



# Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Ekonomi Syariah dalam Mendukung Penguatan Ekonomi Lokal: Oishi Dimsum di Kota Bengkulu

Nurrahma Hidayah<sup>1</sup>, Eta Arisa<sup>2</sup>, Uswatun Hasanah<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

E-mail: [nurrahmahidayah89@gmail.com](mailto:nurrahmahidayah89@gmail.com)<sup>1</sup>, [etaarisa23@gmail.com](mailto:etaarisa23@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>3</sup>

\*Penulis Korespondensi: [nurrahmahidayah89@gmail.com](mailto:nurrahmahidayah89@gmail.com)

**Abstract.** *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in strengthening the local economy through job creation and increasing community income. In the perspective of Islamic economics, MSME empowerment is not only profit-oriented but also emphasizes values such as justice, honesty, and transparency in business activities. However, studies on Islamic economic-based MSME empowerment strategies in the local culinary sector, particularly among micro-scale businesses in regions such as Bengkulu City, remain limited. This study aims to analyze the strategies of Islamic economic-based MSME empowerment in supporting local economic strengthening at Oishi Dimsum in Bengkulu City. This research employs a qualitative method with a descriptive approach, using observation, in-depth interviews, and documentation as data collection techniques. The results indicate that the strategies include product innovation, the use of digital media, improvement of service quality, and strengthening of business management. The implementation of Islamic economic principles is reflected in the use of halal raw materials, price transparency, and ethical business practices. Furthermore, the business contributes to local economic strengthening by creating employment opportunities and increasing community income. This study concludes that Islamic economic-based MSME empowerment plays an important role in supporting sustainable local economic development.*

**Keywords:** *Business; Empowerment; Islamic Economics; Local Economy; MSMEs.*

**Abstrak.** Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung penguatan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Dalam perspektif ekonomi syariah, pemberdayaan UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menekankan nilai keadilan, kejujuran, dan transparansi dalam kegiatan usaha. Namun, kajian mengenai strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah pada sektor kuliner lokal, khususnya pada usaha skala mikro di daerah seperti Kota Bengkulu, masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah dalam mendukung penguatan ekonomi lokal pada Oishi Dimsum di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan meliputi inovasi produk, pemanfaatan media digital, peningkatan kualitas pelayanan, dan penguatan manajemen usaha. Penerapan prinsip ekonomi syariah tercermin dari penggunaan bahan baku halal, transparansi harga, dan etika bisnis. Selain itu, usaha ini berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah berperan dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Ekonomi Lokal; Ekonomi Syariah; Pemberdayaan; UMKM; Usaha.

## 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dipahami sebagai bentuk usaha produktif yang dijalankan oleh individu maupun kelompok dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. UMKM juga mampu menjadi solusi dalam mengurangi tingkat pengangguran melalui penciptaan lapangan pekerjaan serta membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar dalam membangun kestabilan ekonomi, khususnya di tingkat local (Idayu & Husni, 2021). Sebagai contohnya dapat dilihat Ketika Indonesia sedang dilanda krisis, hanya sektor UMKM yang mampu bertahan dalam krisis tersebut, karena UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja yang terkena PHK dan memberikan sumber pendapatan tambahan bagi angkatan kerja (Khairani & Rantaprasaja, 2024). Pembangunan ekonomi suatu bangsa tidak hanya diukur dari tingginya pertumbuhan ekonomi secara agregat, namun juga dari bagaimana manfaat dari pertumbuhan tersebut dapat dinikmati secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat (Kamran et al., 2023). Ekonomi inklusif dan berkelanjutan telah menjadi paradigma global yang menekankan pada perluasan kesempatan ekonomi, pengentasan ketimpangan, dan pelestarian lingkungan untuk generasi mendatang (Xetor & Mensah, 2025). Dalam konteks ini, perekonomian lokal seringkali menjadi fondasi sekaligus barometer utama untuk menilai keberhasilan pembangunan yang inklusif (Masri, 2025). Penguatan ekonomi lokal tidak hanya menciptakan lapangan kerja di tingkat akar rumput tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi nasional dari bawah. Namun, pencapaian tujuan luhur ini menghadapi tantangan kompleks yang memerlukan intervensi yang strategis dan terarah (Hutajulu et al., 2024).

