

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini lebih cepat, terlihat dari bertambahnya pelaku usaha baru. Laju perubahan yang tinggi menciptakan kondisi yang tidak stabil dan dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Permusuhan yang semakin tajam mendorong pelaku bisnis untuk terus mempertahankan bisnis mereka dan berkompetisi demi mencapai tujuan yang diinginkan. Berbagai strategi pun ditempuh agar usaha tetap bertahan di tengah persaingan. Setiap bisnis dibangun dan diawasi untuk menghasilkan produk, termasuk barang maupun fungsi. Oleh karena itu, diperlukan sistem pemasaran yang efektif.¹

Khususnya penggunaan internet, sangat cepat dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Internet memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi, mempercepat kegiatan sehari-hari, dan memenuhi kebutuhan. Bagi UMKM, pemanfaatan internet menjadi sarana penting untuk mendukung operasional bisnis, perkembangan pasar dan meningkatkan keuntungan upaya dengan signifikan.²

¹ Mei Alfiani Hanipah, Romi Adetio Setiawan, and Saifuddin, 'Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Di Tengah Perkembangan Era (E-Commerce) Menurut Perspektif Islam Pada Pedagang Pasar Tradisional Modernt (PTM) Kota Bengkulu', 08.04 (2024), pp. 1–10.

² Nur Afiah and others, 'Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner Di Kota Makassar',

Teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, termasuk bagi industri mikro kecil dan menengah (UMKM). Penggunaan teknologi seperti *online shopping*, media sosial, serta sistem pembayaran digital memungkinkan usaha mikro kecil dan menengah untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam produk dan layanan mereka.³

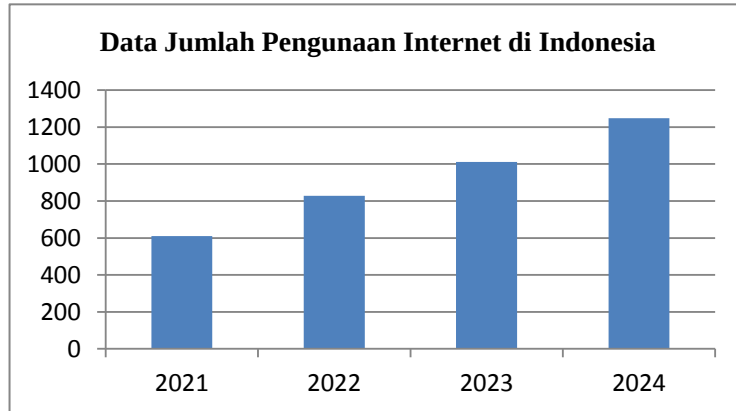
Dalam empat tahun terakhir, jumlah penyelenggara layanan internet (ISP) di Indonesia terus mengalami berkembang. Jika pada tahun 2020 tercatat ada 611 ISP, maka pada tahun 2024 jumlah tersebut melonjak menjadi 1.248 penyedia. Kenaikan yang cukup besar ini menunjukkan semakin kuatnya permintaan terhadap layanan internet tetap (*fixed broadband*) serta semakin luasnya peluang bagi pemain baru di industri ini, seiring percepatan digitalisasi di berbagai sektor.⁴

Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, 8.4 (2022), p. 1257, doi:10.32884/ideas.v8i4.1040.

³ Puspita Lianti Putri and Budi Widadi, 'Peran Inovasi Dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM Di Era Digital', *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2.4 (2024), pp. 180–89, doi:10.61132/maeswara.v2i4.1113.

⁴ Badan Pusat Statistik Indonesia, *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024* (Badan Pusat Statistik, 2025).

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Tahun 2021-2024



Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika

Digitalisasi dan inovasi dalam model bisnis berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia. Selain itu, penggunaan platform digital juga membantu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjangkau konsumen yang lebih luas dan berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif.

Belanja online semakin populer karena konsumen bisa mendapatkan barang atau jasa tanpa harus keluar rumah. Caranya pun mudah cukup menggunakan komputer atau ponsel untuk memilih produk, lalu melakukan pembayaran melalui layanan perbankan digital atau dompet elektronik.⁵ Pola belanja ini telah menjadi bentuk bisnis modern. Namun, seiring perkembangan teknologi, berbagai persoalan dalam

⁵ Romi Adetio Setiawan, *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia* (Routledge, 2024).

perdagangan digital akan terus bermunculan. Pesatnya pertumbuhan toko daring juga berpotensi membuat pedagang pasar tradisional semakin tertinggal, terutama jika mereka tidak memiliki modal yang memadai untuk bersaing.

