



PEMANFAATAN DIGITALISASI DALAM UMKM KULINER BERBASIS SYARIAH: STRATEGI EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN POTENSI EKONOMI GENERASI MUDA

Norhaifa

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Indonesia

E-mail: norhaifa.nha15@gmail.com

Received 18-04-2025 | Revised form 20-05-2025 | Accepted 26-06-2025

Abstract

This paper discusses the utilization of digitalization as a strategy to strengthen sharia-based culinary MSMEs in order to enhance the economic potential of the younger generation, particularly university students. Amid rapid technological advancement and growing awareness of halal consumption, the culinary business becomes a promising opportunity. However, challenges such as limited capital, lack of experience, and marketing skills remain obstacles. Through digitalization, students can leverage social media and digital platforms for efficient promotion, distribution, and business management. This paper outlines practical strategies such as creating digital pamphlets, engaging promotions via Instagram and TikTok, and applying sharia principles in business practices, including justice, transparency, and social responsibility. The findings indicate that the synergy between digitalization and sharia principles offers a strategic solution to build sustainable, ethical, and socially beneficial culinary enterprises.

Keywords: Digitalization, Culinary MSMEs, Sharia, Students, Creative Economy

Abstrak

Tulisan ini membahas pemanfaatan digitalisasi sebagai strategi penguatan UMKM kuliner berbasis syariah dalam rangka meningkatkan potensi ekonomi generasi muda, khususnya mahasiswa. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya kesadaran akan konsumsi halal, UMKM kuliner menjadi peluang yang menjanjikan. Namun, tantangan seperti keterbatasan modal, pengalaman, dan kemampuan pemasaran masih menjadi hambatan. Dengan digitalisasi, mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi, distribusi, dan pengelolaan usaha secara lebih efisien. Penulisan ini juga menguraikan strategi konkret, seperti pembuatan pamflet digital, promosi kreatif melalui Instagram dan TikTok, hingga penerapan prinsip syariah dalam bisnis, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Hasil dari tulisan ini menunjukkan bahwa sinergi antara digitalisasi dan prinsip syariah dapat menjadi solusi strategis dalam menciptakan usaha kuliner yang berkelanjutan, beretika, dan bermanfaat bagi masyarakat.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM Kuliner, Syariah, Mahasiswa, Ekonomi Kreatif

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



PENDAHULUAN

Pernahkah Anda berpikir, apa yang bisa dilakukan oleh generasi muda di tengah kemajuan teknologi yang begitu pesat seperti sekarang? Di satu sisi, kemajuan teknologi memberikan banyak peluang bagi generasi muda, namun di sisi lain, generasi muda juga

menghadapi banyak tantangan. Sebagian besar generasi muda sekarang berhadapan dengan permasalahan ekonomi. Dalam konteks ini, generasi muda, khususnya mahasiswa sering mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan yang sesuai dengan keahlian setelah mereka lulus, ditambah dengan tantangan dalam mengembangkan kewirausahaan di tengah keterbatasan modal dan pengalaman. Selain itu, mahasiswa juga seringkali merasa kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar kerja yang dinamis. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi seperti sekarang, generasi muda khususnya mahasiswa, memiliki peluang yang lebih besar untuk memanfaatkan teknologi guna membuka peluang ekonomi baru dan mengembangkan potensi diri mereka melalui kewirausahaan (Wiwik Maryati & Ida Masriani, 2019).

Salah satu sektor yang berpotensi untuk dikembangkan oleh mahasiswa adalah UMKM kuliner yang berbasis syariah. Mengapa demikian? Karena menurut penulis, bisnis kuliner cenderung dapat dijalankan dengan modal yang lebih terjangkau dan memiliki potensi pasar yang luas. Hal ini sangat relevan untuk dijadikan usaha oleh mahasiswa. Apalagi sekarang semakin berkembang kesadaran terhadap pentingnya makanan yang halal dan berkualitas, terutama di kalangan konsumen muda yang peduli akan prinsip-prinsip kehalalan dan kesehatan. Namun, meskipun peluang ini terbuka lebar, banyak pelaku UMKM kuliner, terutama yang berbasis syariah, yang masih menghadapi tantangan dalam mengelola dan memasarkan produk mereka secara efektif (Titin Endrawati dkk., 2023).

