayaran, dan promosi dilakukan dalam satu sistem, semakin diminati oleh UMKM karena kemudahan dan efisiensinya.

Inovasi Digital dalam Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah adalah sebuah sistem ekonomi yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam, dengan fokus pada keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam setiap aktivitas ekonomi. Seiring dengan perkembangan teknologi, muncul berbagai inovasi digital yang bertujuan untuk memperkuat dan memperluas penerapan prinsip syariah ke dalam konteks ekonomi modern. Inovasi-inovasi ini berperan penting dalam menjawab kebutuhan konsumen Muslim yang semakin menyadari pentingnya kesesuaian syariah dalam transaksi keuangan dan konsumsi harian.

Salah satu contoh inovasi digital dalam ekonomi syariah adalah kemajuan fintech syariah, yang merupakan layanan keuangan berbasis teknologi yang selaras dengan prinsip syariah. Fintech syariah menawarkan beragam produk, seperti pembiayaan berbasis bagi hasil (mudharabah dan musyarakah), pembiayaan mikro syariah, platform crowdfunding halal, dan layanan pembayaran tanpa riba. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), jumlah penyelenggara fintech syariah di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, mencerminkan adanya permintaan tinggi dari masyarakat untuk solusi keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain fintech, marketplace halal juga memainkan peranan penting dalam inovasi digital ekonomi syariah. Marketplace ini menyajikan produk dan layanan yang telah memperoleh sertifikasi halal serta menerapkan transaksi yang bebas dari unsur gharar, maysir, dan riba. Beberapa platform bahkan telah mengintegrasikan fitur akad syariah digital, yang memudahkan para pelaku usaha dan konsumen dalam memastikan kehalalan proses jual beli.

Inovasi lainnya mencakup penggunaan teknologi blockchain untuk menciptakan transparansi dan kepercayaan dalam setiap transaksi, serta penerapan smart contract untuk menjamin kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam perjanjian bisnis. Teknologi blockchain sangat cocok dengan prinsip syariah, karena memungkinkan terciptanya transaksi yang jujur, amanah, dan terbebas dari manipulasi data. Menurut State of the Global Islamic Economy Report (DinarStandard, 2022), ekonomi digital syariah global diperkirakan akan tumbuh pesat, sejalan dengan meningkatnya permintaan terhadap produk dan layanan halal berbasis digital.

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pusat ekonomi syariah digital global, jika mampu mendorong kolaborasi antara regulator, pelaku industri, dan penyedia teknologi.Namun, tantangan masih ada, mulai dari rendahnya literasi keuangan syariah digital, keterbatasan infrastruktur, hingga kebutuhan akan standarisasi akad digital dan pengawasan fatwa yang memadai. Oleh karena itu,

diperlukan pendekatan strategis dan inovatif agar transformasi digital dalam ekonomi syariah dapat berjalan secara inklusif, efisien, dan tetap berpegang pada prinsip-prinsip Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah menggali dan menganalisis literatur yang relevan terkait inovasi teknologi berbasis e-commerce dalam mendorong transformasi UMKM dengan prinsip bisnis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena digitalisasi UMKM dalam kerangka ekonomi syariah.

1. **Teknik Pengumpulan Data**
   Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dengan kata kunci tertentu, antara lain: UMKM digital, e-commerce syariah, inovasi fintech, bisnis syariah, BNPL syariah, dan transformasi digital UMKM. Penelusuran dilakukan menggunakan database akademik (Google Scholar, ScienceDirect) serta dokumen-dokumen publik resmi.
2. **Teknik Analisis Data**
   Teknik analisis yang digunakan adalah analisis konten (content analysis), yaitu dengan membaca, memilah, mengelompokkan, dan menginterpretasikan isi literatur yang relevan berdasarkan fokus penelitian. Analisis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Identifikasi isu utama dalam transformasi digital UMKM melalui e-commerce
   b. Klasifikasi jenis-jenis inovasi teknologi yang digunakan UMKM
   c. Analisis penerapan prinsip syariah dalam praktik e-commerce (seperti transaksi bebas riba, akad yang jelas, keadilan, transparansi)
   d. Evaluasi tantangan dan peluang integrasi teknologi digital dengan sistem ekonomi Islam

