JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi
Vol. 4 No. 6, (2026), Hal. 342-347
https://sociohum.net/index.php/JEBIMAN
e-ISSN: 2985-654X

PENGUATAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI PEMBERDAYAAN GENERASI Z PADA USAHA KOPI KELILING DI KECAMATAN SAMBAS PERSPEKTIF NILAI-NILAI EKONOMI ISLAM

Muhammad Dirga*, Oskar Hutagaluh, Purniadi Putra
Universitas Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas
muhammaddirga789@gmail.com, purniadiputra@unissasac.id

ABSTRACT

This study is motivated by the fact that small and medium-sized enterprises (SMEs) play a vital role in driving economic growth within the community, particularly in creating employment opportunities and increasing income in line with Islamic values. Mobile coffee businesses in Sambas Sub-district play a role in empowering Generation Z through several aspects. Firstly, mobile coffee businesses provide employment opportunities and a source of income for Generation Z. Secondly, these businesses serve as a means to improve communication, customer service, teamwork and business management skills. Thirdly, the use of social media provides a platform for Generation Z to develop digital skills and creativity in marketing. Fourthly, involvement in mobile coffee businesses can foster economic independence and an interest in entrepreneurship. The contribution of mobile coffee businesses in Sambas Sub-district to the strengthening of SMEs is evident in several aspects. Firstly, these businesses serve as a source of income and help enhance the economic independence of business owners. Secondly, the mobile sales system provides opportunities to expand market reach and engage directly with consumers. Thirdly, mobile coffee businesses encourage SME operators to innovate in terms of products and marketing, including the use of social media. Fourthly, the growth of these businesses can create employment opportunities for the local community. Fifthly, business activities provide experience in financial management, marketing, customer service and business development. From an Islamic economic perspective, the practice of mobile coffee businesses in Sambas Sub-district can be viewed as a form of community economic activity with the potential to develop in accordance with the principles of Islamic economics, provided that business owners continue to ensure the halal status of their products, maintain honesty in transactions, practise fairness in pricing, and act with integrity in serving consumers.

***Keywords**: Business Strengthening, Empowerment of Generation Z, Mobile Coffee Business, Islamic Economic Values*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan yang diselaraskan dengan nilai-nilai Islam. Peran usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dalam pemberdayaan generasi Z memiliki peran melalui beberapa aspek. Pertama, usaha kopi keliling memberikan kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi Generasi Z. Kedua, usaha tersebut menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, pelayanan, kerja sama, dan pengelolaan usaha. Ketiga, pemanfaatan media sosial memberikan ruang bagi Generasi Z untuk mengembangkan kemampuan digital dan kreativitas dalam pemasaran. Keempat, keterlibatan dalam usaha kopi keliling dapat menumbuhkan kemandirian ekonomi dan minat kewirausahaan. Kontribusi usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas terhadap penguatan UMKM bahwa usaha kopi keliling memberikan kontribusi dalam beberapa aspek. Pertama, usaha ini menjadi sumber pendapatan dan membantu meningkatkan kemandirian ekonomi pelaku usaha. Kedua, sistem penjualan keliling memberikan peluang untuk

memperluas jangkauan pasar dan mendekati konsumen secara langsung. Ketiga, usaha kopi keliling mendorong pelaku UMKM melakukan inovasi produk dan pemasaran, termasuk memanfaatkan media sosial. Keempat, perkembangan usaha dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Kelima, aktivitas usaha memberikan pengalaman dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, pelayanan, dan pengembangan usaha. Praktik usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dalam persperktif ekonomi Islam bahwa usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dapat dipandang sebagai bentuk kegiatan ekonomi masyarakat yang memiliki potensi untuk berkembang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, selama pelaku usaha terus menjaga kehalalan produk, kejujuran dalam transaksi, keadilan dalam penetapan harga, serta amanah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kata Kunci: Penguatan Usaha, Pemberdayaan Generasi Z, Kopi Keliling, Nilai Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Kopi telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat modern. Kehadiran kopi yang tidak hanya sebagai minuman penghilang kantuk, kopi kini memiliki peran sosial yang lebih luas sebagai bagian dari budaya pergaulan dan simbol gaya hidup. Bahkan, kopi telah lama menjadi komoditas yang sangat penting dan populer secara global, serta memiliki dampak yang signifikan dalam ekonomi global dan aspek budaya.