Di Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan dan keanekaragaman daerah yang luar biasa, potensi ekonomi lokal merupakan aset strategis yang belum sepenuhnya tergali secara optimal (Hartanti et al., 2025). Potensi tersebut mencakup sektor-sektor unggulan seperti pertanian, perikanan, pariwisata, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi penopang hidup bagi sebagian besar masyarakat. Sayangnya, banyak potensi ini masih terbentur pada berbagai masalah klasik, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, terbatasnya akses kepada teknologi dan pasar, serta infrastruktur yang belum memadai. Akibatnya, kontribusi ekonomi lokal terhadap perekonomian yang lebih luas seringkali tidak maksimal dan rentan terhadap guncangan ekonomi.

Dalam pembangunan ekonomi daerah, penguatan ekonomi lokal menjadi salah satu aspek yang sangat penting. Ekonomi lokal yang kuat dapat mendorong masyarakat untuk lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan hidup, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat daya saing ekonomi wilayah. Pelaku UMKM menjadi aktor utama dalam proses pendampingan mengenai peningkatan kapasitas digitalisasi sehingga diperlukan keterlibatan secara langsung dalam pengambilan keputusan antara penyedia jasa platform sosial dan pelaku UMKM sehingga pembentukan kebijakan bisa sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai (Digital & Aksi, 2021).

Aktivitas UMKM yang dekat dengan kebutuhan masyarakat menjadikan sektor ini sebagai salah satu penggerak utama dalam memperlancar perputaran ekonomi di lingkungan sekitar. Oleh sebab itu, perkembangan UMKM perlu terus didorong agar mampu memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat (Olii et al., 2025). Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut pelaku UMKM untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. Dalam kondisi tersebut, ekonomi syariah menjadi salah satu pendekatan yang dapat diterapkan sebagai dasar dalam menjalankan usaha. Ekonomi syariah tidak hanya memandang usaha dari sisi keuntungan semata, tetapi juga menekankan pentingnya nilai keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam setiap kegiatan bisnis. Dengan penerapan prinsip syariah, aktivitas usaha diharapkan dapat berjalan secara sehat dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi semua pihak.

Penerapan ekonomi syariah dalam UMKM dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti penggunaan bahan baku yang halal, transaksi yang jelas dan terbuka, menghindari unsur riba, serta menjaga kualitas produk dan pelayanan. Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan penting dalam membangun kepercayaan konsumen sekaligus menjaga keberlangsungan usaha. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah tidak hanya memberikan nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan moral. Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan cukup pesat adalah sektor kuliner. Bidang usaha ini memiliki peluang besar karena makanan merupakan kebutuhan utama masyarakat yang selalu dibutuhkan setiap hari. Di Kota Bengkulu, perkembangan usaha kuliner semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dan tingginya minat terhadap produk makanan yang praktis dan berkualitas. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dan memperluas pasar.

Oishi Dimsum merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner yang berkembang di Kota Bengkulu. Usaha ini mampu menarik perhatian konsumen melalui variasi produk, kualitas rasa, serta strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital. Selain itu, Oishi Dimsum juga menerapkan beberapa prinsip ekonomi syariah dalam menjalankan usahanya, seperti menjaga kehalalan bahan baku, menerapkan harga yang transparan, serta menjaga etika dalam pelayanan kepada konsumen. Hal ini menjadikan Oishi Dimsum menarik untuk dikaji lebih dalam sebagai contoh UMKM yang berkembang dengan pendekatan syariah. Keberadaan Oishi Dimsum tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan pemilik usaha, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar melalui pembukaan kesempatan kerja dan peningkatan aktivitas ekonomi lokal.

