

KOMUNIKASI STRATEGIS DALAM BISNIS SYARIAH UNTUK MENDUKUNG KETAHANAN PANGAN DAN ENERGI NASIONAL

¹Lidia Nuramalina, ²Faaris Luthfi Syhahiir

^{1,2}UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: nuramalinalidia@gmail.com, faarissyahhiir@gmail.com

Abstract

Food and energy security serve as vital foundations for the stability and independence of a nation. This article seeks to examine how strategic communication enhances the role of Sharia business in strengthening national food and energy resilience. Through a descriptive qualitative method that involves a literature review, the research investigates the incorporation of Islamic principles into business communication and the application of technology to boost the effectiveness of Sharia-oriented enterprises. The results indicate that Sharia business significantly contributes through agricultural finance, effective waqf management, and the promotion of renewable energy. Nonetheless, the complete realization of this potential is impeded by ineffective communication strategies and insufficient public knowledge regarding Islamic economics. Effectively planned strategic communication can influence public opinion, enhance collaboration among stakeholders, and increase the success of conveying Sharia-aligned values. Furthermore, collaboration among the government, financial organizations, businesses, and the community is vital for establishing a food and energy system that is inclusive, sustainable, and competitive. Consequently, reinforcing Islamic-based strategic communication and leveraging digital technology are crucial for amplifying the influence of Sharia economic development on national resilience.

Keywords: Strategic communication, Sharia business, food security, energy resilience, Islamic values, digital technology.

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan dan energi adalah dua elemen penting untuk mempertahankan stabilitas dan kedaulatan suatu bangsa. Indonesia, yang memiliki jumlah penduduk yang banyak dan sumber daya alam yang berlimpah, menghadapi tantangan signifikan dalam memastikan ketersediaan, aksesibilitas, dan keberlanjutan sektor pangan dan energi. Faktor-faktor seperti perubahan iklim, ketergantungan pada impor komoditas, serta distribusi sumber daya yang tidak merata semakin memperparah kerentanan nasional di kedua sektor tersebut.

Ketahanan pangan di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, seperti pertumbuhan populasi yang pesat, perubahan preferensi konsumen, serta persaingan dalam permintaan produk pangan untuk konsumsi manusia, pakan ternak, dan sumber energi (Suryana, 2014)

Selain itu, membuka perdagangan di sektor pertanian juga berdampak pada ketahanan pangan dan kedaulatan pangan Indonesia. Walaupun pembukaan perdagangan bisa memperbaiki ketersediaan pangan untuk sementara waktu, ketergantungan pada pangan impor dapat membahayakan kedaulatan pangan di masa depan (Rhofita, 2022).

Dalam menghadapi kendala tersebut, ekonomi dan bisnis berbasis syariah menawarkan jalan keluar lain dengan mengutamakan prinsip adil, berkelanjutan, dan kemaslahatan umat. Prinsip ini tercermin dalam beragam inisiatif, misalnya pengelolaan zakat guna memperkuat ketahanan pangan, pemanfaatan wakaf produktif di bidang energi terbarukan, dan pendanaan

syariah untuk praktik pertanian berkelanjutan. Walaupun memberikan sumbangsih yang signifikan, ironisnya, hal ini belum banyak diketahui masyarakat umum, yang sebagian besar disebabkan oleh minimnya strategi komunikasi yang efektif dan terkoordinasi.

Komunikasi yang terencana memiliki peranan krusial dalam membangun pandangan masyarakat, meningkatkan pemahaman, dan mendorong keterlibatan publik terhadap program bisnis syariah. Penggabungan prinsip-prinsip Islam dalam komunikasi bisnis dapat memperkuat kepercayaan serta kerja sama antara para pelaku industri dan pihak yang berkepentingan. Namun, penelitian tentang pelaksanaan komunikasi terencana dalam konteks bisnis syariah, terutama terkait dengan ketahanan pangan dan energi, masih kurang.

Berdasarkan konteks tersebut, tulisan ini memiliki tujuan untuk menganalisis fungsi komunikasi strategis dalam meningkatkan sumbangan bisnis syariah bagi ketahanan pangan dan energi di tingkat nasional. Penelitian ini menerapkan metode tinjauan pustaka dengan mengevaluasi berbagai sumber akademis dan laporan kebijakan terbaru guna menemukan konsep, praktik terbaik, serta kendala dalam menyampaikan nilai dan peran bisnis syariah dalam mendukung ketahanan nasional.

