

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 5, Juni 2025, P. 333-339
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15622116>

Strategi Pemberdayaan UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Syariah di Sentral Kuliner Kaur

Fiona Hasdo Putri¹, Ola Sapitri², Uswatun Hasanah³

¹²³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
Email: fionahasdoputri@gmail.com¹, olabkl12@gmail.com, uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner memegang peranan penting dalam perekonomian lokal, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemberdayaan UMKM kuliner berbasis ekonomi syariah di Sentral Kuliner Kaur, dengan fokus pada usaha *Sate Surabaya Etek Sangun*. Penelitian ini menggali penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah, seperti kejujuran, keadilan, dan penghindaran riba dalam pengelolaan usaha, serta strategi pengembangan dan keberlanjutan usaha melalui inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan kerja sama dengan lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi syariah memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai sosial yang lebih luas. Selain itu, pemberdayaan UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan jaringan distribusi menjadi kunci penting dalam mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan dan strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah di daerah.

Kata kunci Pemberdayaan UMKM, Sentral Kuliner, Ekonomi Syariah

Abstract

Culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the regional economy, especially in creating jobs and improving community welfare. This article aims to analyze the empowerment strategy of culinary MSMEs based on sharia economy in Kaur Culinary Center with a focus on the Sate Surabaya Etek Sangun business. This study examines the application of sharia economic principles, such as honesty, fairness, and avoidance of usury in business management, as well as business development and sustainability strategies through product innovation, marketing digitalization, and cooperation with sharia financial institutions. The results of the study indicate that the application of sharia economy has a positive impact on business sustainability, increasing competitiveness, and creating broader social value. In addition, empowerment of MSMEs through training, mentoring, and strengthening distribution networks are important keys in encouraging sustainable business growth. This research is expected to contribute to the development of policies and strategies for empowering MSMEs based on sharia economy in the region.

Keywords: Empowerment of MSMEs, Culinary Center, Sharia Economy

Article Info

Received date: 20 May 2025

Revised date: 25 May 2025

Accepted date: 06 June 2025

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan menjadi sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat di berbagai daerah.¹ Di Kabupaten Kaur, sektor kuliner menjadi salah satu pilar utama dalam menggerakkan perekonomian lokal. Sentral Kuliner Kaur hadir sebagai wadah bagi pelaku UMKM, menyediakan ruang yang mendukung pertumbuhan usaha kecil, salah satunya "Sate Surabaya Etek Sangun", yang dikenal dengan cita rasa khas dan kualitas produk yang konsisten.

Meskipun potensinya besar, UMKM kuliner masih menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan. Permasalahan klasik seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi keuangan dan manajerial, serta belum optimalnya strategi pemasaran menjadi hambatan yang menghambat

¹ Ulfa Roudhotun Nurul Janah and Frances Roi Seston Tampubolon, "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor Umkm Terhadap Pendapatan Nasional Di Indonesia," *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2024): 739–46.

pengembangan usaha secara maksimal.² Di samping itu, aspek nilai dan prinsip ekonomi syariah sebagai landasan etika bisnis belum banyak diadopsi oleh para pelaku UMKM secara menyeluruh.³ Padahal, penerapan prinsip ekonomi syariah dapat menjadi pondasi yang kuat untuk keberlanjutan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga keberkahan dan keadilan.

Ekonomi syariah menekankan prinsip-prinsip seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, serta larangan terhadap praktik *riba*, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maisir* (spekulasi). Dalam konteks UMKM, prinsip ini mendorong pelaku usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan memperhatikan aspek sosial, lingkungan, dan spiritual. Strategi pemberdayaan yang mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi syariah dinilai lebih relevan untuk diterapkan, terutama pada sektor UMKM yang memiliki kedekatan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari dan nilai-nilai keagamaan.⁴

