

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran sangat penting dalam struktur perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha produktif, tetapi juga menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, menggerakkan roda ekonomi lokal, serta menciptakan sumber pendapatan bagi rumah tangga. Selain itu, UMKM berperan sebagai instrumen pemerataan ekonomi, khususnya di wilayah yang belum sepenuhnya terjangkau oleh industri besar. Fleksibilitas, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta daya tahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil menjadikan UMKM sebagai sektor strategis dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional (BPS, 2025).

Badan Pusat Statistik (2025) melaporkan bahwa sekitar 65,5 juta unit UMKM mampu menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja serta berkontribusi sebesar 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM bukan sekadar pelengkap, melainkan fondasi utama dalam struktur perekonomian nasional. Karakteristik UMKM yang berbasis pada potensi lokal juga menjadikannya sebagai instrumen penting dalam mendorong ekonomi kerakyatan, karena mampu menciptakan nilai tambah yang tersebar secara merata di berbagai daerah. Selain itu, kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja menjadikannya sebagai solusi dalam mengatasi permasalahan struktural seperti pengangguran dan kemiskinan. Kemudahan dalam memulai usaha serta kebutuhan modal yang relatif kecil menjadikan UMKM sebagai

alternatif utama bagi masyarakat dalam memperoleh penghasilan. Pada tingkat daerah, kondisi tersebut juga terlihat di Provinsi Aceh.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM dikelompokkan menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Usaha mikro merupakan kelompok usaha dengan skala paling kecil, yaitu memiliki modal usaha paling banyak Rp1.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000,00. Usaha kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000 sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000 dengan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000 sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000. Sementara itu, usaha menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00, dengan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 (Kementerian UMKM, 2021). Pengelompokan berdasarkan modal usaha tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki karakteristik dan kapasitas usaha yang berbeda pada setiap skalanya. Usaha mikro memiliki batas modal paling rendah sehingga kegiatan usaha pada skala ini umumnya memiliki kapasitas operasional yang lebih terbatas. Usaha kecil memiliki modal dan kapasitas kegiatan usaha yang lebih besar dibandingkan usaha mikro, sedangkan usaha menengah memiliki kapasitas permodalan dan kegiatan usaha yang lebih besar dibandingkan usaha mikro dan usaha kecil.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Aceh (2023), jumlah UMKM mencapai 424.850 unit, yang didominasi oleh usaha mikro sebanyak 423.178 unit, sementara usaha kecil dan menengah masing-masing hanya berjumlah 1.470 unit dan 202 unit. Komposisi ini menunjukkan bahwa struktur UMKM di Aceh masih bertumpu pada usaha mikro dengan keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun jumlah UMKM besar, kualitas dan kapasitas usaha masih perlu ditingkatkan agar mampu memberikan kontribusi ekonomi yang lebih optimal. Sementara itu, Bank Syariah Indonesia (2024) mencatat peningkatan jumlah UMKM binaan menjadi 2.146 unit, naik sekitar 28% dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan adanya upaya penguatan kapasitas UMKM melalui pembinaan dan pembiayaan berbasis syariah. Kondisi serupa juga terjadi di Kota Lhokseumawe.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Kota Lhokseumawe

Tahun	Jumlah UMKM (unit)
2020	5.623
2021	5.739
2022	6.352
2023	6.847
2024	6.879
2025	7.012

Sumber: Dinas PPKUKM Kota Lhokseumawe, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah UMKM di Kota Lhokseumawe mengalami pertumbuhan yang relatif konsisten selama periode 2020–2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM terus berkembang dan menjadi salah satu penggerak perekonomian daerah. Peningkatan jumlah UMKM tidak hanya mencerminkan bertambahnya pelaku usaha, tetapi juga mengindikasikan semakin aktifnya aktivitas ekonomi masyarakat dalam menciptakan dan mengembangkan usaha

