

## PERAN KOMUNIKASI BISNIS DALAM KEPEMIMPINAN ETIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SYARIAH DI ERA KETIDAKPASTIAN GLOBAL

<sup>1</sup>Rayhan Abil Wathon, <sup>2</sup>Muhammad Dzaky Zharif

<sup>1,2</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: rayhanabil.96@gmail.com

### Abstract

*This article discusses the role of business communication in ethical leadership to enhance the competitiveness of Sharia-based SMEs in the era of global uncertainty. Business communication in Sharia SMEs functions not only as a means of information delivery but also as a medium to uphold Islamic ethical values such as honesty, trustworthiness, transparency, and wisdom. Ethical leadership grounded in Islamic principles is a crucial factor in fostering a healthy work culture, building trust, and encouraging collaboration and innovation within SME organizations. The synergy between ethical business communication and strong-character leadership is believed to improve the competitiveness of Sharia SMEs amid global challenges marked by uncertainty. This study employs library research by reviewing relevant literature as the foundation for analysis and discussion.*

**Keywords:** Business Communication, Ethical Leadership, Sharia SMEs, Competitiveness, Global Uncertainty

### Abstrak

Artikel ini membahas peran komunikasi bisnis dalam kepemimpinan etis untuk meningkatkan daya saing UMKM Syariah di era ketidakpastian global. Komunikasi bisnis dalam UMKM Syariah tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media untuk menegakkan nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran, amanah, tabligh, dan fathanah. Kepemimpinan etis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam menjadi faktor penting dalam menciptakan budaya kerja yang sehat, membangun kepercayaan, serta mendorong kolaborasi dan inovasi dalam organisasi UMKM. Sinergi antara komunikasi bisnis yang etis dan kepemimpinan yang berkarakter kuat ini diyakini mampu meningkatkan daya saing UMKM Syariah di tengah tantangan global yang penuh ketidakpastian. Studi ini menggunakan metode *library research* dengan mengkaji literatur yang relevan sebagai dasar analisis dan pembahasan.

**Kata Kunci:** Komunikasi Bisnis, Kepemimpinan Etis, UMKM Syariah, Daya Saing, Ketidakpastian Global

### PENDAHULUAN

UKM Syariah berperan strategis dalam menopang perekonomian nasional, terutama karena kontribusinya yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pemerataan ekonomi. Di tengah tantangan global yang semakin kompleks seperti resesi, krisis geopolitik, dan percepatan digitalisasi, keberlanjutan UKM sangat bergantung pada bagaimana mereka membangun fondasi internal yang kuat. Salah satu landasan penting yang sering diabaikan adalah aspek komunikasi dan kepemimpinan dalam bisnis yang beretika.

Komunikasi dalam dunia bisnis bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang membangun kepercayaan, reputasi, dan loyalitas jangka panjang. Bagi UKM berbasis Syariah, komunikasi tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai Islam yang menjunjung tinggi kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Hal yang sama berlaku untuk kepemimpinan. Seorang pemimpin dalam bisnis Syariah bukan hanya seorang manajer, tetapi juga seorang panutan yang harus menjalankan visi bisnis dengan moral dan integritas.

Kombinasi antara komunikasi etis dan kepemimpinan moral ini merupakan bekal penting bagi UKM Syariah untuk tetap kompetitif dan relevan, bahkan di tengah gejolak global. Saat ini, banyak pebisnis mulai menyadari bahwa mereka tidak hanya perlu memiliki produk yang bagus untuk bersaing, tetapi juga cara komunikasi yang tepat dan gaya kepemimpinan yang dapat memotivasi tim dengan sepenuh hati. Sayangnya, tidak semua pelaku UKM Syariah mampu mengoptimalkan peran komunikasi sebagai alat strategis, sekaligus mengintegrasikan kepemimpinan etis ke dalam manajemen organisasinya. Faktanya, keduanya memiliki dampak besar pada kepercayaan konsumen, loyalitas karyawan, dan kemampuan pelaku bisnis untuk beradaptasi dan berinovasi.

