



Penerapan Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional Umkm Di Madura Dari Persepektif Ekonomi Syariah

Salman Alfarisi¹, M Shofi Saputra², Arisa Qurrotu Aini Lina³, Abdur Rohman⁴

Trunojoyo University, Madura, Indonesia^{1,2,3,4}

230721100142@student.trunojoyo.ac.id¹, 230721100183@student.trunojoyo.ac.id²,

230721100157@student.trunojoyo.ac.id³, abdur.robman@trunojoyo.ac.id⁴

Diserahkan tanggal 25 April 2025 | Diterima tanggal 20 Juni 2025 | Diterbitkan tanggal 30 Juni 2025

Abstract:

The development of information technology has opened up new opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in increasing operational efficiency and business competitiveness. In the Madura region, the MSME digitalization process cannot be separated from the strong socio-religious context, where sharia economic values also influence the pattern of technology adaptation. This study aims to examine the implementation of information technology in MSMEs in Madura, with a focus on the integration of sharia economic principles in the digitalization process. The research approach used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation of MSMEs in various sectors. The results of the study show that the use of technology by MSMEs in Madura has helped increase operational efficiency, especially in terms of communication, promotion, and transaction recording. On the other hand, business actors continue to maintain business practices that are in line with Islamic values, such as honesty, transparency, and avoidance of usury practices. However, obstacles are still found in the form of low digital literacy, limited infrastructure, and minimal ongoing assistance which cause digitalization to not run optimally. Therefore, a supporting strategy is needed in the form of contextual training, an integrated and simple technology system, and strengthening the digital ecosystem based on sharia communities. This finding shows that digitalization and sharia values are not two contradictory things, but can strengthen each other in the development of sustainable and ethical MSMEs.

Keywords: MSMEs, Digitalization, Operational Efficiency, Islamic Economics, Madura.

Abstrak :

Perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Di wilayah Madura, proses digitalisasi UMKM tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial-keagamaan yang kuat, di mana nilai-nilai ekonomi syariah turut memengaruhi pola adaptasi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi teknologi informasi pada pelaku UMKM di Madura, dengan fokus pada integrasi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam proses digitalisasi. Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM di berbagai sektor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi oleh UMKM Madura telah membantu meningkatkan efisiensi operasional, terutama dalam aspek komunikasi, promosi, dan pencatatan transaksi. Di sisi lain, pelaku usaha tetap menjaga praktik bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai keislaman, seperti kejujuran, transparansi, dan penghindaran dari praktik riba. Meskipun demikian, masih ditemukan kendala berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta minimnya pendampingan berkelanjutan yang menyebabkan digitalisasi belum berjalan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi pendukung berupa pelatihan yang kontekstual, sistem teknologi yang terintegrasi dan sederhana, serta penguatan ekosistem digital berbasis komunitas syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan nilai syariah bukanlah dua hal yang bertentangan, melainkan dapat saling menguatkan dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan beretika.

Kata Kunci: *UMKM, Digitalisasi, Efisiensi Operasional, Ekonomi Syariah, Madura.*

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya perubahan ekonomi global, Indonesia masih menaruh harapan besar pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pilar utama perekonomian (Novitasari 2022). UMKM tidak hanya mencerminkan kekuatan ekonomi rakyat, tetapi juga menyimpan identitas sosial dan budaya lokal yang khas (Gugat, Permatasari, and Sugihartono 2023). Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi sumber penghidupan bagi hampir 97% tenaga kerja nasional (Siska, Purwatiningsih, and Hasanudin 2025). Namun, di balik angka-angka tersebut tersimpan kenyataan bahwa sebagian besar UMKM masih berkuat pada persoalan klasik: operasional yang belum efisien, keterbatasan akses pasar, dan hambatan dalam memperoleh pembiayaan yang sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini masyarakatnya (Nurlinda 2024).

Fenomena tersebut semakin kompleks ketika dikaji dalam konteks wilayah Madura (Hannan 2021). Wilayah ini bukan hanya dikenal dengan kekayaan budayanya, tetapi juga dengan karakter masyarakatnya yang sangat memegang teguh nilai-nilai Islam (Dartiningih 2022). UMKM di Madura berkembang pesat, terutama dalam bidang perdagangan, kuliner lokal, dan kerajinan tangan (Wahyudin, Sudarmiati, and Handayati 2025). Meski demikian, mayoritas pelaku usaha masih menjalankan bisnisnya secara konvensional (Aulia et al. 2025). Beberapa di antaranya belum mengenal pencatatan digital, masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, dan sangat terbatas dalam memahami alternatif pembiayaan yang sesuai syariah (Muftia 2024). Alhasil, meskipun potensi ekonomi sangat besar, kemajuan UMKM di Madura masih belum sebanding dengan dinamika perubahan zaman (Intyas, Putritamara, and Haryati 2022).

Teknologi informasi sejatinya membuka ruang baru yang luas bagi pelaku UMKM untuk melakukan lompatan efisiensi (Syahbudi and Ma 2021). Digitalisasi tidak hanya memungkinkan bisnis diproses lebih cepat dan murah, tetapi juga memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah, bahkan mancanegara (Firdaus et al. 2023). Platform seperti marketplace, media sosial, aplikasi kasir digital, hingga sistem pembukuan berbasis cloud telah membuktikan efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing usaha kecil di berbagai daerah (Rumkorem, Kom, and Kastella 2025). Namun, kemajuan teknologi bukanlah sekadar persoalan teknis. Di Madura, penerimaan terhadap teknologi juga harus dipertemukan dengan landasan spiritual dan etika Islam yang telah membentuk cara pandang masyarakat terhadap usaha, transaksi, dan keberkahan (Amelia and Fasa 2022).