Disinilah peran digitalisasi, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, UMKM kuliner berbasis syariah dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan pemasaran produk melalui platform-platform digital, seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan aplikasi lainnya sebagai alat promosi yang efektif (Nur Ahmad Fadhilah dkk., 2021). Dengan digitalisasi ini membuka peluang bagi mahasiswa untuk mengembangkan usaha mereka dengan modal yang relatif terjangkau. Namun, untuk memastikan potensi ini dapat terwujud, diperlukan strategi yang tepat, khususnya yang menggabungkan prinsip syariah dalam pengelolaan usaha.

Prinsip syariah tidak hanya mencakup kehalalan produk, tetapi juga aspek keadilan dalam transaksi dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana digitalisasi dapat meningkatkan pengelolaan dan pemasaran UMKM kuliner berbasis syariah? Dan apa saja strategi yang dapat diterapkan untuk memberdayakan generasi muda dalam mengembangkan UMKM kuliner berbasis syariah melalui digitalisasi? Penulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana digitalisasi dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan dan pemasaran UMKM kuliner berbasis syariah, serta untuk menyusun strategi yang efektif agar generasi muda dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan potensi mereka di sektor ini.

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis yang dapat membantu generasi muda dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan UMKM

kuliner berbasis syariah, serta berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi di kalangan generasi muda.

PEMBAHASAN

Digitalisasi sebagai Peluang untuk UMKM Kuliner Berbasis Syariah

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Secara umum, UMKM mengacu pada kegiatan usaha atau bisnis yang dikelola oleh perseorangan, kelompok, atau keluarga dengan skala relatif kecil (Riska Nurmala dkk., 2024). Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. UMKM merupakan sektor penting dan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Vikto Kurniawan dkk., 2024). Dilansir dari KADIN Indonesia, hingga tahun 2023, jumlah pelaku UMKM diperkirakan mencapai 66 juta, dengan kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 61% yang setara dengan sekitar Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja, yaitu sekitar 117 juta orang, atau 97% dari total tenaga kerja di Indonesia.

Dari data tersebut, UMKM telah terbukti memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional (Erna Listyaningsih & Apip Alonsori, 2020). Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah usaha kuliner, yang tidak hanya menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat umum, namun juga dapat dikelola oleh mahasiswa sebagai langkah awal untuk berwirausaha dan meningkatkan kemandirian ekonomi.

Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini, mahasiswa yang ingin belajar berwirausaha mendapatkan kemudahan berkat dukungan digitalisasi. Teknologi digital memungkinkan mahasiswa untuk memanfaatkan platform media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan produk, memperluas jangkauan pasar, dan mengelola usaha secara lebih efisien serta proses transaksi yang semakin mudah. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi mereka untuk mengembangkan usaha kuliner dengan modal yang relatif kecil dan berpotensi meraih pasar yang luas (Anton Priyo Nugroho & Abd Rahman, 2022).

Strategi Penerapan Digitalisasi dalam Produk Kuliner Berbasis Syariah

Digitalisasi telah membuka peluang besar bagi mahasiswa untuk mengembangkan produk kuliner berbasis syariah. Dengan memanfaatkan teknologi digital, mahasiswa dapat mengelola bisnis secara efektif, efisien, dan sesuai dengan prinsip syariah.

1. Produk kuliner yang potensial untuk dikembangkan oleh mahasiswa menurut penulis adalah sebagai berikut.
 - a) Salad Buah (makanan sehat berbasis buah-buahan segar yang kaya nutrisi dan cocok untuk gaya hidup sehat).

- b) *Rice Bowl* (menu sederhana dengan porsi pas yang menggunakan bahan-bahan halal dan bergizi).
- c) *Dessert Box* (hidangan penutup berbentuk kotak dengan rasa manis yang menarik, seperti brownies atau tiramisu).
- d) Pisang Cokelat Lumer (camilan ringan yang manis berbahan dasar pisang).

