

**Persepsi Pelaku Usaha terhadap Efektivitas Pembiayaan Bank Syariah
serta Pemanfaatan E-Commerce dalam mendukung Keberlanjutan Usaha
Kecil**

**Sahwa Adhelia Gubara¹, Devi Permata², Merlin Sagita³, Indah Nur
Janah⁴, Peny Cahaya Azwari⁵**

¹ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

² Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

³ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

⁴ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

⁵ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-mail: sahwaadhelia@gmail.com¹, devipermata06082006@gmail.com²,
merlinsagita363@gmail.com³, indahnurjanahnurjanah@gmail.com⁴,
penycahayaaazwari_uin@radenfatah.ac.id⁵

Abstract

Digital transformation through the growth of e-commerce has become one of the key factors in helping small businesses in Indonesia grow, especially in expanding market access and improving transaction efficiency. On the other hand, the lack of access to appropriate funding sources remains the main obstacle in supporting the development and sustainability of small businesses. Bank syariah offer an alternative that is based on fairness, transparency, and partnership, but how effective it is depends a lot on how business people feel about the products and processes they offer. This study aims to thoroughly examine the role of e-commerce and the perception of business owners regarding the effectiveness of Islamic bank financing in increasing income and the sustainability of small businesses. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, collecting data through in-depth interviews, observations, and documentation of small business owners who use e-commerce and access Islamic financing. Research results show that using e-commerce has made a big difference in increasing sales volume, expanding market reach, and improving business operations efficiency. Besides that, positive perceptions of business actors towards Islamic bank financing, especially regarding the ease of procedures, profit-sharing system, and alignment with Sharia principles, influence the level of use of such financing. However, there are still challenges such as low financial literacy in Islamic finance, limited information, and the perception of complexity in financing products, which hinder the optimal use of these services. Overall, the combination of using e-commerce and access to

Islamic bank financing, supported by increased understanding and business literacy, has been proven to boost income and strengthen the sustainability of small businesses in the long term.

Keywords: *E-commerce; Business Actors' Perception; Islamic Bank Financing, Small Business Sustainability; MSMEs; Islamic Financial Literacy*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, bank merupakan lembaga intermediasi keuangan yang berperan sebagai perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus) dengan pihak yang membutuhkan dana (defisit). Bank syariah sebagai bagian dari lembaga keuangan memiliki tugas utama untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pembiayaan. Salah satu fungsi pokok bank syariah adalah menyalurkan pembiayaan, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan ini menjadi kegiatan utama sekaligus sumber pendapatan terbesar bagi bank syariah. Jika dibandingkan dengan bank konvensional, kegiatan usaha bank syariah cenderung lebih beragam. Penyaluran pembiayaan pada bank syariah juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Namun, masih banyak masyarakat yang terjatuh dalam praktik kredit berbunga yang diharamkan dalam Islam, sehingga alih-alih memperoleh keuntungan, justru mengalami kerugian. Oleh karena itu, bank syariah menawarkan berbagai produk pembiayaan yang berlandaskan prinsip syariah, seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, dan ijarah. Akad murabahah digunakan dalam transaksi jual beli dengan penetapan harga yang transparan. Sementara itu, mudharabah dan musyarakah merupakan bentuk kerja sama dengan sistem bagi hasil yang telah disepakati sejak awal, di mana keuntungan dibagi bersama dan kerugian ditanggung sesuai porsi masing-masing. Adapun ijarah adalah akad sewa-menyewa yang sudah cukup dikenal di masyarakat.

Secara umum, akad-akad dalam pembiayaan bank syariah didasarkan pada prinsip jual beli, bagi hasil, dan sewa. Dengan demikian, seluruh kegiatan usaha bank syariah benar-benar bersumber dari transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah. Berbagai upaya untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip tersebut juga telah dilakukan secara optimal oleh bank syariah.

Islam sendiri telah memberikan pedoman terkait akad-akad syariah dalam mengatur kegiatan muamalah. Konsep ini membuka peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan usahanya melalui prinsip kemitraan yang diterapkan oleh bank syariah. Peran UMKM sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional di Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia masih menghadapi permasalahan utang yang berdampak pada melemahnya kondisi ekonomi. Dalam hal ini, UMKM dapat dianggap sebagai tulang punggung perekonomian nasional, karena mampu menggerakkan roda ekonomi secara seimbang. Selain itu, perkembangan UMKM juga berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja, memperlancar aktivitas jual beli di masyarakat, serta menekan tingkat pengangguran. UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat, terutama saat menghadapi krisis ekonomi seperti pada tahun 1998 dan 2008. Pada masa tersebut, UMKM mampu bertahan dan beradaptasi, bahkan ketika banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan dan melakukan pemutusan hubungan kerja dalam jumlah besar.