Dalam kerangka ekonomi syariah, bisnis tidak semata-mata dijalankan untuk mencari keuntungan, melainkan sebagai bentuk ibadah yang sarat tanggung jawab sosial dan spiritual (Wahyuddin, Amir, and Muin 2024). Ekonomi Islam melarang riba, gharar (ketidakjelasan), dan praktik yang merugikan salah satu pihak. Sebaliknya, ia mendorong sistem pembiayaan yang adil melalui akad-akad seperti mudharabah (kerja sama modal dan tenaga) dan qard (pinjaman tanpa bunga) (Tohari, Ariansyah, and Rahmani 2024). Oleh karena itu, transformasi digital UMKM di Madura perlu diarahkan agar tidak sekadar mengejar efisiensi, melainkan juga memastikan bahwa inovasi-inovasi yang diterapkan tetap dalam koridor syariah, menjunjung etika bisnis, serta memperkuat kepercayaan dan kenyamanan para pelaku usaha (Haya 2025).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam bagaimana penerapan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM di Madura, tanpa mengesampingkan nilai-nilai ekonomi syariah (S Nurrahimah 2022). Penelitian ini tidak hanya bertujuan mendeskripsikan inovasi digital yang sudah dilakukan, tetapi juga memetakan hambatan dan peluang yang dihadapi pelaku usaha dalam proses digitalisasi, serta bagaimana koperasi syariah, pemerintah, dan lembaga pendidikan dapat bersinergi untuk membangun ekosistem digital yang inklusif, berkelanjutan, dan sesuai dengan karakter masyarakat

Madura (Carina et al. 2022). Harapannya, hasil kajian ini dapat menjadi pijakan untuk membangun model pengembangan UMKM berbasis teknologi yang tidak hanya efisien dan adaptif terhadap zaman, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Islam yang menjadi ruh kehidupan masyarakat (Sumarsono, Supardi, and MM 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Kajian ini disusun menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Madura dalam meningkatkan efisiensi operasional, dengan tetap mempertahankan prinsip-prinsip ekonomi syariah (Oktaviany et al. 2025). Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap dimensi kontekstual dan nilai-nilai lokal yang tidak bisa dijelaskan secara angka semata (Laila and Alim 2024).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan yang berfokus pada pelaku UMKM di empat wilayah utama di Madura, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep (Hana and Rahman 2021). Pemilihan informan dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan pelaku usaha yang telah mengintegrasikan unsur teknologi digital dalam operasional usahanya (Misnan and Barizki 2021). Sebanyak lima belas pelaku UMKM terlibat sebagai narasumber, yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan, perdagangan, serta jasa, dan telah menggunakan sarana seperti media sosial, marketplace, aplikasi keuangan digital, serta layanan koperasi syariah berbasis teknologi (Novianty, Dewi, and Anwar 2024).

Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh informasi yang rinci dan reflektif dari masing-masing narasumber (Nartin et al. 2024). Setiap wawancara berlangsung secara langsung di tempat usaha, dengan pendekatan semi-terstruktur agar percakapan tetap fokus, namun tetap memberi ruang bagi narasumber untuk menyampaikan pengalaman dan pandangannya secara bebas (Judijanto et al. n.d.). Beberapa hal yang digali mencakup bagaimana teknologi pertama kali dikenalkan dalam usaha, tantangan yang dihadapi saat menggunakannya, bentuk efisiensi yang dirasakan, serta relevansi penggunaan sistem syariah dalam aktivitas digital mereka (Rachman et al. 2023).

Selain wawancara, dilakukan pula observasi partisipatif untuk melihat langsung penggunaan teknologi di lokasi usaha (Achjar et al. 2023). Aktivitas ini mencakup pengamatan terhadap proses transaksi, manajemen stok, pencatatan keuangan, dan interaksi digital dengan konsumen (Sholikudin, Nikmah, and Kustiwi 2024). Dokumentasi berupa foto kegiatan, tangkapan layar penggunaan aplikasi, dan catatan lapangan turut dikumpulkan sebagai data pendukung (Waruwu et al. 2025).

Data yang diperoleh dari berbagai sumber kemudian dianalisis menggunakan pendekatan tematik (Adelliani, Sucirahayu, and Zanjabila 2023). Proses ini diawali dengan transkripsi wawancara, identifikasi kata kunci, pengelompokan tema, dan penarikan makna yang dikaitkan dengan teori efisiensi operasional dan prinsip-prinsip ekonomi syariah (Ulfatin 2022). Untuk menjaga keabsahan temuan, dilakukan triangulasi antar sumber dan metode, serta validasi data melalui konfirmasi ulang kepada beberapa narasumber (Fathoni n.d.).

Melalui pendekatan ini, diperoleh gambaran yang utuh mengenai bagaimana pelaku UMKM di Madura memahami, merespons, dan memanfaatkan teknologi dalam praktik usaha mereka sehari-hari, sekaligus bagaimana nilai-nilai keislaman tetap menjadi landasan dalam pengambilan keputusan dan penerapan inovasi (Nasir 2023).

PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting terkait bagaimana pelaku UMKM di Madura memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional usaha mereka, serta bagaimana nilai-nilai syariah diintegrasikan dalam proses digitalisasi tersebut. Temuan

dikelompokkan ke dalam empat tema utama: (1) pola pemanfaatan teknologi informasi, (2) bentuk efisiensi yang dicapai, (3) integrasi prinsip ekonomi syariah, dan (4) hambatan serta solusi lokal.

Pola Pemanfaatan Teknologi Informasi oleh UMKM di Madura

Pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Madura menunjukkan pola yang beragam, bergantung pada jenis usaha, usia pelaku, tingkat pendidikan, dan keterpaparan terhadap pelatihan digital. Dari hasil wawancara dan observasi lapangan, penggunaan teknologi dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama: promosi melalui media sosial, distribusi produk melalui marketplace, serta pengelolaan usaha dengan aplikasi digital.

Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Komunikasi

Media sosial merupakan bentuk teknologi yang paling banyak digunakan oleh pelaku UMKM. Hampir seluruh responden memanfaatkan WhatsApp sebagai alat komunikasi utama dengan pelanggan. Selain digunakan untuk menerima pesanan, WhatsApp juga difungsikan untuk menampilkan produk melalui fitur status harian. Banyak pelaku usaha yang secara rutin mengunggah foto barang dagangan setiap pagi sebagai strategi promosi. Salah seorang responden menyatakan:

“Setiap pagi saya unggah foto produk di status WhatsApp. Biasanya, beberapa jam kemudian sudah ada yang menghubungi untuk pesan.”

