SYIRKAH: Jurnal Ekonomi Syariah
Vol. 02 No. 02 (2025), Hal. 01-08

UMKM BERBASIS SYARIAH DALAM MENGHADAPI PENGURANGAN MINYAK GORENG DI KALANGAN MASYARAKAT

Zalza Rapika Fuji Ayu[1], Khaisya Awis Putri Malaya[2], Lina Marlia[3]

[123]Universitas Siliwangi

2410021111026@student.unsil.ac.id

Keywords:
UMKM Sharia MSMEs; Cooking Oil Crisis; Business Strategy

Abstract

The cooking oil supply crisis in Indonesia has posed a major challenge for micro, small, and medium enterprises (MSMEs), especially those based on sharia principles. This study aims to examine sharia business strategies that can help MSMEs survive and grow amid the scarcity of cooking oil. Using a normative approach, the research analyzes Islamic economic principles such as justice, transparency, and business ethics. The findings show that sharia-compliant marketing strategies, alternative product innovations (e.g., plant-based oils), ethical use of digital technology, and collaboration with government and educational institutions can enhance MSME competitiveness. The application of sharia principles not only strengthens the moral foundation of business, but also builds consumer trust and business sustainability. Thus, sharia-based MSMEs are able to navigate crises while contributing to local economic resilience.

Kata Kunci:
Syariah MSMEs*; Krisis Minyak Goreng; Strategi Bisnis*

Abstrak

Krisis pasokan minyak goreng di Indonesia telah menjadi tantangan besar bagi UMKM, terutama yang berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi bisnis syariah untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah kelangkaan minyak goreng. Dengan pendekatan normatif, penelitian menganalisis prinsip ekonomi Islam seperti keadilan, transparansi, dan etika bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah, inovasi produk alternatif (misalnya minyak nabati), pemanfaatan teknologi digital secara etis, serta kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga pendidikan dapat meningkatkan daya saing UMKM. Penerapan prinsip syariah tidak hanya memperkuat fondasi moral bisnis, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, UMKM berbasis syariah mampu menghadapi krisis sembari berkontribusi pada ketahanan ekonomi lokal.

PENDAHULUAN

Krisis pasokan minyak goreng di Indonesia telah menjadi tantangan besar bagi UMKM, terutama yang berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi bisnis syariah untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah kelangkaan minyak goreng. Dengan pendekatan normatif, penelitian menganalisis prinsip ekonomi Islam seperti keadilan, transparansi, dan etika bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah, inovasi produk alternatif (misalnya minyak nabati), pemanfaatan teknologi digital secara etis, serta kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga pendidikan dapat meningkatkan daya saing UMKM. Penerapan prinsip syariah tidak hanya memperkuat fondasi moral bisnis, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, UMKM berbasis syariah mampu menghadapi krisis sembari berkontribusi pada ketahanan ekonomi lokal.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode normatif, yang berfokus pada kajian terhadap norma-norma, prinsip hukum, serta aturan yang berlaku dalam konteks bisnis dan syariah. Dalam konteks UMKM berbasis syariah yang menghadapi pengurangan pasokan minyak goreng, penelitian ini akan memfokuskan pada penerapan prinsip-prinsip syariah yang meliputi keadilan, transparansi, dan etika dalam bisnis.

Metode normatif dalam penelitian ini akan mengacu pada teori-teori dasar yang terkait dengan prinsip syariah dalam dunia bisnis, yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan moralitas. Beberapa teori yang akan dianalisis meliputi:

Teori Ekonomi Syariah yang membahas prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, seperti larangan riba, keharusan transparansi, serta prinsip keadilan dalam perdagangan.

