



Strategi Pengembangan Umkm *Sweet pastry* Berbasis Prinsip Ekonomi Syariah dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal (Studi Kasus di Betungan Kota Bengkulu)

Reva Agustia^{1*}, Al Yesi Fitri Rahayu², Uswatun Hasanah³

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia

Email : agustiareva38@gmail.com¹, alyesifitri861@gmail.com², uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id³

*Penulis Korespondensi: agustiareva38@gmail.com

Abstract. *This study explores the development strategies of sweet pastry Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on Islamic economic principles in improving the local economy in Betungan, Bengkulu City. MSMEs play a crucial role in supporting economic growth and creating employment opportunities, particularly in the culinary sector, which has experienced significant expansion in recent years. In Betungan, sweet pastry businesses have shown promising potential; however, their development is still hindered by several challenges, including limited capital, low product innovation, and less effective marketing practices. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through observation, interviews, and documentation at Jl. Ar-Rahman, Sepakat 7, Betungan, Selebar District, Bengkulu City. The study also considers the application of Islamic business values, emphasizing ethical conduct such as honesty, fairness, accountability, and the avoidance of riba and uncertainty in transactions. The findings indicate that the sustainability and competitiveness of sweet pastry MSMEs can be enhanced through several key strategies, including continuous product innovation, improving product quality, optimizing digital marketing, and strengthening business networks. In addition, integrating Islamic principles into business operations helps build consumer trust and ensures ethical business practices. Overall, these strategies not only improve business performance but also contribute to strengthening the local economy and community welfare.*

Keywords: *Development Strategy; Islamic Economics; Local Economy; MSMEs; Sweet Pastry.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) *sweet pastry* berbasis prinsip ekonomi syariah dalam upaya meningkatkan ekonomi lokal di wilayah Betungan, Kota Bengkulu. UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan kerja, khususnya pada sektor kuliner yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Di wilayah Betungan, usaha *sweet pastry* menunjukkan potensi yang cukup menjanjikan, namun dalam pengembangannya masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya inovasi produk, serta strategi pemasaran yang belum optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di Jl. Ar-Rahman, Sepakat 7, Betungan, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji penerapan nilai-nilai bisnis dalam ekonomi syariah yang menekankan pada kejujuran, keadilan, tanggung jawab, serta menghindari praktik riba dan ketidakpastian dalam transaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan keberlanjutan dan daya saing UMKM *sweet pastry* dapat dilakukan melalui beberapa strategi utama, yaitu inovasi produk secara berkelanjutan, peningkatan kualitas produk, optimalisasi pemasaran digital, serta penguatan jaringan usaha. Di samping itu, penerapan prinsip syariah dalam kegiatan usaha terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga etika bisnis. Secara keseluruhan, strategi tersebut tidak hanya meningkatkan kinerja usaha, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap penguatan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kata kunci: Ekonomi Lokal; Ekonomi Syariah; Strategi Pengembangan; Sweet Pastry; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

UMKM memiliki posisi yang sangat penting dalam ekonomi Indonesia. Mereka memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, mencapai 61%, dan juga menyerap sebagian besar tenaga kerja di negara ini, yaitu sekitar 97%. Menurut data yang disediakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah

Republik Indonesia (Kemenkop UKM RI), lebih dari 22 juta UMKM telah terdaftar dan tergabung dalam platform digital. Pada tahun 2023, pemerintah menargetkan agar jumlah UMKM yang terlibat dalam ekosistem digital mencapai 24 juta.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan ekonomi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan untuk kelangsungan hidupnya.

Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia bukan hanya sebagai penyerap tenaga kerja karena persentasenya yang mencapai 90% jika dibandingkan dengan usaha besar, tetapi juga mampu memperkenalkan berbagai produk lokal ke dunia internasional (Bengkalis & Susie, 2018).

Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai sektor strategis dalam menciptakan pemerataan pendapatan dan mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. (Harahap et al., 2023).

Peran penting UMKM juga terlihat pada tingkat daerah, termasuk di Provinsi Bengkulu. Kota Bengkulu sebagai salah satu pusat kegiatan ekonomi di provinsi ini menunjukkan perkembangan UMKM yang cukup pesat, terutama pada sektor kuliner. Pertumbuhan UMKM di Kota Bengkulu didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk makanan yang praktis, inovatif, dan sesuai dengan tren konsumsi masa kini. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah melalui berbagai program pemberdayaan UMKM juga turut mendorong perkembangan sektor ini (Sari & Trisnaningsih, 2026).