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada strategi pemberdayaan UMKM kuliner di Sentral Kuliner Kaur, khususnya pada unit usaha "Sate Surabaya Etek Sangun". Unit usaha ini dinilai representatif untuk menggambarkan kondisi riil UMKM lokal yang berpotensi dikembangkan melalui pendekatan berbasis ekonomi syariah. Melalui kajian ini, peneliti ingin mengidentifikasi sejauh mana pemahaman dan penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan usaha, serta merumuskan strategi pemberdayaan yang efektif dan aplikatif.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, kajian ini dapat memperkaya literatur mengenai pemberdayaan UMKM dalam kerangka ekonomi syariah. Sementara secara praktis, temuan penelitian diharapkan menjadi referensi bagi pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, serta komunitas pelaku UMKM dalam menyusun program pendampingan dan pemberdayaan berbasis nilai-nilai Islam yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami makna, pola, dan proses yang terjadi dalam fenomena edukasi kemasan produk dan pengaruhnya terhadap branding serta daya tarik konsumen pada wirausaha muda. Menurut Creswell (2016), penelitian kualitatif bersifat eksploratif dan bertujuan menggali makna dari suatu gejala berdasarkan perspektif partisipan.⁴ Penelitian ini menggunakan pendekatan naturalistik, yaitu dilakukan dalam kondisi alamiah tanpa manipulasi terhadap variabel. Dalam konteks ini, peneliti akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana edukasi kemasan diberikan kepada wirausaha muda, serta bagaimana mereka mengimplementasikan hasil edukasi tersebut untuk memperkuat branding produk dan menarik minat konsumen. Sedangkan menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang partisipan dengan menggunakan metode ilmiah, dan menekankan pada makna di balik tindakan, pengalaman, serta interaksi sosial.⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan, yaitu kajian teoritis dan literatur ilmiah yang relevan, seperti buku, jurnal, regulasi, dan pedoman lembaga resmi (misalnya MUI dan Kementerian Koperasi). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian, yakni "edukasi kemasan produk dalam meningkatkan branding dan daya tarik konsumen pada wirausaha muda", dapat dianalisis secara mendalam melalui data sekunder dari berbagai sumber pustaka. Jenis data yang digunakan adalah kualitatif, bersifat deskriptif-naratif, dan tidak berbentuk angka. Data diperoleh dari buku ilmiah, jurnal nasional/internasional, makalah seminar, dan regulasi (misalnya UU Perlindungan Konsumen dan UU Merek). Melalui metode ini, peneliti berupaya mengkaji peran strategis kemasan produk sebagai alat branding dalam menarik minat konsumen, khususnya di kalangan wirausaha muda.

Penelitian kualitatif ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai edukasi kemasan produk dalam meningkatkan branding dan daya tarik konsumen pada wirausaha muda. Pertama, dilakukan wawancara mendalam dengan wirausaha muda, fasilitator pelatihan UMKM, dan penyelenggara edukasi kemasan guna menggali pengalaman dan implementasi strategi kemasan. Kedua, observasi partisipatif dilakukan langsung pada proses produksi dan pemasaran untuk melihat penerapan edukasi kemasan secara nyata. Ketiga, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan foto kegiatan, modul pelatihan, serta data

² Loso Judijanto et al., *Ekonomi Syariah: Teori Dan Penerapannya Di Indonesia* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025).

³ Janah and Tampubolon, "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor Umkm Terhadap Pendapatan Nasional Di Indonesia." ⁴ Judijanto et al., *Ekonomi Syariah: Teori Dan Penerapannya Di Indonesia*.

⁴ J W Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*, 4th ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

promosi produk sebelum dan sesudah pelatihan. Terakhir, dilakukan studi literatur dan analisis data sekunder dari jurnal, artikel, dan kebijakan pemerintah untuk memperkuat kerangka teori dan membandingkan temuan penelitian. Kombinasi teknik ini mendukung validitas data secara triangulasi sesuai dengan prinsip penelitian kualitatif (Sugiyono, 2017).⁶

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif-deskriptif, yang dilakukan melalui proses pengumpulan, pengelompokan, dan penafsiran data dari berbagai sumber literatur yang relevan. Proses analisis dimulai dengan reduksi data, yaitu menyaring dan memilih informasi penting dari buku, jurnal ilmiah, peraturan pemerintah, serta sumber lain yang membahas edukasi kemasan, branding produk, dan daya tarik konsumen pada wirausaha muda. Tahap ini bertujuan untuk memfokuskan data yang relevan dengan tujuan dan rumusan masalah penelitian.