Menurut (Rindyi Putri Lestari & Fauzatul Laily Nisa, 2024), banyak pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mulai mengadopsi prinsip ekonomi syariah dalam kegiatan operasional mereka, seperti menjauhi praktik riba dan menggunakan sistem bagi hasil dalam aktivitas bisnis. Meski sektor UMKM yang bergerak di bidang pariwisata, terutama di wilayah seperti Yogyakarta dan Bali, mengalami kemunduran drastis selama masa pandemi akibat menurunnya jumlah wisatawan, sejumlah usaha berbasis syariah di bidang kuliner dan ritel justru mampu bertahan lebih baik. Ketahanan ini didorong oleh pemanfaatan teknologi digital dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Penerapan prinsip-prinsip syariah juga meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen, karena produk yang ditawarkan dianggap lebih selaras dengan nilai-nilai Islam, sehingga turut mendukung pemulihan UMKM setelah pandemic (Saifuddin dan Humairoh, 2025). Stabilitas keuangan menjadi salah satu fondasi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ini, pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menolak riba dapat menawarkan pendekatan yang lebih adil dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip tersebut mendorong pembiayaan yang berbasis pada bagi hasil dan kerjasama, yang bukan hanya menjamin keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Capaian ini membuktikan bahwa penerapan nilai-nilai syariah

tidak hanya memberikan keuntungan secara religius, tetapi juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta memperkuat posisi bersaing di pasar (Rahmawati, et al., 2022).

Sebagai alternatif, ekonomi Islam menawarkan solusi yang tidak hanya bebas dari riba tetapi juga lebih berorientasi pada keadilan sosial dan stabilitas ekonomi. Salah satunya adalah konsep profit sharing atau bagi hasil, yang diwujudkan melalui akad seperti mudharabah dan musyarakah. Sistem ini memungkinkan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama tanpa memaksakan beban bunga, sehingga lebih sesuai dengan prinsip syariah dan dapat meningkatkan stabilitas keuangan di era kontemporer. Mengingat dominasi UMKM dalam struktur ekonomi Indonesia dan tantangan yang mereka hadapi dalam akses pembiayaan, penting untuk mengevaluasi dampak riba terhadap pertumbuhan dan keberlangsungan UMKM dari sudut pandang ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur mengenai bagaimana riba mempengaruhi kinerja UMKM dan sejauh mana pembiayaan syariah dapat menjadi solusi yang efektif serta preferensi masyarakat maupun pelaku UMKM terhadap skema pembiayaan Syariah.

Di sisi lain, keberhasilan pembiayaan syariah bergantung pada tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk keuangan syariah. Keterbatasan tingkat literasi masyarakat sering kali menjadi hambatan utama dalam melakukan penelitian mengenai pemanfaatan layanan tersebut. Banyak pelaku usaha masih belum sepenuhnya memahami perbedaan antara pendekatan sistem syariah dan konvensional, sehingga terdapat keraguan dalam mengambil keputusan untuk beralih ke pembiayaan berbasis syariah. Oleh karena itu, meningkatkan pemahaman dan penyampaian informasi menjadi hal penting dalam memperluas keikutsertaan masyarakat dalam sistem keuangan syariah. Selain masalah pembiayaan, kemajuan teknologi digital juga memberikan dampak besar dalam membantu perkembangan usaha kecil. Penggabungan antara pendanaan berdasarkan syariah dan penggunaan teknologi, terutama dalam bentuk platform digital dan toko online, dapat membentuk lingkungan bisnis yang lebih efisien dan bersaing. Teknologi membantu para pelaku usaha mengelola operasional secara lebih efisien, meningkatkan visibilitas produk, serta memperluas jaringan pemasaran hingga ke tingkat yang lebih luas. Kombinasi akses pembiayaan dengan penggunaan teknologi digital juga berdampak positif pada peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk

yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Dengan bantuan dana yang cukup, para pengusaha bisa melakukan peningkatan kreativitas, meningkatkan jumlah produksi, serta memperbaiki pengelolaan usaha secara menyeluruh. Akhirnya, hal ini akan meningkatkan kemampuan usaha untuk bersaing, baik di pasar dalam negeri maupun nasional. Selain itu, kelangsungan usaha tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi saja, tetapi juga pada kemampuan pemilik usaha untuk mengelola sumber daya dengan baik serta mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi lingkungan bisnis. Dalam konteks ini, pembiayaan syariah yang mengutamakan prinsip hati-hati dan keadilan bisa membantu menciptakan bentuk usaha yang lebih stabil dan dapat terus berlangsung. Pendekatan ini juga mendorong para pelaku usaha untuk lebih konsisten dalam mengatur keuangan dan lebih bertanggung jawab dalam menjalankan usaha mereka. Peran penting usaha kecil dalam perekonomian negara semakin menegaskan pentingnya pengembangan sistem keuangan yang mencakup semua lapisan masyarakat dan bisa berlanjut terus menerus.

Jumlah yang besar dan kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, usaha kecil memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pendapatan. Oleh karena itu, mendukung sektor ini, baik melalui kebijakan pemerintah, lembaga keuangan, maupun penggunaan teknologi, sangat penting. Dalam konteks yang lebih luas, memperkuat usaha kecil dengan bantuan pembiayaan syariah dan digitalisasi ekonomi bisa menjadi salah satu cara menghadapi tantangan di dunia ekonomi global. Usaha kecil yang telah terbukti tahan dalam berbagai krisis menunjukkan bahwa sektor ini sangat fleksibel dan mampu beradaptasi dengan cepat. Dengan bantuan yang sesuai, usaha kecil tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkontribusi lebih besar dalam menjaga stabilitas perekonomian negara. Oleh karena itu, penggabungan antara sistem pembiayaan syariah, peningkatan pemahaman tentang keuangan, dan penggunaan teknologi digital menjadi hal penting dalam mendorong pertumbuhan dan kelangsungan usaha kecil. Pendekatan yang holistik ini diharapkan bisa membentuk ekosistem ekonomi yang lebih ramah, adil, dan bisa terus berkelanjutan di masa depan.