Di wilayah Betungan, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu, UMKM menjadi salah satu sumber utama penghasilan masyarakat. Aktivitas UMKM di daerah ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi rumah tangga, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Salah satu sektor yang berkembang adalah usaha kuliner, khususnya *sweet pastry*, yang memiliki potensi pasar yang cukup besar (Wibowo et al., 2024). Produk *sweet pastry* semakin diminati karena memiliki variasi rasa, tampilan yang menarik, serta sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda (Makdalena et al., 2025).

Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan UMKM di wilayah Betungan masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan akses permodalan, rendahnya kemampuan dalam inovasi produk, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Selain itu, sebagian pelaku UMKM juga masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman manajemen usaha dan penerapan prinsip ekonomi syariah secara menyeluruh.

Penerapan perilaku prinsip ekonomi syariah yang diterapkan pelaku UMKM dalam menjalankan kegiatan perdagangan, seperti memegang nilai kejujuran, keadilan, menjauhi riba. Di samping itu masih ada pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang belum menerapkan prinsip ekonomi syariah seperti melakukan tindakan kecurangan, sehingga perlunya penerapan prinsip syariah yang di jalankan kepada pelaku usaha yang di harapkan dapat benar-benar dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. (Handayani & Yarham, n.d.).

Dalam konteks ekonomi syariah, UMKM tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan secara ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan aspek etika dan nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas bisnis. Penerapan prinsip-prinsip seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, keadilan, serta menghindari praktik riba, *gharar*, dan *maisir* menjadi landasan penting dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan dan berkah (Lontolawa & Fitriyah, 2025). Di Kota Bengkulu, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, penerapan prinsip syariah dalam kegiatan UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar (Habibie & Utomo, 2025).

Oleh karena itu, pengembangan UMKM *sweet pastry* di wilayah Betungan tidak hanya memerlukan strategi bisnis yang tepat, tetapi juga perlu didukung oleh penerapan prinsip ekonomi syariah yang komprehensif. Dengan adanya strategi pengembangan yang terarah dan berbasis nilai syariah, diharapkan UMKM tidak hanya mampu meningkatkan kinerja usahanya, tetapi juga memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Bengkulu serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Tinjauan Teoritis UMKM

UMKM merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, dan pemerataan pendapatan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki individu atau badan usaha dengan kriteria tertentu. Menurut Tambunan (2019), UMKM memiliki keterbatasan pada modal, teknologi, dan akses pasar, tetapi memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi, sehingga lebih mampu bertahan dalam kondisi krisis.

Pengembangan UMKM memerlukan strategi yang tepat agar mampu bersaing dan berkembang secara optimal. Porter (1985) menjelaskan bahwa strategi dapat dilakukan melalui keunggulan kompetitif seperti diferensiasi produk dan efisiensi biaya. Selain itu, inovasi

produk dan pemasaran, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital, juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha (Kotler & Keller, 2016).

Dalam perspektif ekonomi syariah, kegiatan usaha harus didasarkan pada nilai kejujuran, keadilan, dan transparansi, serta menghindari praktik yang merugikan seperti *riba*, *gharar*, dan *maisir* (Antonio, 2001; Chapra, 2000). Penerapan prinsip syariah diyakini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan usaha yang berkelanjutan.

Dalam konteks UMKM *sweet pastry* di Betungan, Kota Bengkulu, usaha ini memiliki peluang besar karena tingginya minat masyarakat terhadap produk makanan ringan yang praktis dan menarik. Namun, pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, pengelolaan usaha yang belum optimal, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Oleh karena itu, diperlukan integrasi antara strategi pengembangan usaha, inovasi produk, serta penerapan prinsip ekonomi syariah agar UMKM dapat berkembang lebih baik dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap ekonomi lokal.

