

## LAPORAN PENELITIAN

TAHUN ANGGARAN 2022

PERAN PERGURUAN TINGGI ISLAM DALAM MENGEMBANGKAN  
POTENSI HALAL DI INDONESIA  
(Studi Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri)

Nomor DIPA	:	DIPA BLU : - DIPA 025.04.2.423812/2022
Tanggal	:	23 Oktober 2022
Satker	:	(4238120) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Kode Kegiatan	:	(2132) Peningkatan Akses, Mutu, Relevansi dan Daya Saing Pendidikan : Tinggi Keagamaan Islam
Kode Output Kegiatan	:	(050) PTKIN Penerima BOPTN
Sub Output Kegiatan	:	(514) Penelitian (BOPTN)
Kode Komponen	:	(004) Dukungan Operasional Penyelenggaraan Pendidikan
Kode Sub Komponen	:	Penelitian Dasar Program Studi

Oleh :

**Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI (NIP 198212252015031002)**  
**A. Samsul Ma'arif, M.Pd (NIPT 19860522201802011221)**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**  
**MALANG 2022**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Laporan penelitian dengan judul

**PERAN PERGURUAN TINGGI ISLAM DALAM MENGEMBANGKAN  
POTENSI HALAL DI INDONESIA**  
(Studi Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri)

Oleh:

Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI (NIP 198212252015031002)

A. Samsul Ma'arif, M.Pd (NIPT 19860522201802011221)

Telah diperiksa dan disetujui *reviewer* dan komite penilai pada tanggal

Malang, 14 November 2022

*Reviewer 1,*

*Reviewer 2,*

Prof. Dr. Mufidah Ch, M.Ag

Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag

Komite Penilai,

Ahmad Abtokhi, M.Pd

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Penelitian ini disahkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Pada tanggal 14 November 2022

### Peneliti

Ketua : Dwi Hidayataul Firdaus, M.SI  
NIP 198212252015031002

Tanda Tangan .....

Anggota I : A. Samsul Ma'arif, M.Pd  
NIPT 19860522201802011221)

Tanda Tangan .....

Ketua LP2M  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. Agus Maimun, M.Pd.  
NIP. 19650817 199803 1 003

## **PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI  
NIP : 198212252015031002  
Pangkat/Gol. Ruang : Lektor IIIc/Penata  
Fakultas/Program Studi : Syari'ah/Hukum Ekonomi Syariah  
Jabatan Dalam Penelitian : Ketua Peneliti

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disebutkan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata dalam penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan pelanggaran etika akademik, maka kami bersedia mengembalikan dana penelitian yang telah kami terima dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 14 November 2022  
Ketua Peneliti,

Materai Rp. 10.000,-

Dwi Hidayatul Firdaus, M.SI  
NIP 198212252015031002

## **MOTTO**

**“Man Jadda Wa Jadda”**

*Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya.*



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	-	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	Th	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dh	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sh	ء	,
ص	ṣ	ئ	Y
ض	ḍ		

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (*madd*), caranya ialah dengan menuliskan coretan horisontal (*macron*) di atas huruf, seperti ā, ī, dan ū). Contoh: *al-Islām* (الإسلام), *al-Ḥadīth* (الحديث), *al-Mā‘ūn* (الماعون). Bunyi hidup double (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabungkan dua huruf “ay” dan “aw”, seperti *khayr* (خير), dan *khawf* (خوف). Kata yang berakhiran *tā’ marbūṭah* (ة) dan berfungsi sebagai sifat (*modifier*) atau *muḍāf ilayh* ditransliterasikan dengan “ah”, seperti *dirāsah Islāmiyyah* (دراسة إسلاميية), sedangkan yang berfungsi sebagai *muḍāf* ditransliterasikan dengan “at”, seperti *dirāsah al-Qur’ān*.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Al-ḥamdulillāh Wa al-Shalātu Wa al-Salāmu ‘alā Rasūlillāh Wa ‘alā ālihī Wa Shaḥbihī Wa Mawwālah Wa Ba’dū.* Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam. Tidak ada Tuhan kecuali Dia yang telah menghidupkan dan mematikan. Dia adalah Tuhan Yang Maha Pengasih (*al-Rahmān*) dan Maha Penyayang (*al-Rahīm*). Pengasih atas semua makhluknya dan Penyayang atas semua hambahambanya. KepunyaanNya segala sesuatu dan atas kehendakNya pula semua terjadi. Allah adalah *waliy* orang-orang beriman. Tiada yang dapat memberi pertolongan dan syafaat kecuali Dia.