Melalui artikel ini, penulis ingin menyelidiki lebih lanjut bagaimana peran komunikasi bisnis dan kepemimpinan etika dapat memengaruhi daya saing UKM Islam di era ketidakpastian global. Penelitian ini berbasis literatur dan bertujuan untuk memberikan gambaran konseptual, serta memberikan strategi konkret yang dapat menginspirasi UKM untuk memperkuat keberadaan dan keberlanjutan bisnisnya.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode *library research* atau penelitian kepustakaan, yaitu sebuah pendekatan yang mengandalkan sumber-sumber tertulis sebagai bahan utama dalam pengumpulan data dan analisis. Metode ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengkaji secara mendalam konsep dan peran komunikasi bisnis dalam kepemimpinan etis guna meningkatkan daya saing UMKM Syariah di era ketidakpastian global, melalui telaah literatur yang relevan dan terpercaya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konsep dan Peran Komunikasi Bisnis dalam UMKM Syariah**

Komunikasi bisnis dalam UMKM Syariah tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi antara pelaku usaha dengan mitra usaha, tetapi juga mencerminkan nilai, identitas, dan integritas perusahaan itu sendiri. Dalam literatur manajemen, komunikasi korporat dianggap sebagai proses pertukaran pesan, ide, dan informasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan bisnis tertentu. Katz menyatakan bahwa komunikasi korporat mencakup elemen-elemen penting seperti tujuan, pesan yang tepat, media atau saluran yang tepat, serta simbol atau kode yang dapat dipahami oleh penerima. (Nabhani, n.d.). Semua elemen ini harus diatur secara strategis sehingga komunikasi dapat berjalan efektif dan menghasilkan pemahaman di antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam sistem ekonomi Islam, komunikasi korporat tidak hanya harus efisien, tetapi juga harus menghormati nilai-nilai etika. Ini berarti bahwa komunikasi tidak boleh mengandung penipuan, manipulasi, atau menipu. Justru sebaliknya, komunikasi menjadi medium untuk menyampaikan nilai-nilai Islam seperti *shidiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan dengan benar), dan *fathanah* (bijaksana). Prinsip-prinsip ini menjadi dasar dalam membangun reputasi usaha yang baik dan kepercayaan pelanggan. Dalam praktiknya, UMKM Syariah yang menerapkan komunikasi etis cenderung lebih dipercaya oleh konsumen dan memiliki loyalitas pelanggan yang kuat (Salsabila & Rialdy, 2024).

Ciri-ciri komunikasi dalam acara Syariah tampak jelas dan berbagai pelaku berupaya menyampaikannya dengan cara yang sesuai dengan realitas. Tidak ada unsur promosi produk,

tidak ada upaya menyembunyikan kekurangan, dan tidak ada janji yang tidak dapat ditepati. Misalnya, ketika mempromosikan makanan halal, UKM harus dapat menjelaskan bahan-bahan dan proses produksinya secara jujur. Penting untuk ditegaskan bahwa mereka yang dapat diidentifikasi sebagai Muslim juga memperkuat citra UKM sebagai pelaku bisnis yang bertanggung jawab.

Komunikasi bisnis yang baik dalam UKM juga berfungsi sebagai jembatan antara pihak internal dan eksternal. Dalam lingkungan internal, komunikasi merupakan sarana bagi pemilik bisnis untuk memberikan arahan, motivasi, dan evaluasi kepada karyawan. Jika arahan dikomunikasikan dengan jelas dan penuh hormat, karyawan cenderung lebih mengerti dan bekerja secara optimal. Komunikasi yang sehat juga membangun budaya kerja yang positif dan mengurangi potensi konflik di tempat kerja. (Thalia et al., 2024).

Di sisi lain, hubungan eksternal yang melibatkan konsumen, pemasok, distributor, hingga investor, sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelaku UMKM membangun komunikasi yang terbuka dan terpercaya. Dalam kajian lapangan yang dilakukan di UMKM Warung Terapung, komunikasi antar pemilik usaha dengan pemasok bahan baku dilakukan secara fleksibel namun tetap berpegang pada prinsip transparansi. Bahkan, pemilik usaha menyisihkan sebagian omzet untuk disumbangkan ke masjid sekitar sebagai bentuk komunikasi sosial yang mencerminkan nilai ukhuwah dan tanggung jawab sosial (Hastika, 2022).

Komunikasi bisnis syariah juga perlu didukung oleh strategi media yang tepat. Sayangnya, masih banyak UKM Syariah yang belum mengembangkan teknologi digital untuk menciptakan citra dan mengkomunikasikan pesan secara umum. Beberapa UKM masih terbatas pada komunikasi verbal atau hanya mengandalkan hubungan pribadi. Padahal, di era digital saat ini, kemampuan menggunakan media sosial, situs web, dan saluran daring lainnya sangat penting untuk meningkatkan jangkauan pesan dan menjangkau lebih banyak konsumen.