Penerapan Prinsip Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk menginternalisasi nilai moderasi beragama dalam sistem ekonomi syariah pada UMKM halal melalui pembiayaan syariah. Moderasi beragama dalam konteks ekonomi syariah menekankan keseimbangan antara penerapan prinsip Islam dan kebutuhan ekonomi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai-nilai penting yang diinternalisasikan, seperti kemanusiaan, keadilan, keseimbangan, toleransi, serta penghormatan terhadap kearifan lokal (Sasongko et al., 2024). Nilai-nilai ini menjadi dasar dalam membangun sistem usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan dan kemaslahatan bersama.

Dalam praktiknya, penerapan prinsip syariah pada usaha *sweet pastry* menjadi pembeda utama dengan usaha konvensional. Pelaku usaha mulai menerapkan nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, penggunaan bahan halal, serta menjaga kualitas dan kebersihan produk. Dalam transaksi, sebagian besar juga sudah bersikap transparan dalam menyampaikan harga dan kualitas produk kepada konsumen.

Namun demikian, penerapan prinsip syariah tersebut belum sepenuhnya optimal. Masih terdapat keterbatasan pemahaman pelaku UMKM, terutama terkait pengelolaan keuangan syariah dan penerapan akad dalam kerja sama bisnis. Oleh karena itu, diperlukan pembinaan dan edukasi yang lebih intensif agar prinsip-prinsip syariah dapat diterapkan secara menyeluruh. Dengan demikian, usaha tidak hanya mendapatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga mampu berkembang secara berkelanjutan dan memberikan nilai keberkahan.

Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Syariah

Strategi pengembangan berbasis ekonomi syariah merupakan upaya peningkatan usaha yang dilakukan dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi, serta larangan riba dalam seluruh aspek pengelolaan bisnis guna menciptakan usaha yang berdaya saing dan berkelanjutan. Studi ini menyoroti potensi integrasi ekonomi Syariah dan moderasi beragama untuk memberdayakan UMKM, berkontribusi pada pemerataan pembangunan ekonomi, dan mendorong ekosistem bisnis yang harmonis. (Batubara et al., 2025)

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan

UMKM *sweet pastry* di Betungan agar lebih berkembang dan mampu bersaing di pasar. Dari UMKM dapat menghasilkan manfaat sebagai berikut yaitu: Kontribusi maksimal terhadap produk dalam negeri, Terbukanya Lapangan Pekerjaan, Solusi Masyarakat Kelas Menengah, Operasional yang Fleksibel. Sedangkan Kelebihan dari Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai berikut: Fleksibel dan mudah berinovasi sesuai perkembangan zaman, Menggeluti bidang usaha sesuai minat, Mudah memulai tanpa modal besar, Bebas menentukan harga. (Hapsari et al., 2024).

a. Inovasi Produk

Inovasi produk menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing usaha. Pelaku UMKM perlu terus mengembangkan produk yang dimiliki, baik dari segi rasa, bentuk, maupun tampilan. Inovasi dapat dilakukan dengan menciptakan varian rasa baru, mengikuti tren makanan yang sedang populer, serta memperbaiki desain produk agar lebih menarik. Dengan adanya inovasi, produk yang dihasilkan akan memiliki keunikan tersendiri dan mampu menarik minat konsumen. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat membantu UMKM tersebut agar bisa meningkatkan pendapatannya dan bisa bertahan. (Fakhriyyah et al., 2022).

b. Optimalisasi Digital Marketing

Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran merupakan langkah yang sangat penting di era saat ini. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Melalui platform tersebut, pelaku usaha dapat menampilkan produk secara menarik, memberikan informasi kepada konsumen, serta membangun interaksi yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, penggunaan

marketplace juga dapat menjadi alternatif dalam memperluas jangkauan pemasaran. Selain dari pemanfaatan, digital marketing juga tentu saja memiliki strategi yaitu salah satunya ialah mengupayakan peningkatan interaksi bisnis melalui pemanfaatan teknologi dengan pelanggan dan melakukan hal yang menarik melalui internet yang di dalamnya terdapat analisis dan perencanaan agar pelanggan merasa tertarik dan bertahan. (Nasution et al., 2022).

c. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan

Kualitas produk menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus menjaga konsistensi rasa, kebersihan, serta tampilan produk. Selain itu, pelayanan yang baik kepada konsumen juga perlu diperhatikan, seperti respon yang cepat, sikap ramah, serta ketepatan waktu dalam. Kombinasi antara kualitas produk dan pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen.

