

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 3, Nomor 5, Juni 2025, P. 324-326

E-ISSN: 2986-6340

Licensed by CC BY-SA 4.0

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15622116>

Strategi Inovasi Dalam Manajemen Bisnis Syariah: Studi Kasus UMKM di Indonesia

Alvin Rahmat¹, Sumita Susilawati², Uswatun Hasanah³

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: alvinrahmat@gmail.com, sumitasusilawati@gmail.com, uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi dalam manajemen bisnis syariah pada sektor UMKM di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada beberapa UMKM berbasis syariah. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi yang diterapkan meliputi inovasi produk, inovasi proses, serta inovasi pemasaran berbasis prinsip syariah seperti kehalalan produk, keadilan transaksi, dan transparansi informasi. Kendala yang dihadapi dalam penerapan inovasi antara lain keterbatasan sumber daya manusia, teknologi, dan pemahaman konsep syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi berbasis nilai-nilai syariah menjadi kunci keberlanjutan UMKM syariah di tengah persaingan pasar modern.

Kata kunci: Inovasi, Manajemen Bisnis Syariah, UMKM, Studi Kasus, Indonesia

Abstract

This study aims to analyze innovation strategies in sharia business management in the SME sector in Indonesia. The research method used is qualitative with a case study approach in several sharia-based SMEs. Data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The research results show that the innovation strategies implemented include product innovation, process innovation, and marketing innovation based on sharia principles such as product halalness, transaction fairness, and information transparency. Constraints faced in implementing innovation include limited human resources, technology, and understanding of sharia concepts. This study concludes that innovation based on sharia values is the key to the sustainability of sharia SMEs amid modern market competition.

Keywords: Innovation, Sharia Business Management, SMEs, Case Study, Indonesia

Article Info

Received date: 19 May 2025

Revised date: 29 May 2025

Accepted date: 08 Juni 2025

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto. Dalam konteks bisnis syariah, UMKM memiliki peran strategis dalam menggerakkan ekonomi halal yang semakin berkembang di Indonesia. Meskipun demikian, tantangan globalisasi dan perubahan teknologi memaksa UMKM untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif.

Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti inovasi pada korporasi besar, sementara riset mengenai strategi inovasi di sektor UMKM syariah masih relatif. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana strategi inovasi diterapkan di UMKM berbasis syariah, serta bagaimana inovasi tersebut tetap menjaga prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan utama: (1) Bagaimana strategi inovasi dikembangkan dalam manajemen bisnis syariah pada UMKM di Indonesia? (2) Bagaimana penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap inovasi yang dilakukan?

Dengan menjawab pertanyaan tersebut, diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori inovasi bisnis syariah serta memberikan panduan praktis bagi pelaku UMKM syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Lokasi penelitian dipilih secara purposive pada beberapa UMKM berbasis syariah di Jakarta dan Yogyakarta. Data primer

diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM dan observasi langsung pada aktivitas bisnis mereka. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Validitas data diuji dengan teknik triangulasi sumber dan metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi UMKM Syariah

UMKM yang menjadi objek studi berfokus pada produk makanan halal, fashion muslim, dan jasa keuangan syariah. Mereka menerapkan prinsip syariah dalam setiap aktivitas bisnis, mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga akad jual beli. Berdasarkan uraian tersebut, UMKM berbasis syariah merupakan kegiatan ekonomi produktif rakyat yang skalanya kecil dan menengah yang dikelola secara komersil, dan pengelolaannya berdasarkan prinsip syariah Islam. Dalam usaha tersebut tidak melanggar hal-hal yang dilarang syariah seperti maisir, gharar dan riba. Seperti pembiayaannya dengan bank syariah atau lembaga keuangan mikro syariah dan penjaminannya dengan asuransi syariah. Produk yang dihasilkan haruslah halal dikuatkan oleh lembaga yang resmi. UMKM tersebut juga melabelkan dirinya sebagai usaha yang syariah dan dikelola oleh sumber daya manusia yang menjalankan prinsip-prinsip syariah. (Rahman et al. 2022)

Strategi Inovasi Produk

Inovasi produk dilakukan dengan menciptakan varian produk baru berbahan halal dan berkualitas. Misalnya, salah satu UMKM makanan halal menciptakan varian rasa baru yang tetap sesuai dengan standar halal MUI. Strategi inovasi sangat penting bagi perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang pesat. UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian suatu negara, karena mereka merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan menghasilkan produk serta layanan yang beragam. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan yang kompleks, seperti keterbatasan sumber daya, persaingan yang ketat, perubahan teknologi, dan fluktuasi pasar.

Strategi Inovasi Proses

Dalam aspek proses, UMKM melakukan inovasi dengan memperkenalkan teknologi produksi modern namun tetap memperhatikan kehalalan proses, seperti penggunaan mesin produksi bersertifikasi halal. Pemasaran Islami mempunyai kedudukan yang strategis sebab pemasaran Islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Pemasaran Islami adalah bentuk disiplin bisnis strategis dengan mengarahkan proses penciptaan, penawaran, serta perubahan values atau nilai dari satu inisiator kepada stakeholder dalam keseluruhan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan mu'amalah dalam Islam. Strategi pemasaran berperan sebagai salah satu pengambilan keputusan atau perencanaan penjualan dapat oleh suatu perusahaan yang berupa bauran pemasaran serta meminimalisir operasional. Dalam menyusun rancangan aktifitas menjadikan strategi pemasaran yang bertujuan untuk menjadi pusat perhatian khusus perusahaan dalam merencanakan aktivitas-aktivitas yang dijadikan target pembelian dengan maksud untuk menaikkan keuntungan. Hal ini menjadi salah satu tolak ukur bagi perusahaan yang mampu memuaskan konsumen, sehingga dapat meningkatkan profit keuntungan.