Penulis bersyukur atas semua ini dan dengan petunjuk, rahmat dan taufiqNya penulis diberi kesehatan dan dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul: PERAN PERGURUAN TINGGI ISLAM DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI HALAL DI INDONESIA (Studi Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri)

Dengan ini penulis mengucapkan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah berjasa kepada penulis dalam penyelesaian penelitian ini khususnya, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Sudirman, MA, selaku Dekan Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Bapak Dr. H. Agus Maimun, M.Ag., selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dan tidak dapat kami sebutkan satu persatu.

Ahirnya penulis hanya dapat mengucapkan terima kasih dan berdoa, semoga semua bantuan Bapak/Ibu dan semua pihak dicatat oleh Allah SWT. sebagai amal shaleh, *amīn yā rabba al-‘ālamīn*.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfa’at dan kebaikan, khususnya bagi penulis dan bagi semua pihak, dan penulis selalu berharap masukan dan keritikan serta saran yang konstruktif untuk penyempurnaan penelitian ini.

Malang, 14 November 2022

Dwi Hidayatul Firdaus

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Kajian Terdahulu .....	4
<b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
<b>A. Konsep UMKM .....</b>	<b>6</b>
1. Pengertian UMKM .....	6
2. Kriteria UMKM .....	9
3. Klasifikasi UMKM .....	11
4. Peranan UMKM .....	12

5. Karakteristik Usaha Mikro.....	13
6. Kekuatan dan Kelemahan UMKM.....	14
<b>B. Kewirausahaan .....</b>	<b>16</b>
1. Pengertian Kewirausahaan.....	16
2. Karakteristik Wirausaha .....	18
3. Modal .....	19
4. Sumber Daya Manusia .....	23
<b>C. Konsep Halal .....</b>	<b>39</b>
1. Definisi dan Dasar Hukum Makanan Halal .....	39
2. Syarat-syarat dan Kriteria Makanan Halal .....	3
3. Sertifikasi Halal.....	47
4. Regulasi Halal di Indonesia .....	51
 <b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	 <b>54</b>
1. Jenis Penelitian .....	54
2. Pengumpulan Data .....	54
3. Analisa Data .....	55

<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
A. Diskripsi Lokasi Penelitian .....	56
1. Halal Center UIN Sunan Kalijaga.....	56
2. Halal Center UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	57
3. Halal Center UIN Raden Ms Said Surakarta.....	57
4. Halal Center UIN Sunan Ampel .....	57
5. Halal Center UIN Mataram .....	57
B. Kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri merespon Potensi Halal di Indonesia dari Segi Kelembagaan .....	58
1. Pengembangan dan mencetak sumber daya manusia (SDM) dengan diawali pembentukan dan peresmian Halal Center di perguruan masing-masing .....	59
2. Pengembangan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Kemudahan melakukan sertifikasi halal dengan banyaknya LPH, akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produk-produknya.....	61
3. Pengembangan riset produk halal dan inkubasi bisnis. Universitas dengan infrastruktur laboratorium, SDM, dan ilmu pengetahuan yang dimiliki, dapat menjadi pionir dalam inovasi dan riset produk halal, terutama untuk mendukung pengembangan inkubasi bisnis produk halal bagi UMKM .....	63
C. Kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri pada pelaku UKM dalam mendorong produk halal dari UKM .....	64

<b>BAB V: PENUTUP</b> .....	68
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	70