d. Penguatan Penerapan Prinsip Syariah

Penerapan prinsip syariah dalam usaha perlu ditingkatkan tidak hanya pada aspek produk, tetapi juga pada seluruh aktivitas bisnis. Hal ini mencakup kejujuran dalam bertransaksi, keadilan dalam penetapan harga, serta pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Dengan menerapkan nilai-nilai syariah secara konsisten, pelaku usaha dapat membangun kepercayaan yang lebih kuat dari konsumen serta menciptakan usaha yang berkelanjutan. Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam menerapkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah dalam praktik usaha, meliputi aspek transaksi, pengelolaan keuangan, dan etika bisnis. Pendampingan ini bertujuan memastikan transfer pengetahuan dapat diimplementasikan secara nyata dan berkelanjutan (Rusdiana et al., 2025; Hamid et al., 2026).

e. Pengembangan Jaringan dan Kerja Sama

Membangun jaringan usaha yang luas merupakan salah satu strategi penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Pelaku usaha dapat menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk mendapatkan kualitas bahan yang baik dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, kerja sama dengan pihak lain, seperti reseller atau mitra penjualan, juga dapat membantu memperluas pasar. Dengan jaringan yang kuat, peluang pengembangan usaha akan semakin terbuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: jaringan usaha, Inovasi Produk dan persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan kinerja UMKM di Kota Bengkulu (Herman & Nohong, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi UMKM *sweet pastry* di Betungan, Kota Bengkulu, khususnya terkait penerapan prinsip ekonomi syariah dan strategi pengembangan usaha. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive di Kecamatan Selebar karena wilayah ini memiliki potensi pengembangan UMKM di bidang kuliner yang cukup besar dan sesuai dengan fokus penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha serta observasi di lapangan, dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai aktivitas usaha, kendala yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan diinterpretasikan untuk menarik kesimpulan yang mampu menjelaskan secara komprehensif strategi pengembangan UMKM *sweet pastry* berbasis prinsip syariah dalam meningkatkan ekonomi lokal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi UMKM *sweet pastry* di Betungan, Kota Bengkulu, khususnya terkait penerapan prinsip ekonomi syariah dan strategi pengembangan usaha. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive di Kecamatan Selebar karena wilayah ini memiliki potensi pengembangan UMKM di bidang kuliner yang cukup besar dan sesuai dengan fokus penelitian. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha serta observasi di lapangan, dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai aktivitas usaha, kendala yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi dengan membandingkan hasil dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan diinterpretasikan

untuk menarik kesimpulan yang mampu menjelaskan secara komprehensif strategi pengembangan UMKM *sweet pastry* berbasis prinsip syariah dalam meningkatkan ekonomi lokal.(Hapsari et al., 2024).

Potensi dan Tantangan UMKM Sweet Pastry

UMKM *sweet pastry* di Betungan memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi lokal karena tingginya minat masyarakat dan permintaan pasar yang stabil. Usaha ini juga relatif mudah dijalankan dengan modal terjangkau dan memiliki nilai jual yang baik. Namun, pengembangannya masih terkendala oleh keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, kurangnya inovasi, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, sehingga diperlukan strategi yang tepat agar usaha dapat berkembang.

Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah

Pelaku UMKM sudah mulai menerapkan prinsip syariah, seperti penggunaan bahan halal, menjaga kebersihan, serta kejujuran dan transparansi dalam transaksi. Namun, penerapannya belum maksimal karena masih terbatasnya pemahaman terkait ekonomi syariah, terutama dalam pengelolaan keuangan dan kerja sama bisnis. Oleh karena itu, diperlukan edukasi agar prinsip syariah dapat diterapkan secara lebih menyeluruh. Antonio,(2001) dan Chapra,(2000) bahwa ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada keadilan dan kesejahteraan, sehingga diperlukan pembinaan dan edukasi yang lebih intensif.