Teori Pemasaran Syariah, yang menekankan pada keharusan produk yang dijual memenuhi standar halal, serta pentingnya menjaga etika bisnis dan kepercayaan pelanggna.Prinsip-prinsip fiqh muamalah (hukum Islam terkait transaksi), yang memberikan dasar bagi bagaimana bisnis dapat dilaksanakan secara sah dan sesuai dengan aturan Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tantangan yang Dihadapi UMKM Berbasis Syariah Dalam menghadapi Pengurangan Minyak Goreng di Masyarakat

UMKM berbasis syariah menghadapi berbagai tantangan serius akibat kelangkaan minyak goreng yang berdampak luas di masyarakat. Masyarakat, termasuk pelaku UMKM dan rumah tangga, mengalami kesulitan mendapatkan minyak goreng sehingga

harus mengantre di pasar atau supermarket. Berdasarkan regulasi Permendag No. 6 Tahun 2022, pemerintah telah menetapkan harga eceran tertinggi untuk berbagai jenis minyak goreng, namun ketersediaannya tetap terbatas. Kelangkaan ini diperburuk oleh ketidakkonsistenan produsen dan distributor dalam mendukung program pemerintah, sebagaimana disampaikan oleh Ketua Umum Aprindo. Kondisi tersebut menyebabkan lonjakan harga bahan baku hingga 40%, memicu kenaikan biaya produksi terutama di sektor kuliner. UMKM pun terpaksa menaikkan harga jual, yang berisiko menurunkan jumlah konsumen. Akibatnya, pendapatan UMKM berbasis syariah mengalami penurunan yang cukup signifikan, antara 33% hingga 53%, karena daya beli masyarakat juga ikut melemah seiring dengan kenaikan harga kebutuhan pokok. terlebih juga ketergantungan pada Minyak Goreng Banyak UMKM, terutama di sektor kuliner yang sangat bergantung pada minyak goreng sebagai bahan utama. Pengurangan pasokan memaksa mereka untuk mengurangi penggunaan minyak, yang dapat memengaruhi kualitas produk dan daya saing di pasar[1].

Regulasi dan insfratruktur juga mempengaruhi Implementasi kebijakan pemerintah terkait ekonomi syariah yang sering kali terkendala oleh birokrasi yang rumit dan distribusi informasi yang tidak merata di tingkat daerah. Hal ini menyulitkan UMKM untuk mendapatkan dukungan atau insentif yang diperlukan, ditambah lagi dengan perubahan Mindset dan Adaptasi Teknologi Di era digital, adaptasi teknologi menjadi penting untuk pengembangan bisnis. Namun, banyak pelaku UMKM berbasis syariah belum memiliki infrastruktur teknologi yang memadai atau kesadaran untuk beralih ke sistem digital sesuai prinsip syariah.

B. Strategi Pemasaran Berbasis Syariah

UMKM memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk memasarkan produk mereka agar mereka dapat berkembang dan mendapatkan hasil yang maksimal. Untuk mencegah kecurangan atau kebathilan, setiap bisnis mengikuti prinsip syariah. Sebagaimana dijelaskan dalam Islam, kegiatan muamalah diizinkan selama tidak menyimpang dari syariat Islam. Oleh karena itu, semua transaksi yang berkaitan dengan pemasaran dianggap sah. Strategi Pemasaran Syariah untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Tengah Krisis Pasokan Minyak Goreng Strategi pemasaran syariah dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk tetap kompetitif meskipun menghadapi tantangan seperti kelangkaan minyak goreng. Berikut adalah penjabaran strategi yang dapat diterapkan:

[1] Rezky Amalia Hamka and Muhammad Isbar Pratama, "Analisis Dampak Kelangkaan Minyak Goreng Terhadap Umkm Kuliner Di Kota Samarinda," n.d., https://doi.org/10.5281/zenodo.10205439.

1. Penerapan Prinsip Syari'ah dalam Bisnis

   Kejujuran dan Transparansi: UMKM harus memberikan informasi yang jelas dan jujur tentang produk, seperti bahan baku, proses produksi, dan harga. Hal ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan[2].

2. Inovasi produk

   Pengembangan Produk Alternatif dalam menghadapi krisis pasokan minyak goreng, UMKM dapat mengembangkan produk berbahan baku alternatif, seperti minyak nabati ramah lingkungan atau makanan yang diproses tanpa minyak goreng. Ini tidak hanya mengatasi masalah pasokan tetapi juga mengikuti tren gaya hidup sehat[3].