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Peran Inovasi Teknologi E-Commerce terhadap Transformasi Digital UMKM

Inovasi teknologi e-commerce telah berperan signifikan dalam mempercepat digitalisasi UMKM, khususnya dalam hal pemasaran, transaksi, manajemen usaha, dan pelayanan pelanggan. Penerapan sistem pembayaran digital (seperti e-wallet, QRIS, dan payment gateway), penggunaan platform marketplace, serta pemanfaatan media sosial dan fitur analitik membantu UMKM mengelola operasional secara efisien.

E-commerce menjadi poin penting dalam memasarkan produk ekonomi kreatif yang sesuai dengan prinsip islam seperti fashion muslim, makanan halal, dan kerajinan tangan islamu ke dalam pasar global . Platform e-commerce yang mendukung pariwisata halal harus memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan telah bersertifikat halal dan dapat diakses oleh wisatawan Muslim di seluruh dunia.

Pratama & Hidayatullah (2023) menyatakan bahwa “platform e-commerce halal memungkinkan akses lebih luas bagi pelaku ekonomi kreatif untuk menjual produk halal mereka ke pasar internasional, memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing produk lokal di panggung global.”

Mengembangkan platform e-commerce halal dengan fitur pemesanan produk kreatif, serta layanan pengiriman global, dapat memperluas akses pasar bagi pelaku ekonomi kreatif halal di Indonesia. Platform ini juga dapat diintegrasikan dengan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk halal dan memudahkan transaksi wisatawan Muslim. Berkolaborasi dengan pemerintah untuk pengembangan ekonomi kreatif halal dengan memberikan intensif dan pendampingan kepada UMKM yang ingin terjun kedalam pasar ecommerce halal, dan memastikan standarisasi halal yang sudah tersertifikasi halal oleh lembaga yang terkait untuk setiap produk yang ingin dipasarkan secara online.

Namun demikian, transformasi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai syariah. Dalam konteks ini, munculnya berbagai inovasi syariah seperti marketplace halal, layanan BNPL (Buy Now Pay Later) syariah, serta penggunaan akad-akad yang sesuai seperti *murabahah*, *ijarah*, atau *musyarakah*, merupakan langkah penting dalam menjembatani antara transformasi digital dan kepatuhan syariah.

Strategi bisnis merupakan pendekatan terbaik untuk meraih tujuan tertentu atau menyelesaikan suatu tugas. Selain itu, strategi juga mencakup penetapan target dan arah jangka panjang bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Keberhasilan suatu strategi sangat dipengaruhi oleh sumber daya dan kemampuan penggunaan yang efektif (Pontas M. Pardede, 2011).

Strategi utama dalam sebuah perusahaan berfokus pada bagaimana memperkuat dan meningkatkan posisi perusahaan di dalam kompetisi bisnis yang berlangsung lama. Strategi digunakan untuk mencapai target yang bersifat jangka panjang. Rencana strategi disusun untuk memenuhi tujuan yang muncul akibat perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar. Perubahan lingkungan ini dapat menciptakan baik peluang maupun tantangan bagi keberlangsungan perusahaan. Berdasarkan kekuatan dan batasan yang ada, perusahaan berusaha untuk memanfaatkan peluang maupun menghadapi tantangan tersebut agar tetap bertahan dan tumbuh (Jaharuddin, 2019).

2. Peluang Kolaborasi antara Platform Digital dan Lembaga Keuangan Syariah

Salah satu strategi yang sangat potensial adalah kolaborasi antara pelaku platform digital dengan lembaga keuangan syariah untuk memberikan pembiayaan dan pendampingan kepada UMKM. Model pembiayaan syariah berbasis digital dapat memperluas akses pelaku usaha terhadap modal tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti melalui *mudharabah* atau *qardhul hasan*.