## ABSTRAK

Indonesia dengan Negara yang berpenduduk muslim terbesar di dunia dengan 209,1 Juta Jiwa, sudah selayaknya dalam memenuhi kebutuhan hajat hidupnya, baik makanan dan minuman apa yang dipakai merupakan produk-produk yang status halalnya terjamin dan terverifikasi melalui lembaga yang berkompeten di dalam bidang sertifikasi ini. Menyikapi dari fenomena yang ada, Perguruan Tinggi Islam seharusnya menjadi garda depan dalam merespon dan mengembangkan industri Halal ini. Penelitian ini merumuskan masalahnya dengan a) Bagaimana Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri merespon Potensi Halal di Indonesia dari segi kelembagaan; b) Bagaimana kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri pada pelaku UKM dalam mendorong produk halal dari UKM tersebut. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi penelitian lapangan (*field research*) dengan responden dan mengamati secara langsung di Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. Yaitu di Halal Center UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, UINSA Halal Center (UHC) UIN Sunan Ampel Surabaya, Pusat Studi Halal UIN Raden Mas Said Surakarta, Halal Center UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan Halal Center Universitas Islam Negeri Mataram. Dengan proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif. Dengan hasil penelitian Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri secara garis besar telah melakukan gerakan dan sumbangsih yang besar dalam memajukan potensi halal di Indonesia dari segi kelembagaan dengan melakukan tiga peran penting. Yaitu a) Pengembangan dan mencetak sumber daya manusia (SDM) dengan diawali pembentukan dan peresmian Halal Center di perguruan masing-masing; b) Pengembangan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Kemudahan melakukan sertifikasi halal dengan banyaknya LPH, akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produk-produknya; c) Pengembangan riset produk halal dan inkubasi bisnis. Universitas dengan infrastruktur laboratorium, SDM, dan ilmu pengetahuan yang dimiliki, dapat menjadi pionir dalam inovasi dan riset produk halal, terutama untuk mendukung pengembangan inkubasi bisnis produk halal bagi UMKM. Sedangkan kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri pada pelaku UKM dalam mendorong produk halal dari UKM dengan melakukan Sosialisasi Sertifikasi Halal pada pelaku UMKM demi terwujudnya amanah PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan produk halal proses ini melalui proses Pendampingan PPH (Proses Produk Halal) pelaku UMKM sampai pengisian aplikasi <https://sehati.halal.go.id/> pada UMKM. Semua ini sebagai bentuk respon dan dukungan dari perguruan tinggi dalam mewujudkan 10 juta produk bersertifikat halal.

Kata Kunci: *UMKM, Sertifikasi Halal, LPH*

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dengan Negara yang berpenduduk muslim terbesar di dunia dengan 209,1 Juta Jiwa<sup>1</sup>, sudah selayaknya dalam memenuhi kebutuhan hajat hidupnya, baik makanan dan minuman apa yang dipakai merupakan produk-produk yang status halalnya terjamin dan terverifikasi melalui lembaga yang berkompeten di dalam bidang sertifikasi ini. Ini layak dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas industri produk halal agar memberikan nilai tambah bagi perekonomian Indonesia.

Dalam mengembangkan produk halal dan penjaminan Produk halal di Indonesia mau tidak mau harus dilakukan perubahan dan perhatian secara menyeluruh dalam segi *supply*, *demand*, dan faktor pendukungnya (*enabler*). Melihat dari segi *supply*, yang harus dipenuhi adalah instrumen infrastruktur yang memadai, SDM profesionalis, distribusi yang efektif, serta inovasi yang masif dalam sistem penjaminan halal yang didukung oleh regulasi-regulasi yang berlaku.

Dalam mewujudkan proses penjaminan hal ini, harus sesuai dengan Regulasi yang berlaku di Indonesia ini yang mendukung program pemerintah dalam proses sertifikasi halal. Adapun tahapan yang harus dilalui secara garis besar melalui registrasi, verifikasi administrasi dan pemeriksaan halal produk yang meliputi proses produksi, hingga penetapan komisi fatwa kehalalan produk sampai proses penerbitan sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).<sup>22</sup>

Untuk mewujudkan proses sertifikasi halal ini sebagai amanah undang-undang melibatkan berbagai pihak sebagai sarana percepatan sertifikasi halal ini, seperti BPJPH, Auditor Halal, Lembaga Pemeriksa Halal, Penyelia Halal, dan Komisi Fatwa MUI.