Kelebihan WhatsApp terletak pada kemudahan penggunaan dan kedekatannya dengan kehidupan sehari-hari, sehingga tidak menimbulkan hambatan teknis. Meskipun demikian, fitur tambahan seperti katalog otomatis dan pesan balasan cepat belum banyak dimanfaatkan.

Selain WhatsApp, platform seperti Facebook dan Instagram juga digunakan, meskipun dengan intensitas yang berbeda. Facebook cenderung digunakan oleh pelaku usaha yang lebih senior, karena sudah terbiasa sejak lama dan memiliki jaringan pelanggan di dalamnya. Sementara itu, Instagram lebih populer di kalangan pelaku usaha muda, terutama untuk produk yang mengutamakan tampilan visual seperti kuliner modern dan fashion.

Meski demikian, sebagian besar pelaku UMKM belum mengembangkan strategi pemasaran digital secara optimal. Konten yang diunggah umumnya bersifat sederhana, tanpa pengolahan visual yang menarik atau perencanaan konten yang konsisten. Penggunaan media sosial masih bersifat instingtif dan belum terintegrasi dengan strategi pemasaran jangka panjang.

Marketplace sebagai Alternatif Penjualan

Marketplace menjadi platform kedua yang mulai dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, terutama mereka yang ingin menjangkau pasar di luar Madura. Platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak mulai digunakan oleh sebagian responden, meskipun tidak semuanya dikelola secara aktif. Beberapa pelaku usaha hanya membuka akun marketplace sebagai formalitas, tanpa benar-benar mengelola stok, promosi, atau interaksi pelanggan secara rutin.

Bagi mereka yang aktif menggunakan marketplace, keuntungan utamanya adalah kemudahan menjual produk lintas daerah. Salah seorang responden dari Pamekasan, misalnya, menyebut bahwa penjualan keripik produksinya meningkat setelah bergabung dengan marketplace. Ia bahkan mengirim pesanan ke kota-kota besar di Jawa dan Kalimantan. Namun di sisi lain, kendala teknis seperti rumitnya proses unggah produk, pengaturan ongkos kirim, hingga kurangnya pemahaman terhadap fitur-fitur marketplace sering kali membuat proses ini tidak berjalan lancar.

Banyak pelaku UMKM yang menyerahkan pengelolaan akun kepada anak atau kerabat yang lebih melek digital. Dalam beberapa kasus, pemanfaatan marketplace bahkan dilakukan secara tidak

langsung melalui jasa reseller. Hal ini mencerminkan bahwa kemampuan digital masih sangat terbatas, dan belum menjadi keterampilan mandiri di kalangan pelaku usaha kecil.

Aplikasi Pembukuan dan Pengelolaan Usaha

Jika dibandingkan dengan media sosial dan marketplace, pemanfaatan aplikasi untuk pencatatan keuangan dan manajemen usaha masih tergolong rendah. Dari seluruh responden, hanya segelintir yang menggunakan aplikasi seperti BukuKas, Kasir Pintar, atau SiApik. Umumnya, mereka adalah pelaku usaha muda yang pernah mengikuti pelatihan digital atau memiliki latar belakang pendidikan menengah.

Bagi sebagian kecil yang menggunakan aplikasi, manfaat yang dirasakan cukup signifikan. Mereka dapat memantau arus kas, melihat laporan keuangan harian, serta mengelola stok dengan lebih rapi. Salah seorang pelaku usaha kuliner menyatakan:

“Dulu saya mencatat semuanya di buku, tapi sering hilang atau lupa. Sekarang pakai aplikasi, tinggal klik, langsung keluar datanya.”

Namun sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual, atau bahkan tidak mencatat sama sekali. Banyak yang menganggap usaha mereka terlalu kecil untuk menggunakan aplikasi, atau merasa kesulitan memahami tampilan antarmuka yang dianggap rumit. Ada pula kekhawatiran terhadap kesalahan teknis, seperti salah input atau kehilangan data.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM masih menjadi tantangan besar, khususnya dalam konteks pengelolaan usaha berbasis data. Keengganan untuk belajar menggunakan aplikasi juga diperparah oleh keterbatasan waktu dan tenaga, karena sebagian besar pelaku usaha harus menangani produksi, penjualan, dan pengiriman sendiri tanpa bantuan staf.

Refleksi Umum terhadap Pola Digitalisasi

Pola pemanfaatan teknologi informasi oleh UMKM di Madura saat ini masih bersifat parsial dan pragmatis. Teknologi lebih banyak digunakan untuk promosi, bukan sebagai alat untuk mengelola usaha secara menyeluruh. Kesadaran akan pentingnya sistem pencatatan, analisis pasar, dan strategi promosi digital yang terstruktur masih belum berkembang secara luas.

Namun demikian, antusiasme pelaku UMKM untuk belajar tetap terlihat, terutama jika didampingi oleh pihak yang dipercaya seperti koperasi syariah, komunitas lokal, atau pendamping lapangan. Dalam konteks Madura yang kental dengan nilai kekeluargaan dan tradisi, keberhasilan digitalisasi sangat dipengaruhi oleh pendekatan yang membumi dan menghormati nilai-nilai lokal.

Efisiensi Operasional yang Dirasakan Pelaku UMKM

Pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Madura telah menunjukkan kontribusi nyata dalam mendorong efisiensi operasional. Meskipun masih terdapat perbedaan tingkat adopsi dan pemahaman antar pelaku, perubahan-perubahan positif mulai dirasakan secara luas, terutama dalam bentuk penghematan waktu, efisiensi biaya, keteraturan pencatatan transaksi, serta peningkatan kapasitas layanan usaha. Secara umum, efisiensi ini tercipta karena teknologi mampu menyederhanakan proses usaha yang sebelumnya bersifat manual, repetitif, dan terbatas oleh ruang dan waktu.