Lebih dari itu, kolaborasi ini juga bisa menyasar sektor sosial-ekonomi melalui penyaluran zakat, infak, sedekah, dan wakaf produktif (ZISWAF) secara digital kepada pelaku UMKM yang membutuhkan. Dengan digitalisasi ZISWAF yang transparan dan akuntabel, lembaga zakat dan bank syariah dapat berperan lebih aktif dalam mendukung UMKM berbasis syariah secara berkelanjutan.

3. Tantangan dan Hambatan Implementasi E-Commerce bagi UMKM Syariah

Walaupun peluangnya besar, UMKM masih menghadapi beberapa hambatan utama, antara lain:

a. Literasi digital dan syariah yang rendah: Banyak pelaku UMKM belum memahami konsep e-commerce secara optimal, apalagi bila dikaitkan dengan prinsip-prinsip syariah.
b. Akses infrastruktur digital yang tidak merata: UMKM di daerah pedesaan masih menghadapi keterbatasan akses internet dan teknologi.
c. Persaingan dengan pelaku usaha besar: Skala usaha yang kecil membuat UMKM sulit bersaing dari sisi harga, pelayanan, dan jangkauan pasar.
d. Regulasi dan standardisasi syariah digital yang belum matang: Belum ada kerangka hukum atau panduan baku dalam menerapkan akad-akad syariah secara digital, yang bisa menimbulkan keraguan dari pelaku usaha.

4. Strategi Pemberdayaan dan Solusi yang Direkomendasikan

UMKM dapat mengadopsi e-commerce syariah secara efektif, dibutuhkan sinergi dari berbagai pihak, yaitu:

a. Pemerintah: Menyusun kebijakan pro-UMKM syariah digital, menyediakan pelatihan, serta memperkuat infrastruktur digital di daerah.
b. Lembaga keuangan syariah: Menyediakan produk pembiayaan yang mudah diakses dan mendampingi pelaku UMKM dalam memahami akad.

c. Penyedia teknologi: Mengembangkan platform yang user-friendly dan sesuai syariah, serta menyediakan layanan edukasi.
d. Lembaga pendidikan: Memberikan literasi digital dan syariah kepada calon wirausahawan Muslim melalui kurikulum dan pelatihan praktis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi teknologi berbasis e-commerce memiliki peran strategis dalam mendorong transformasi digital UMKM di Indonesia, terutama bagi pelaku usaha yang ingin menjalankan bisnis sesuai prinsip syariah. Melalui pemanfaatan teknologi seperti platform marketplace, sistem pembayaran digital, dan layanan fintech syariah, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta membangun kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk dan layanan mereka.

Namun demikian, adopsi e-commerce syariah masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan literasi digital dan syariah, minimnya infrastruktur teknologi di daerah, hingga ketidaksiapan regulasi untuk mendukung digitalisasi berbasis nilai Islam. Transformasi ini membutuhkan pendekatan menyeluruh yang mengintegrasikan aspek teknologi, regulasi, edukasi, dan pembiayaan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Saran

1. Peningkatan Literasi Digital dan Syariah bagi Pelaku UMKM
   Pelatihan terpadu yang menggabungkan keterampilan digital (penggunaan e-commerce, digital marketing, manajemen online) dan pemahaman prinsip bisnis syariah sangat diperlukan. Pemerintah dan lembaga pelatihan swasta perlu berkolaborasi menyediakan modul yang mudah dipahami, terutama bagi pelaku UMKM di daerah.
2. Pengembangan Ekosistem Digital Syariah yang Inklusif
   Penyedia platform e-commerce diharapkan dapat menyediakan fitur dan layanan berbasis syariah, seperti akad transaksi digital, sistem pembayaran bebas riba, dan sertifikasi halal produk. Hal ini akan membantu pelaku UMKM menjalankan usaha secara etis dan sesuai syariat.
3. Kolaborasi Strategis antara Platform Digital dan Lembaga Keuangan Syariah
   Untuk mendukung pembiayaan syariah yang mudah diakses, dibutuhkan integrasi antara fintech syariah, bank syariah, dan marketplace digital agar pelaku UMKM dapat memperoleh modal usaha secara halal dan efisien.
4. Dukungan Pemerintah dalam Regulasi dan Infrastruktur
   Pemerintah perlu mengeluarkan regulasi yang mendukung transformasi UMKM berbasis syariah digital, termasuk kebijakan insentif, sertifikasi digital halal, serta pembangunan infrastruktur internet yang merata, khususnya di wilayah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar).
5. Peningkatan Riset dan Inovasi Teknologi Syariah
   Institusi pendidikan dan pusat riset diharapkan lebih aktif dalam mengembangkan inovasi teknologi yang sesuai prinsip syariah, seperti smart contract halal, blockchain untuk transaksi adil, dan AI untuk mendeteksi kesesuaian produk dengan standar syariah.