produktif. Dengan demikian, UMKM memiliki peran yang semakin strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Lhokseumawe.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan cukup pesat di Kota Lhokseumawe adalah sektor kuliner. Beragam produk makanan dan minuman yang dihasilkan pelaku UMKM telah menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Untuk mendorong pengembangan sektor tersebut, Pemerintah Kota Lhokseumawe bersama berbagai pihak secara rutin menyelenggarakan Ahad Festival Kuliner sebagai wadah promosi, pemasaran, dan pengembangan usaha bagi pelaku UMKM lokal. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan daya saing usaha melalui interaksi langsung dengan konsumen dan pelaku usaha lainnya. Selain itu, Ahad Festival Kuliner juga menjadi salah satu upaya dalam memperkuat eksistensi UMKM kuliner lokal di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pelaku UMKM yang mengikuti Ahad Festival Kuliner memiliki karakteristik usaha yang relatif sederhana dengan skala modal yang masih terbatas. Berdasarkan hasil observasi awal di lapangan, modal yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usaha kuliner pada kegiatan tersebut berkisar antara Rp2.000.000,00 sampai dengan Rp4.000.000,00. Modal tersebut umumnya dialokasikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan usaha, seperti pembelian bahan baku, penyediaan peralatan, kemasan produk, serta biaya operasional selama kegiatan berlangsung.

Kondisi modal yang relatif kecil tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mengikuti Ahad Festival Kuliner didominasi oleh usaha dengan skala mikro.

Keterbatasan modal tidak mengurangi upaya pelaku UMKM dalam memanfaatkan Ahad Festival Kuliner sebagai sarana untuk mengembangkan usahanya. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen, memperoleh pelanggan baru, meningkatkan penjualan, serta memperluas jaringan pemasaran. Bagi pelaku usaha dengan modal yang terbatas, keberadaan festival menjadi salah satu peluang untuk memasarkan produk tanpa harus menanggung biaya pemasaran yang besar. Dengan demikian, Ahad Festival Kuliner tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan produk kuliner, tetapi juga menjadi ruang bagi pelaku usaha mikro untuk mempertahankan keberlangsungan dan mengembangkan usahanya. Meskipun demikian, keterbatasan modal yang dimiliki pelaku UMKM juga dapat menjadi salah satu kendala dalam pengembangan usaha. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi, mengembangkan variasi produk, memperbaiki kemasan, melakukan promosi, serta memenuhi kebutuhan operasional secara berkelanjutan. Selain persoalan permodalan, pelaku UMKM kuliner juga menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing dan memberikan jaminan kepada konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Salah satu aspek yang menjadi perhatian dalam hal tersebut adalah kepemilikan sertifikat halal.

Sertifikasi halal menjadi aspek penting bagi UMKM yang bergerak di bidang kuliner karena memberikan jaminan kepada konsumen mengenai kehalalan produk yang dikonsumsi. Kepemilikan sertifikat halal juga dapat meningkatkan kepercayaan

konsumen, memberikan nilai tambah terhadap produk, serta membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Hal tersebut menjadi semakin relevan dalam konteks Kota Lhokseumawe yang berada di Provinsi Aceh, di mana penerapan Syariat Islam menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan penyelenggaraan pemerintahan daerah. Oleh karena itu, aspek kehalalan produk menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam pengembangan UMKM kuliner di daerah tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar produk yang dijual pada Ahad Festival Kuliner berasal dari pelaku usaha muslim dan menggunakan bahan yang diyakini halal. Namun, kondisi tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan kepemilikan sertifikat halal resmi pada setiap produk yang dipasarkan. Dengan kata lain, terdapat perbedaan antara keyakinan pelaku usaha bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi ketentuan halal dengan adanya bukti formal berupa sertifikat halal. Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan yang perlu mendapat perhatian dalam pengembangan UMKM kuliner di Ahad Festival Kuliner.

Kepemilikan sertifikat halal yang belum merata tersebut dapat berkaitan dengan berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM, seperti keterbatasan pengetahuan mengenai prosedur sertifikasi halal, biaya yang harus dipersiapkan, serta kesiapan administrasi dan manajerial usaha. Bagi pelaku usaha mikro dengan modal yang berkisar antara Rp2.000.000,00 sampai dengan Rp4.000.000,00, berbagai keterbatasan tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan kemampuan dan kemauan untuk mengurus sertifikasi halal. Kondisi inilah yang kemudian menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut, khususnya untuk mengetahui bagaimana kondisi sertifikasi halal

pada pelaku UMKM kuliner yang mengikuti Ahad Festival Kuliner serta faktor-faktor yang memengaruhi kepemilikan sertifikat halal tersebut.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memengaruhi daya saing UMKM. Putra (2023) menemukan bahwa pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan syariah mampu mengelola modal, mengastur cash flow, dan membuat keputusan investasi yang tepat, sehingga kinerja usaha meningkat dan daya saing produk halal lebih tinggi. Sulaiman et al. (2024) menambahkan bahwa literasi keuangan syariah yang dikombinasikan dengan akses pembiayaan syariah dan adopsi digital meningkatkan produktivitas dan inovasi produk, yang menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing di pasar halal.