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama Publik Indonesia bertugas mengawasi pemasaran produk halal di Indonesia.⁶ Para ulama menekankan bahwa sertifikasi halal merupakan unsur penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penggunaan produk yang sesuai syariah juga diyakini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di kalangan umat.⁷

Tabel 1. 2 Data Jumlah UMKM pada Dinas Perdagangan Kabupaten Bengkulu Utara Tahun 2024

Jenis Usaha	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Nilai (rupiah)	
			Investasi	Nilai Produksi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Industri makanan	1.949	3.395	22.339.405.100	Tidak Tersedia
Industri minuman	153	271	2.740.550.000	Tidak Tersedia
Industri tekstil	30	502	626.500.000	Tidak

⁶ Khozin Zaki and others, 'Penguatan Standard Operating Procedure International Jurnal (SOP) Layanan Sertifikasi Halal Di Universitas Perspektif Employee Branding', *International Jurnal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 3.1 (2023), pp. 8–14.

⁷ Romi Adetio Setiawan, 'Impact of Islamic Jurisprudential on Traditional Financial Customs and Legal Integration in Indonesia', (*JITC Journal of Islamic Thought and Civilization*, 13.2 (2023).

				Tersedia
Industri pakaian jadi	43	104	2.296.500.001	Tidak Tersedia
Industri kayu, barang dari kayu dan gabus serta barang anyaman dari bambu, rotan dan lainnya	27	58	817.000.000	Tidak Tersedia
Industri percetakan dan reproduksi media recording	22	36	1.307.000.000	Tidak Tersedia
Industri kimia, obat dan bahan kimia	21	56	299.000.000	Tidak Tersedia
Industri obat-obatan, obat kimia dan obat tradisional	18	48	320.000.000	Tidak Tersedia
Industri karet, barang dari produk yang terbuat dari karet dan plastic	8	20	293.000.000	Tidak Tersedia
Industri barang galian yang tidak termasuk logam	61	303	11.019.250.000	Tidak Tersedia
Industri logam dasar	1	3	100.000.000	Tidak Tersedia
Industri barang logam, tidak termasuk mesin dan peralatannya	22	66	558.000.000	Tidak Tersedia
Industri komputer, produk elektronik dan	8	8	142.500.000	Tidak Tersedia

optik				
Industri mesin dan perlengkapan tidak lengkap	16	46	1.047.500.000	Tidak Tersedia
Industri alat angkutan lainnya	2	6	102.000.000	Tidak Tersedia
Industri furnitur	50	131	1.099.000.000	Tidak Tersedia
Industri pengolahan lainnya	29	66	697.200.000	Tidak Tersedia
Reparasi dan pemasangan peralatan dan mesin	13	25	535.670.000	Tidak Tersedia
Pengadaan sumber daya listrik, air, gas, uap/air panas dan udara dingin	4	7	24.000.000	Tidak Tersedia
Pengumpulan perawatan dan pembuangan limbah serta operasi pemulihan material	5	9	164.000.000	Tidak Tersedia
Perdagangan, reparasi dan perawatan kendaraan	80	154	3.903.575.000	Tidak Tersedia
Perdagangan eceran, dibandingkan dengan mobil dan motor	1	1	40.000.000	Tidak Tersedia
Aktivitas	30	55	951.000.000	Tidak

penerbitan				Tersedia
Pemrograman, konsultasi komputer dan kegiatan informasi	24	144	1.565.000.000	Tidak Tersedia
Aktivitas jasa informasi	45	194	3.548.800.000	Tidak Tersedia
Aktivitas konsultasi arsitektu, analisis dan uji teknis	1	3	350.000.000	Tidak Tersedia
Aktivitas teknis, akademi dan professional lainnya	5	5	485.000.000	Tidak Tersedia
Bisnis penyewaan dan sewa tanpa hak opsi	3	6	210.000.000	Tidak Tersedia
Aktivitas penunjang usaha, aktivitas penunjang kantor, dan aktivitas administrasi kantor lainnya	1	1	20.000.000	Tidak Tersedia
Reparasi barang keperluan pribadi perlengkapan rumah tangga dan komputer.	26	39	1.047.000.000	Tidak Tersedia

Sumber: Dinas Perdagangan kabupaten Bengkulu Utara⁸

⁸ Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkulu Utara, *Kabupaten Bengkulu Utara Dalam Rangka Bengkulu Utara Regency in Figures 2025* (BPS Kabupaten Bengkulu Utara/BPS-Statistics Bengkulu Utara Regency, 2025), XLIX.