Efisiensi Waktu

Sebelum memanfaatkan teknologi informasi, pelaku UMKM umumnya hanya melayani pelanggan secara tatap muka, baik melalui kunjungan ke rumah, warung, atau tempat produksi. Pola

interaksi ini bersifat terbatas, hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu, dan memakan waktu cukup lama. Dengan kehadiran media sosial dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, komunikasi usaha menjadi lebih cepat dan fleksibel.

Pelanggan kini dapat mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, hingga mendapatkan konfirmasi transaksi dalam waktu yang jauh lebih singkat. Bahkan, banyak pelaku usaha yang dapat tetap menerima pesanan sambil menjalankan aktivitas produksi, karena komunikasi dilakukan secara paralel melalui perangkat seluler. Dalam praktiknya, waktu tunggu pelanggan pun berkurang, sementara pelaku usaha dapat merespons lebih dari satu pelanggan secara bersamaan. Hal ini secara langsung meningkatkan efisiensi dalam alur layanan harian.

Di sisi lain, waktu yang sebelumnya digunakan untuk menjelaskan produk satu per satu kini digantikan oleh unggahan informasi atau katalog digital. Konten tersebut dapat diakses kapan saja oleh pelanggan tanpa harus selalu ditangani langsung oleh pelaku usaha. Efisiensi waktu ini berdampak signifikan terutama pada UMKM skala mikro yang dijalankan sendiri tanpa bantuan tenaga kerja tambahan.

Efisiensi Biaya

Teknologi juga membantu pelaku UMKM menekan biaya, khususnya pada aspek promosi dan komunikasi. Jika sebelumnya promosi dilakukan melalui brosur cetak, spanduk, atau bahkan menyewa ruang promosi di tempat umum, kini promosi dilakukan secara mandiri melalui unggahan di media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Media tersebut dapat dimanfaatkan tanpa biaya tambahan, selain kuota internet yang relatif terjangkau.

Selain menghemat biaya promosi, pelaku usaha juga menghemat ongkos transportasi dan komunikasi karena pelanggan tidak lagi harus datang langsung untuk bertanya atau memesan. Komunikasi yang dilakukan secara daring memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat tanpa harus berpindah tempat atau mencetak materi fisik yang sifatnya satu kali pakai. Dalam jangka panjang, penghematan ini memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk mengalokasikan modal ke aspek produksi atau pengembangan usaha lainnya.

Ketertiban Pencatatan Transaksi

Efisiensi berikutnya terlihat dalam pengelolaan pencatatan keuangan. Beberapa pelaku usaha telah mulai meninggalkan metode pencatatan manual dan beralih ke aplikasi pencatatan digital. Aplikasi seperti BukuKas, SiApik, dan sejenisnya memungkinkan pelaku UMKM mencatat pemasukan, pengeluaran, dan utang-piutang secara lebih sistematis dan real time.

Kehadiran sistem pencatatan ini membantu pelaku usaha memantau arus kas harian, memahami margin keuntungan secara tepat, serta menghindari kesalahan perhitungan yang sebelumnya umum terjadi karena keterbatasan pencatatan manual. Dengan data yang lebih tertata, pelaku usaha dapat mengambil keputusan secara lebih terukur, seperti kapan harus membeli bahan baku, kapan harus menahan pengeluaran, dan sejauh mana usaha mengalami pertumbuhan dari bulan ke bulan.

Namun, tidak semua pelaku UMKM telah mengadopsi sistem ini. Masih ada yang merasa belum terbiasa, atau kesulitan memahami cara kerja aplikasi. Beberapa memilih tetap mencatat secara manual karena merasa lebih nyaman atau karena keterbatasan perangkat yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi tersedia, belum semua pelaku usaha mampu mengakses dan memanfaatkannya secara optimal untuk pengelolaan internal.

Peningkatan Kapasitas Layanan

Sebelum adanya pemanfaatan teknologi, pelaku usaha hanya melayani pelanggan dari lingkungan sekitar. Dengan digitalisasi, jangkauan layanan menjadi lebih luas. Pelanggan dari luar

daerah dapat memesan produk melalui platform digital, dan pesanan dikirimkan menggunakan jasa ekspedisi. Dengan demikian, kapasitas pelayanan bertambah tanpa perlu membuka cabang fisik atau menambah staf penjualan.

Selain memperluas pasar, pelaku usaha juga menjadi lebih fleksibel dalam mengatur alur produksi dan pengiriman. Pemesanan dapat dikumpulkan terlebih dahulu, kemudian diproses dan dikirim dalam jumlah besar. Pelaku usaha yang menjalankan semua proses sendirian pun dapat mengatur waktu secara lebih efisien karena sistem pemesanan telah tertata melalui komunikasi daring dan aplikasi catatan sederhana.

Fungsi-fungsi otomatisasi ringan seperti katalog produk, jadwal pengingat, dan fitur pelacakan pengiriman memperkuat kontrol pelaku usaha terhadap setiap transaksi. Secara tidak langsung, ini meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mempercepat perputaran usaha.

Hambatan dalam Mewujudkan Efisiensi Menyeluruh

Meskipun berbagai manfaat efisiensi telah dirasakan, belum semua pelaku UMKM berhasil menerapkan teknologi secara utuh dalam seluruh aspek usaha. Sebagian besar pengguna baru masih memanfaatkan teknologi sebatas promosi dan komunikasi, tanpa menyentuh aspek pengelolaan keuangan, manajemen stok, atau evaluasi usaha.

Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital. Beberapa pelaku usaha merasa ragu untuk menggunakan aplikasi keuangan karena belum terbiasa atau takut melakukan kesalahan. Selain itu, tidak semua daerah memiliki akses internet yang memadai. Di kawasan pinggiran atau pelosok Madura, koneksi jaringan sering kali tidak stabil, sehingga menyulitkan pelaku usaha untuk menggunakan sistem berbasis daring secara konsisten.

Pendampingan teknis juga menjadi kebutuhan yang belum sepenuhnya tersedia. Pelatihan yang pernah diselenggarakan bersifat satu kali dan tidak berkelanjutan, sehingga pelaku usaha kesulitan jika menghadapi kendala teknis di kemudian hari. Akibatnya, banyak yang kembali ke cara lama meskipun menyadari bahwa sistem digital menawarkan manfaat yang lebih besar.