Strategi Pengembangan UMKM

Pengembangan UMKM dapat dilakukan melalui inovasi produk, pemanfaatan digital marketing, peningkatan kualitas produk dan layanan, serta penguatan prinsip syariah. Selain itu, kerja sama dan perluasan jaringan usaha juga penting untuk meningkatkan daya saing. Strategi ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi ekonomi lokal (Huda et al., 2017).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

UMKM *sweet pastry* di Betungan memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi lokal, namun masih terkendala pada modal, manajemen, dan pemahaman ekonomi syariah. Penerapan strategi seperti inovasi produk, peningkatan kualitas, dan digital marketing diperlukan untuk mendukung perkembangan usaha.

Pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan dan pemahaman syariah, sementara pemerintah diharapkan memberikan pelatihan dan dukungan permodalan agar usaha dapat berkembang dan lebih kompetitif.

DAFTAR REFERENSI

- Adim, A., Hamid, A., & Febriyanti, N. R. (2026). Penguatan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan penerapan hukum ekonomi syariah di Desa Klompang Timur. *PKM*, 6(1), 38–49. <https://doi.org/10.37567/pkm.v6i1.4945>
- Ajustina, F., & Nisa, F. L. (2024). Implementasi prinsip ekonomi syariah terhadap pengembangan ekonomi umat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, 2(6).
- Batubara, M. Di, et al. (2025). Penguatan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi syariah melalui program pengembangan kewirausahaan. *Komunita*, 4(4), 1058–1065. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i4.298>
- Bengkalis-Riau, K., & Susie, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Elipsoida*, 29(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/elipsoida.2018.3700>
- Fakhriyyah, D. D., Susanti, Y., & Laili, S. S. (2022). Pengembangan inovasi produk dan penggunaan digital marketing. *JP2M*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v3i1.13198>
- Handayani, F., & Yarham, S. M. (n.d.). Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam upaya peningkatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), 2, 128–136.
- Hapsari, Y. A., et al. (2024). Analisa peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia, (4).
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi di Kota Medan dalam perspektif syariah, 6, 718–728.
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *JBMI*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Jose Rizal Habibie, & Dwiwarso Utomo. (2025). The influence of financial performance, firm size, and sales growth on firm value. *Proceeding of the International Conference on Economics, Accounting, and Taxation*, 2(1), 40–52. <https://doi.org/10.61132/iceat.v2i1.151>
- Lontolawa, E. D., & Fitriyah, Z. (2025). Optimalisasi sistem kerja dan sumber daya manusia laundry pada RPK Omah Laundry Prapen. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 83–90. <https://doi.org/10.62951/prosemnasieda.v2i2.126>
- Makdalena, G. M., Supraja, G., & Sucipto, T. N. (2025). Pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan dan penerimaan kas terhadap pengendalian internal pada PT Alfa Scorpii Cabang Bilal. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 1–16. <https://doi.org/10.62951/prosemnasieda.v2i2.115>
- Nasution, S., et al. (2022). Peran digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM, 7(30), 510–519.
- Puspita Sari, A., & Trisnaningsih, S. (2026). Studi literatur: Peran fear of missing out dan financial technology dalam mendorong keputusan investasi Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ekonomi dan Akuntansi*, 3(1), 134–143. <https://doi.org/10.62951/prosemnasieda.v3i1.206>

- Ridzal, N. A., et al. (2023). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Buton Selatan. *Owner*, 7, 3730–3740. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i4.1952>
- Sasongko, D. F., et al. (2024). Internalisasi nilai moderasi beragama dalam sistem ekonomi syariah pada UMKM halal melalui produk pembiayaan syariah, 7, 1303–1320.
- Silviyah, N. M. (2022). Pengaruh etika bisnis Islam dalam meningkatkan UMKM. *Al Iqtishod*, 10(1), 96–112. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.295>
- Syari, A. Y., et al. (2025). Peran sertifikasi halal pada UMKM dalam memperkuat ekonomi syariah di Indonesia. *JHIS*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.53088/jhis.v4i1.1419>
- Waditiya, V., et al. (2024). Literature review: Strategi pengembangan UMKM, 4, 9456–9462.
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan UKM dalam ... *Jurnal Akuntansi Aktual*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.26740/jaj.v1n1.p14-27>
- Wibowo, A. T., Pernando, A., Handayani, I. T., & Taryana, A. (2024). Solusi praperencanaan kepemilikan rumah bagi Generasi Z dengan menggunakan pendekatan design thinking. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*, 3(1), 17–34. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v3i1.1107>