Hal ini tentunya sejalan dengan ayat suci al-Qur'an QS. Al-Jumu'ah: 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ ٱلصَّلَوٰةُ فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ

Terjemahannya: Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah: 10)

Menurut Tafsir Al-Misbah, Ayat ini mengandung tiga perintah utama (Shihab, 2005). Pertama, "bertebaranlah kamu di muka bumi" (فَٱنتَشِرُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ) yang bermakna bahwa setelah salat Jumat, umat Islam diperbolehkan kembali bekerja, berdagang, atau melakukan aktivitas duniawi lainnya. Kata "bertebaranlah" (انتشروا) mengandung makna dorongan agar umat Islam aktif, produktif, dan bersemangat dalam mencari penghidupan yang halal. Kedua, "carilah karunia Allah" (وَٱبۡتَغُواْ مِن فَضۡلِ ٱللَّهِ) menegaskan bahwa rezeki adalah karunia dari Allah yang harus diupayakan melalui usaha yang halal. Islam mendorong umatnya untuk tidak berpangku tangan, melainkan berusaha dengan jujur dan sungguh-sungguh. Ketiga, "ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung" (وَٱذۡكُرُواْ ٱللَّهَ كَثِيرٗا لَّعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ) menjadi inti dari pesan ayat ini. Seorang Muslim diperintahkan untuk tetap mengingat Allah meskipun tengah sibuk bekerja. Zikir menjadi pengingat bahwa semua hasil usaha berasal dari karunia-Nya, dan dengan mengingat Allah, seseorang akan mencapai keberuntungan dunia dan akhirat.[1]

Berdasarkan konteks penelitian tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana kopi keliling sebagai instrumen pemberdayaan Generasi Z dan penguatan UMKM. Maka dari itu penulis merumuskan penelitian ini dengan judul "Penguatan Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) melalui pemberdayaan Generasi Z Pada Usaha Kopi Keliling di Kecamatan Sambas Perspekti Nilai-Nilai Ekonomi Islam".

[1]Shihab, M. Q. (2002). Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an(3 ed., Vol. 7). Jakarta: Lentera Hati.

METODE PENELITIAN

Kajian dari penelitian ini menggunakan data literatur. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Literatur yang diambil baik dari buku, artikel jurnal baik nasional maupun internasional dan literatur ainnya dimana informasi yang diambil disesuai dengan pokok pembahasan dan dianalisis secara mendalam sehingga dapat diambil kesimpulan dan temuan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peran Usaha Kopi Keliling di Kecamatan Sambas Dalam Pemberdayaan Generasi Z

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas, dapat diketahui bahwa keberadaan usaha kopi keliling tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan ekonomi untuk memperoleh pendapatan, tetapi juga memiliki peran dalam membuka ruang bagi Generasi Z untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Usaha kopi keliling menjadi salah satu bentuk usaha yang relatif fleksibel dan dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan gaya hidup masyarakat, khususnya kalangan muda.

1. Usaha kopi keliling sebagai sarana pemberdayaan ekonomi Generasi Z

   Usaha kopi keliling memberikan peluang kepada Generasi Z untuk memperoleh pengalaman dan keterampilan dalam menjalankan kegiatan usaha. Keterlibatan tersebut dapat berupa membantu proses pembuatan kopi, melayani konsumen, mengelola keuangan sederhana, melakukan promosi, hingga menentukan lokasi penjualan yang dianggap strategis.

   Pemberdayaan tersebut menunjukkan adanya proses peningkatan kemampuan dari yang sebelumnya hanya sebagai konsumen menjadi pihak yang turut berperan dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Generasi Z memperoleh pengalaman langsung mengenai bagaimana sebuah usaha dijalankan, mulai dari mempersiapkan bahan baku sampai berinteraksi dengan konsumen. Pengalaman tersebut dapat menjadi modal bagi mereka untuk mengembangkan kemampuan kewirausahaan secara mandiri.