Dalam praktik operasionalnya, bank syariah tidak hanya menjalankan fungsi sebagaimana bank konvensional, tetapi juga memiliki peran sosial. Bank syariah dapat menyalurkan dana sosial yang berasal dari zakat, infak, dan sedekah untuk membantu kebutuhan permodalan usaha mikro dan kecil serta

mendukung program pengentasan kemiskinan melalui skema bagi hasil atau margin yang lebih terjangkau (Akhtar, 1998).

Meskipun UMKM memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, pada tahun 2020 tepatnya triwulan II, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami kontraksi hingga mencapai -5,3% (Kemenkeu, 2020). Penurunan tersebut turut berdampak pada pemasaran produk UMKM. Dari sekitar 98% UMKM yang tersebar di Indonesia, hanya sekitar 1% pelaku UMKM yang mengalami peningkatan usaha selama masa pandemi Covid-19. Menurunnya pemasaran produk UMKM menjadi salah satu konsekuensi dari penerapan social distancing, yaitu pembatasan mobilitas masyarakat yang bertujuan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Mengingat besarnya peran UMKM dalam perekonomian Indonesia, dampak pandemi Covid-19 terhadap sektor UMKM dan perekonomian menjadi hal yang perlu mendapat perhatian.

Pada masa penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), penggunaan e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan sehingga mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat. Selama pandemi, tingkat penggunaan e-commerce terus meningkat, yang menyebabkan banyak pelaku UMKM mulai beralih ke pemasaran digital atau memanfaatkan platform e-commerce. Data Katadata (2022) menunjukkan bahwa sekitar 9,9 juta UMKM telah menggunakan e-commerce dalam periode Mei 2020 hingga Februari 2022.

Besarnya jumlah pelaku UMKM yang beralih memanfaatkan e-commerce menunjukkan bahwa e-commerce menjadi salah satu sarana yang efektif untuk melakukan pemasaran serta membantu pelaku UMKM memperoleh keuntungan. Walaupun saat ini masyarakat telah memasuki era new normal dan kondisi pandemi mulai mereda, e-commerce masih menjadi salah satu media belanja yang paling praktis dan banyak digunakan oleh masyarakat.

Melihat tingginya kecenderungan penggunaan e-commerce oleh konsumen dalam melakukan pembelian serta oleh pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produknya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran e-commerce dalam mendorong peningkatan pendapatan UMKM selama masa new normal.

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama pada teknologi telepon seluler dan internet. Kehadiran

teknologi tersebut memberikan pengaruh serta perubahan pada berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan usaha dan pemasaran. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang pemasaran dan penjualan adalah E-Commerce (electronic commerce). E-Commerce dapat diartikan sebagai suatu konsep yang memungkinkan proses jual beli barang maupun jasa dilakukan melalui jaringan World Wide Web (WWW) atau internet.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan unit usaha yang memiliki aktivitas perputaran dana, baik yang berbasis padat modal maupun padat karya. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, UMKM tidak hanya memerlukan sistem untuk mendukung penjualan produk atau jasa, tetapi juga membutuhkan sistem yang dapat membantu proses transaksi keuangan sehingga pelaporan keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah. Hantaran Jember merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa pembuatan, dekorasi, dan penyewaan mahar serta seserahan. Usaha kreatif tersebut termasuk salah satu jenis usaha yang memiliki potensi besar, sebagaimana dibuktikan dengan adanya Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor: Kep. 38/MEN/II/2008 tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Sektor Jasa Kemasyarakatan dan Perorangan Sub Sektor Jasa Keterampilan Hantaran.

Meskipun UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian bangsa, sektor ini masih menghadapi berbagai permasalahan yang belum terselesaikan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2017, sekitar 69 persen Industri Mikro dan Kecil (IMK) mengaku mengalami kendala dalam menjalankan usahanya. Tiga permasalahan utama yang paling banyak dihadapi yaitu kesulitan permodalan yang mencapai hampir 38,5 persen, kesulitan dalam pemasaran sekitar 29 persen, serta kesulitan memperoleh bahan baku yang mencapai sekitar 15 persen.

Permasalahan permodalan yang dialami UMKM di Indonesia juga sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh perusahaan jasa konsultasi internasional Pricewaterhouse Coopers pada tahun 2019. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sekitar 74 persen UMKM di Indonesia masih belum memperoleh akses terhadap sumber pembiayaan.

Jika ditinjau dari berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut, dapat diketahui bahwa persoalan utama yang paling dominan adalah terkait permodalan atau pembiayaan. Permodalan merupakan faktor yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan suatu usaha. Oleh karena itu, salah satu alternatif yang dapat dipilih oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja serta mengembangkan usahanya adalah dengan memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan dari lembaga perbankan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan kejadian nyata dari peristiwa yang sedang diteliti (Febrianti dan Safa Orlen, n.d). Metode kualitatif dipilih dalam penelitian ini agar dapat melakukan analisis data secara mendalam dan menyeluruh. Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, lembaga perbankan syariah, serta pihak-pihak lain yang relevan digunakan untuk menggali informasi secara rinci mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam mendapatkan akses pembiayaan dari perbankan syariah.