Sebagai hasil dari berbagai penelitian, UMKM di Bengkulu Utara, tetap menghadapi hambatan dalam adopsi elektronik, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan teknologi, dan minimnya pemahaman ekonomi syariah digital.⁹ Hal ini juga terlihat pada UMKM di Kota Arga Makmur, Kabupaten Bengkulu Utara di Alun-alun Rajo Malim Paduko yang umumnya masih menggunakan pemasaran dan transaksi konvensional, belum menerapkan inovasi halal berbasis teknologi, serta belum digunakan platform digital dengan cara optimal untuk meningkatkan pesaing.¹⁰

Permasalahan ini menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM yang ingin berkembang secara berkelanjutan namun belum sepenuhnya mengikuti prinsip ekonomi syariah. Perspektif ekonomi syariah, setiap kegiatan jual beli harus berlandaskan aturan Islam, termasuk larangan terhadap riba (bunga), maysir (perjudian), dan gharar (ketidakjelasan/spekulasi), serta praktik lain yang bertentangan dengan nilai moral Islam.

Dalam konteks pandangan berbasis sumber daya **(RBV)**, keunggulan bersaing UMKM sangat berdampak pada

⁹ Ardita Oktaviana Rizki and others, 'Penerapan Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Pada UMKM Di Desa Giri Mulya Bengkulu Utara', *Jurnal Al-Maun Pengabdian Kepada Masyarakat*, pp. 329–40.

¹⁰ Duffin Yusmaniarti, Hernadianto, Budi Astuti, 'Peningkatan Kapasitas SDM Melalui Pelatihan Akas Dan Literasi Keuangan Bagi Pelaku UMKM Bengkulu Utara', *IPTEKS Jurnal Pengabdian Kolaborasi Inovasi*, 2.6 (2024), pp. 1676–84.

kemampuan internal dan sarana strategis dimiliki, seperti kapabilitas digital, pengetahuan syariah, serta kemampuan inovasi. Kapabilitas digital seperti penggunaan media sosial, *e-commerce*, transaksi keuangan digital, literasi ekonomi syariah digital, dan inovasi halal berbasis teknologi merupakan aset strategis yang dapat menjadi sumber daya berharga (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan tidak dapat digantikan (*non-substitutable*).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dan kejadian yang ada maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan berjudul **Pengaruh Digitalisasi Syariah dan Inovasi Produk Halal Berbasis Teknologi Terhadap Daya Saing UMKM Perspektif *Resource Based View (RBV)*** (Studi Pada Pelaku UMKM di Kota Arga Makmur, Kabupaten Bengkulu Utara)

B. Batasan Masalah

Fokus penelitian ini adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di kawasan Kota Arga Makmur, Kabupaten Bengkulu Utara di Alun-alun Rajo Malim Paduko. Kajian difokuskan pada pengaruh media sosial, *e-commerce*, transaksi keuangan digital, literasi ekonomi syariah digital, dan inovasi produk halal berbasis teknologi terhadap daya saing UMKM. Responden penelitian adalah pelaku usaha yang telah menjalankan aktivitas usahanya minimal 6 bulan. Pendekatan *Resource Based View*

(RBV) dan ditinjau dari sudut pandang ekonomi syariah, tanpa memasukkan pembahasan mengenai hukum positif maupun ekonomi konvensional.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap daya saing UMKM?
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap daya saing UMKM?
3. Apakah transaksi keuangan digital berpengaruh terhadap daya saing UMKM?
4. Apakah literasi ekonomi syariah digital berpengaruh terhadap daya saing UMKM?
5. Apakah inovasi produk halal berbasis teknologi berpengaruh terhadap daya saing UMKM?
6. Apakah media sosial, *e-commerce*, transaksi keuangan digital, literasi ekonomi syariah digital dan inovasi produk halal berbasis teknologi berpengaruh secara simultan terhadap daya saing UMKM?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap daya saing UMKM?
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap daya saing UMKM?
3. Untuk mengetahui pengaruh transaksi keuangan digital terhadap daya saing UMKM?

4. Untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi syariah digital terhadap daya saing UMKM?
5. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk halal berbasis teknologi terhadap daya saing UMKM?
6. Untuk mengetahui pengaruh media sosial, *e-commerce*, transaksi keuangan digital, literasi ekonomi syariah digital dan inovasi produk halal berbasis teknologi secara simultan terhadap daya saing UMKM?

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berpotensi menambah analisis dalam bidang ekonomi berbasis syariah dan kewirausahaan digital, khususnya terkait upaya meningkatkan daya saing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui pemanfaatan teknologi. Temuan penelitian dapat memperkuat konsep sumber daya (*RBV*) yang melihat kemampuan internal, termasuk melalui media sosial, *e-commerce*, transaksi keuangan digital, literasi ekonomi syariah digital, dan inovasi produk halal berbasis teknologi. Selain itu penelitian ini juga berkontribusi pada pembentukan teori tentang penerapan prinsip ekonomi syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi:
Pelaku UMKM di Kabupaten Bengkulu Utara: Sebagai

informasi dan motivasi untuk mengintegrasikan digitalisasi, seperti penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan transaksi keuangan digital ke dalam operasional usaha mereka sesuai prinsip ekonomi syariah.

- a) Pelaku UMKM di Bengkulu Utara: Sebagai acuan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial, *e-commerce*, transaksi keuangan digital, literasi ekonomi syariah digital, serta inovasi produk halal berbasis teknologi sesuai prinsip ekonomi syariah agar usaha semakin kompetitif.
- b) Pemerintah Daerah dan Dinas Koperasi/UMKM: Sebagai pertimbangan dalam menyusun program pelatihan, pendampingan, dan kebijakan digitalisasi UMKM yang berorientasi syariah.
- c) Lembaga Keuangan Syariah: Sebagai masukan untuk memperkuat sinergi dengan pelaku UMKM dalam menyediakan layanan pembiayaan dan transaksi digital yang sesuai dengan prinsip syariah.
- d) Akademisi dan Peneliti: Sebagai referensi ilmiah dalam mengembangkan studi lanjutan terkait digitalisasi UMKM dalam perspektif ekonomi syariah, terutama di wilayah pedesaan atau kabupaten.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Wahyu Pramana, Heni Noviarita, dan Erike Anggraeni (2022) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi syariah dan digital marketing terhadap penduduk yang bekerja di sektor industri kecil dan menengah (SKM) di Provinsi Lampung melalui *e-commerce*. Pendekatan ini adalah kualitatif dengan hasil seluruh informan pelaku bisnis skala kecil dan menengah (IKM) di Provinsi Lampung telah menggunakan digital marketing dan menerapkan pengetahuan ekonomi syariah melalui *e-commerce* dalam operasi perusahaannya. Perbedaannya, penelitian terletak di metode dan fokus pada pendapatan, sedangkan penelitian saya fokus pada daya saing UMKM, dengan persamaan pada pemanfaatan teknologi digital dalam perspektif ekonomi syariah.¹¹

Penelitian Immanuel Reinhard Siregar dkk. (2025) yang mencari tahu bagaimana pendapat UMKM di Kecamatan Medan Bara dipengaruhi oleh *e-commerce*, pembayaran digital, dan media sosial. Pendekatan ini adalah kuantitatif dengan hasil *e-commerce*, pembayaran digital, dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan pada pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Medan Barat. Perbedaan penelitian terletak pada variabel dan

¹¹ Wahyu Pramana, Heni Noviarita, and Erike Anggraeni, 'Analisis Digital Marketing Dan Literasi Ekonomi Syariah Terhadap Pendapatan Pelaku Industri Kecil Dan Menengah Di Provinsi Lampung Melalui E-Commerce', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.02 (2022), pp. 1526–31.

perspektif ekonomi syariah sedangkan persamaannya membahas pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM.¹²