   Selain memberikan pengalaman, usaha kopi keliling juga dapat menjadi alternatif sumber pendapatan bagi Generasi Z. Karakteristik usaha yang relatif fleksibel memungkinkan anak muda menyesuaikan waktu berjualan dengan aktivitas lainnya. Kondisi ini membuat usaha kopi keliling memiliki potensi sebagai media untuk memperkenalkan dunia kewirausahaan kepada Generasi Z.

2. Peran Generasi Z Dalam Pemasaran Digital

   Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki keunggulan dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial. Kemampuan tersebut dapat dimanfaatkan dalam memperkenalkan usaha kopi keliling kepada masyarakat yang lebih luas. Promosi dapat dilakukan melalui pembuatan konten, unggahan foto dan video produk, informasi mengenai lokasi berjualan, serta komunikasi dengan konsumen melalui media sosial.

   Keterlibatan Generasi Z dalam pemasaran digital memberikan perubahan terhadap pola pemasaran usaha kopi keliling. Jika sebelumnya informasi mengenai keberadaan

penjual hanya diperoleh melalui komunikasi langsung atau pelanggan tetap, penggunaan media sosial memungkinkan informasi mengenai produk tersebar lebih cepat. Dengan demikian, Generasi Z tidak hanya menjadi tenaga kerja dalam usaha, tetapi juga berperan sebagai agen inovasi dan digitalisasi usaha. Kemampuan mereka dalam memahami tren media sosial dapat membantu usaha kopi keliling meningkatkan daya tarik produk dan menjangkau konsumen dari kelompok usia yang lebih luas.

3. Pengembangan kreativitas dan inovasi

   Usaha kopi keliling juga memberikan ruang bagi Generasi Z untuk mengembangkan kreativitas. Kreativitas dapat terlihat dari cara penyajian produk, pemilihan nama menu, desain kemasan, strategi promosi, hingga cara berkomunikasi dengan konsumen.

   Generasi Z cenderung dekat dengan tren minuman dan budaya nongkrong yang berkembang di kalangan anak muda. Kondisi tersebut dapat menjadi peluang bagi usaha kopi keliling untuk melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar. Namun, inovasi tidak hanya berkaitan dengan menciptakan produk baru, tetapi juga bagaimana mempertahankan kualitas produk dan memberikan pengalaman yang menarik bagi konsumen.

   Dari perspektif pemberdayaan, kreativitas tersebut penting karena membuat Generasi Z tidak hanya menjalankan instruksi dari pemilik usaha, tetapi juga memiliki kesempatan untuk memberikan ide dan mengambil bagian dalam pengembangan usaha.

4. Pembentukan Keterampilan Kewirausahaan

   Keterlibatan Generasi Z dalam usaha kopi keliling dapat menjadi proses pembelajaran kewirausahaan secara langsung. Mereka dapat mempelajari cara menentukan harga jual, menghitung biaya bahan baku, melayani konsumen, mengelola persediaan, serta memahami kondisi pasar.

B. Kontribusi Usaha Kopi Keliling Di Kecamatan Sambas Terhadap Penguatan UKM

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), terutama melalui peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat, penciptaan lapangan usaha, inovasi produk, serta pemanfaatan teknologi digital. Model usaha kopi keliling memiliki karakteristik yang fleksibel karena tidak membutuhkan tempat usaha permanen dengan biaya operasional yang relatif besar. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memulai dan mengembangkan kegiatan usaha dengan modal yang lebih terjangkau.

1. Meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat

   Usaha kopi keliling turut menggerakkan aktivitas ekonomi di lingkungan masyarakat. Kegiatan usaha tidak hanya menghasilkan pendapatan bagi pemilik, tetapi juga menciptakan permintaan terhadap bahan baku dan perlengkapan usaha, seperti kopi, susu, gula, es, kemasan, dan berbagai kebutuhan lainnya.

   Perputaran ekonomi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan usaha kopi keliling memiliki keterkaitan dengan kegiatan ekonomi lainnya. Semakin berkembang usaha, semakin besar pula kebutuhan terhadap bahan dan jasa pendukung. Dengan demikian, usaha kopi keliling dapat menjadi bagian dari ekosistem UKM yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

2. Menjadi sumber pendapatan dan membuka peluang kerja

   Kontribusi lain terlihat dari kemampuan usaha kopi keliling dalam menciptakan sumber pendapatan bagi pelaku usaha. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda, usaha ini dapat menjadi alternatif untuk memperoleh penghasilan sekaligus memperoleh pengalaman dalam mengelola bisnis.