METODE PENELITIAN

Dalam menjawab tantangan strategis mengenai bagaimana komunikasi dalam bisnis syariah dapat berfungsi sebagai kekuatan dalam mendukung ketahanan pangan dan energi di negara ini, Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menerapkan metode studi literatur. Tujuan dari pendekatan ini adalah tidak hanya untuk mengumpulkan data, tetapi juga untuk secara kritis dan reflektif mengkaji bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam praktik komunikasi bisnis berdasarkan syariah, serta seberapa besar dampaknya dalam memperkuat sumbangsih terhadap ketahanan negara.

Melalui penelitian pustaka, kajian ini tidak hanya berusaha untuk mengumpulkan informasi, tetapi juga mengkaji secara mendalam dan reflektif tentang implementasi nilai-nilai Islam seperti keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial dalam praktik komunikasi bisnis yang sesuai dengan hukum Islam. Dengan cara ini, diharapkan akan terlihat dengan lebih terang bagaimana prinsip-prinsip tersebut mempengaruhi strategi komunikasi yang tidak hanya berdasarkan bisnis, tetapi juga menekankan pada keberlanjutan dan kesejahteraan bersama.

Selain itu, metode ini juga membuka kesempatan untuk meneliti seberapa besar dampak komunikasi strategis dalam usaha syariah terhadap peningkatan kontribusi sektor ini dalam mendukung ketahanan negara, baik dari sisi pangan maupun energi. Oleh karena itu, diharapkan temuan dari studi ini mampu memberikan sumbangan intelektual yang signifikan dalam pengembangan praktik bisnis syariah yang berkelanjutan dan memperhatikan kepentingan masyarakat secara umum.

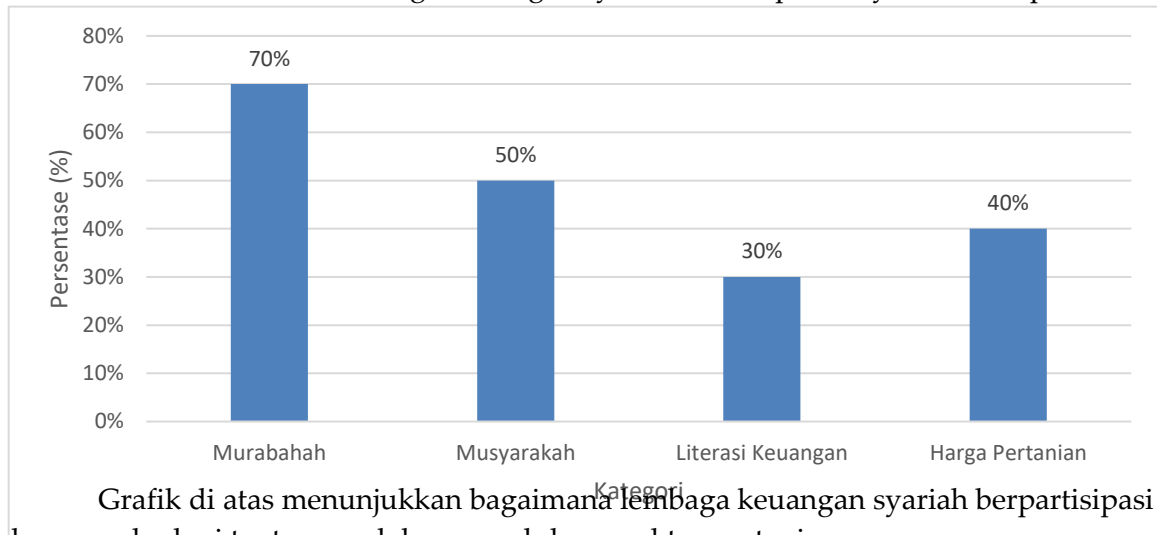
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peran Bisnis Syariah dalam Ketahanan Pangan dan Energi