Minimnya literasi komunikasi ini bisa berdampak pada kurang dikenalnya konsep bisnis syariah oleh masyarakat luas. Banyak pelaku UMKM yang menjalankan bisnis berdasarkan prinsip Islam, tapi tidak mampu mengkomunikasikannya dengan baik. Akibatnya, nilai-nilai etis yang sebenarnya menjadi keunggulan malah tidak diketahui publik. Seperti yang disampaikan oleh (Nabhani, n.d.), lemahnya strategi komunikasi menjadi salah satu alasan mengapa persepsi masyarakat terhadap bisnis syariah masih rendah. Masyarakat belum sepenuhnya memahami apa yang membedakan bisnis syariah dari yang konvensional, terutama dalam hal kejujuran dan keberkahan usaha.

Melihat kenyataan tersebut, membangun komunikasi bisnis berlandaskan nilai-nilai Syariah bukan sekadar omong kosong teknis semata, tetapi bagian dari strategi keberlanjutan jangka panjang. Komunikasi bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga cerminan karakter dan arah perusahaan. UMKM Syariah yang konsisten membuka komunikasi yang jujur, adil, dan bertanggung jawab akan lebih mudah menjangkau pasar dan pesaing di tengah tantangan global yang terus meningkat.

### **Karakteristik Kepemimpinan Etis dalam Perspektif Bisnis Islam**

Kepemimpinan yang beretika merupakan kunci penting dalam menciptakan organisasi yang sehat, termasuk pada sektor UKM berbasis Syariah. Dalam pandangan Islam, kepemimpinan bukan sekedar jabatan struktural, tetapi sebuah amanah yang harus dijalankan

dengan nilai moral dan spiritual yang kuat. Pemimpin yang beretika akan menjadi panutan, tidak hanya dalam pengambilan keputusan, tetapi juga dalam perilaku sehari-hari di lingkungan kerja. Dilihat dari definisinya, kepemimpinan etis berarti menjalankan peran kepemimpinan dengan cara yang sesuai dengan norma moral dan sosial yang berlaku.

Seorang pemimpin yang beretika dapat menunjukkan kejujuran dalam perkataan dan tindakan, konsisten dalam menerapkan nilai-nilai, dan terbuka terhadap kritik dan masukan dari bawahannya. Kepemimpinan semacam ini bukan hanya tuntutan dalam teori saja, akan tetapi telah dicontohkan secara langsung oleh Nabi Muhammad saw dalam berbagai aspek kehidupan beliau sebagai pemimpin umat (Na'im, 2022).

Dalam pandangan Islam, karakter pemimpin yang ideal itu bisa dilihat dari empat sifat utama Rasulullah, yaitu :

1. *al-sidq* (jujur)
2. *amanah* (dapat dipercaya)
3. *fathanah* (cerdas)
4. *tabligh* (komunikatif).

Nilai-nilai ini bukan hanya landasan teologis, tapi juga punya korelasi langsung dengan prinsip-prinsip etika manajerial modern. Misalnya, sifat *al-sidq* itu bisa ditarik sejajar dengan kejujuran sebagai dasar integritas. Pemimpin yang jujur tidak akan menutupi informasi penting dari timnya dan tidak akan menggunakan posisi untuk keuntungan pribadi.

Amanah adalah kualitas yang berkaitan erat dengan rasa tanggung jawab. Seorang pemimpin yang punya rasa amanah akan selalu berusaha menjaga kepercayaan yang diberikan padanya, termasuk dalam pengelolaan keuangan, pengambilan kebijakan, sampai hubungan dengan stakeholder eksternal. Amanah juga melahirkan keadilan dan sikap tidak memihak dalam menghadapi konflik internal.

Lalu *fathanah* atau kecerdasan, bisa dimaknai lebih dari sekadar intelektual. Pemimpin yang cerdas adalah mereka yang mampu membaca situasi, memahami kebutuhan tim, dan mampu memproyeksikan strategi jangka panjang tanpa kehilangan arah dari nilai-nilai Islam. Mereka mampu beradaptasi di tengah perubahan zaman tapi tidak kehilangan prinsip.