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini ingin mengetahui pengalaman, pandangan, dan pemahaman para pelaku usaha mengenai penggunaan pembiayaan dari bank syariah dan platform e-commerce dalam mengelola usahanya. Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha kecil yang menggunakan platform e-commerce sebagai media untuk memasarkan dan menjual produknya serta pernah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah. Informan dalam penelitian dipilih dengan cara purposive sampling, yakni memilih orang yang sesuai dengan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kecil yang masih aktif menjalankan usahanya, menggunakan platform e-commerce dalam proses usaha, serta pernah mendapatkan pinjaman dari bank syariah.

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapat langsung melalui wawancara dengan pengusaha kecil untuk mengetahui pengalaman dan penilaian mereka mengenai efektivitas pembiayaan dari bank syariah serta penggunaan e-commerce dalam membantu menjaga kelangsungan usaha mereka. Selain wawancara, peneliti juga mengamati aktivitas usaha dan mencatat dokumen sebagai bahan bukti penelitian. Selain itu, data tambahan didapatkan dari jurnal akademik, buku,

artikel penelitian, serta berbagai dokumen yang berhubungan dengan usaha kecil, e-commerce, dan perbankan syariah. Cara pengumpulan data dilakukan dalam tiga langkah, yaitu wawancara, pengamatan, dan penulisan dokumen. Wawancara dilakukan dengan cara yang agak teratur tetapi tidak terlalu ketat supaya orang yang dianalisis bisa menjawab dengan lebih lebar dan lebih dalam. Observasi dilakukan untuk melihat langsung cara pelaku usaha menggunakan e-commerce dan pembiayaan dari bank syariah dalam menjalankan usahanya. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian, seperti catatan tentang usaha, foto kegiatan usaha, atau dokumen pendukung lainnya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data di reduksi dengan cara memilih dan menyederhanakan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara serta observasi. Selanjutnya, data tersebut disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami. Tahap terakhir adalah membuat kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh selama penelitian berjalan. Agar data tetap benar dan dapat dipercaya, penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen-dokumen yang ada, sehingga data yang didapat menjadi lebih akurat dan bisa dipercaya.

HASIL & PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para pelaku usaha melihat khasanah efektivitas pembiayaan dari bank syariah serta penggunaan e-commerce dalam membantu menjaga kelangsungan usaha kecil mereka. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap beberapa pelaku usaha kecil, diketahui bahwa perkembangan teknologi digital serta adanya lembaga keuangan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan dan kelangsungan usaha mereka. Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat, para pengusaha diharuskan bisa beradaptasi dengan perubahan cara bertransaksi dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, penggunaan e-commerce dan akses ke pinjaman menjadi salah satu hal penting untuk membantu usaha kecil tetap berkembang. Dari hasil penelitian, sebagian besar pengusaha kecil mengatakan bahwa sebelum menggunakan e-

commerce, sistem pemasaran mereka masih menggunakan cara tradisional, yaitu hanya menjual langsung di sekitar lokasi usaha mereka. Kondisi itu menyebabkan jumlah pelanggan tidak terlalu banyak dan penghasilan usaha tidak naik secara nyata. Selain itu, cara promosi yang digunakan masih terbatas, misalnya dengan merekomendasikan secara langsung dari orang ke orang atau menjual di pasar di sekitar area tersebut. Hal ini membuat usaha sulit berkembang karena keterbatasan cara menjangkau pasar.

Setelah mulai memakai e-commerce, para pelaku usaha merasakan perubahan yang cukup signifikan dalam pertumbuhan usaha mereka. Menggunakan media sosial dan marketplace memberi peluang bagi para pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas. Beberapa pengusaha mengatakan bahwa produk mereka mulai dikenal oleh konsumen dari daerah lain bahkan dari luar kota setelah dipasarkan lewat platform digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa e-commerce sangat membantu usaha kecil untuk memperluas pasar tanpa perlu menghabiskan banyak uang untuk iklan. Selain itu, e-commerce juga membuat komunikasi antara penjual dan pembeli lebih mudah. Pelaku usaha merasa lebih nyaman menerima pesanan, memberi informasi tentang produk, dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui media digital.

Kecepatan dalam berkomunikasi tersebut membantu meningkatkan kepuasan pelanggan karena konsumen bisa mendapatkan informasi tentang produk secara langsung dan cepat. Dalam beberapa kasus, para pelaku usaha juga menyatakan bahwa para pelanggan semakin percaya terhadap usaha mereka karena produk bisa dilihat dengan jelas melalui media online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang sering menggunakan e-commerce cenderung mengalami peningkatan penjualan dibandingkan sebelumnya ketika mereka belum memanfaatkan media digital. Peningkatan itu terjadi karena produk lebih mudah dicari oleh pembeli dan proses beli jadi lebih mudah dilakukan. Beberapa pengusaha bahkan mulai memperkenalkan produk baru setelah melihat permintaan konsumen yang tinggi melalui media online. E-commerce tidak hanya membantu dalam promosi, tetapi juga mendorong para pelaku usaha untuk lebih kreatif dan berinovasi dalam mengembangkan bisnis mereka.

Pengalaman informan juga menunjukkan bahwa e-commerce tidak hanya dipahami sebagai alat transaksi, tetapi sebagai ruang interaksi sosial.