Dengan adanya usaha ini, perputaran ekonomi di lingkungan sekitar menjadi lebih aktif dan memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami lebih dalam mengenai strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah yang diterapkan oleh Oishi Dimsum dalam mendukung penguatan ekonomi lokal di Kota Bengkulu.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dipahami bahwa masih terdapat berbagai tantangan dalam pemberdayaan UMKM, khususnya dalam penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah di tingkat lokal. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian lebih mendalam mengenai bagaimana strategi yang tepat dalam mengembangkan UMKM agar mampu tumbuh secara berkelanjutan sekaligus tetap berlandaskan nilai-nilai syariah.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah yang dapat diterapkan secara efektif dalam mendukung penguatan ekonomi masyarakat lokal. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model pemberdayaan UMKM yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada prinsip keadilan dan keberkahan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Pemberdayaan UMKM**

Pemberdayaan ekonomi merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat maupun pelaku usaha agar mampu mengembangkan potensi ekonomi yang dimiliki secara mandiri dan berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, pemberdayaan ekonomi menjadi langkah penting untuk memperkuat kapasitas usaha, meningkatkan produktivitas, serta memperluas jangkauan pemasaran. Menurut Atmojo (2022), pemberdayaan UMKM dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif, sehingga mampu memperluas jaringan pasar dan meningkatkan daya saing produk di era digital. Pemberdayaan ekonomi pada UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada penguatan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pemanfaatan media digital menjadi salah satu strategi yang relevan dalam mendukung perkembangan usaha, terutama pada sektor kuliner yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi. Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran.

Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011). Dalam penelitian (Wijayanti, n.d.) ini, Oishi Dimsum sebagai salah satu UMKM di Kota Bengkulu menunjukkan bentuk pemberdayaan usaha melalui inovasi produk, pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran, serta peningkatan kualitas pelayanan. Upaya tersebut menjadi bagian penting dalam mendukung penguatan ekonomi lokal melalui peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat sekitar (Atmojo & Kusumo, 2022).

### **Ekonomi Syariah**

Ekonomi Syariah merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam, dimana setiap aktivitas usaha harus sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konsepnya, ekonomi syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga menekankan nilai keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan bersama. Setiap kebijakan ekonomi maupun aktivitas usaha yang dilakukan harus terikat pada hukum syara agar tercipta keseimbangan antara kepentingan individu dan kepentingan sosial. Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat, khususnya sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 yang menjadi awal berkembangnya sistem ekonomi syariah secara formal.

Setelah itu, berbagai lembaga keuangan syariah seperti asuransi syariah, *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT), koperasi syariah, dan lembaga keuangan syariah lainnya mulai berkembang dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional. Penerapan ekonomi syariah tidak hanya terbatas pada lembaga keuangan, tetapi juga dapat diterapkan dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Aktivitas ekonomi yang berada pada tatanan bingkai Aqidah dan syariah dimaksudkan bagian dari ibadah dan sarana mendekatkan diri kepada Allah SWT serta menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan aturan Al-Quran dan Hadist. Penyebab terlarangnya sebuah transaksi adalah disebabkan faktor-faktor sebagai berikut: haram zatnya (*haram li-dzatihi*), haram selain zatnya (*haram li-ghairihi*) dan tidak sah (lengkap) akadnya (Adiwarman, 2011:30). Ketiga faktor penyebab transaksi diharamkan mengandung beberapa aktivitas ekonomi diantaranya *tadlis* (penipuan), *gharar* (tidak jelas objek transaksinya), *ba'i najasy* (Rekayasa pasar dalam demand) dan *ikhtikar* (rekayasa pasar dalam *supply*) (T. Ekonomi & Mewujudkan, n.d.).

Dalam praktiknya, penerapan ekonomi syariah pada UMKM dapat dilihat melalui penggunaan bahan baku halal, sistem transaksi yang terbuka, penetapan harga yang adil, serta pelayanan yang jujur kepada konsumen. Dalam penelitian ini, Oishi Dimsum sebagai salah satu UMKM kuliner di Kota Bengkulu telah menerapkan beberapa prinsip ekonomi syariah dalam operasional usahanya, seperti menjaga kehalalan bahan baku, transparansi harga, dan menjaga kualitas pelayanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan ekonomi syariah pada UMKM dapat menjadi salah satu strategi dalam mendukung keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat ekonomi lokal (K. Ekonomi et al., 2016).