Integrasi Nilai-Nilai Syariah dalam Proses Digitalisasi

Digitalisasi usaha di lingkungan UMKM Madura tidak dapat dilepaskan dari corak religiusitas masyarakatnya yang kuat. Pelaku usaha tidak hanya melihat teknologi sebagai alat untuk mempercepat transaksi, melainkan juga mempertimbangkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai Islam yang mereka anut dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, ekonomi syariah tidak semata-mata dipahami sebagai sistem keuangan formal, tetapi juga sebagai seperangkat nilai yang membimbing sikap, keputusan, dan perilaku dalam menjalankan aktivitas ekonomi.

Proses integrasi antara digitalisasi dan prinsip ekonomi syariah tidak terjadi secara instan atau formalistik, melainkan melalui adaptasi bertahap dan praksis sosial yang tumbuh dari bawah. Artinya, banyak pelaku usaha yang telah menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas digital mereka, meskipun tanpa menyebut istilah teknis atau tanpa melibatkan institusi keuangan syariah secara langsung. Integrasi ini tampak dalam empat aspek utama berikut.

Kesadaran Pelaku Usaha terhadap Prinsip-Prinsip Syariah

Pelaku UMKM di Madura pada umumnya memiliki kesadaran bahwa usaha bukan semata-mata sarana mencari penghasilan, tetapi juga bagian dari ibadah dan tanggung jawab moral. Dalam menjalankan usaha, mereka menghindari praktik-praktik yang dianggap tidak sesuai syariat, seperti penipuan, riba, atau eksploitasi pelanggan. Kesadaran ini terbentuk melalui tradisi pesantren, pengajian rutin, dan nilai-nilai sosial keislaman yang diwariskan secara turun-temurun.

Dalam praktik digital, sikap ini tercermin dalam upaya menjaga kejujuran saat memasarkan produk secara daring, tidak memberikan informasi palsu, dan tidak menetapkan harga secara

berlebihan. Pelaku usaha juga cenderung memilih mitra usaha atau penyedia layanan keuangan yang dianggap amanah dan sesuai syariah, meskipun tidak semua dari mereka memahami sistem ekonomi syariah secara konseptual.

Kesadaran ini bukan sekadar simbolis, tetapi benar-benar membentuk bagaimana pelaku UMKM merancang strategi promosi, menentukan sistem pembayaran, hingga menanggapi komplain pelanggan. Mereka berupaya agar usaha yang dijalankan tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga menenangkan secara batin.

Pemanfaatan Layanan Keuangan Syariah berbasis Digital

Dalam hal pembiayaan, sebagian pelaku UMKM menunjukkan preferensi terhadap lembaga keuangan syariah, terutama koperasi yang beroperasi dengan prinsip Islami. Koperasi ini tidak hanya menyediakan dana usaha, tetapi juga memberi bimbingan moral dan manajerial dalam pengelolaan keuangan. Beberapa koperasi di Madura bahkan telah mengembangkan sistem layanan berbasis aplikasi sederhana, yang memungkinkan pelaku usaha memantau cicilan, membaca laporan, hingga mengakses informasi pelatihan secara daring.

Penggunaan layanan digital ini memperkuat hubungan antara prinsip keuangan syariah dan efisiensi usaha. Pelaku usaha tidak hanya terbantu secara administratif, tetapi juga merasa lebih yakin bahwa sistem yang digunakan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan keyakinan mereka. Teknologi dalam hal ini tidak sekadar mempercepat proses, tetapi juga berfungsi sebagai alat kontrol moral dalam manajemen usaha.

Meskipun belum semua koperasi mengembangkan aplikasi digital secara menyeluruh, langkah awal ini menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan ekosistem keuangan syariah berbasis teknologi yang lebih inklusif, sederhana, dan mudah diakses oleh pelaku UMKM di daerah.

Penerapan Etika Syariah dalam Layanan Usaha Digital

Nilai-nilai dasar dalam etika bisnis Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*amanah*), keterbukaan (*tabligh*), dan profesionalisme (*itqan*) menjadi bagian penting dalam cara pelaku UMKM berinteraksi secara digital. Meskipun proses penjualan berpindah ke platform daring, sebagian besar pelaku tetap menjaga etika komunikasi dengan pelanggan, seperti menyampaikan deskripsi produk secara akurat, memberikan informasi harga yang jelas, serta memenuhi janji waktu pengiriman.

Etika ini juga tercermin dalam cara pelaku usaha menangani kesalahan. Jika terjadi keterlambatan atau kekeliruan pengiriman, pelaku tidak serta-merta menyalahkan pelanggan atau pihak lain, melainkan berusaha menjelaskan dengan baik dan memperbaiki tanpa menimbulkan kerugian di pihak konsumen. Sikap ini tumbuh dari pemahaman bahwa pelanggan adalah amanah dan bahwa keberkahan usaha bergantung pada sikap jujur dan bertanggung jawab.

Digitalisasi yang berbasis pada prinsip etika semacam ini memberi warna berbeda pada pola transaksi daring di kalangan pelaku usaha kecil. Mereka tidak hanya memikirkan performa algoritma, tetapi lebih menekankan kepercayaan dan keberkahan sebagai kunci keberlanjutan usaha.

Tantangan dan Peluang Penguatan Integrasi

Meskipun nilai-nilai syariah telah hadir secara substantif dalam aktivitas usaha pelaku UMKM, tantangan tetap ada. Salah satunya adalah kesenjangan antara nilai-nilai yang diyakini dengan sistem digital yang tersedia. Sebagian besar aplikasi keuangan dan pemasaran digital belum menyediakan fitur khusus yang mendukung pelaksanaan prinsip-prinsip syariah secara formal, seperti simulasi akad, pengingat zakat usaha, atau pencatatan pembagian keuntungan berdasarkan sistem syariah.

Di sisi lain, pemahaman pelaku usaha terhadap istilah atau struktur formal ekonomi syariah masih terbatas. Banyak yang menjalankan nilai-nilainya, tetapi tidak mengetahui bahwa praktik mereka selaras dengan prinsip syariah. Hal ini menyulitkan proses standarisasi atau penguatan kelembagaan ekonomi Islam di tingkat akar rumput.