Sifat terakhir, *tabligh*, menjelaskan pentingnya kemampuan menyampaikan visi dan arah organisasi secara jelas. Dalam konteks UMKM syariah, ini jadi sangat penting karena banyak pelaku usaha yang memulai dari skala kecil dan mengandalkan kekompakan tim. Komunikasi yang efektif dari pemimpin akan memperkuat semangat kerja, memperjelas peran masing-masing, dan membangun kepercayaan di antara semua elemen organisasi (Salsabila & Rialdy, 2024).

Nilai-nilai etika tersebut menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan lingkungan organisasi. Seorang pemimpin yang adil tidak akan membeda-bedakan perlakuan terhadap staf berdasarkan kedekatan pribadi. Mereka akan menghormati keberagaman karakter anggota staf, baik dari segi usia, latar belakang pendidikan, dan pengalaman kerja. Lebih jauh lagi, pemimpin yang beretika selalu siap bertanggung jawab atas keputusan yang mereka buat dan tidak akan menyalahkan tim ketika mereka mengalami kegagalan. Dalam praktik UKM Islam, kepemimpinan beretika memiliki dampak nyata pada budaya kerja. Lingkungan kerja yang dipimpin oleh orang-orang dengan integritas tinggi akan terasa lebih kondusif. Kepercayaan

meningkat, kolaborasi menjadi lebih kuat, dan semangat inovasi tumbuh karena adanya rasa aman psikologis di antara karyawan.

Lebih dari itu, pemimpin yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral juga akan cenderung memanfaatkan kekuasaan secara bijak. Mereka tidak akan menyalahgunakan otoritasnya untuk kepentingan pribadi, tapi justru menggunakannya untuk membina dan memberdayakan bawahannya. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa kepemimpinan etis mampu meningkatkan loyalitas dan kinerja para pengikut, serta menciptakan suasana organisasi yang harmonis dan progresif (Na'im, 2022).

Kepemimpinan etis juga erat kaitannya dengan berbisnis. Dalam konteks era ketidakpastian global, UMKM syariah yang memiliki etika dan karakter yang kuat mampu membentuk tim untuk tetap fokus pada visi. Mereka dapat memberikan kestabilan emosi dan arah yang jelas di tengah perubahan pasar atau keyakinan internasional. Dengan segala peran dan nilai tersebut, pengembangan etika tidak hanya berfungsi sebagai prinsip pribadi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam tata kelola UMKM syariah yang ingin tumbuh dan berkompeten secara sehat di tengah tantangan zaman.

### **Sinergi Komunikasi Bisnis dan Kepemimpinan Etis dalam Penguatan Daya Saing UMKM Syariah**

Salah satu kekuatan utama yang dimiliki oleh UMKM Syariah adalah kemampuan mereka membangun kepercayaan melalui komunikasi yang jujur dan beretika. Dalam dunia bisnis modern yang sangat dekat, pelanggan tidak hanya menilai kualitas produk, tetapi juga memperhatikan bagaimana sebuah usaha menyampaikan nilai-nilainya.

UMKM yang menyebarkan komunikasi berdasarkan prinsip syariah seperti kejujuran (shidq), keterbukaan, dan transparansi akan lebih mudah mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Kepercayaan terbentuk ketika konsumen merasa dihargai dan dilibatkan secara manusiawi dalam interaksi bisnis. Penggunaan bahasa yang sopan, penjelasan produk yang tidak dilebih-lebihkan, dan keterbukaan mengenai proses produksi adalah bagian dari komunikasi etis yang membentuk persepsi positif. Dalam konteks UMKM Syariah, komunikasi bukan sekedar alat promosi, melainkan bagian dari dakwah ekonomi yang mengajarkan nilai-nilai keislaman secara nyata.

Selain itu, komunikasi yang berorientasi pada etika akan menghindarkan pelaku usaha dari praktik manipulatif seperti misleading advertising atau janji yang tidak ditepati. Dalam studi tentang koperasi syariah, nilai kejujuran dan amanah menjadi alasan utama meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan mikro berbasis Islam (Syahrul & Wahyuni, 2023). Model komunikasi semacam ini juga bisa diadaptasi oleh pelaku UMKM Syariah untuk membangun kedekatan emosional dengan pelanggan.