Kepercayaan dan interaktivitas menjadi unsur yang sangat menentukan keberhasilan penjualan, terutama dalam konteks penjualan melalui siaran langsung. Informan merasa bahwa komunikasi yang terjadi saat pembeli bertanya mengenai motif, bahan, atau stok produk, membentuk ikatan emosional yang membuat konsumen lebih yakin untuk membeli. Temuan ini sejalan dengan Affan (2022) yang menegaskan bahwa dimensi trust dan interactivity memiliki pengaruh penting terhadap keberhasilan penggunaan e-commerce pada UMKM. Dari sisi dampak ekonomi, pengalaman informan memberikan bukti konkret bahwa e-commerce berperan dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar.

Peningkatan penjualan yang dirasakan setelah melakukan siaran langsung, serta keberadaan aliran transaksi rutin melalui Shopee, sejalan dengan temuan Achira et al. (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Bahkan pada skala yang lebih luas, pengalaman tersebut seirama dengan hasil penelitian Hafitasari et al. (2022) yang menggambarkan adanya hubungan kuat antara pertumbuhan transaksi e-commerce dan perkembangan UMKM di Indonesia. Pengalaman informan dalam menghadapi persaingan harga, biaya administrasi platform, dan pembatalan pesanan menunjukkan bahwa transformasi digital juga membawa risiko usaha yang berbeda dengan sistem penjualan konvensional. Oleh karena itu, strategi adaptasi seperti penambahan tenaga kerja, perbaikan layanan, dan pengelolaan stok menjadi bagian penting dalam menjaga stabilitas usaha. Hal ini selaras dengan pandangan Widiastuti et al. (2025) bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditopang oleh peningkatan akses pasar, tetapi juga oleh kemampuan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pola aktivitas bisnis berbasis digital.

Selain itu, penggunaan e-commerce juga membantu usaha kecil dalam menghadapi perubahan cara belanja konsumen di masa digital. Saat ini banyak orang lebih suka melakukan belanja atau transaksi melalui internet karena dianggap lebih sederhana dan hemat waktu. Usaha yang bisa memanfaatkan teknologi digital terlihat lebih siap menghadapi perubahan dibandingkan usaha yang masih menggunakan cara penjualan tradisional. Oleh karena itu, e-commerce menjadi salah satu cara penting untuk menjaga bisnis kecil tetap berjalan di tengah perkembangan ekonomi digital. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa masalah yang dihadapi para pelaku usaha dalam

menggunakan e-commerce. Beberapa pengusaha mengatakan masih kesulitan memahami cara menggunakan teknologi digital, terutama bagi mereka yang usianya sudah tua. Selain itu, kendala lain yang sering dihadapi adalah persaingan harga di marketplace yang cukup sengit. Banyak orang yang menjalankan bisnis merasa tertekan karena harus berkompetisi dengan barang-barang lain yang harganya lebih rendah, sehingga keuntungan dari bisnis mereka bisa berkurang. Masalah koneksi internet dan ongkos kirim juga menjadi hambatan bagi beberapa pelaku usaha dalam berjualan online.

Selain itu, penelitian ini juga melihat bagaimana pelaku usaha menganggap kemampuan pembiayaan dari bank syariah dalam membantu menjaga berlanjutnya usaha kecil mereka. Berdasarkan hasil wawancara, kebanyakan pelaku usaha menyatakan pendapat positif terhadap pembiayaan dari bank syariah. Para pengusaha merasa bahwa pinjaman dari bank syariah cukup membantu dalam memenuhi kebutuhan dana usaha, terutama untuk membeli bahan baku, memperbaiki peralatan, menambah produksi, serta memperluas jual produk. Beberapa pengusaha mengatakan bahwa sebelum mendapat pinjaman dari bank syariah, usaha mereka mengalami kurangnya dana sehingga pertumbuhan usaha terasa perlahan. Karena modal yang tidak cukup, para pelaku usaha kesulitan untuk meningkatkan jumlah barang yang diproduksi atau memperluas bisnis mereka. Setelah mendapat dana, mereka bisa menambah jumlah barang, memperbaiki kualitas produk, serta meningkatkan cara kerja usaha agar lebih berkembang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembiayaan dari bank syariah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan usaha kecil.

Pembiayaan bank syariah menjadi salah satu bentuk dukungan permodalan yang dapat membantu pelaku usaha kecil dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya melalui sistem pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah (Ismail, 2018). Sistem ekonomi Islam menawarkan solusi pembiayaan yang adil dan berkeadilan melalui pendekatan syariah. Pembiayaan syariah hadir untuk menghindarkan masyarakat dari praktik riba dengan mengedepankan prinsip kerja sama, kejujuran, dan tanggung jawab. Salah satu bentuk pembiayaan syariah yang paling umum digunakan adalah akad murabahah, yaitu ketika lembaga keuangan terlebih dahulu melakukan pembelian atas barang yang dibutuhkan oleh nasabah, lalu menjualnya kembali dengan penambahan margin keuntungan yang telah disetujui bersama. Selain itu,

terdapat juga akad salam dan istishna' untuk pembiayaan berbasis pesanan, serta akad mudharabah dan musyarakah yang mengedepankan prinsip bagi hasil (Judijanto, et al.,2024). Dalam sistem ini, keuntungan dibagi berdasarkan persentase yang telah disepakati, bukan berdasarkan bunga tetap, sehingga risiko ditanggung bersama. Skema ini sangat cocok bagi UMKM yang membutuhkan pembiayaan fleksibel dan tidak memberat