Namun demikian, peluang penguatan tetap terbuka lebar. Dengan pengembangan aplikasi yang lebih kontekstual, pelatihan daring yang praktis, serta sinergi antara pesantren, koperasi, dan komunitas digital, nilai-nilai ekonomi syariah dapat diintegrasikan lebih sistematis dalam sistem digital yang berkembang. Upaya ini tidak hanya akan meningkatkan efisiensi dan keberdayaan UMKM, tetapi juga memperluas ruang syiar ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Tantangan dan Strategi Pemecahan

Transformasi digital dalam sektor UMKM Madura menyimpan potensi yang sangat besar untuk mendorong efisiensi, keteraturan, dan perluasan pasar. Namun, keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, melainkan juga kesiapan pengguna, ekosistem pendukung, serta integrasi nilai-nilai lokal yang relevan. Dalam pelaksanaannya, sejumlah tantangan muncul dari berbagai sisi—baik teknis, sosial, maupun struktural—yang harus dicermati secara mendalam agar proses digitalisasi tidak berhenti di permukaan.

Berikut ini adalah empat tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi, beserta strategi pemecahan yang dapat dilakukan secara kontekstual dan bertahap.

Keterbatasan Literasi Digital dan Kesiapan SDM

Salah satu hambatan mendasar dalam proses digitalisasi UMKM adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, terutama mereka yang berada pada kelompok usia menengah ke atas atau dengan latar belakang pendidikan terbatas. Banyak pelaku usaha yang hanya terbiasa menggunakan ponsel untuk keperluan dasar, seperti menerima telepon atau bertukar pesan, namun belum memahami cara menggunakan aplikasi penjualan, pembukuan, atau pemasaran digital.

Kondisi ini diperparah oleh ketergantungan pada orang lain, seperti anak atau tetangga, dalam mengoperasikan perangkat digital. Pelaku usaha sering kali merasa takut salah mengoperasikan aplikasi, cemas kehilangan data, atau kebingungan menghadapi masalah teknis yang sederhana. Akibatnya, sebagian besar hanya memanfaatkan sebagian kecil dari potensi teknologi yang tersedia.

Strategi Pemecahan:

- Pelatihan digital harus dirancang berbasis kebutuhan dan kapasitas pelaku UMKM, menggunakan pendekatan langsung dan visual (praktik langsung, bukan teori panjang).
- Materi pelatihan perlu menggunakan bahasa lokal atau dialek Madura, dengan contoh-contoh yang relevan dengan jenis usaha setempat.
- Pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan, misalnya melalui pendamping komunitas berbasis koperasi, pesantren, atau tokoh lokal yang dihormati, agar proses belajar terasa lebih membumi dan tidak mengintimidasi.

Kesenjangan Akses Infrastruktur Teknologi

Digitalisasi menuntut konektivitas internet yang stabil, perangkat yang memadai, serta daya dukung lingkungan yang memfasilitasi kelancaran operasional daring. Namun kenyataannya, tidak semua wilayah di Madura memiliki akses yang merata terhadap hal tersebut. Di beberapa daerah pedesaan atau pesisir, sinyal internet masih lemah, listrik tidak selalu stabil, dan biaya kuota menjadi beban tersendiri bagi pelaku usaha berskala mikro.

Ketimpangan akses ini menyebabkan pelaku usaha di wilayah tersebut tidak memiliki peluang yang sama dalam memanfaatkan teknologi, sehingga kesenjangan digital antarwilayah semakin

lebar. Bahkan ketika pelatihan sudah dilaksanakan, keberlanjutan praktik digital terhambat oleh keterbatasan teknis dasar yang belum terselesaikan.

Strategi Pemecahan:

- Pemerintah daerah perlu menjadikan pemerataan akses digital sebagai bagian dari program pemberdayaan ekonomi berbasis wilayah, dengan fokus pada UMKM.
- Kolaborasi antara pemerintah, penyedia layanan internet, dan koperasi desa dapat diformulasikan untuk menghadirkan titik akses WiFi publik, subsidi kuota, atau penguatan infrastruktur sinyal di titik-titik strategis.
- Aplikasi yang digunakan oleh pelaku UMKM harus didesain ringan dan hemat data, sehingga tetap dapat berjalan pada perangkat sederhana dengan koneksi terbatas.

Fragmentasi dalam Penerapan Teknologi

Sebagian besar pelaku UMKM baru mengadopsi teknologi untuk kegiatan dasar, seperti menerima pesanan melalui WhatsApp atau mempromosikan produk di media sosial. Namun, fungsi teknologi lainnya seperti pembukuan, analisis penjualan, pengelolaan stok, dan laporan keuangan masih jarang diterapkan. Digitalisasi yang parsial ini menyebabkan proses usaha tidak terkelola secara sistematis.

Ketiadaan sistem yang terintegrasi membuat pelaku usaha tetap mengandalkan ingatan atau pencatatan manual dalam mengelola transaksi. Banyak yang tidak mengetahui secara pasti berapa keuntungan bersih yang diperoleh, seberapa besar piutang pelanggan, atau kapan usaha mengalami penurunan penjualan.

Strategi Pemecahan:

- Perlu dikembangkan model aplikasi yang terintegrasi dan ramah pengguna, yang tidak hanya menyediakan satu fungsi, tetapi mencakup kebutuhan utama UMKM dalam satu platform sederhana.
- Edukasi tentang pentingnya integrasi fungsi digital (dari promosi, pemesanan, hingga pencatatan) perlu diberikan secara bertahap, agar pelaku usaha memahami nilai jangka panjang dari pengelolaan yang sistematis.
- Koperasi, pesantren, atau komunitas usaha lokal dapat dilibatkan sebagai pengguna awal (pilot users) untuk membangun kepercayaan dan memperlihatkan contoh keberhasilan yang dapat ditiru oleh pelaku usaha lainnya.