### **Ekonomi Lokal**

Ekonomi lokal merupakan aktivitas ekonomi yang berkembang dalam suatu wilayah dengan memanfaatkan potensi serta sumber daya yang dimiliki oleh daerah tersebut. Penguatan ekonomi kreatif lokal adalah strategi kunci untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi ketergantungan pada sektor formal. Pelatihan kewirausahaan digital berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha kreatif lokal yang menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital. Penelitian ini menganalisis dampak pelatihan kewirausahaan digital terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif lokal, dengan fokus pada peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing pelaku usaha. (Raihana & Junaedi, 2024). Pendekatan ini menekankan pada peran masyarakat sebagai pelaku utama dalam proses pembangunan ekonomi, sehingga mampu menciptakan kemandirian serta meningkatkan kesejahteraan secara berkelanjutan. Dalam konteks pembangunan, ekonomi lokal tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga mencakup aspek pemberdayaan masyarakat, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta penguatan kapasitas ekonomi daerah (Hasan & Azis, 2018).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif bersifat penemuan. Menurut Sukmadinata (2005), dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dalam suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Menurut Danin (2002), penelitian kualitatif percaya bahwa kebenaran itu adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka.

Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategistrategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan memahami fenomena social (Wekke, n.d.). Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi pada objek penelitian, khususnya terkait strategi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah dalam mendukung penguatan ekonomi lokal pada Oishi Dimsum di Kota Bengkulu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk melihat aktivitas operasional, strategi pemasaran, serta interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen.

Selain itu, wawancara dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) dengan menggunakan teknik semi-terstruktur. Wawancara ini ditujukan kepada informan yang dianggap relevan, yaitu pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan Oishi Dimsum. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive*, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sesuai dengan fokus penelitian. Melalui wawancara, peneliti menggali informasi mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, seperti inovasi produk, penetapan harga, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Selain itu, wawancara juga digunakan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, pelayanan, dan daya tarik usaha Oishi Dimsum.

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung yang meliputi foto kegiatan usaha, catatan penjualan, serta informasi lain yang relevan dengan penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengelompokkan, mereduksi, dan menyajikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM, memainkan peran penting dalam ekonomi nasional dan lokal. Salah satu peran utama UMKM adalah menyediakan lapangan kerja, terutama di daerah yang tidak memiliki industri besar. Selain itu, UMKM membantu pertumbuhan ekonomi lokal. Munculnya UMKM di berbagai tempat, termasuk di pedesaan, memungkinkan perputaran ekonomi di seluruh Indonesia lebih merata daripada hanya di kota-kota besar (Trie Hierdawati, 2022). Tidak hanya itu, UMKM sering menjadi sumber inovasi.

Dalam menghadapi persaingan pasar, UMKM memiliki fleksibilitas untuk membuat produk baru atau mengubah produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan lokal. Karena fleksibilitas ini, UMKM lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan permintaan pasar dibandingkan dengan perusahaan besar. Melalui inovasi ini, UMKM meningkatkan daya saing produk lokal dan menghasilkan nilai tambah bagi perekonomian (Dewanti & Nisa, 2023).

Naik-turunnya UMKM di berbagai daerah di Indonesia, terutama di daerah seperti Pulau Jawa dan Sumatera, sangat berkaitan dengan penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan bisnis dan dampaknya terhadap kinerja keuangan UMKM. Di Pulau Jawa, khususnya di Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur, UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan berkat dukungan infrastruktur yang baik dan program pelatihan kewirausahaan yang banyak digalakkan oleh pemerintah. Banyak pelaku UMKM yang mulaimenerapkan prinsip syariah dalam operasional mereka, seperti menghindari riba dan memanfaatkan sistem bagi hasil dalam transaksi bisnis. Esensi industri halal adalahjaminan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan halal dan aman untuk dikonsumsi, khususnya bagi konsumen muslim (No et al., 2023).

Meskipun UMKM di sektor pariwisata, terutama di daerah seperti Yogyakarta dan Bali, mengalami penurunan tajam selama pandemi akibat berkurangnya wisatawan, penerapan prinsip syariah pada beberapa usaha seperti kuliner dan retail terbukti lebih tangguh karena mereka memanfaatkan digitalisasi dan *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penerapan prinsip syariah ini memberi dampak positif pada kepercayaan konsumen, yang cenderung memilihproduk yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga membantu UMKM bangkit pasca-pandemi (Lestari & Nisa, 2024).