Bisnis syariah memainkan peranan penting dalam memperkuat ketahanan pangan dan energi di negara ini dengan metode yang sesuai dengan ajaran Islam. Dalam sektor ketahanan pangan, lembaga keuangan syariah seperti BMT dan koperasi syariah menyediakan pembiayaan untuk petani kecil dengan menggunakan kontrak syariah

seperti murabahah dan musyarakah. Dukungan modal ini bertujuan untuk meningkatkan akses keuangan, produktivitas dalam pertanian, serta kesejahteraan para petani, meskipun masih terdapat hambatan seperti kurangnya pengetahuan tentang keuangan dan risiko gagal panen yang harus diatasi. Dalam konteks ini, lembaga keuangan syariah berperan krusial dalam mendukung petani melalui pembiayaan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, seperti akad murabahah (transaksi jual beli) dan musyarakah (kerjasama) (Nasution & Kamilah, 2025).

Gambar 1. Grafik lembaga keuangan syariah dalam pembiayaan sektor pertanian



Grafik di atas menunjukkan bagaimana lembaga keuangan syariah berpartisipasi dan menghadapi tantangan dalam mendukung sektor pertanian.

- Metode pembiayaan utama yang memberikan kontribusi besar adalah Murabahah (70%) dan Musyarakah (50%).
- Beberapa tantangan utama meliputi kurangnya pengetahuan tentang keuangan di kalangan petani (30%) serta perubahan harga pada produk pertanian (40%), yang berdampak pada keberhasilan program yang diimplementasikan.

Dari analisis yang dilakukan, terlihat bahwa skema pembiayaan syariah telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan akses permodalan bagi petani kecil. Akan tetapi, rendahnya pengetahuan tentang keuangan di antara petani (sekitar 30%) dan fluktuasi harga produk pertanian merupakan kendala utama dalam memaksimalkan keuntungan dari pembiayaan tersebut. (Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022, 2022).

Selain itu, Lembaga Keuangan Mikro Islam (LKMI) berkontribusi dalam memajukan ekonomi di desa dengan memberikan pembiayaan syariah dan program-program pemberdayaan yang lainnya untuk meningkatkan produktivitas dan mengurangi angka kemiskinan (Syamsuri et al., 2022). Dalam usaha untuk menghidupkan kembali lumbung pangan masyarakat, ekonomi Islam memainkan peran penting dengan menggabungkan alat-alat seperti zakat, infak, dan pembiayaan syariah, yang dapat memperkuat ketahanan pangan menghadapi tantangan seperti perubahan iklim dan konflik sosial (Syahirul et al., n.d.) Di samping itu, ekonomi berbasis syariah juga bisa bekerja sama dengan digitalisasi untuk memperkuat ketahanan pangan di

tingkat negara dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (Abdullah, 2022).

Sementara itu, dalam bidang energi, usaha syariah juga memainkan peranan yang signifikan melalui pengembangan sumber daya energi terbarukan yang berlandaskan syariah. Energi yang berasal dari sumber seperti sinar matahari, angin, dan biomassa bisa dikembangkan dengan bantuan pendanaan dari lembaga keuangan syariah serta kolaborasi dengan pemerintah dan pelaku industri (Risalah, 2024). Selain itu, alat keuangan sukuk hijau juga telah diterapkan untuk mendanai proyek-proyek energi yang ramah lingkungan, mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan sekaligus sesuai dengan kaidah syariah (Iskandar et al., 2021).

Secara keseluruhan, kontribusi bisnis syariah dalam aspek ketahanan pangan dan energi menunjukkan sumbangan nyata ekonomi Islam terhadap pembangunan yang berkelanjutan. Dengan adanya kerja sama antara pemerintah, lembaga keuangan syariah, pelaku usaha, dan masyarakat, ketahanan nasional dapat diperkuat sambil tetap menjaga prinsip keberlanjutan, keadilan, dan kesejahteraan sesuai dengan ajaran syariah.