---

<sup>1</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>, diakses tanggal 6 April 2021

<sup>2</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal



Salah satu lembaga yang menjadi garda depan dalam pelaksanaan penjaminan ,halal ini Lembaga Pemeriksa Halal dengan menugaskan Auditor halal dalam menguji kehalalan suatu produk yang dimulai dari pemeriksaan produk, berkas, dan memvalidasi kesesuaian proses dengan berkas yang ada. Proses ini menunjukkan urgensi dari Lembaga ini dalam melakukan pengujian dalam proses halal dan sertifikasi halal suatu produk. Namun ironi di negeri ini adalah, dengan lokasi yang sebesar ini, di Indonesia ini masih memiliki tiga LPH yang diakui oleh BPJPH, yaitu LPPOM MUI, LPH PT Sucofindo dan LPH Surveyor Indonesia meskipun masing- masing dari lembaga ini sudah memiliki perwakilan di beberapa tempat di Indonesia.<sup>3</sup>

Menyikapi dari fenomena yang ada, Perguruan Tinggi Islam seharusnya menjadi garda depan dalam merespon dan mengembangkan industri Halal ini. Salah satu contoh bentuk respon Perguruan Tinggi Islam ini adalah dengan membentuk Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang profesional, seperti Penyelia Halal dan Auditor Halal serta lembaga-lembaga atau pusat kajian yang konsen dalam bidang halal ini.

Jika perguruan tinggi Islam ini disetiap daerah mulai respon dan bergerak dala mewujudkan dari beberapa lembaga atau pusat studi halal ini, tidak akan lama UMKM yang berada di daerah perguruan Tinggi Islam Tersebut akan banyak juga yang akan tersertifikasi halal. Kendala-kendala yang menjadi faktor utama dalam enggannya UMKM mengurus sertifikasi halal ini bisa diminimalisir mulai dari cost dan segi kemudahan dan dekatnya beberapa lembaga dalam pengurusan halal.

Berangkat dari problem akademik di atas, maka kami tertarik untuk melakukan penelitian dan melakukan kajian mendalam yang bersinergi dengan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah sebagai bentuk pengabdian dari Prodi Hukum Ekonomi Syariah ini dalam mendorong dan memfasilitasi dalam membentuk dan mengaktifkan lembaga-lembaga dan pusat kajian halal yang berada di lingkungan Perguruan Tinggi Malang. Adapun judul yang

---

<sup>3</sup>[https://knks.go.id/berita/385/sinergi-penguatan-lembaga-pemeriksa-halal-lph-indonesia?category=1#:~:text=Lembaga%20Pemeriksa%20Halal%20\(LPH\)%20adalah,termasuk%20penugasan%20terhadap%20auditor%20halal.](https://knks.go.id/berita/385/sinergi-penguatan-lembaga-pemeriksa-halal-lph-indonesia?category=1#:~:text=Lembaga%20Pemeriksa%20Halal%20(LPH)%20adalah,termasuk%20penugasan%20terhadap%20auditor%20halal.)

kami angkat adalah Peran Perguruan Tinggi Islam Dalam Mengembangkan Potensi Halal Di Indonesia (Studi Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian masalah yang tersaji dalam latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah research problem yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri merespon Potensi Halal di Indonesia dari segi kelembagaan?
2. Bagaimana kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri pada pelaku UKM dalam mendorong produk halal dari UKM tersebut?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui posisi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri dalam merespon Potensi Halal di Indonesia dari segi kelembagaan.
2. Mengetahui kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri dalam memfasilitasi pelaku UMKM untuk meningkatkan status dalam mendorong produk halal dari UMKM tersebut.