Selanjutnya, dilakukan penyajian data dalam bentuk narasi yang disusun secara tematik. Data disusun berdasarkan topik-topik utama seperti strategi edukasi kemasan, pengaruh kemasan terhadap persepsi konsumen, dan hubungan antara kemasan dengan pembentukan branding yang kuat pada usaha muda. Penyajian ini membantu peneliti dalam melihat pola dan hubungan antarkonsep yang dikaji.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan temuan-temuan penting dari hasil analisis data dan membandingkannya dengan teori serta hasil penelitian terdahulu. Penarikan kesimpulan dilakukan secara reflektif dan kritis untuk menjawab fokus utama penelitian. Metode analisis ini mengacu pada model Miles dan Huberman yang dikembangkan dalam konteks penelitian kualitatif dan banyak dijadikan rujukan dalam penelitian studi kepustakaan, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM dan Kondisi Usaha Sate Surabaya Etek Sangun

Sate Surabaya Etek Sangun merupakan salah satu pelaku usaha mikro yang bergerak di sektor kuliner lokal dan beroperasi di kawasan Sentral Kuliner Kaur. Usaha ini dirintis oleh seorang pelaku UMKM perempuan yang memiliki latar belakang kultural dan pengalaman memasak masakan khas Surabaya, yang kemudian dikembangkan menjadi usaha mandiri berbasis keluarga. Berdirinya usaha ini dilatarbelakangi oleh semangat kemandirian ekonomi dan keinginan untuk mempopulerkan cita rasa nusantara kepada masyarakat lokal Bengkulu, khususnya Kabupaten Kaur. Dari awal berdiri hingga sekarang, Sate Surabaya Etek Sangun telah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dan pengunjung yang mencari kuliner unik dan bercita rasa tinggi.

Dalam pengelolaannya, usaha ini masih bersifat sederhana dan berbasis kekeluargaan, di mana peran manajerial dipegang langsung oleh pemilik usaha. Struktur manajemen belum terbentuk secara formal, namun pembagian tugas sudah dijalankan berdasarkan kepercayaan dan pengalaman kerja. Pemilik usaha merangkap sebagai pengelola keuangan, pembuat keputusan, sekaligus tenaga produksi. Sementara anggota keluarga lain membantu dalam proses operasional harian seperti memasak, melayani pelanggan, dan membersihkan peralatan. Ketidadaan struktur manajerial yang sistematis menjadi salah satu tantangan utama dalam mengembangkan kapasitas dan keberlanjutan usaha secara profesional.

Model bisnis yang digunakan bersifat tradisional dan berorientasi pada pelayanan langsung di lokasi. Pemasaran dilakukan secara konvensional melalui promosi dari mulut ke mulut, loyalitas pelanggan, dan rekomendasi komunitas sekitar. Belum ada integrasi sistem digital atau platform daring sebagai bagian dari strategi penjualan dan promosi.⁷ Meskipun demikian, keunikan produk yakni sate dengan bumbu khas Surabaya yang jarang ditemukan di daerah tersebut menjadi nilai jual utama dan pembeda yang kuat di tengah persaingan usaha kuliner lokal. Hal ini membuat usaha ini mampu bertahan dan dikenal meskipun masih terbatas dalam akses pasar yang lebih luas.

Usaha ini menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangannya, seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi manajemen keuangan, dan belum maksimalnya inovasi dalam pemasaran. Selain itu, persaingan dengan pelaku kuliner lain di kawasan sentral juga menjadi hambatan tersendiri dalam mempertahankan pelanggan. Namun di sisi lain, peluang yang dimiliki cukup besar, mengingat potensi pasar lokal yang terus tumbuh, posisi strategis sentral kuliner yang ramai dikunjungi, serta meningkatnya tren konsumsi produk kuliner khas daerah. Dengan memanfaatkan peluang ini, usaha

⁶ Ibid.

⁷ H Muhammad Yusuf Saleh and S E Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*, vol. 1 (Sah Media, 2019).

berpotensi untuk berkembang lebih luas dengan dukungan pelatihan manajerial dan digitalisasi pemasaran.

Sebagai bagian dari Sentral Kuliner Kaur, Sate Surabaya Etek Sangun tidak hanya berperan sebagai entitas usaha pribadi, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi mikro yang mendukung pemberdayaan masyarakat. Usaha ini menjadi contoh konkret bagaimana pelaku UMKM lokal mampu menciptakan lapangan kerja, menggerakkan ekonomi keluarga, dan memperkaya khasanah kuliner daerah. Dengan strategi pemberdayaan yang terarah terutama berbasis prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, keadilan, dan keberkahan usaha ini memiliki potensi untuk naik kelas menjadi UMKM yang lebih profesional dan berdaya saing tinggi, baik di tingkat lokal maupun regional.