Kepemimpinan yang dibangun atas dasar nilai etis membawa pengaruh besar terhadap suasana kerja dalam organisasi, kecuali di lingkungan UMKM. Pemimpin yang mampu menjadi teladan dari nilai-nilai Islam seperti tanggung jawab, keadilan, dan kepedulian sosial akan memunculkan budaya kerja yang sehat dan kolaboratif. Budaya kerja yang dilandasi etika akan menciptakan rasa aman dan nyaman di antara karyawan. Mereka merasa dihargai dan dipercaya, sehingga muncul motivasi untuk bekerja lebih maksimal. Hal ini juga berdampak pada munculnya ide-ide baru dan inovasi yang relevan dengan perkembangan zaman. UMKM yang

dipimpin oleh tokoh pemimpin etis cenderung lebih terbuka terhadap perubahan, namun tetap menjaga nilai dasar syariah dalam setiap pengambilan keputusan.

Selain itu, kepemimpinan etis memperkuat keterlibatan seluruh elemen organisasi dalam proses perubahan. Pemimpin yang transparan akan mengajak seluruh timnya berdiskusi secara terbuka saat merancang strategi, terutama dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Dalam sebuah koperasi syariah, penerapan prinsip tanggung jawab dan keadilan telah terbukti mampu menumbuhkan semangat kolektif untuk terus berkembang secara berkelanjutan (Syahrul & Wahyuni, 2023). Berikut beberapa pengaruh positif kepemimpinan etis terhadap organisasi UMKM Syariah:

1. Meningkatkan kepercayaan internal antar tim
2. Mendorong kolaborasi dan tanggung jawab bersama
3. Membentuk sistem kerja yang bebas tekanan dan saling menguatkan
4. Membangun ruang untuk eksplorasi ide baru tanpa rasa takut
5. Menumbuhkan budaya pertumbuhan spiritual dalam aktivitas ekonomi

Ada banyak studi literatur yang memperlihatkan bagaimana sinergi antara komunikasi etis dan kepemimpinan berbasis syariah bisa membawa UMKM pada kesuksesan yang berkelanjutan. Salah satu contoh yang diangkat dalam studi (Syahrul & Wahyuni, 2023) adalah koperasi syariah yang berhasil bertahan dan berkembang justru karena pengurusnya konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam setiap kebijakan. Mereka menjaga transparansi keuangan, memberikan laporan terbuka kepada anggota, dan selalu mengutamakan musyawarah dalam setiap keputusan.

Studi (Firman, 2020) menunjukkan bahwa UMKM halal yang mampu menyampaikan nilai produknya secara komunikatif dan terbuka cenderung lebih dipercaya pasar. Tidak hanya dari konsumen muslim, tapi juga dari kelompok non-muslim yang menghargai keterbukaan informasi dan kualitas produksi yang terjamin. Komunikasi semacam ini mengedepankan edukasi konsumen tentang nilai halal, bukan hanya sekadar menjual produk.

Sementara itu, dari sudut pandang digitalisasi, studi (Haya et al., 2025) menunjukkan bahwa pelaku usaha syariah yang menerapkan nilai-nilai kejujuran dan integritas dalam komunikasi digital, seperti di platform e-commerce dan media sosial, lebih mudah menjalin kedekatan emosional dengan konsumennya. Apalagi jika komunikasi tersebut dilakukan langsung oleh pemilik usaha yang menunjukkan karakter pemimpin etis dalam berinteraksi online. Beberapa karakteristik yang tampak dalam UMKM Syariah sukses karena kepemimpinan etis dan komunikasi kuat antara lain:

1. Adanya keterbukaan dalam laporan usaha dan proses produksi
2. Adanya prinsip keadilan dalam pembagian hasil kerja
3. Keaktifan pemilik usaha dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif ke pelanggan
4. Pelibatan karyawan dalam proses inovasi, bukan hanya pengikut
5. Komunikasi digital yang humanis, tidak kaku, dan tetap sopan

Model produktivitas menunjukkan bahwa untuk bertahan hidup di era persaingan saat ini, UKM Syariah tidak dapat mengandalkan keunikan produk, tetapi juga harus membangun modal sosial dalam bentuk kepercayaan, loyalitas, dan integritas. Sinergi antara komunikasi yang jujur

dan adil serta kepemimpinan yang ideal tidak hanya masuk akal secara teoritis, tetapi juga telah terbukti relevan dan berdampak langsung pada peningkatan daya saing UKM di lapangan.