an. Dengan tidak adanya beban bunga tetap, UMKM lebih leluasa dalam mengelola arus kas dan mengembangkan usaha. Pembiayaan syariah juga membantu menciptakan hubungan kemitraan antara pemilik modal dan pelaku usaha, bukan hubungan kreditur-debitur yang eksploitatif. Efektivitas pembiayaan syariah dalam mendukung UMKM telah terbukti dalam praktik, salah satunya melalui program-program yang dilaksanakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dan lembaga keuangan mikro syariah lainnya (Hartanto, et al.,2023). Pembiayaan berbasis mudharabah misalnya, memberikan peluang kepada UMKM untuk mengakses modal kerja tanpa beban bunga, serta mendorong pertumbuhan usaha yang sehat dan produktif. Selain itu, pembiayaan yang sesuai dengan Syariah untuk modal kerja juga memiliki dampak positif terhadap penciptaan lapangan kerja (Yuli dan Rofik, 2023). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 276:

"Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah."

Ayat ini menegaskan bahwa harta yang diperoleh melalui jalan riba tidak akan membawa keberkahan, sedangkan transaksi yang didasarkan pada prinsip keadilan dan keikhlasan seperti sedekah atau pembiayaan syariah justru akan berkembang dan memberikan manfaat luas bagi masyarakat. Islam tidak hanya memberikan solusi finansial, tetapi juga spiritual dan sosial. Selain itu, QS. Ali Imran ayat 130 mengingatkan:

"Wahai orang-orang yang beriman!, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung."

Ayat ini mengajak umat untuk menjauhi praktik riba dan memilih jalan yang lebih diridhai Allah. Dalam jangka panjang, pembiayaan syariah mampu menciptakan sistem ekonomi yang stabil, inklusif, dan berkeadilan. Oleh karena itu, pembiayaan syariah bukan hanya menjadi alternatif dari sistem konvensional, melainkan solusi yang efektif dan berkelanjutan dalam

meningkatkan kinerja UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang merata serta diberkahi..

Para pelaku usaha juga menganggap bahwa sistem pembiayaan dari bank syariah lebih sesuai dengan prinsip yang mereka percayai. Sistem bagi hasil dan akad yang digunakan dianggap lebih jelas dan terbuka dibandingkan sistem bunga di lembaga keuangan biasa. Beberapa orang yang berbisnis merasa lebih tenang memakai pembiayaan syariah karena transaksi tersebut dianggap lebih jujur dan tidak memberatkan. Selain itu, hubungan antara pihak bank dan pelanggan terasa lebih baik karena pelayanan yang lebih ramah dan manusiawi. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa masih ada beberapa hambatan dalam proses mengajukan pembiayaan dari bank syariah. Beberapa pengusaha merasa proses administrasi yang diperlukan terlalu rumit, terutama bagi usaha kecil yang belum memiliki laporan keuangan yang lengkap.

Selain itu, ada para pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami produk pembiayaan syariah dan jenis-jenis akad yang digunakan. Kurangnya sosialisasi dan penjelasan tentang perbankan syariah membuat beberapa pelaku usaha masih bingung memilih jenis pembiayaan yang cocok untuk kebutuhan bisnis mereka. Dalam hal keberlanjutan usaha, penelitian menunjukkan bahwa gabungan penggunaan e-commerce dan bantuan pembiayaan dari bank syariah memberikan hasil yang positif bagi pertumbuhan usaha kecil. Para pengusaha yang mendapat tambahan modal dan bisa memakai teknologi digital terasa lebih mudah menjaga usahanya tetap berjalan di tengah ketatnya persaingan pasar. Modal tambahan dari bank syariah digunakan untuk memperkuat operasional usaha, sedangkan platform e-commerce membantu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan jumlah pembeli. Keberlanjutan usaha kecil juga terlihat dari kemampuan pemilik usaha dalam mempertahankan pelanggan serta menjaga kestabilan penjualan. Para pelaku usaha yang sering menggunakan media digital bisa lebih mudah mengiklankan produk mereka secara teratur, sehingga para pembeli tetap mengenal perkembangan produk yang dijual. Selain itu, e-commerce juga membantu para pengusaha memperkuat hubungan dengan pelanggan dengan berkomunikasi secara online. Hal itu menjadi salah satu hal yang membantu bisnis tetap bertahan lama. Dari hasil pengamatan, usaha kecil yang menggunakan teknologi digital dan mendapat dana dari bank syariah terlihat lebih maju dibandingkan usaha yang tidak menggunakan kedua hal tersebut. Pelaku usaha merasa lebih yakin dan siap dalam menjalankan bisnisnya

karena bisa mendapatkan modal dan akses ke pasar yang lebih besar. Mereka juga lebih bisa mengikuti perubahan kebutuhan konsumen yang semakin cenderung menggunakan transaksi digital.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha kecil tidak hanya tergantung pada kemampuan pengusaha dalam membuat produk atau layanan, tetapi juga tergantung pada kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi dan mengelola dana usaha. E-commerce memberi kesempatan besar bagi usaha kecil untuk berkembang, sedangkan pinjaman dari bank syariah memberikan dana yang membantu memperkuat usaha tersebut. Oleh karena itu, keduanya memiliki hubungan yang saling mendukung untuk menjaga kelangsungan usaha kecil. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha cenderung memiliki persepsi positif terhadap efektivitas pembiayaan bank syariah karena dinilai mampu membantu kebutuhan modal usaha dengan sistem yang lebih sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, penggunaan e-commerce juga memberi pengaruh besar terhadap peningkatan promosi, jumlah pembeli, serta kestabilan bisnis. Dengan bantuan dana dan penggunaan teknologi digital, para pengusaha kecil memiliki kesempatan yang lebih baik untuk menjaga dan memperluas bisnisnya meskipun persaingan di dunia usaha semakin sengit.