Bentuk Pemberdayaan UMKM Kuliner di Sentral Kuliner Kaur

Pemberdayaan UMKM kuliner di Sentral Kuliner Kaur merupakan bagian dari upaya strategis pemerintah daerah dalam memperkuat ekonomi masyarakat berbasis sektor riil.⁸ Pemerintah daerah melalui dinas terkait, seperti Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan, telah melaksanakan berbagai program pembinaan yang bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku usaha, baik dari sisi produksi,

pengelolaan, hingga pemasaran. Program-program tersebut antara lain berupa pelatihan kewirausahaan, manajemen keuangan, serta sanitasi makanan, yang diberikan secara periodik kepada para pelaku UMKM di kawasan sentral kuliner. Inisiatif ini menjadi langkah awal yang penting dalam mendorong UMKM lokal untuk lebih siap bersaing secara sehat dan profesional.

Selain pembinaan dari pemerintah, komunitas UMKM yang terbentuk di Sentral Kuliner Kaur juga memainkan peran penting dalam proses pemberdayaan. Komunitas ini menjadi wadah komunikasi, berbagi pengalaman, dan saling mendukung antar pelaku usaha dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Melalui kegiatan rutin seperti diskusi kelompok, pengelolaan agenda bersama, hingga koordinasi dalam pelaksanaan event promosi, komunitas ini mampu menciptakan iklim usaha yang kolaboratif dan suportif. Solidaritas antar anggota komunitas menjadi kekuatan tersendiri dalam menghadapi dinamika pasar dan tantangan internal yang dialami oleh masing-masing usaha.

Inisiatif pemberdayaan juga tumbuh dari kesadaran pelaku usaha itu sendiri, seperti yang dilakukan oleh pemilik Sate Surabaya Etek Sangun. Dalam keterbatasan yang ada, pelaku UMKM ini berupaya meningkatkan kualitas produk dan pelayanan secara mandiri, mulai dari menjaga kebersihan dan keunikan cita rasa, hingga melakukan inovasi menu dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Bentuk pemberdayaan dari dalam ini menjadi wujud nyata dari semangat wirausaha yang resilien dan adaptif, serta mencerminkan pentingnya motivasi internal dalam pengembangan usaha jangka panjang. Bantuan modal juga menjadi komponen penting dalam strategi pemberdayaan. Pemerintah daerah maupun lembaga keuangan syariah telah menawarkan program pembiayaan mikro berbasis akad tanpa riba, sebagai alternatif yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah.⁹ Namun, pemanfaatan program ini masih terbatas karena kurangnya sosialisasi dan keterbatasan literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM. Diperlukan pendekatan yang lebih proaktif dan edukatif agar bantuan modal ini benar-benar bisa mendorong pertumbuhan usaha secara merata dan berkelanjutan, terutama bagi UMKM yang berada di wilayah-wilayah semi-perkotaan seperti Kabupaten Kaur.

Penguatan jaringan distribusi dan pemasaran menjadi tantangan sekaligus peluang yang terus diupayakan dalam pemberdayaan UMKM kuliner. Beberapa strategi seperti partisipasi dalam festival kuliner, promosi melalui media sosial, dan kolaborasi dengan platform digital lokal mulai diterapkan untuk memperluas jangkauan pasar. Dukungan dari pemerintah dan komunitas sangat diperlukan dalam membangun sistem distribusi yang efisien, serta memperkuat kapasitas digital pelaku UMKM agar dapat menyesuaikan diri dengan pola konsumsi modern. Dengan penguatan pada aspek pemasaran ini, UMKM kuliner di Sentral Kuliner Kaur diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan menjangkau pasar yang lebih luas, baik dalam skala lokal maupun regional.

Implementasi Nilai dan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Praktik Usaha

⁸ Muhammad Alfarizi et al., "Digital Banking Dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia: Eksplorasi Sosial-Ekonomi Dan Peran LPS Berbasis PLS-SEM," *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2023): 1–32.

⁹ Antin Ayunda et al., "Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Dalam Mendukung Ekonomi Kerakyatan Dan Pengentasan Kemiskinan Umat," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1 (2025): 1043–52.