REFERENSI

Abdurohim, D., Susila, Y., Novendra, A. M., & Ramdhan, A. M. (2023). Strategi Bertahan Dan Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 Ukm Kota Bandung. 14, 56–72.

Alam, S. S., & Rizvi, S. A. R. (2011). Antecedents of Trust in Online Transactions. Journal of Management Research, 3(1), 1-19.

Anggraini, D., & Riofita, H. (2024). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner, 8(4).

Anjarwati, S., Zaena, R. R., Fitrianingsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan, 5(1), 57–72.

Arfan, N., Hasan, H. A., & Others, A. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research, 6(2), 212–224.

Arisandy, Y., Permatasari, S. Della, Izaroh, S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Adopsi Cloud Computing Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM). 3(1), 1–10.

Budiman, N. A., Rahmawati, R., & ... (2023). Peningkatan Efisiensi Energi pada UMKM Omah Iwak dengan Penerapan Prinsip Akuntansi Lingkungan. JPKBP: Jurnal …, 01(02),73–82.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why Do Islamic Banks Enjoy Customer Loyalty? International Journal of Bank Marketing, 25(5), 441-467.

Desembrianita, E., Hutauruk, F. N., Azis, F., Iskandar, Y., & Others, A. (2023). Dampak Implementasi Teknologi Informasi terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran pada UMKM di Jawa Barat: Perspektif Akuntansi Manajemen. Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan, 5(2), 58–67.

Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2021). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta). MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, 15(1), 77–83.

El-Gamal, M. A. (2006). Islamic Finance: Law, Economics, and Practice. Cambridge University Press.gan dalam Ekonomi Syariah di Indonesia. Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). Kontribusi UMKM PDB Indonesia Tembus Rp 9.580 Triliun.

Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran UMKM Di Kota Jakarta Barat. Indonesian Collaboration Journal of Community Services, 3(4), 379–390.

Nasila, R., Napu, I. A., & Gunibala, R. (2024). Digitalisasi UMKM Dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan Syariah di Kota Gorontalo. Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline, 1(12), 495– 505.

Novitasari, A. T. (2022). Strategi UMKM Bertahan di Masa Pandemi. Deepublish.

Nurjati, E. (2021). Peran Dan Tantangan E-Commerce Sebagai Media Akselerasi Manajemen

Ompusunggu, D. P., & Nanda, M. (2023). Efektifitas Manajemen Keuangan UMKM Di Kota Palangka Raya Sebagai Strategi Pada Masa New Normal Covid-19. 2(2).

Ompusunggu, D. P., & Triani, Y. (2023). Transformasi Teknologi E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Palangka Raya: Faktor Pendorong Dan Penghambat Adopsi. Jurnal Bintang Manajemen, 1(2), 114–122.

Li, X., Rahman, A., & Hidayatullah, M. (2023). *Sustainable Tourism in Muslim-Majority Countries: A Syariah Perspective*. International Journal of Halal Tourism LiY., Wang, Z., & Zhao, Q. (2024). The Role of AI in Enhancing Halal Tourism Experience. Journal of Digital Tourism, 5(2), 35-47.

Utama. R. E., Gany, N. A., Jaharuddin, & Priharta, A. (2019). Manajemen *operasi*. Jakarta: UM Jakarta Press