   Apabila usaha mengalami perkembangan, kebutuhan tenaga kerja juga dapat meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha kopi keliling memiliki potensi dalam menciptakan kesempatan kerja dalam skala kecil. Dari perspektif penguatan UKM, kemampuan menciptakan pendapatan dan kesempatan kerja merupakan salah satu indikator penting bahwa suatu usaha memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat.

3. Mendorong inovasi produk dan pelayanan

   Usaha kopi keliling dituntut untuk mengikuti selera konsumen yang terus mengalami perubahan. Pelaku usaha perlu melakukan inovasi, baik dalam jenis minuman, cita rasa, ukuran produk, kemasan, maupun cara pelayanan. Inovasi tersebut menjadi bagian penting dalam penguatan UKM karena dapat meningkatkan daya saing usaha. Usaha kopi keliling yang mampu memahami kebutuhan konsumen akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan dan mendapatkan konsumen baru. Kreativitas dalam menentukan menu dan strategi pelayanan juga dapat menjadi keunggulan dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan produk yang sama secara terus-menerus.

4. Memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran

   Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi usaha kopi keliling untuk melakukan pemasaran secara lebih luas. Media sosial dapat digunakan untuk memperkenalkan produk, menyampaikan informasi lokasi berjualan, menampilkan menu, serta berkomunikasi dengan konsumen.

KESIMPULAN

Hasil kesimpulan yang didapat sebagai berikut:

Peran usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dalam pemberdayaan generasi Z memiliki peran melalui beberapa aspek. Pertama, usaha kopi keliling memberikan kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi Generasi Z. Kedua, usaha tersebut menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, pelayanan, kerja sama, dan pengelolaan usaha. Ketiga, pemanfaatan media sosial memberikan ruang bagi Generasi Z untuk mengembangkan kemampuan digital dan kreativitas dalam pemasaran. Keempat, keterlibatan dalam usaha kopi keliling dapat menumbuhkan kemandirian ekonomi dan minat kewirausahaan.

Kontribusi usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas terhadap penguatan UKM bahwa usaha kopi keliling memberikan kontribusi dalam beberapa aspek. Pertama, usaha ini menjadi sumber pendapatan dan membantu meningkatkan kemandirian ekonomi pelaku usaha. Kedua, sistem penjualan keliling memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan mendekati konsumen secara langsung. Ketiga, usaha kopi keliling mendorong pelaku UKM melakukan inovasi produk dan pemasaran, termasuk memanfaatkan media sosial. Keempat, perkembangan usaha dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Kelima,

aktivitas usaha memberikan pengalaman dalam pengelolaan keuangan, pemasaran, pelayanan, dan pengembangan usaha.

Praktik usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dalam persperktif ekonomi Islam bahwa usaha kopi keliling di Kecamatan Sambas dapat dipandang sebagai bentuk kegiatan ekonomi masyarakat yang memiliki potensi untuk berkembang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, selama pelaku usaha terus menjaga kehalalan produk, kejujuran dalam transaksi, keadilan dalam penetapan harga, serta amanah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press. Bandung: Mutiara Publisher.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Aulianda, M., & Sudarmiatin, S. (2021). The Effect of Online Marketing Strategies and Digital Media in Increasing Customer Loyalty and Sales Quantity. Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business, 1(1), 14–23.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.

Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.

Farkhah, M. S., & Wibowo, J. M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro dan Menengah pada Era Digital di Kota Probolinggo. Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi, 15(1), 104–115.

Karim, A. A. (2010). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Kemenkop UKM.

Matthew B. Mies & Michael Huberman. 2009. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru.* Jakarta: UI Press.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Muhadjir, Noeng. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi IV),* cet. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Nasution, S. (1998). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Tarsito.

Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Rahmawati & Sari, *Inovasi digital dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Jurnal Ekonomi Inovatif,* 10(2), 55–63.2023.

Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Totok Mardikanto, (2015) *Pemberdayaan Masyarakat dalam Persfektif Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.

Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (UMKM); Isu-isu Penting, (Jakarta: LP3ES, 2012)