Penerapan nilai dan prinsip ekonomi syariah dalam praktik usaha UMKM kuliner seperti *Sate Surabaya Etek Sangun* menjadi aspek penting dalam menciptakan sistem bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga menjunjung nilai-nilai moral dan spiritual. Prinsip-prinsip utama ekonomi syariah seperti kejujuran (*shidq*), keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab sosial telah mulai diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pemilik usaha berkomitmen untuk tidak mengurangi timbangan, menjaga kualitas bahan makanan, dan tidak menaikkan harga secara tidak wajar. Hal ini mencerminkan kesadaran bahwa keberkahan usaha lebih utama daripada keuntungan sesaat.

Kejujuran dan keterbukaan dalam pelayanan menjadi salah satu prinsip yang dijaga oleh pelaku usaha. Dalam hal transaksi, pemilik usaha selalu menjelaskan komposisi bahan dan ukuran porsi secara terbuka kepada pelanggan. Selain itu, praktik tawar-menawar yang adil juga diterapkan untuk menjaga kepuasan kedua belah pihak. Prinsip ini menjadi bentuk nyata dari nilai *amanah* yang sangat dijunjung dalam ekonomi syariah. Kepercayaan pelanggan menjadi modal sosial yang turut menunjang keberlangsungan usaha, apalagi dalam lingkungan masyarakat lokal yang menjunjung tinggi nilai kekeluargaan dan kepercayaan.¹⁰

Dari aspek keadilan, pelaku usaha berusaha memperlakukan seluruh pelanggan dan mitra kerja dengan setara. Tidak ada diskriminasi dalam pelayanan, dan harga yang ditawarkan kepada pelanggan dijaga stabil. Selain itu, usaha ini juga menunjukkan semangat *ta'awun* (tolong-menolong), dengan sesekali membantu usaha tetangga dalam hal pemasaran bersama atau saling merujuk pelanggan. Praktik ini tidak hanya menciptakan ekosistem usaha yang harmonis, tetapi juga mencerminkan bahwa pelaku UMKM memiliki pemahaman bahwa keberhasilan usaha tidak harus dicapai dengan menjatuhkan pesaing, melainkan dengan tumbuh bersama dalam kerangka ukhuwah.

Larangan terhadap praktik riba dan gharar juga menjadi perhatian, terutama dalam hal pembiayaan usaha. Meskipun sebagian besar modal awal berasal dari dana pribadi, pelaku usaha menyatakan keenggannya untuk mengambil pinjaman berbunga dari lembaga konvensional. Jika ada kebutuhan tambahan modal, pelaku lebih memilih sistem bagi hasil dari mitra keluarga atau pinjaman tanpa bunga. Sikap ini menunjukkan adanya pemahaman dasar tentang pentingnya menghindari transaksi yang merugikan secara spiritual dan ekonomi dalam jangka panjang, sekaligus menjadi bentuk kehati-hatian dalam mengelola risiko usaha.¹¹

Secara keseluruhan, integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik usaha di *Sate Surabaya Etek Sangun* meskipun belum sepenuhnya sistematis, telah menunjukkan arah positif menuju usaha yang berbasis ekonomi syariah. Masih dibutuhkan pendampingan dan edukasi lanjutan agar pemahaman terhadap prinsip-prinsip seperti *akad*, *zakat usaha*, serta tanggung jawab sosial usaha dapat ditingkatkan secara menyeluruh. Dengan penguatan nilai-nilai ini, UMKM tidak hanya dapat tumbuh secara ekonomi, tetapi juga menjadi pelaku perubahan sosial yang membawa manfaat lebih luas bagi masyarakat sekitar dalam kerangka ekonomi yang berkeadilan dan berkeberkahan.

Strategi Pengembangan dan Keberlanjutan Usaha Berbasis Ekonomi Syariah

Strategi pengembangan dan keberlanjutan usaha berbasis ekonomi syariah di *Sate Surabaya Etek Sangun* memerlukan pendekatan yang menyeluruh, baik dari sisi produk, pemasaran, manajemen, hingga aspek keuangan. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah inovasi produk, di mana pemilik usaha terus berupaya mempertahankan kualitas cita rasa sate Surabaya yang khas, sekaligus memperkenalkan varian baru untuk menarik minat konsumen. Inovasi ini tidak hanya mencakup variasi menu, tetapi juga perhatian terhadap bahan baku yang halal, berkualitas, dan diperoleh dengan cara yang adil serta berkelanjutan. Melalui inovasi ini, usaha tidak hanya bisa bersaing di pasar lokal, tetapi juga menciptakan diferensiasi yang menarik bagi pelanggan.