2. Pentingnya Komunikasi Strategis

Komunikasi strategis merupakan suatu proses sistematis untuk menyampaikan pesan dari suatu organisasi secara efisien kepada para pemangku kepentingan, dengan mempertimbangkan metode, waktu, dan materi pesan agar sejalan dengan tujuan organisasi serta kondisi audiens. Dalam sebuah organisasi, komunikasi yang dirancang dengan baik berperan vital dalam mempertahankan konsistensi visi, misi, dan nilai-nilai, serta meningkatkan kerja sama, partisipasi, dan loyalitas para karyawan (Putri et al., 2025).

Selain itu, komunikasi strategis juga berfungsi sebagai alat pengelolaan risiko saat menghadapi krisis, seperti bencana atau gangguan dalam layanan publik, dengan menyampaikan informasi dengan cepat dan transparan untuk menjaga kepercayaan publik (Rachman & Barmawi, 2019). Di zaman digital ini, organisasi dipacu untuk merancang strategi komunikasi digital yang menyeluruh agar dapat menangkal informasi yang salah dan mengenali respons publik melalui analisis data.

Dalam bidang pemasaran, komunikasi strategis memiliki peran dalam menciptakan merek, membedakan produk, serta menyampaikan nilai-nilai sosial yang dianut oleh perusahaan melalui teknik narasi yang efektif. Secara keseluruhan, komunikasi strategis membantu organisasi membangun citra yang positif, memperbaiki efisiensi internal, serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah tantangan global (Argenti, 2024).

Secara umum, komunikasi strategis membantu organisasi membangun citra positif, meningkatkan efisiensi internal, dan menjaga keberlangsungan usaha di tengah tantangan global. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk mengembangkan keterampilan komunikasi SDM, memanfaatkan teknologi informasi, serta menciptakan budaya komunikasi yang transparan dan kolaboratif (Mahrani & Puryanti, 2023).

3. Integrasi Nilai Islam dalam Komunikasi

Integrasi ajaran Islam dalam bidang komunikasi adalah cara penting untuk
Copyright © 2025 The Authors. Published by Gunung Djati Conference Series This is open access
article distributed under the CC BY 4.0 license - <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

membangun komunikasi yang etis, penuh tanggung jawab, dan memiliki makna, baik di sektor pendidikan, sosial, maupun digital. Penerapan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kasih sayang terbukti dapat memperbaiki hubungan dan membentuk budaya komunikasi yang positif.

Dalam pengajaran bahasa Inggris, para guru di SMP Pesantren Modern IMMIM Putra Makassar menghubungkan materi pelajaran dengan ajaran Islam dan membiasakan siswa dengan kegiatan keagamaan. Namun, terdapat tantangan seperti kurangnya buku teks yang berisi prinsip Islami dan waktu persiapan yang terbatas dalam pelaksanaannya (Safitri et al., 2023). Agar lebih jelas, pendekatan yang digunakan oleh guru untuk menggabungkan nilai-nilai Islam akan ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Strategi Guru dalam Mengintegrasikan Nilai-Nilai Islam

No	Nilai-nilai Islam	Strategi yang Diterapkan oleh Guru
1.	Nilai-nilai Keimanan (Aqidah)	a. Memberikan nasihat secara langsung
2.	Nilai-nilai Ibadah	a. Memberikan nasihat secara langsung b. Menghubungkan topik pembelajaran dengan prinsip-prinsip Islam yang sesuai dengan merujuk pada ayat-ayat Al-Qur'an dan/atau Al-Hadits. c. Membiasakan siswa beribadah melalui pembiasaan kegiatan keagamaan
3.	Nilai-nilai Moral (Akhlak)	a. Memberikan nasihat secara langsung b. Menghubungkan topik pembelajaran dengan prinsip-prinsip Islam yang sesuai dengan merujuk pada ayat-ayat Al-Qur'an dan/atau Al-Hadits. c. Merujuk kepada seseorang, atau diri mereka sendiri (guru) untuk memperkenalkan nilai-nilai

Di zaman digital ini, mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam komunikasi sangatlah krusial untuk mencegah penyebaran informasi palsu. Epistemologi Bayani yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis menekankan pentingnya prinsip tabayyun atau verifikasi informasi, seperti yang tercantum dalam Surah Al-Hujurat ayat 6, yang mengajarkan pentingnya menyelidiki informasi agar tidak merugikan orang lain akibat kebodohan (Mumtazah, 2024).