Produk-produk ini tidak hanya diminati oleh mahasiswa tetapi juga mudah dipasarkan melalui media sosial.

2. Pembuatan Pamflet Digital

Salah satu langkah awal yang bisa dilakukan mahasiswa adalah membuat pamflet digital yang menarik, bisa dengan menggunakan aplikasi desain seperti Canva (Rusdi Hidayat dkk., 2024). Pamflet tersebut harus mencakup informasi seperti nama usaha, jenis produk, harga, kontak, dan penawaran promosi, serta dilengkapi dengan elemen visual seperti gambar produk dan warna yang sesuai dengan *branding*.

3. Promosi Melalui Media Sosial

- a) *WhatsApp*, menyebarkan pamflet digital melalui status, grup, atau pesan langsung ke teman dan kerabat.
- b) *Instagram* dan *TikTok*, membuat konten video pendek yang menunjukkan proses pembuatan makanan atau testimoni pelanggan. Konten kreatif dan autentik akan lebih mudah menarik perhatian audiens (Asri Lestari & Zuhrinal M Nawawi, 2023).
- c) Kolaborasi dengan Teman, minta bantuan teman untuk membagikan pamflet di akun media sosial mereka, sehingga jangkauan promosi semakin luas.

4. Penawaran Promosi untuk Menarik Konsumen

Mahasiswa dapat menawarkan berbagai promo menarik untuk meningkatkan daya tarik produk, seperti: (a) Diskon khusus untuk pembelian pertama; (b) Paket *bundling*, misalnya beli dua dapat satu gratis; dan (c) Promo khusus pada hari-hari tertentu, seperti “Promo Jumat Berkah” (Diana Eri Syafitri & Mawardi Nur, 2024).

Manfaat Strategi Syariah dalam Pengelolaan UMKM Kuliner

Islam adalah agama yang komprehensif yang memberikan pedoman dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Dalam konteks pengelolaan UMKM kuliner, strategi syariah tidak hanya mencakup keuntungan material, tetapi juga memastikan keberkahan dan kebermanfaatannya. Hal ini tercermin dalam prinsip-prinsip syariah yang mengatur seluruh kegiatan bisnis, termasuk dalam digital marketing. Sebagaimana dalam QS. Al-Taubah: 105, yang menyatakan:

"Dan Katakanlah: 'Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.'"

Ayat ini mengajarkan pentingnya bekerja keras dengan niat yang baik, karena setiap usaha yang dilakukan dengan ikhlas akan mendapatkan balasan yang baik, baik di dunia maupun di akhirat (Moh. Musfiq Arifqi & Dedi Junaedi, 2021).

Berikut ini adalah manfaat strategi syariah dalam UMKM kuliner, antara lain yaitu:

1. Keberkahan dalam Bisnis

Bisnis yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah akan mendapatkan keberkahan. Hal ini disebabkan oleh komitmen untuk menjalankan aktivitas ekonomi yang tidak melanggar hukum Islam, seperti menghindari *riba*, *maisir*, dan transaksi yang mengandung ketidakpastian (*gharar*). Dengan menghindari unsur-unsur ini, UMKM kuliner berbasis syariah akan terhindar dari praktik yang merugikan dan berisiko (Awa dkk., 2024).

2. Pengelolaan yang Adil dan Transparan

Prinsip adil dan transparan dalam transaksi sangat ditekankan dalam Islam. UMKM yang menerapkan strategi syariah akan memastikan bahwa produk yang dijual adalah halal dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penentuan harga yang wajar juga penting, mengingat bahwa Nabi Muhammad SAW melarang praktik jual beli yang merugikan pembeli dengan harga yang tidak wajar. Hal ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli (Asri Lestari & Zuhri M Nawawi, 2023).

3. Efisiensi dan Kemudahan Transaksi

Penerapan digitalisasi dalam pengelolaan UMKM kuliner syariah memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi. Proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Selain itu, biaya pemasaran yang lebih murah dibandingkan pemasaran konvensional juga memungkinkan UMKM untuk berkembang lebih cepat dengan modal yang lebih terjangkau (Moh. Musfiq Arifqi & Dedi Junaedi, 2021).

4. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Strategi syariah juga menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Prinsip amanah dan jujur yang diterapkan dalam bisnis syariah membantu membangun kepercayaan konsumen. Hal ini penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan memperkuat reputasi bisnis. Pelaku usaha yang amanah dalam menjalankan bisnisnya akan meraih keberkahan yang lebih besar, baik dalam dunia maupun akhirat (Asri Lestari & Zuhri M Nawawi, 2023).

5. Tanggung Jawab Sosial

UMKM yang berlandaskan syariah tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga berperan dalam memberikan manfaat sosial bagi masyarakat. Dengan memprioritaskan kebermanfaatannya, keberkahan, dan kemaslahatan, UMKM syariah turut berkontribusi dalam menciptakan ekonomi yang berkelanjutan dan memperhatikan kesejahteraan umat (Awa dkk., 2024).

Dengan strategi yang berbasis syariah, UMKM kuliner tidak hanya bisa berkembang secara finansial, tetapi juga membawa dampak positif yang lebih luas, baik bagi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan.

PENUTUP

Digitalisasi membuka peluang besar bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk mengembangkan UMKM kuliner berbasis syariah dengan modal terjangkau. Melalui platform media sosial, mereka dapat memperluas pasar, mempromosikan produk dan mengelola usaha secara efisien. Penerapan prinsip syariah dalam bisnis kuliner memastikan keberkahan, keadilan, dan transparansi, yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan menggabungkan digitalisasi dan syariah, generasi muda dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang:

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Buku:

Erna Listyaningsih & Apip Alonsori. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. ANDI.

Jurnal:

Anton Priyo Nugroho & Abd Rahman. (2022). Digitalisasi dan Keberlangsungan UMKM Kuliner Halal Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02).

Asri Lestari & Zuhri M Nawawi. (2023). Analisis Perkembangan Digitalisasi Marketing UKM Kuliner Bana Chip Lumer dalam Perspektif Ekonomi Islam. *CiDEA Journal*, 2(2).

Awa, Apay Safari, & Anti Riyanti. (2024). Peran Digital Marketing pada UMKM dengan Prinsip-Prinsip Syariah. *Manajemen dan Pariwisata*, 3(2).

Diana Eri Syafitri & Mawardi Nur. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah). *Great: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2).

Moh. Musfiq Arifqi & Dedi Junaedi. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2).

Nur Ahmad Fadhilah, Purnama Putra, Rafika Rahmawati, & Hasan Basri. (2021). Optimalisasi UMKM dalam Pemanfaatan Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19 di Lingkungan Kecamatan Cibitung, Kabupaten Bekasi. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam 45 Bekasi*, 2(2).

Riska Nurmala, Endah Sri Rahayu, Wahyu Hidayat, Marliana, Mukrodi, & Mukhlis Catio. (2024). Penyuluhan dan Pelatihan Meningkatkan Kepuasan dan Retensi Karyawan Melalui Strategi Kebijakan Upah yang Komperatif pada UMKM Klinik Bisnis Ponsera Bojongsari Depok. *Karimah Tauhid*, 3(12).
<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i12.16465>

- Rusdi Hidayat, Indah Respati Kusumasari, Zika Aisyantus Sophia, & Devina Rahma Puspita. (2024). Peran Teknologi AI dalam Mengoptimalkan Pengambilan Keputusan dalam Pengembangan Bisnis. *Sosial Simbolis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(4).
- Titin Endrawati, Muhamad Sigit Safarudin, Christ Windreis, Mulyadi AR, Achmad Zahrudin, & Tri Yusnanto. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis dan Pemasaran Online bagi UMKM di Berbagai Provinsi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Vikto Kurniawan, Muhammad Faisal, Reza Ansori, & Roni Yunus Pangaribuan. (2024). Pengaruh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024. *Musytari: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(4). <https://doi.org/10.8734/musytari.v9i4.6416>
- Wiwik Maryati & Ida Masriani. (2019). Pejuang Bisnis di Era Digital bagi Generasi Muda dalam Berwirausaha: Strategi Menguatkan Perekonomian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2).

Internet:

KADIN Indonesia. *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>