Digitalisasi pemasaran menjadi langkah berikutnya yang penting dalam mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Meskipun usaha ini awalnya beroperasi dengan pendekatan pemasaran konvensional, saat ini mulai memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan instan untuk mempromosikan produk. Pemanfaatan teknologi ini memungkinkan usaha untuk

¹⁰ Khaldi Khairunnisa et al., "Dampak Koperasi Syariah Pada Pertumbuhan Umkm Di Kota Serang: Studi Kasus Sektor Perdagangan Dan Jasa," *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 2, no. 02 (2024): 82–96.

¹¹ Putri Nova Khairunisa, "Etika Bisnis Dalam Islam Terhadap Transaksi Terlarang Riba Dan Gharar," *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3, no. 02 (2019): 190–203.

menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun regional.¹² Selain itu, pemasaran digital yang berbasis pada prinsip ekonomi syariah seperti iklan yang tidak menyesatkan dan menjaga etika komunikasi dengan pelanggan menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan usaha tanpa mengabaikan nilai-nilai moral dan integritas usaha.

Manajemen keuangan syariah juga menjadi pilar utama dalam menjaga keberlanjutan usaha. Pemilik usaha menerapkan prinsip-prinsip transparansi, kejujuran, dan kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan. Dalam hal ini, pencatatan transaksi dilakukan secara terstruktur, dan seluruh laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk memudahkan pemantauan aliran kas serta memastikan kepatuhan terhadap prinsip ekonomi syariah.¹³ Selain itu, pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha dilakukan dengan tegas untuk menghindari potensi ketidakberkahan dalam usaha. Dengan pengelolaan keuangan yang transparan, usaha dapat tetap berkembang secara stabil dan menjaga keberlanjutan tanpa terjebak dalam praktik yang merugikan secara finansial atau spiritual.

Kerja sama dengan lembaga keuangan syariah juga menjadi bagian dari strategi keberlanjutan usaha. Sebagai alternatif untuk mendanai ekspansi usaha, pelaku UMKM ini mulai menjajaki kerja sama dengan bank-bank syariah atau lembaga keuangan mikro syariah yang menawarkan pembiayaan tanpa bunga, sesuai dengan prinsip *mudharabah* atau *musyarakah*. Pendekatan ini tidak hanya membantu meningkatkan modal usaha, tetapi juga menjaga keselarasan usaha dengan prinsip ekonomi syariah, yang menekankan pada penghindaran riba dan meningkatkan keberkahan dalam setiap transaksi. Kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah ini juga membuka peluang untuk mendapatkan pendampingan dalam hal pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha.¹⁴

Strategi-strategi ini secara keseluruhan membantu usaha untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan usaha yang tidak hanya mengutamakan aspek profit, tetapi juga keberkahan. Dengan fokus pada kualitas produk, integrasi teknologi dalam pemasaran, serta pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, *Sate Surabaya Etek Sangun* mampu berkembang dengan landasan yang kokoh. Implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam setiap aspek usaha ini tidak hanya berdampak positif pada pertumbuhan usaha, tetapi juga pada dampak sosial yang lebih luas, menciptakan kesejahteraan bagi pemilik usaha, karyawan, dan masyarakat sekitar. Keberlanjutan usaha ini menjadi contoh konkret bagaimana prinsip ekonomi syariah dapat diintegrasikan dalam praktik usaha sehari-hari untuk menciptakan usaha yang berdaya saing tinggi dan bermanfaat secara sosial.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam jurnal ini, dapat disimpulkan bahwa implementasi prinsip ekonomi syariah dalam pengelolaan UMKM kuliner seperti *Sate Surabaya Etek Sangun* memainkan peran krusial dalam menciptakan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberkahan dan keberlanjutan. Penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, keadilan, tolong-menolong, serta penghindaran terhadap riba dan gharar, telah memberikan dasar yang kokoh dalam menjaga integritas usaha. Melalui inovasi produk, digitalisasi pemasaran, serta manajemen keuangan yang transparan, usaha ini mampu menghadapi tantangan pasar dan beradaptasi dengan perubahan zaman, sambil tetap memegang teguh prinsip-prinsip Islam yang mendasari operasionalnya.