## **D. Kajian terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sitti Saleha Madjid Yang berjudul Analisis Peluang, Tantangan Dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (Pada Masa Pandemic Covid-19). Penelitian ini menghasilkan bahwa peluang industri halal di Indonesia yaitu; industri halal merupakan kebutuhan dan gaya hidup, beragamnya variative produk halal food, terdapat peraturan yang mengaturnya, merupakan kebutuhan ekspor. Adapun tantangan industri halal di Indonesia; banyaknya pesaing dari dunia internasional, belum ada sertifikasi halal yang berlaku secara internasional, pemahaman akan konsep halal yang masih kurang, sosialisasi yang masih kurang, peraturan perundang undangan yang belum sempurna. Strategi yang dapat dilakukan;

mengembangkan SDM yang unggul, strategi handal untuk sosialisasi produk halal dan lain lain.<sup>4</sup>

2. Penelitian Dinda Khabibatul Fuadah, Karseno, Haznah Munna Firdausi, Mohammad Arief Bagus Prabowo, Ni'mah Izati Atiko Putri, Syifa Ulhusna dengan judul *The Potential of Halal Food Business in Asia and Europe with Majority of Nonmuslim Communities* . Hasil dari penelitian ini adalah makanan tidak hanya dilihat dari segi penampilan dan rasa, namun terdapat faktor yang lebih penting yaitu status halal atau tidaknya makanan tersebut. Kehalalan suatu makanan sangat penting sebagai pertimbangan dalam konsumsi suatu makanan. Hasil studi menunjukkan bahwa industri makanan halal di Benua Asia dan Eropa mengalami peningkatan. Peralnya, keberadaan penduduk muslim yang mengalami peningkatan pertumbuhan, berdasarkan tren permintaan produk halal dan juga wisata halal. Ini merupakan peluang besar bagi para pebisnis untuk memenuhi permintaan pangan halal. Tantangannya adalah bagaimana meningkatkan kualitas dan memenuhi standar halal untuk memenuhi permintaan konsumen.<sup>5</sup>

3. Penelitian dari Mega Novita Syafitri, Rania Salsabila, Fitri Nur Latifah yang berjudul *Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Dari hasil penelitian ini dikemukakan bahwa pencantuman sertifikasi label halal pada makanan menjadikan sebagai sarana yang efektif bagi konsumen untuk memilah makanan halal dengan lebih mudah dan merupakan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab produsen dalam berbisnis serta perlindungan bagi konsumen. Bagaimanapun juga konsumen berhak untuk mengetahui dan mendapatkan sebuah informasi yang jelas dan rinci mengenai setiap komposisi atau bahan yang digunakan dalam pembuatan produk yang telah diperjual belikan. Hal tersebut juga dikarenakan produk-produk yang beredar dimasyarakat belum tentu aman terutama bagi konsumen muslim. Untuk itu, kesadaran produsen awalnya sangat minim dan para konsumen juga menganggap label halal tidak terlalu

---

<sup>4</sup>JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer Volume 13 , No. 1, Juni 2022 p-ISSN: 1978-5119; e-ISSN: 776-3005

<sup>5</sup> Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Volume 4 No 1 (2022) 1-15 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351 DOI: 10.47467/alkharaj.v4i1.396

penting. Namun, akibat banyaknya sosialisasi terhadap halal life membuat mereka melek terhadap pentingnya sertifikasi halal produk makanan.<sup>6</sup>

4. Penelitian yang dilakukan oleh Hayyun Durrotul Faridah dengan judul Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. Penelitian ini memberikan informasi bahwa eksistensi serifikasi halal di Indonesia memiliki trend positif dan berkembang bersama tingkat kesadaran halal yang tinggi pada masyarakat. Mulai dari produk halal, kosmetik, dan obat-obatan. Keberadaan sertifikasi halal ini didukung oleh pemerintah yang Undang-undang yang mengatur tentang Jaminan Produk Halal.<sup>7</sup>