3. Pemanfaatan Teknologi Digital

   Pemasaran Digital: Dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, UMKM dapat mempromosikan produk secara lebih luas dengan biaya rendah. Promosi ini harus menekankan nilai-nilai syariah seperti manfaat produk dan keadilan harga[4]

4. Kolaborasi dengan Lembaga Terkait

   Kemitraan dengan Pemerintah: UMKM dapat bekerja sama dengan pemerintah dalam program bantuan sosial atau promosi produk halal untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka.Dukungan Lembaga Keuangan Syariah: Memanfaatkan pembiayaan syariah tanpa riba untuk mendukung pengembangan bisnis dan operasional yang lebih stabil[5]

5. Pendidikan dan Pelatihan

   Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pemasaran digital dan manajemen bisnis berbasis syariah melalui pelatihan khusus. Ini akan membantu mereka beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi[6].

---

[2] Nabila Veren Estefany and Fitri Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat," *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol. 5, 2022.

[3] Elisa Anita Farida, "STRATEGI PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI SYARIAH DALAM PERSAINGAN GLOBAL," *ISSN* 9, no. 1 (2023): 2548–5911, https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v9i1.909.

[4] Mita Anggraeni STEI Al-Amar Subang Amalia Nurdianti Khoiriyah Nurdianti Khoiriyah Dhea Amanda STEI Al-Amar Subang and Stei Al-Amar Subang Dede Tia Hadian Triadi STEI Al-Amar Subang, "STRATEGI PEMASARAN UMKM JASMINE BERBASIS SYARIAH DI ERA DIGITAL Agus Sumarna," n.d.

[5] Gita Diana Putri, Triana Akhsanul Husna, and Lilis Renfiana, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM," *Journal* 2 (2023), https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i2.7747.

[6] Sarjana Ekonomi, "EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PUSAT OLEH-OLEH KHAS KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL SKRIPSI Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar," n.d.

C. Peran Digital Marketing Membantu UMKM Syariah Menghadapi Pengurangan Minyak Goreng

Digital marketing memainkan peran penting dalam membantu UMKM berbasis syariah menghadapi tantangn pengurangan minyak goreng. Terdapat beberapa aspek kunci mengenai peran tersebut:

1. Memperluas Jangkauan Pasar

Digital marketing memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara efektif kepada konsumen di berbagai lokasi.

2. Pengurangan Biaya Pemasaran

Pemasaran digital umumnya lebih hemat biaya dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. UMKM dapat mengurangi pengeluaran untuk iklan cetak atau media massa dan beralih ke kampanye digital yang lebih terjangkau, seperti iklan berbayar di media sosial[7]

3. Promosi produk Halal

Dengan menekankan nilai-nilai syariah dalam pemasaran, UMKM dapat menarik perhatian konsumen Muslim yang mencari produk halal. Pemasaran digital memungkinkan mereka untuk menampilkan sertifikasi halal dan menjelaskan proses produksi yang sesuai dengan prinsip syariah[8].

4. Edukasi Pasar

Melalui konten digital seperti artikel, video, dan infografis, UMKM dapat mendidik konsumen tentang manfaat produk mereka serta cara penggunaan yang tepat. Edukasi ini dapat meningkatkan kesadaran dan permintaan terhadap produk, terutama dalam situasi kelangkaan[9].

5. Inovasi dalam Penawaran Produk

Dengan menggunakan platform digital, UMKM dapat dengan cepat menguji produk baru atau variasi produk yang berbeda berdasarkan tren pasar dan preferensi konsumen. Ini membantu mereka tetap relevan di tengah perubahan kebutuhan pasar akibat krisis pasokan.

---

[7] S Ramadani Silalahi, "Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 510–19, https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.13785.

[8] Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari and Anti Riyanti, "Manajemen Dan Pariwisata PERAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM DENGAN PRINSIP-PRINSIP SYARIAH (THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN MSMES WITH SHARIA PRINCIPLES) Apay Safari 2," n.d.

[9] Syamil Fatih et al., "Peran Digital Marketing Terhadap UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Syariah The Effect of Digital Marketing towards UMKM in the Perspective of Sharia Economics," *ALIF Sharia Economics Journal Desember* 02, no. 02 (2023): 44–50, https://doi.org/10.37010/alif.v2i2

6. Kolaborasi dengan Influencer

UMKM dapat bekerja sama dengan influencer atau brand ambassador yang memiliki nilai-nilai syariah untuk mempromosikan produk mereka. Kolaborasi ini dapat meningkatkan visibilitas merek dan menarik perhatian lebih banyak konsumen[10]

Dengan memanfaatkan digital marketing secara efektif, UMKM berbasis syariah tidak hanya dapat bertahan dari tantangan pengurangan minyak goreng tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif. Strategi ini mendukung keberlanjutan bisnis sambil tetap berpegang pada nilai-nilai syariah yang menjadi landasan operasional mereka.