Secara keseluruhan, penerapan nilai-nilai Islam dalam berkomunikasi dapat memperkuat karakter, memperbaiki kualitas interaksi sosial, dan menciptakan komunikasi yang bertanggung jawab. Metode ini sangat krusial untuk diterapkan di berbagai bidang, termasuk sektor pendidikan dan dunia maya, agar dapat menciptakan komunitas yang bermoral dan beradab.

4. Tantangan dan Rekomendasi dalam Pengembangan Bisnis Syariah

Pengembangan bisnis syariah memiliki peluang besar untuk menjadi dasar sistem ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan, tetapi masih menghadapi berbagai

tantangan yang signifikan. Salah satu masalah utama adalah rendahnya pemahaman masyarakat mengenai ekonomi dan keuangan syariah, yang berdampak pada kurangnya inklusi keuangan. Kurangnya edukasi yang diberikan oleh pemerintah dan institusi keuangan semakin memperburuk situasi ini. Oleh sebab itu, diperlukan kerjasama antara pemerintah, lembaga keuangan, dan fintech syariah (Saleh et al., 2023).

Tabel 2. Hasil Analisis Dampak Kualitas Layanan dan Kinerja Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel Bebas	Koefisien Beta	Nilai t	Signifikansi (p-value)	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0.52	5.45	0.000	Berpengaruh Signifikan
Kinerja Produk Tabungan Wadiah	0.43	4.60	0.000	Berpengaruh Signifikan
Simultan (F-test)		24.85	0.000	Berpengaruh Signifikan

Tabel 3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R^2	Persentase Pengaruh Variabel Bebas terhadap Kepuasan Nasabah
Kualitas Pelayanan dan Kinerja Produk	0.752	75,2%

Keterangan:

- **Koefisien Beta** mengindikasikan seberapa besar masing-masing variabel mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- **Nilai t dan p-value** mengindikasikan signifikansi pengaruh.
- **Nilai R^2** yang mencapai 0,752 menunjukkan bahwa 75,2% perbedaan dalam kepuasan pelanggan dapat diuraikan oleh mutu pelayanan serta efektivitas produk tabungan wadiah.

Tantangan dalam sektor ekonomi syariah meliputi kurangnya inovasi dalam produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan maqashid syariah, menyebabkan perlambatan dalam pembiayaan mikro dan asuransi syariah. Kebijakan yang tumpang tindih juga menghambat implementasi ekonomi syariah. Di samping itu, infrastruktur pendukung seperti sertifikasi halal dan sistem akuntansi syariah masih terbatas. (Purbasari, 2025)

Peningkatan pemahaman tentang ekonomi syariah dapat dilakukan melalui pendidikan formal, platform media sosial, serta kampanye publik yang melibatkan universitas, pesantren, dan komunitas setempat. Lembaga keuangan syariah perlu berinovasi, misalnya dengan membuat aplikasi keuangan digital, dompet syariah, serta platform wakaf digital untuk menarik perhatian generasi muda. Pendekatan Value-Based Intermediation (VBI) juga dapat memperkuat nilai sosial dan keberlanjutan dalam layanan keuangan (Sanusi, 2025).

Untuk memastikan pertumbuhan bisnis syariah berjalan optimal, diperlukan kerangka kerja kolaboratif antara pemerintah, OJK, MUI, serta pelaku industri. Insentif pajak dan kemudahan pembiayaan bagi UMKM syariah juga sangat penting. Strategi kolaboratif ini akan mengubah tantangan menjadi kesempatan. Peran aktif generasi muda dan pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor kunci untuk meningkatkan jangkauan dan daya saing ekonomi syariah di panggung global.