Akses terhadap pembiayaan perbankan syariah juga menjadi faktor penting dalam mendukung daya saing UMKM. Pembiayaan atau financing merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik sendiri maupun Lembaga (Nadhifa Ardiana et al., 2024). Pembiayaan syariah berupa kegiatannya yaitu penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan deposito, kemudian menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, serta kegiatan jasa-jasa keuangan lainnya. Perbankan syariah menyediakan skema pembiayaan berbasis kemitraan dan keadilan, yang sesuai dengan karakteristik UMKM (Fadhillah, 2026). Pembiayaan ini memungkinkan pelaku usaha memperoleh modal tanpa beban bunga, sehingga risiko usaha terbagi secara proporsional. Namun, pemanfaatan pembiayaan syariah oleh UMKM masih terbatas karena persyaratan administratif, keterbatasan jaminan, dan kurangnya pemahaman mekanisme pembiayaan. Akses pembiayaan

syariah terbukti memengaruhi daya saing UMKM halal melalui peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk. Nurhadi (2024) menyebutkan bahwa UMKM yang mudah memperoleh pembiayaan syariah mampu meningkatkan kapasitas produksi dan memenuhi standar kualitas, termasuk produk halal. Penelitian (Sari et al., 2023) juga menunjukkan bahwa pembiayaan dari bank syariah atau fintech syariah mendorong UMKM mengadopsi teknologi digital, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi usaha, sehingga daya saing meningkat.

Faktor perkembangan teknologi digital juga turut memengaruhi daya saing bagi UMKM. Digitalisasi merupakan proses perubahan suatu model bisnis kearah digital dengan menggunakan teknologi digital. Tujuannya untuk memberikan sumber pendapatan baru dan peluang menghasilkan nilai tambah bagi pelaku bisnis. Digitalisasi juga merupakan faktor penting dalam bisnis modern karena dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan produktivitas, dengan mengotomatisasi proses pemasaran dan pemesanan produk atau jasa, perusahaan dapat menghemat waktu dan biaya, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Selain itu, digitalisasi juga dapat membantu perusahaan mengurangi risiko kesalahan manusia dalam proses pengerjaan, sehingga dapat meningkatkan konsistensi dan keakuratan hasil kerja. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas, termasuk mereka yang peduli produk halal. (Munandar, 2023b)

Penelitian Fadli et al. (2025) menemukan bahwa transformasi digital seperti e-commerce, aplikasi pembayaran, dan media promosi digital meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan visibilitas produk. Zakiah et al. (2024) menekankan

bahwa literasi digital yang menyertai digitalisasi memperkuat kemampuan UMKM bersaing, termasuk dalam memasarkan produk halal. Digitalisasi dipandang sebagai cara menuju bisnis digital dan transformasi digital, serta penciptaan aliran dan penawaran pendapatan digital baru saat melakukannya dan itu membutuhkan perubahan, inilah sebabnya mengapa banyak orang secara bergantian menggunakan istilah digitalisasi dan transformasi digital.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Akses Pembiayaan Perbankan Syariah, dan Digitalisasi Usaha terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal ?
2. Apakah Akses pembiayaan perbankan berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal?
3. Apakah Digitalisasi Usaha berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal ?
4. Apakah Literasi Keuangan Syariah, Akses pembiayaan perbankan dan Digitalisasi Usaha berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin penulis capai adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal.
2. Mengetahui pengaruh Akses pembiayaan perbankan terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal
3. Mengetahui pengaruh Digitalisasi Usaha terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal.
4. Mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Akses pembiayaan perbankan dan Digitalisasi Usaha terhadap Daya Saing UMKM dalam Peningkatan Produk Bersertifikat Halal.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan memperkaya kajian terkait literasi keuangan syariah, akses pembiayaan perbankan syariah, dan digitalisasi usaha terhadap daya saing umkm dalam peningkatan produk bersertifikat halal.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi umat Islam mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, akses pembiayaan perbankan syariah, dan digitalisasi usaha terhadap daya saing umkm dalam peningkatan produk bersertifikat halal.