Pemanfaatan digital marketing secara optimal memberikan peluang besar bagi UMKM berbasis syariah untuk tidak hanya bertahan di tengah tantangan pengurangan pasokan minyak goreng, tetapi juga memperkuat eksistensi mereka di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Melalui strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien, membangun interaksi langsung dengan pelanggan, serta menyampaikan nilai-nilai syariah seperti transparansi, kejujuran, dan etika bisnis dalam setiap promosi yang dilakukan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga mendukung keberlangsungan usaha secara jangka panjang dengan tetap berlandaskan prinsip-prinsip syariah sebagai fondasi utama operasional bisnis mereka.

KESIMPULAN

Krisis pasokan minyak goreng di Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, khususnya yang berbasis syariah. UMKM mengalami tekanan baik dari sisi operasional maupun etika bisnis, karena harus menyeimbangkan antara keberlanjutan usaha dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Penelitian ini menunjukkan bahwa tantangan tersebut dapat diatasi melalui strategi pemasaran berbasis syariah yang mengedepankan kehalalan produk dan kepercayaan konsumen, inovasi produk dengan bahan baku alternatif yang lebih sehat dan terjangkau, serta pemanfaatan teknologi digital secara etis untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga pendidikan juga berperan penting dalam memperkuat daya saing UMKM.

[10] Sebagai Strategi et al., "Peranan Digital Marketing The Role of Digital Marketing as an Online Marketing Strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) Based on Islamic Sharia in Teluk Pinang Village,

Dengan pendekatan tersebut, UMKM berbasis syariah tidak hanya mampu bertahan menghadapi krisis minyak goreng, tetapi juga berpotensi berkembang menjadi pelaku usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal. Untuk ke depan, UMKM syariah perlu terus mengembangkan literasi digital dan keuangan, memperluas jejaring kerja sama, serta memperkuat kapasitas sumber daya manusia agar mampu menjawab tantangan global secara berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

REFERENSI

Elisa Anita Farida, "STRATEGI PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI SYARIAH DALAM PERSAINGAN GLOBAL," *ISSN* 9, no. 1 (2023): 2548–5911, https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v9i1.909.

Gita Diana Putri, Triana Akhsanul Husna, and Lilis Renfiana, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Pada UMKM," *Journal* 2 (2023), https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i2.7747.

Mita Anggraeni STEI Al-Amar Subang Amalia Nurdianti Khoiriyah Nurdianti Khoiriyah Dhea Amanda STEI Al-Amar Subang and Stei Al-Amar Subang Dede Tia Hadian Triadi STEI Al-Amar Subang, "STRATEGI PEMASARAN UMKM JASMINE BERBASIS SYARIAH DI ERA DIGITAL Agus Sumarna," n.d.

Nabila Veren Estefany and Fitri Nur Latifah, "Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat," *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol. 5, 2022.

Rezky Amalia Hamka and Muhammad Isbar Pratama, "Analisis Dampak Kelangkaan Minyak Goreng Terhadap Umkm Kuliner Di Kota Samarinda," n.d., https://doi.org/10.5281/zenodo.10205439

S Ramadani Silalahi, "Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 2 (2022): 510–19, https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.13785.

Saputra, I. A., & Purna, Z. A. (2024). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Pendekatan Debirokratisasi Untuk Pengembangan Umkm Di Kota Baubau. *Jurnal Administrasi Negara*, *30*(1), 1-20.

Sarjana Ekonomi, "EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PUSAT OLEH-OLEH KHAS

KOTA BENGKULU DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL SKRIPSI Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar," n.d.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari and Anti Riyanti, "Manajemen Dan Pariwisata PERAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM DENGAN PRINSIP-PRINSIP SYARIAH (THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN MSMES WITH SHARIA PRINCIPLES) Apay Safari 2," n.d.

Syamil Fatih et al., "Peran Digital Marketing Terhadap UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Syariah The Effect of Digital Marketing towards UMKM in the Perspective of Sharia Economics," *ALIF Sharia Economics Journal Desember* 02, no. 02 (2023): 44–50, https://doi.org/10.37010/alif.v2i2