### **Strategi Adaptasi UMKM Syariah terhadap Ketidakpastian Global dan Proteksionisme**

UMKM Syariah saat ini menghadapi berbagai tantangan akibat perubahan ekonomi global. Mulai dari resesi yang melanda berbagai negara, kebijakan proteksionisme dari negara-negara maju, hingga digitalisasi yang begitu cepat. Semua itu memberikan tekanan besar pada kelangsungan usaha, baik dari segi operasional, pemasaran, hingga hubungan dengan konsumen (Febi Safitri, 2024).

Dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu, penurunan daya beli masyarakat menjadi paling nyata. Selain itu, kebijakan perdagangan yang protektif seperti tarif tambahan dan pembatasan impor dari negara lain membuat produk UKM sulit menembus pasar luar negeri. Sementara itu, percepatan digitalisasi menuntut para pelaku usaha untuk segera beradaptasi, meskipun pada kenyataannya belum semua memiliki kapasitas sumber daya manusia dan infrastruktur untuk itu.

Data dari Kementerian Koperasi menunjukkan bahwa sekitar 40% UMKM mengalami penurunan pendapatan pada 2024 (KumparanNEWS, 2024). Di sisi lain, hanya sebagian kecil yang mampu bertahan dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial dan e-commerce untuk pemasaran produk.

Dalam kondisi tidak stabil seperti ini, UMKM Syariah membutuhkan kepemimpinan yang mampu merespon dengan cepat dan tepat. Pemilik usaha harus memiliki kemampuan membaca situasi pasar, memahami dinamika konsumen, dan mengambil keputusan yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah (Muizzul Hidayat, Salman Alfarisi, 2024).

Komunikasi krisis merupakan strategi yang penting. Melalui komunikasi yang jujur, terbuka, dan penuh empati, pelaku bisnis dapat menjaga kepercayaan konsumen, mitra, dan tim internal. Di masa-masa sulit, konsumen menghormati pelaku bisnis yang menjalankan bisnisnya secara transparan dan menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran. Pemimpin UKM juga dituntut memiliki karakter yang tangguh dan fleksibel. Cepat tanggap terhadap perubahan, siap mengubah strategi, serta mampu menyampaikan pesan dengan tenang namun tegas merupakan ciri-ciri pemimpin yang mampu mengantarkan bisnis berkelanjutan. Mereka tidak hanya mengelola bisnis secara teknis, tetapi juga menunjukkan tanggung jawab sosial, seperti menjaga kesejahteraan karyawan dan mendukung masyarakat setempat. Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan UMKM Syariah untuk tetap eksis dan berkembang di tengah tekanan global:

1. Penguatan Digitalisasi yang Terarah Pemanfaatan media digital menjadi jalan keluar utama untuk tetap menjangkau pasar. Bukan hanya soal hadir di media sosial, tetapi juga menyampaikan pesan yang relevan dan penuh nilai. Komunikasi yang dibangun secara konsisten dan etis akan memperkuat loyalitas konsumen. Penggunaan platform seperti TikTok, Instagram, hingga marketplace syariah bisa membantu memperluas jangkauan (KumparanNEWS, 2024).
2. Inovasi Produk dan Diversifikasi Pasar UMKM Syariah perlu mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini. Misalnya, tren gaya hidup sehat dan ramah lingkungan bisa dijawab dengan produk yang tidak hanya halal, tapi juga natural atau organik. Selain itu, membuka pasar ke komunitas Muslim di luar negeri

adalah langkah strategis, terutama jika disertai dengan narasi produk yang kuat (Febi Safitri, 2024).

3. Kolaborasi dengan Lembaga Syariah dan Komunitas Lokal Di masa sulit, kerja sama dengan pihak lain menjadi penting. UMKM bisa bermitra dengan Lembaga Keuangan Syariah untuk mengakses pembiayaan yang sesuai prinsip Islam. Komunitas lokal juga bisa menjadi penguat jaringan distribusi dan promosi. Kolaborasi bukan hanya soal bisnis, tapi juga membangun ekosistem yang saling mendukung (Muizzul Hidayat, Salman Alfarisi, 2024).
4. Kepemimpinan Etis dan Teladan dalam Bisnis Nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab harus menjadi fondasi dalam setiap keputusan bisnis. Ketika pemilik usaha memegang teguh nilai tersebut, maka suasana kerja yang sehat akan tumbuh. Karyawan akan merasa dihargai dan termotivasi, sementara konsumen merasakan kehangatan dalam setiap interaksi.