Minimnya Pendampingan Berkelanjutan dan Ekosistem Penunjang

Banyak program pelatihan digital atau dukungan perangkat yang sifatnya hanya satu kali kegiatan, tanpa adanya kelanjutan atau mekanisme pendampingan jangka panjang. Setelah pelatihan selesai, pelaku usaha kembali ke kebiasaan lama karena tidak ada saluran untuk bertanya, berbagi kendala, atau menerima pembaruan informasi. Program-program semacam ini sering kali lebih menekankan pada output administratif dibandingkan proses pemberdayaan yang sejati.

Selain itu, belum terbentuknya ekosistem digital di tingkat lokal membuat pelaku usaha bekerja secara individual. Tidak ada sistem rujukan, jejaring usaha, atau dukungan komunitas digital yang mendorong keterlibatan aktif antar pelaku UMKM.

Strategi Pemecahan:

- Membangun sistem pendampingan berbasis komunitas yang melekat pada koperasi syariah, pesantren, atau lembaga pendidikan vokasional seperti SMK, agar proses digitalisasi berjalan dalam ekosistem yang stabil.
- Membentuk forum berbasis wilayah atau sektor usaha, yang memungkinkan pertukaran pengalaman, dukungan moral, dan kolaborasi antar pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan digital.

- Merancang roadmap digitalisasi UMKM yang terdiri dari fase persiapan, implementasi, penguatan kapasitas, dan evaluasi, sehingga proses transformasi berjalan terarah dan tidak terputus di tengah jalan.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM di Madura telah berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional, khususnya dalam aspek penghematan waktu, pengelolaan biaya promosi, keteraturan pencatatan transaksi, dan perluasan jangkauan layanan. Digitalisasi membantu pelaku usaha mengelola aktivitas bisnis secara lebih praktis dan responsif, meskipun tingkat pemanfaatan teknologi masih didominasi oleh fungsi-fungsi dasar seperti komunikasi dan promosi. Sebagian pelaku usaha telah menunjukkan inisiatif untuk menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, namun belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem manajerial yang komprehensif. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa pelaku UMKM tidak sekadar mengadopsi teknologi untuk alasan praktis, melainkan juga mempertimbangkan kesesuaian dengan nilai-nilai keislaman yang telah mengakar kuat dalam kehidupan sosial masyarakat Madura. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keterbukaan, penghindaran riba, dan semangat menjaga keberkahan usaha secara konsisten hadir dalam praktik digital mereka.

Meski demikian, proses digitalisasi UMKM masih menghadapi sejumlah hambatan penting. Keterbatasan literasi digital, keterjangkauan infrastruktur internet yang belum merata, serta minimnya pendampingan teknis yang berkelanjutan menjadi faktor penghambat utama dalam optimalisasi teknologi. Digitalisasi masih berjalan secara parsial dan belum didukung oleh sistem terpadu yang dapat menjawab kebutuhan pelaku UMKM secara utuh. Selain itu, belum adanya pendekatan pelatihan yang benar-benar berbasis lokal turut memperlambat proses adaptasi digital di tingkat akar rumput.

Oleh karena itu, diperlukan strategi penguatan melalui pelatihan kontekstual yang mengakomodasi karakteristik pelaku UMKM, pengembangan aplikasi digital yang sederhana dan relevan, serta pembangunan ekosistem usaha berbasis komunitas, seperti koperasi syariah atau lembaga pendidikan keislaman. Pemerintah daerah, penyedia layanan teknologi, dan institusi pemberdayaan masyarakat perlu membangun kolaborasi yang lebih terstruktur dan berorientasi jangka panjang. Jika proses digitalisasi dikelola secara inklusif dan sinergis, maka tidak hanya akan mendukung efisiensi operasional UMKM, tetapi juga memperkuat model bisnis berbasis nilai yang sesuai dengan tradisi lokal dan prinsip ekonomi Islam. Dengan demikian, digitalisasi tidak semata menjadi respon terhadap perkembangan teknologi, melainkan juga sebagai bentuk adaptasi sosial-ekonomi yang beretika dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, Komang Ayu Henny, Muhamad Rusliyadi, A. Zaenurrosyid, Nini Apriani Rumata, Iin Nirwana, And Ayuliamita Abadi. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis Untuk Analisis Data Kualitatif Dan Studi Kasus*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Adelliani, Namirah, Citra Afny Sucirahayu, And Azmiya Rahma Zanjabila. 2023. *Analisis Tematik Pada Penelitian Kualitatif*. Penerbit Salemba.
- Amelia, Siti, And Muhammad Iqbal Fasa. 2022. "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada Umkm Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1(4):305–13.
- Aulia, Ismi Fitri, Mohammad Faris, Subhan Subhan, Rika Syahadatina, Alfi Hasaniyah, Devi Lestari