### **Strategi Pemberdayaan UMKM Oishi Dimsum**

Berdasarkan hasil penelitian, Oishi Dimsum menerapkan beberapa langkah strategis dalam mengembangkan usahanya agar tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha kuliner. Salah satu strategi yang dilakukan adalah melakukan inovasi produk dengan menghadirkan berbagai pilihan menu yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Langkah ini menjadi salah satu cara untuk mempertahankan minat pelanggan sekaligus meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, Oishi Dimsum juga memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana promosi. Perkembangan teknologi digital, termasuk di dalam industri keuangan syariah, sudah tidak bisa dibendung lagi.

Melalui teknologi finansial (*fintech*), segala bentuk transaksi menjadi lebih cepat, lebih mudah, sekaligus lebih efisien, tanpa perlu melakukan tatap muka (Rahmawati et al., 2020). UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai strategi untuk memperluas daerah pemasaran, terlebih pada pengguna media sosial. Thomas Schenke dalam buku, menyebutkan perbedaan mengapa penggunaan media sosial dalam pemasaran memberikan nilai lebih dari pada pemasaran tradisional. Ia juga menyebutkan media sosial memiliki nilai yang lebih, yaitu bersifat personal kemudian pelanggan dapat tersentuh dengan cepat (Wahidin, 2018).

Penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan pemasaran serta mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Strategi ini dinilai efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Strategi lainnya adalah meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif menjadi perhatian utama dalam menjaga kepuasan pelanggan serta membangun loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

### **Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah**

Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam usaha Oishi Dimsum terlihat dari berbagai aspek operasional usaha. Penggunaan bahan baku yang halal menjadi salah satu bentuk komitmen dalam menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen. Selain itu, proses produksi juga dilakukan dengan menjaga kebersihan dan standar higienitas yang baik. Dalam sistem transaksi, Oishi Dimsum menerapkan keterbukaan dalam penetapan harga sehingga konsumen mengetahui dengan jelas harga produk yang dibeli. Praktik ini menunjukkan adanya penerapan prinsip kejujuran dan transparansi dalam menjalankan usaha. Di samping itu, usaha ini juga menerapkan nilai amanah dan tanggung jawab dalam menjalankan aktivitas bisnis, baik kepada konsumen maupun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha. Hal ini menjadi bagian penting dari implementasi nilai-nilai ekonomi syariah.

### **Kontribusi terhadap Penguatan Ekonomi Lokal**

Keberadaan Oishi Dimsum memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Salah satu kontribusi yang paling terlihat adalah terbukanya peluang kerja bagi masyarakat, terutama dalam proses produksi dan distribusi produk. Selain menciptakan lapangan kerja, usaha ini juga membantu meningkatkan pendapatan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM mampu memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi lingkungan sekitar.

Pemanfaatan bahan baku dari pemasok lokal juga menjadi salah satu bentuk kontribusi dalam memperkuat ekonomi daerah. Dengan melibatkan pemasok lokal, perputaran ekonomi di tingkat masyarakat menjadi lebih aktif dan memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal.

### **Hambatan dalam Pengembangan Usaha**

Unsur persaingan usaha yang semakin kompetitif pun tidak jarang menjadi salah satu penyebab bangkrutnya suatu usaha. Persaingan antar produk sejenis maupun persaingan dengan industri yang lebih besar, tidak jarang menjadikan usaha kalah dalam bersaing. Menurut (Nainggolan, 2018) keunggulan bersaing merupakan suatu posisi yang harus dicapai bila ingin bertahan dalam persaingan ketat para pelaku usaha. Keunggulan bersaing juga dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas dan kinerja usahanya. Ketika persaingan dalam industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Dari aspek pemasaran, komponen produk (*output*) yang dihasilkan industri menjadi unsur yang penting untuk diperhatikan oleh pelaku industri. Mereka yang mampu menyajikan produk yang lebih unggul melalui inovasi-inovasi baru dapat memperoleh peluang yang besar untuk mendapatkan perhatian dari konsumen (Herman & Nohong, 2022).