Selanjutnya, strategi pemberdayaan yang melibatkan pelatihan, pendampingan, serta kerja sama dengan lembaga keuangan syariah turut mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha. Pemberdayaan UMKM melalui penguatan kapasitas manajerial dan keuangan berbasis syariah memberikan peluang untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jaringan distribusi, baik di pasar lokal maupun regional. Secara keseluruhan, *Sate Surabaya Etek Sangun* menjadi contoh yang baik bagaimana UMKM kuliner dapat berkembang dengan prinsip ekonomi syariah, memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal, serta menciptakan keberlanjutan yang lebih luas bagi masyarakat sekitar.

REFERENSI

Alfarizi, Muhammad, Rastinia Kamila Hanum, Almayda Andriana Firmansyah, and

¹² Prayudhi Fadhillah and A Yuniarti, "Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM Di Era Digital Di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 2, no. 1 (2023): 291–98.

¹³ H M Anwar et al., *Manajemen Pengelolaan Keuangan Syariah* (Cendikia Mulia Mandiri, 2023).

¹⁴ Muhammad Haekal Yunus, Baharuddin Semmaila, and Ratna Dewi, "Pengaruh Risiko Bisnis, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Keberlangsungan Usaha Pada Sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Palopo," *Journal of Management Science (JMS)* 3, no. 2 (2022): 168–99.

- Urwatul Wusqo. "Digital Banking Dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia: Eksplorasi Sosial-Ekonomi Dan Peran LPS Berbasis PLS-SEM." *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2023): 1–32.
- Anwar, H M, S E Rihfenti Ernayani, M Ak, M Iman Taufik, M E SE, M Nuruddin Subhan, M M SE, S Evrina, S E Nasrullah Djamil, and M SI. *Manajemen Pengelolaan Keuangan Syariah*. Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Ayunda, Antin, Indri Gayatri Ramadhani, Reza Fahlevy, and Fitri Hayati. "Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Dalam Mendukung Ekonomi Kerakyatan Dan Pengentasan Kemiskinan Umat." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 18, no. 1 (2025): 1043–52.
- Fadhillah, Prayudhi, and A Yuniarti. "Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM Di Era Digital Di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan* 2, no. 1 (2023): 291–98.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Janah, Ulfa Roudhotun Nurul, and Frances Roi Seston Tampubolon. "Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor Ukm Terhadap Pendapatan Nasional Di Indonesia." *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2024): 739–46.
- Judijanto, Loso, Harmaini Harmaini, Lavlimatria Esya, Ellyana Amran, Firdayetti Firdayetti, and Anandhiya Intan Prabandari. *Ekonomi Syariah: Teori Dan Penerapannya Di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.
- Khairunisa, Putri Nova. "Etika Bisnis Dalam Islam Terhadap Transaksi Terlarang Riba Dan Gharar." *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 3, no. 02 (2019): 190–203.
- Khairunnisa, Khalda, Ahmad Farisyi Al-Hasyir, Azizah Zalfa Salzabil, and Mukhlisotul Jannah. "DAMPAK KOPERASI SYARIAH PADA PERTUMBUHAN UMKM DI KOTA SERANG: STUDI KASUS SEKTOR PERDAGANGAN DAN JASA." *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 2, no. 02 (2024): 82–96.
- Roosinda, Fitria Widiyani, Ninik Sri Lestari, A A Gde Satia Utama, Hastin Umi Anisah, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Siti Hadiyanti Dini Islamiati, Kadek Ayu Astiti, Nurul Hikmah, and Muhammad Iqbal Fasa. *Metode Penelitian Kualitatif*. Zahir Publishing, 2021.
- Saleh, H Muhammad Yusuf, and S E Miah Said. *Konsep Dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Vol. 1. Sah Media, 2019.
- Yunus, Muhammad Haekal, Baharuddin Semmaila, and Ratna Dewi. "Pengaruh Risiko Bisnis, Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Keberlangsungan Usaha Pada Sektor Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Palopo." *Journal of Management Science (JMS)* 3, no. 2 (2022): 168–99.