- Pramita Putri, And Jamilatul Badriyah. 2025. "Empowering Odheng Artisans Through Strengthening Entrepreneurship And Branding Of Traditional Products In West Pademawu." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Al-Fatimah* 2(1).
- Carina, Tiara, R. R. Maria Yulia Dwi Rengganis, Ni Made Indah Mentari, Fitriasia Munir, Musa Fernando Silaen, Leonita Siwiyanti, Vivi Usmayanti, Irfan Sophan Himawan, Endang Susilawati, And Auliffi Ermian Challen. 2022. *Percepatan Digitalisasi Umkm Dan Koperasi*. Tohar Media.
- Dartiningsih, Bani Eka. 2022. *Budaya Dan Masyarakat Madura*. Penerbit Adab.
- Fathoni, Mukhamad. N.D. "Teknik Pengumpulan Data."
- Firdaus, Rahmad, S. Kel, Sapta Aji Sri Margiutomo, S. Kom, Irma Maria Dulame, M. M. Se, S. E. Dwi Hastuti, S. T. Yulhendri, S. T. Okma Yendri, And S. E. Bayu. 2023. *Tren Bisnis Digital (Optimasi & Optimalisasi Usaha Berbasis Digitalisasi)*. Efitra, S. Kom., M. Kom.
- Gugat, Topan Dewa, Sindi Permatasari, And Aep Sugihartono. 2023. "Branding Umkm Bismatik Sebagai Project Based Learning." *Senada: Semangat Nasional Dalam Mengabdikan* 3(3):9–16.
- Hana, Ubaid Aisyul, And Azibur Rahman. 2021. "Optimalisasi Pariwisata Syariah Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Lokal Masyarakat Madura." *Greenomika* 3(2):63–73.
- Hannan, Abd. 2021. "Dinamika Pembangunan Ekonomi Di Madura Pada Era Kebiasaan Baru Covid-19; Tantangan Dan Peluangnya." *Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam* 18(2):168–95.
- Haya, Siti Ainur. 2025. "Peluang Dan Tantangan Implementasi Teknologi Informasi Dalam Bisnis Syariah." *Journal Of Islamic Finance And Economics* 2(02):151–64.
- Intyas, Candra Adi, Jaisy Aghniarahim Putritamara, And Novi Haryati. 2022. *Dinamika Agrobisnis Era Vuca: Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*. Universitas Brawijaya Press.
- Judijanto, Loso, M. Mm, Guntur Arie Wibowo, M. Pd Karimuddin, Harun Samsuddin, C. Mm, Askar Patahuddin, M. E. Dr Annisa Fitri Anggraeni, M. M. Se, And Ciisa Dr Raharjo. N.D. "Research Design."
- Laila, Rahma Qumil, And Mohammad Nizarul Alim. 2024. "Analisis Halal Value Chain Untuk Self Declare: Studi Pada Halal Centre Universitas Trunojoyo Madura." *Istithmar* 8(1):60–73.
- Misnan, Misnan, And Rezzi Nanda Nanda Barizki. 2021. "Strategi Komunikasi Bisnis Hipmikindo Dalam Mensinergikan Sumberdaya Akademisi Dan Pelaku Umkm." *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 20(2):226–41.
- Muftia, Nisa Ul. 2024. "Analisis Peran Usaha Mikro Kecil Menengah Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pabrik Kopi Qahwa Desa Pulo Kawa Kecamatan Tangse)".
- Nartin, S. E., S. E. Faturrahman, M. Ak, H. Asep Deni, C. Q. M. Mm, Yuniawan Heru Santoso, S. Se, S. T. Paharuddin, I. Wayan Gede Suacana, And Etin Indrayani. 2024. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Nasir, Moechammad. 2023. "Bab 4 Konsep Bisnis Dalam Perspektif Syariah." *Ekonomi Dan Bisnis Islam: Konsep Dan Aplikasi Terkini* 49.
- Novianty, Rozalina, Sangrila Puspita Dewi, And Khoyrul Anwar. 2024. "Strategi Digitalisasi Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Pasca Pandemi." *Jurnal Administrasi Bisnis* 4(2):50–59.
- Novitasari, Anindita Trinura. 2022. "Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah." *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)* 9(2):184–204.
- Nurlinda, S. E. 2024. *Dinamika Umkm: Permasalahan, Potensi Dan Strategi*. Penerbit Andi.
- Oktaviany, Mega, Muhammad Fachrurrazy, S. E. I. Fauziah, Mitra Sami Gultom, Awps Mei, M. S. I. Maksum, M. E. Ubaidullah Muayyad, S. E. Joko Setyono, S. Sy Muktirrahman, And M. E.

- Fatkhur Rohman Albanjari. 2025. *Metodologi Penelitian Dalam Ekonomi Syariah*. Cv Rey Media Grafika.
- Rachman, Anita Kurnia, Astria Prameswari, Desy Irafadillah Effendi, Dini Restiyanti Pratiwi, Hairul Imam, I. Putu Oka Suardana, Ika Febriani, Ida Yeni Rahmawati, Ixsir Eliya, And Lailatul Fitriah. 2023. "Filsafat Bahasa Dan Sastra Dalam Berbagai Perspektif."
- Rumkorem, Garzia Corona Utama, S. Kom, And Yulia Cahyawati Kastella. 2025. *Sistem Informasi Manajemen Dalam Bisnis Digital*. Cendikia Mulia Mandiri.
- S Nurrahimah, S. Nurrahimah. 2022. "Entrepreneurship Dalam Perspektif Ekonomi Islam."
- Sholikudin, Mukhamad, Anisa Lilatul Nikmah, And Irda Agustin Kustiwi. 2024. "Peran Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pemanfaatan Teknologi Terhadap Pembukuan Digital Pada Umkm Kampung Kue." *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 2(2):61-72.
- Siska, Elmira, Purwatiningsih Purwatiningsih, And Hasanudin Hasanudin. 2025. "Mendongkrak Kinerja Umkm: Peran Financial Literacy, Credit Scoring, Dan Kebijakan Pemerintah." *Yayasan Drestanta Pelita Indonesia*.
- Sumarsono, Tanto Gatot, H. Supardi, And S. E. Mm. 2021. *Kewirausahaan Teori & Praktik*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Syahbudi, Muhammad, And S. E. I. Ma. 2021. *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing Umkm Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentabelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Tohari, Mustofa, Ary Fatkurrochman Ariansyah, And Zikri Rahmani Rahmani. 2024. "- Implementasi Akhlak Al Karimah Di Dalam Ekonomi Islam:-." *Jurnal Bilqolam Pendidikan Islam* 5(2):1-12.
- Ulfatin, Nurul. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Wahyuddin, Wahyuddin, A. M. Nur Atma Amir, And Rahmawati Muiin. 2024. "Transformasi Bisnis Sebagai Wahana Ibadah Dan Muamalah Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *At-Tawasuth: Jurnal Ekonomi Islam* 9(1):57-72.
- Wahyudin, Ahmad, Sudarmiatiin Sudarmiatiin, And Puji Handayati. 2025. "Peran Digitalisasi Dan Inovasi Produk Dalam Mendorong Umkm Go Ekspor Di Era Ekonomi Global Di Pulau Madura." *Jurnal Investasi Islam* 6(1):763-75.
- Waruwu, Marinu, Siti Natijatul Puat, Patrisia Rahayu Utami, Elli Yanti, And Marwah Rusydiana. 2025. "Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 10(1):917-32.