Penelitian oleh Al Fadilla Darma Nasri (2018) bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Bengkulu. Pendekatan ini adalah kuantitatif dengan hasil implementasi *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap kemajuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wilayah Bengkulu. Perbedaannya terletak pada variabel dan tujuan penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada metode dan peran teknologi digital dan literasi syariah dalam meningkatkan kinerja UMKM.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Muchammad Zainuri (2025) yang bertujuan mengevaluasi strategi pengembangan UMKM dalam meningkatkan daya saing bisnis usaha di ruang terbuka hijau Rambipuji. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan hasil bahwa strategi pengembangan UMKM di RTH Rambipuji sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui penerapan manajemen

¹² Immanuel Reinhard Siregar, Mas Intan Purba, and Ayu Rahmadyah Sinaga, 'Income In Medan Barat District Pengaruh E-Commerce , Digital Payment , Media Sosial Terhadap Pendapatan Umkm Di Kecamatan Medan Barat', 6.5 (2025), pp. 222–34.

¹³ Al Fadilla Da Nasri, 'Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bengkulu) Skripsi', *Skripsi IAIN Padang Sidempuan*, 5.8 (2018), pp. 1–108.

stok yang baik, inovasi produk, pemanfaatan media sosial, serta evaluasi berkelanjutan. Perbedaan terletak pada metode dan fokus variable, sedangkan persamaan terletak pada upaya peningkatan daya saing UMKM dan menekankan pentingnya pengembangan usaha tetap hidup dan berkembang di tengah persaingan.¹⁴

Penelitian dilakukan Feni Aulia Rizky (2024) bertujuan untuk mengevaluasi fungsi *e-commerce* dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan perekonomian di Kecamatan Kaliwates, yang terletak di Kabupaten Jember. Pendekatan analisis ini adalah kualitatif dengan hasil bahwa peningkatan pengguna *e-commerce* membuat aktivitas belanja online naik, sehingga UMKM mengalami kenaikan 24,5% serta memperoleh pasar lebih luas, konsumen lebih mudah, dan transaksi lebih efisien. Perbedaan penelitian dahulu fokus pada pertumbuhan UMKM dan penelitian saya fokus pada daya saing UMKM, sedangkan persamaan terletak pada pembahasan UMKM dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja atau pertumbuhan usaha.¹⁵

¹⁴ Muchammad Zainuri, *Analisis Strategi Pengembangan Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Di Ruang Terbuka Hijau (Rth) Rambipuji Skripsi*, 2025.

¹⁵ Feni Aulia Rizky, *Potensi E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Pertumbuhan Perekonomian (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Kaliwates , Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam April 2024 Potwensi E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Pertumbuhan Perekonomian (Studi Ka*, 2024.

Penelitian Wanteng Zheng dan Zixuan Ye (2024) menganalisis pengaruh keuangan digital terhadap inovasi UKM yang terdaftar di pasar saham Tiongkok, dengan memperhatikan perbedaan karakteristik perusahaan dan wilayah. Hasilnya menunjukkan keuangan digital mendorong inovasi, terutama pada UKM swasta dan di wilayah dengan regulasi keuangan kuat serta tingkat marketisasi tinggi. Dampak ini terjadi melalui pengurangan kendala pembiayaan, peningkatan toleransi risiko, dan pengurangan asimetri informasi.¹⁶

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini meliputi dasar masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan penulisan sistematika

BAB II: KAJIAN TEORI

Bagian ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pembahasan masalah, kerangka berpikir penelitian dan hipotesis penelitian.

¹⁶ Zixuan Ye Zheng Wanteng, 'The Incentive Effect of Digital Finance on Innovation of Small- and Medium-Sized Enterprises Considering Heterogeneity : An Empirical Study Based on Chinese-Listed Firms', 2024.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini menggandung tentang metode penelitian (jenis penelitian, metode penelitian, jumlah waktu yang dihabiskan dan lokasi penelitian, informan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data).

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bagian ini berisi hasil dari data yang analisis dari penelitian, baik dari perspektif deskriptif maupun kuantitatif, serta pembahasan temuan penelitian dengan mengaitkan pada konsep dan penelitian sebelumnya.

BAB V: PENUTUP

Bagian ini berisi hasil penelitian sesuai dengan cara rumusan masalah dan tujuan yang memiliki dirimuskan, serta rekomendasi yang dimaksudkan kepada pihak yang terkait, baik akademisi, praktis, dan pelaku (UMKM).