Lembaga keuangan syariah menjadi salah satu pilar penting dalam memberikan akses finansial atau penyediaan modal kerja yang adil dan berkelanjutan bagi berbagai sektor usaha terutama bagi pelaku UMKM (Farizki dan Ansori, 2024). Kehadiran bank syariah memberikan alternatif pembiayaan bagi pelaku usaha kecil yang membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usaha mereka. Menurut Ismail (2019), bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan menerapkan sistem bagi hasil, keadilan, dan transparansi dalam kegiatan perbankan. Pembiayaan syariah dinilai mampu membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pemasaran, serta menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan ekonomi yang semakin meningkat. tingkat adopsi produk perbankan syariah masih tergolong rendah dan bahkan masyarakat masih memiliki persepsi bahwa bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional (Syahputra, 2025). (Ismail dan Pradesyah, 2024). Kesenjangan ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi UMKM terhadap minat menggunakan pembiayaan syariah. Preferensi terhadap skema pembiayaan syariah dipengaruhi oleh

karakteristik sehingga terbentuknya preferensi karena masing-masing pribadi memiliki kemampuan dan cara yang berbeda dalam membangun persepsi (Hajriyanti dan Imilda, 2023). Karakter yang berbeda ini yang membentuk faktor yang mempengaruhi preferensi beberapa UMKM menjadi berbeda.

Penelitian oleh Ismail dan Pradesyah (2024) menunjukkan pemahaman atau pengetahuan menjadi faktor dalam keputusan UMKM memilih skema syariah. Penelitian lain oleh Sutarjo dan Karsono (2024) menunjukkan bahwa religiusitas dan layanan bank syariah yang menjadi faktor dominan, sedangkan literasi keuangan dan promosi bank memiliki pengaruh yang lebih kecil. Hal ini berbeda dengan penelitian Syahputra (2025) yang menunjukkan bahwa pengetahuan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi minat dan keputusan UMKM dalam memilih skema pembiayaan syariah.

Sudut pandang nasabah atau pelaku usaha dalam memilih produk atau skema pembiayaan syariah berkaitan dengan manfaat ekonomi, keamanan keuangan, konsep bagi hasil, pemahaman agama, lokasi bank, kepatuhan terhadap keyakinan, informasi public serta preferensi yang dominan yaitu lingkungan nasabah (Hajriyanti dan Imilda, 2023). Berdasarkan faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya, UMKM maupun masyarakat memilih pembiayaan syariah karena menjadikan agama baik dari pemahaman, religiusitas maupun literasi keuangan. Sedangkan, alasan tidak memilih pembiayaan syariah dan lebih memilih pembiayaan konvensional dikarenakan keterbatasan akses fasilitas seperti ATM maupun lokasi bank yang belum merata dan belum melakukan kerja sama dengan beberapa perusahaan yang akan berdampak terhadap minat UMKM dalam menggunakan produk dari Lembaga keuangan syariah. Sebuah studi menunjukkan bahwa sekitar 63% responden mempertimbangkan aspek religiusitas sebagai faktor utama dalam memilih layanan perbankan, dan sebanyak 70% secara spesifik menyatakan bahwa keengganan terhadap praktik riba menjadi alasan dominan dalam memilih bank (Andriani, et al., 2025).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan syariah, serta pihak lainnya sangat penting untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital dan memahami jenis pembiayaan syariah yang tersedia bagi usaha kecil. Peningkatan pemahaman tentang penggunaan e-commerce dan sistem

pembiayaan syariah sangat diperlukan agar para pelaku usaha dapat memanfaatkan kedua hal tersebut secara maksimal. Dengan demikian, usaha kecil diharapkan bisa tumbuh terus-menerus dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang bagaimana pelaku usaha memandang keefektifan pembiayaan dari bank syariah serta penggunaan e-commerce dalam mendukung kelangsungan usaha kecil, dapat disimpulkan bahwa adanya pembiayaan syariah dan kemajuan teknologi digital berdampak signifikan terhadap pertumbuhan dan kelangsungan usaha kecil. Di tengah persaingan bisnis yang semakin sengit dan perubahan cara masyarakat bertransaksi yang semakin beralih ke dunia digital, para pengusaha diharuskan bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman agar bisnisnya tetap bertahan dan terus berkembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyediaan dana dari bank syariah memainkan peran penting dalam membantu pengusaha kecil mendapatkan modal tambahan untuk pengembangan usahanya. Modal tambahan tersebut digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam menjalankan usaha, seperti membeli bahan baku, menambah peralatan produksi, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas usaha, hingga memperluas aktivitas pemasaran. Sebagian besar pengusaha merasa bahwa pembiayaan dari bank syariah sangat membantu dalam berkembangnya usaha mereka.