Dalam proses pengembangan usaha, Oishi Dimsum menghadapi beberapa tantangan yang perlu dihadapi. Salah satu hambatan utama adalah tingginya persaingan di sektor kuliner yang menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi agar tetap diminati konsumen. Selain itu, perubahan harga bahan baku yang tidak stabil juga menjadi kendala dalam menjaga biaya produksi. Menurut Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki, Inflasi menimbulkan tantangan serius bagi UMKM sektor kuliner, terutama dalam menjaga kestabilan harga dan pasokan bahan baku yang sangat bergantung pada kestabilan permintaan konsumen (Balikpapan et al., 2025).

Kondisi ini dapat memengaruhi keuntungan usaha jika tidak dikelola dengan baik. Keterbatasan modal usaha juga menjadi tantangan dalam proses pengembangan bisnis, terutama untuk memperluas kapasitas produksi dan meningkatkan kualitas usaha secara berkelanjutan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Oishi Dimsum tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan semata, tetapi juga mencerminkan integrasi antara aspek ekonomi dan nilai-nilai syariah. Hal ini menjadi keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh seluruh pelaku usaha, khususnya dalam membangun kepercayaan konsumen.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi syariah pada Oishi Dimsum dilakukan melalui strategi inovasi produk, pemanfaatan media digital, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan manajemen usaha. Penerapan prinsip ekonomi syariah memberikan nilai tambah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, keberadaan Oishi Dimsum memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan hubungan ekonomi dengan pemasok lokal. Oleh karena itu, UMKM berbasis ekonomi syariah memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmojo, M. E., & Kusumo, M. P. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378–385. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8214>
- Balikpapan, U., Handayani, L., & Syam, S. (2025). Pengaruh inflasi dan daya beli terhadap perubahan harga, elastisitas permintaan, dan perilaku konsumsi: Studi pada UMKM di Kota Balikpapan. *[Nama Jurnal]*, 16(September), 393–406.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic review: Strategi pemberdayaan pelaku UMKM menuju ekonomi digital melalui aksi sosial. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.21831/dikus.v5i1.37122>
- Ekonomi, K., Dalam, I., & Nasional, P. E. (2016). [Judul artikel]. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(3), 29–40.
- Ekonomi, T., & Mewujudkan, A. (n.d.). *Implementasi prinsip-prinsip muamalah dalam aktivitas ekonomi halal*. [Penerbit tidak diketahui].
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Islam, F. A., & Jadid, U. N. (2025). Analisis penerapan prinsip syariah dan dampak terhadap kinerja keuangan UMKM. *[Nama Jurnal]*, 11(1), 198–209.
- Khairani, A., & Rantaprasaja, L. (2024). Peran lembaga keuangan mikro syariah dalam pengembangan UMKM menggunakan partial least square. *MIZANUNA: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 71–84.

- Olii, R. A., Ibrahim, R., Hasan, A. S., & Ichsan, U. (2025). Penguatan ekonomi lokal: Kebijakan pemerintah daerah untuk mendukung ekonomi inklusif dan berkelanjutan. *[Nama Jurnal]*, 12, 1649–1661.
- Rahmawati, L., Rahayu, D. D., Nivanty, H., & Lutfiah, W. (2020). Fintech syariah: Manfaat dan problematika penerapan pada UMKM. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 75–90. <https://doi.org/10.30651/jms.v5i1.4718>
- Junaedi, S. R. P., & Rojali, R. (2024). Penguatan ekonomi kreatif lokal melalui pelatihan kewirausahaan digital di komunitas masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1132>
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Social media strategy for UMKM development. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi (JUTEI)*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Wekke, I. S. (n.d.). *[Judul tidak diketahui]*. [Penerbit tidak diketahui].
- Sudaryanto, R., Ragimun, & Wijayanti, R. R. (n.d.). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN (hlm. 1–32). Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Zainorrahman, & Zulfikri, R. R. (2023). Peluang dan tantangan pengembangan UMKM halal di Indonesia. *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 20–31. <https://doi.org/10.70412/its.v2i1.40>