Dengan strategi yang tepat, UMKM Syariah tidak hanya akan bertahan, tapi juga tumbuh sebagai model usaha yang resilien dan bernilai. Kombinasi antara komunikasi yang transparan, inovasi produk yang relevan, dan kepemimpinan yang bermoral akan menjadi fondasi kuat menghadapi era penuh ketidakpastian.

## **KESIMPULAN**

Komunikasi bisnis dan kepemimpinan etis memainkan peran krusial dalam membentuk karakter dan daya tahan UMKM Syariah di tengah tantangan global. Komunikasi yang dibangun bukan hanya sekadar alat pertukaran informasi, tapi mencerminkan identitas, nilai, dan integritas dari pelaku usaha itu sendiri. Ketika komunikasi dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, dan transparansi, maka kepercayaan dari konsumen, mitra, dan stakeholder lain pun tumbuh secara organik. Hal ini menjadi modal sosial yang sangat penting di tengah persaingan pasar yang semakin padat.

Di sisi lain, kepemimpinan etis yang berpijak pada nilai-nilai Islam seperti *sidq*, amanah, *fathanah*, dan *tabligh* tidak hanya menjadikan pemimpin sebagai pengambil keputusan, tapi juga sebagai teladan moral. Kepemimpinan semacam ini membawa dampak nyata terhadap suasana kerja yang kondusif, kolaboratif, dan terbuka terhadap inovasi. UMKM Syariah yang dipimpin oleh individu dengan integritas tinggi cenderung memiliki tim yang lebih solid dan loyal, serta lebih siap menghadapi perubahan.

Sinergi antara komunikasi dan kepemimpinan yang sama-sama berlandaskan etika menjadi kunci dalam membangun daya saing yang tidak hanya bersifat jangka pendek, tapi juga berkelanjutan. Terutama di era ketidakpastian global seperti saat ini, UMKM dituntut untuk adaptif namun tetap berpegang pada prinsip. Strategi seperti penguatan digitalisasi, diversifikasi produk, kolaborasi lintas sektor, serta komunikasi krisis yang transparan menjadi semakin relevan ketika dijalankan oleh pemimpin yang responsif dan berkomitmen pada nilai-nilai syariah.

Dengan menjadikan komunikasi dan kepemimpinan sebagai pilar utama, UMKM Syariah tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga tumbuh sebagai model bisnis yang bermartabat, berdaya saing, dan membawa keberkahan.



---

REFERENSI

1. Febi Safitri, J. P. (2024). TREN PERDAGANGAN INTERNASIONAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP NERACA PERDAGANGAN INDONESIA. (*EKSYA*) *Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Madina*, 5(1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
2. Firman. (2020). ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG PENGEMBANGAN UMKM HALAL DALAM ERA PASAR NASIONAL. *Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 105–130.
3. Hastika, B. (2022). Peran Umkm Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Usaha Warung Terapung Desa Pao Kecamatan Malangke Barat). *Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN PALOPO*.
4. Haya, S. A., Islam, U., Siber, N., & Nurjati, S. (2025). *Finotec : Journal of Islamic Finance and Economics Peluang dan Tantangan Implementasi Teknologi Informasi dalam Bisnis Syariah*. 2, 151–164.
5. KumparanNEWS. (2024). *Strategi Bisnis UMKM Bertahan di Tengah Ketidakpastian Ekonomi \_kumparan*. Kumparan News.
6. Muizzul Hidayat, Salman Alfari, J. H. (2024). Strategi UMKM untuk Berdaya Saing dalam Ekosistem Ekonomi Syariah. *Indonesian Research Journal on Education*, 4, 550–558.
7. Na'im, Z. (2022). Etika Kepemimpinan Dalam Perspektif Islam Dan Korelasinya Terhadap Kinerja. *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 195–210. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v6i1.972>
8. Nabhani, A. (n.d.). *Bangun Komunikasi Bisnis Syariah \_ Neraca*. Harian Ekonomi NERACA.
9. Salsabila, S. A., & Rialdy, N. (2024). PENERAPAN ETIKA BISNIS SYARIAH DALAM BISNIS UMKM ( STUDI KASUS ROEMAH BURGER BAGAN DELI ) pihak lain terhadap sesuatu yang diperjual-belikan karena tingginya rasa percaya dari. 1(2), 85–95.
10. Syahrul, H., & Wahyuni. (2023). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Koperasi Syariah. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 47(4), 124–134.
11. Thalia, A., Putri, N., & Yustati, H. (2024). *Peran Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan UMKM Berbasis Media Sosial*. 2(6).