Dengan demikian, e-commerce tidak hanya digunakan sebagai sarana penjualan, tetapi juga membantu meningkatkan kemampuan bersaing usaha kecil di dunia digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku usaha yang bisa menggabungkan penggunaan pembiayaan dari bank syariah dan e-commerce cenderung mengalami pertumbuhan usaha yang lebih baik dibandingkan mereka yang masih menggunakan metode tradisional. Modal tambahan dari pembiayaan syariah membantu memperkuat berjalannya usaha, sementara e-commerce membantu memperluas pasar dan meningkatkan jumlah penjualan. Kombinasi bantuan dana dan penggunaan teknologi digital memberikan manfaat baik untuk meningkatkan pendapatan serta menjaga usaha kecil tetap bertahan. Dalam hal mengelola usaha secara berkelanjutan, penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kecil yang menggunakan teknologi digital lebih

mampu bertahan dalam kompetisi bisnis dan menghadapi perubahan kondisi ekonomi. Pelaku usaha bisa lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, memakai e-commerce memberi kesempatan bagi usaha kecil untuk tetap berkembang meskipun menghadapi masalah modal yang terbatas dan persaingan yang sangat ketat. Pembiayaan dari bank syariah membantu pelaku usaha untuk menjaga kestabilan usaha karena modal yang didapat bisa digunakan untuk mempertahankan produksi dan meningkatkan kualitas usaha.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa bantuan dari bank syariah dan penggunaan e-commerce saling membantu dalam mendukung pertumbuhan dan kelangsungan usaha kecil. Pembiayaan syariah memberikan dana yang membantu memperkuat usaha, sedangkan e-commerce membantu memperluas cara menjual produk dan meningkatkan jumlah penjualan. Dengan adanya bantuan tersebut, para pengusaha kecil memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan penghasilan, menjaga usaha mereka, serta mengembangkan usaha secara terus menerus di tengah perkembangan ekonomi digital saat ini. Karena itu, diperlukan bantuan yang lebih besar dari pemerintah, lembaga keuangan syariah, serta pihak-pihak terkait lainnya dalam memperbaiki pemahaman tentang dunia digital dan keuangan syariah bagi para pengusaha kecil. Sosialisasi produk pembiayaan syariah dan pelatihan penggunaan e-commerce harus terus dilakukan agar para pelaku usaha bisa memanfaatkan teknologi dan pembiayaan dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian, usaha kecil diharapkan bisa berkembang lebih baik, punya daya saing yang lebih kuat, serta mampu memberikan kontribusi positif untuk pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A., Mulyana, D. F., Altydar, R. Y., Sitoh, S., & Fajar, M. R. (2024). Analisis Perbandingan Preferensi Nasabah dalam Memilih Bank Syariah dan Bank Konvensional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(1), 01–08.
- Farizki, I. L., & Ansori, M. (2024). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Perekonomian Melalui Pembiayaan Modal Kerja Pada UMKM di Jepara. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 338-354.

- Nur Ikhsan, F., & Sijabat, R. (2026) "Eksplorasi Pengalaman Pengusaha UMKM dalam Pemanfaatan E-commerce untuk Meningkatkan Penjualan dan Keberlangsungan Usaha". *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 1698.
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Jurnal ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, Vol.9-No.1, September 2021.
- Medah, M. (2014). E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 4(1), 74–81.
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pebelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 7
- intan, S. N., Rialdy, N. (2025). "Efektivitas Pembiayaan Kewirausahaan Bisnis Syariah Dalam Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah; Studi Literatur". *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 2(2), 130-131.
- Solihah, Maratus, Syaefudin Syaefudin, and Peny Cahaya Azwari. "Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia pada Periode 2021-2024." *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal* 5.1 (2026): 95-105.
- Slamet, S., Azwari, P. C., & Lidyah, R. (2023). Pengaruh Pembiayaan Murabaha, Mudharabah Dan Multi Jasa Terhadap Pencapaian Profitabilitas Dan Pengendalian Non Performing Loan Pada Bank Pembiayaan Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1900-1913.
- Muslimin Kara, Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar, *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 47, No. 1, Juni 2013, h. 270-271
- Sutarjo, T., & Karsono, K. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Umkm Memilih Pembiayaan Di Bank Syariah. *Khitabah: Khazanah Penelitian Perbankan Syariah*, 1(2), 75-83.
- Friyanto, Pembiayaan Mudharabah, Risiko Dan Penanganannya (Studi Kasus pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Malang), *JMK*, Vol. 15, no. 2, (September 2013), h. 114
- Jauhari Jaidan, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan e-Commerce", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol, 2 No.1, April 2010.
- Mayyas S. S., Faizah N. A., & Kholmi, M., (2025). "Preferensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Alternatif Pembiayaan Syariah Di Perbankan Syari'ah". *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 290-291.

- Tursinah, M., & Okta Fitri, A. (2024) .Analisis Tantangan dan Peluang UMKM dalam Mengakses Pembiayaan Perbankan Syariah pada Perspektif Pelaku Usaha. *Inflasi : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 1(2), 82.
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). Persepsi pengusaha umkm terhadap peran bank syariah.Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan), 3(1), 49-62.
- Choirunisa, R., & Mulyanti, D. (2023). Literature review: Peran e-commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM di era new normal. *Jurnal EBI*, 5(1), 9-15.
- Rizaldi, T., & Hermawan, H. (2017). Pemanfaatan e-commerce sebagai strategi peningkatan pemasaran UMKM. *Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember*.
- Rahmadhani, R. (2021). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).