Strategi Inovasi Pemasaran

Strategi pemasaran inovatif diterapkan melalui penggunaan media sosial dan marketplace berbasis syariah. Salah satu UMKM memanfaatkan platform e-commerce syariah untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Adopsi teknologi digital juga menjadi elemen kunci dalam strategi inovasi untuk UMKM. Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, e-commerce, dan platform digital lainnya akan membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, mencapai pasar yang lebih luas, dan menawarkan layanan pelanggan yang lebih baik. UMKM juga dapat menggunakan analisis data untuk memahami perilaku pelanggan, memprediksi tren pasar, dan mengoptimalkan proses bisnis mereka. Selain itu, UMKM perlu berkolaborasi dengan pihak eksternal, seperti universitas, lembaga riset, atau mitra bisnis lainnya. Kolaborasi semacam ini dapat membuka akses UMKM ke pengetahuan baru, teknologi terkini, dan potensi investasi. Para pihak eksternal ini juga dapat menjadi sumber ide-ide inovatif dan membantu UMKM untuk menguji dan mengembangkan produk atau layanan baru. (Lestari, Masruchin, and Nur Latifah 2022)

Integrasi Prinsip Syariah dalam Inovasi

Semua inovasi dikembangkan dengan berpedoman pada prinsip kehalalan, keadilan, keterbukaan informasi, dan kejujuran dalam transaksi. Upaya yang dilakukan dalam menjalankan usaha secara syariah, responden pada umumnya berupaya melakukan peningkatan dengan berbagai cara. Mereka memberikan respon yang beragam. Banyak pelaku UMKM Syariah yang melaksanakan usaha syariahnya dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang terkait usaha syariah. Ada yang mengikuti pelatihan keuangan syariah melalui perbankan syariah, mengikuti pendidikan dan pelatihan jual beli syariah. Ada juga yang mengikuti pelatihan bisnis anti riba. Selain mengikuti berbagai pelatihan dan membaca beragam buku syariah, Ada juga yang mencari informasi sebanyak-banyaknya melalui internet dan melalui media sosial. Saat ini media sosial menjadi trend untuk menyebarkan informasi ataupun hanya sekedar untuk aktualisasi diri. Media sosial tidak hanya menyebarkan informasi yang benar tetapi juga berita “hoax”. Bagi pelaku UMKM Syariah yang kreatif, mereka harus memilah informasi yang didapat. (Lestari, Masruchin, and Nur Latifah 2022)

Kendala dalam Penerapan Inovasi

Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan modal, kurangnya SDM yang memahami prinsip syariah, serta rendahnya literasi teknologi. ada beberapa hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha berbasis syariah. hambatan-hambatan tersebut bersifat internal dan eksternal. Hal-hal yang bersifat internal terdapat dari sumber daya UMKM sendiri. Dalam hal pembiayaan, UMKM berbasis syariah ini rata-rata menggunakan modal sendiri dan belum pernah mendapatkan bantuan pemerintah sama sekali. Sebagian kecil mendapat bantuan dari keluarga. Pada dasarnya sebagian besar sumber daya manusia UMKM ini beranggapan mereka mempunyai kemampuan, keahlian dan pengetahuan dalam mengelola usaha yang mereka jalani. Hambatan yang dihadapi dalam mengelola usaha syariah ini yaitu masih ada yang belum mengetahui mengelola usaha secara syariah. (Marlinda and Karnita Soleha 2024)

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi inovasi yang berbasis prinsip syariah menjadi faktor penting dalam keberlanjutan UMKM di Indonesia. Inovasi produk, proses, dan pemasaran harus selalu dikaitkan dengan nilai-nilai syariah agar tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga menjaga keberkahan usaha. Diperlukan upaya peningkatan literasi syariah dan teknologi di kalangan pelaku UMKM untuk mendorong inovasi yang lebih berkelanjutan.

Disarankan bagi pelaku UMKM syariah untuk memperkuat kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah, mengadopsi teknologi berbasis halal, dan memperluas jejaring bisnis melalui komunitas syariah. Penelitian lebih lanjut dapat mengkaji strategi inovasi pada sektor UMKM syariah lain di berbagai daerah di Indonesia.

REFERENSI

- Lestari, Diana, Masruchin, and Fitri Nur Latifah. 2022. “Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Ukm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan.” *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no. 1: 216–29. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9243](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9243).
- Marlinda, Alin, and Lilis Karnita Soleha. 2024. “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Pinangsari Kabupaten Subang.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 7: 60–69. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10960320>.
- Rahman, Aulia, Deery Anzar Susanti, Asmawarna Sinaga, Stain Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, Iain Almuslim Aceh, Stai Jami, and iyah Mahmudiyah Tanjung Morawa. 2022. “Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam Analisis Pengembangan UMKM Di Era New Normal Dengan Prinsip Syariah” 4, no. 2: 195–200.