KESIMPULAN

Komunikasi yang direncanakan dalam bisnis syariah memainkan peran krusial dalam mendukung ketahanan pangan dan energi di tingkat negara. Dengan pendekatan yang sistematis, jelas, dan berlandaskan pada nilai-nilai Islam, komunikasi strategis dapat menciptakan kolaborasi yang solid antara pelaku usaha, pemerintah, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat. Kerja sama ini menghasilkan ekosistem yang saling mendukung, memperkuat pemberdayaan ekonomi umat, serta mendorong inovasi di sektor pertanian dan energi yang dapat diperbaharui. Dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, keberlanjutan, dan memberi perhatian kepada kelompok yang kurang beruntung, usaha syariah tidak hanya membantu dalam perkembangan ekonomi, tetapi juga berfungsi dalam menjaga ketahanan pangan dan energi secara berkelanjutan. Dengan komunikasi strategis yang efisien, bisnis syariah dapat berfungsi sebagai penggerak utama ketahanan pangan dan energi di tingkat nasional menuju pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyediakan fasilitas dan kesempatan untuk menyelesaikan penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada Dr. Suhendi, S. Sos., M. Sos., M. M. atas bimbingan, panduan, dan dorongan yang sangat berkontribusi dalam proses penulisan artikel ini. Penulis juga menghargai semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik.

REFERENSI

1. Abdullah, A. (2022). *Ekonomi Syariah dan Digitalisasi Dukung Ketahanan Pangan*. Kompas.Id.
2. Argenti. (2024). *Corporate Communication: Strategi Membangun Reputasi dan Citra Perusahaan yang Kuat*. Pakar Komunikasi.
3. Iskandar, A., Aqbar, K., & Herman, S. (2021). Energi Terbarukan dan Ekonomi Syariah: Sinergitas Mewujudkan Sustainable Development. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 8(3), 711–734.
4. Mahrani, D. K., & Puryanti, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Korporat Terhadap Keberhasilan Organisasi Dalam Manajemen Bisnis. *Andromeda*, 1(2), 51–56.
5. Masyhudi, F., Frasandy, R. N., & Kustati, M. (2020). Integrasi nilai-nilai islam dalam pembelajaran bahasa indonesia di Sekolah Dasar Islam Tepadu Azkia Padang. *Premiere Educandum : Jurnal Pendidikan Dasar Dan Pembelajaran*, 10(1), 81.
6. Mumtazah, N. (2024). *Menerapkan Nilai Islam dalam Komunikasi: Paradigma Integrasi untuk Melawan Hoax*. Kompasiana.
7. Nasution, R. A., & Kamilah, K. (2025). *Evaluasi Efektivitas Lembaga Keuangan Syariah dalam Mendukung Ketahanan Pangan di Indonesia*. 3, 80–89.

8. Purbasari, L. (2025). *Mengurai Kebijakan Ekonomi Syariah yang Tumpang Tindih*. CNBC Indonesia.
9. Putri, M. A., Wibowo, T. O., & Nusantara, U. M. (2025). *Internal communication strategies of startup in shaping a productive organizational communication climate organisasi yang produktif*. \
10. Rachman, Y. A., & Barmawi, B. (2019). Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 101.
11. Rhofita, E. I. R. (2022). Optimalisasi Sumber Daya Pertanian Indonesia untuk Mendukung Program Ketahanan Pangan dan Energi Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(1), 82.
12. Risalah, D. (2024). *Potensi Energi dalam Ekonomi Syariah Indonesia*. Republika.
13. Safitri, C. D., Jabu, B., & Samtidar, S. (2023). The Integration of Islamic Values in English Language Teaching Context: Practices and Challenges. *Celebes Journal of Language Studies*,
14. Saleh, M., Sinaga, A., & Mahmudiyah, S.-J. (2023). JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. *JEKSya Jurnal*, 2(1), 285–297.
15. Sanusi, M. (2025). *Wakaf Digital, Saatnya Gen Z Berkontribusi*. Times Indoensia.
16. Suryana, A. (2014). MENUJU KETAHANAN PANGAN INDONESIA BERKELANJUTAN 2025 : TANTANGAN DAN PENANGANANNYA Toward Sustainable Indonesian Food Security 2025 : Challenges and Its Responses. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 32(2), 123–135.
17. Syahirul, A., Bahrin, S., & Prasetyo, E. (n.d.). *Integrasi Ekonomi Islam dalam Revitalisasi Lumbung Pangan Masyarakat : Kajian Literatur*.
18. Syamsuri, S., Ahmad, R. A., Lahuri, S. bin, & Jamal, M. (2022). Peran Keuangan Mikro Islam Terhadap Ketahanan Pangan Pedesaan Berkelanjutan Era Revolusi 4.0. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 373–394.