5. Penelitian yang dilakukan oleh Novalini Jailani dan Hendri Hermawan Adinugraha The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia menemukan bahwa Total pengeluaran masyarakat Indonesia untuk produk halal pada tahun 2017 sebesar USD 218,8 miliar. Dapat dikatakan bahwa produk halal adalah bisnis yang bagus, terutama di Indonesia. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sektor halal lifestyle, Islamic banking, halal tourism, dan halal food dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Beberapa sumber, seperti buku, artikel, jurnal, dan makalah jurnal, digunakan untuk makalah ini. Studi ini menemukan bahwa gaya hidup halal di mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam, E-ISSN: 2407-6600 P-ISSN: 2745-8512, Volume 10 Issue 1 Januari 2022 | Page: 016-042, DOI: <https://doi.org/10.37812/aliqtishod>

<sup>7</sup> AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam E-ISSN: 2407-6600 P-ISSN: 2745-8512, Volume 10 Issue 1 Januari 2022 | Page: 016-042, DOI: <https://doi.org/10.37812/aliqtishod>

<sup>8</sup> Journal of Economics Research and Social Sciences Vol 6, No 1, February 2022, ISSN 2723-5327 (online) | 2723-5319 (print)

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Konsep UMKM**

##### **1. Pengertian UMKM**

Di Indonesia, UMKM dapat difahami pengertiannya sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM.<sup>9</sup> Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.<sup>10</sup> Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.<sup>11</sup>

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.<sup>12</sup>

Pada Undang-undang yang telah disebutkan, unsur yang digunakan dalam membuat pengertian mengenai UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan unsur-unsur sebagai berikut:

- a) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta

---

<sup>9</sup> Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009),16

<sup>10</sup> *Ibid*, 17

<sup>11</sup> *Ibid*,18

<sup>12</sup> *Ibid*, 19

tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.

- b) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
- c) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.<sup>13</sup>

Selain menggunakan nilai moneter sebagai unsur, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan data angka pekerja sebagai ukuran untuk membandingkan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Sebagaimana menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang termasuk dalam kategori usaha besar.

Selain yang terdapat dalam Undang-undang, beberapa instansi juga membuat definisi masing-masing tentang UMKM, diantaranya yaitu:

- 1) Badan Pusat Statistik (BPS)

Menurut BPS UKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang.

- 2) Bank Indonesia (BI)

Bank Indonesia mendefinisikan UMKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa modal kurang dari Rp. 20 juta, untuk satu putaran usaha hanya membutuhkan dana Rp. 5 Juta, memiliki aset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan, dan omzet tahunan  $\leq$  Rp. 1 miliar.

- 3) Keppres No. 16/1994

Menurut Keppres UMKM adalah perusahaan yang memiliki kekayaan

---

<sup>13</sup> Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6

bersih maksimum Rp. 400 juta.

- 4) Departemen perindustrian dan perdagangan :
  - a) Memiliki asset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan (departemen perindustrian sebelum digabung).
  - b) Memiliki modal kerja dibawah Rp. 25 juta (departemen perdagangan sebelum digabung).
- 5) Departemen keuangan

UMKM adalah perusahaan yang memiliki omzet maksimum Rp. 600 juta pertahun dan asset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan.<sup>14</sup>

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah paada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah.

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengatasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Dalam situasi krisis perekonomian nasional seperti ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada

---

<sup>14</sup> Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), 20.

nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.<sup>15</sup>

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM merupakan sebuah istilah yang mengindikasikan pada jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri.<sup>16</sup> Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut.

- a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil.
- c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
- d. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi.
- e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan.<sup>17</sup>

## **2 Kriteria UMKM**

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012), 11.

<sup>16</sup> <https://endah240395.wordpress.com/2015/01/05/makalah-umkm/> diakses pada 20 September, pukul 10.15 WIB

<sup>17</sup> Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, “*Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), 13.



- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:
  - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).<sup>18</sup>

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang, sedangkan

---

<sup>18</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, 12.

usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Menurut Kementerian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau aset (aktiva ) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati ). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.<sup>19</sup>

### 3. Klasifikasi UMKM

Pada sisi perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).<sup>20</sup>

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

---

<sup>19</sup> <https://www.scribd.com/doc/314834468/Pengertian-UMKM> diakses pada 20 September, pukul 10.15 WIB

<sup>20</sup> Ade Resalawati, *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 31.

(UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

#### 4. Peranan UMKM

Dapat diakui bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memposisikan sebagai peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara-negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.<sup>21</sup>

UMKM juga mampu memberikan masukan terhadap produk domestik bruto (PDB) paling besar di bandingkan jenis usaha besar. Misalnya di negara Indonesia pada tahun 2011 total PDB yan mampu di sumbang oleh UMKM kurang lebih sekitar 65%, sedangkan usaha besar hanya menyumbang sekitar 50%.<sup>22</sup>

Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting khususnya dalam perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta UMKM ini juga berperan dalam pembangunan ekonomi pedesaan.

Namun menurut Hemat penulis dalam buku UMKM di Indonesia berapapun ukurannya, mereka adalah pelaku usaha, usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Para pelakunya dapat disebut sebagai wirausahawan. Mereka memiliki sejumlah sifat atau pembawaan sebagai seorang wirausahawan. Merka mempunyai kemauan dan rasa percaya diri yang tinggi, mereka fokus kepada sasaran, mereka mau bekerja keras, mampu

---

<sup>21</sup> Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*, 1.

<sup>22</sup> Ina Primiana, *Potensi dan Tantangan UMKM Menghadapi Pasar Persaingan Global*, (Seminar Nasional :4 Desember 2013, diselenggarakan oleh fakultas syariah, IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Selanjutnya disebut. Ina, *Potensi dan Tantangan UMKM*.

berinovasi.<sup>23</sup>

## 5. Karakteristik Usaha Mikro

Indonesia dalam hal usaha kecil mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena memiliki pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut. Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di *up to date* sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat

---

<sup>23</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* ( Jakarta:Alfabeta, 2009), 37.

<sup>24</sup> Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana 2010), 32.

keterbatasan dalam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.<sup>25</sup>

## **6. Kekuatan dan Kelemahan UMKM**

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah: Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia

- a. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- b. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- c. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil samping dari industri besar atau industri yang lainnya
- d. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

### **1) Faktor Internal**

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.

---

<sup>25</sup> *Ibid*, 33.

- b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
- c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
- d. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

## 2) Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang harus dipenuhi oleh UMKM. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM meperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun.

Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yang memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan.

## **B. Kewirausahaan**

### **1. Pengertian Kewirausahaan**

Kewirausahaan berasal dari kata *wira* dan *usaha Wira*, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan dan berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. *Usaha*, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu, ini baru dari segi etimologi (asal usul kata).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya.

Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa:

- a. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan.
- b. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menanggapi usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

John J. Kao mendefinisikan berkewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan risiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.

Menurut Robert D. Hisrich, berkewirausahaan adalah proses dinamis atas penciptaan tambahan kekayaan. Kekayaan diciptakan oleh individu yang berani mengambil risiko utama dengan syarat- syarat kewajaran, waktu, dan atau komitmen karier atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa. Produk dan jasa tersebut tidak atau mungkin baru atau unik, tetapi nilai

tersebut bagaimanapun juga harus dipompa oleh usahawan dengan penerimaan dan penempatan kebutuhan keterampilan dan sumber daya.

Pendapat Robert D. Hisrich di atas lebih lengkap didefinisikan berdasarkan tiga pendekatan dari ekonom, psikolog, dan pebisnis, diantaranya:

- 1) Pendekatan ekonom, entrepreneur adalah orang yang membawa sumber-sumber daya, tenaga, material dan aset-aset lain ke dalam kombinasi yang membuat nilainya lebih tinggi dibandingkan sebelumnya, dan juga seseorang yang memperkenalkan perubahan, inovasi/pembaruan, dan suatu order/ tatanan atau tata dunia baru.
- 2) Pendekatan psikolog, entrepreneur adalah betul-betul seseorang yang digerakkan secara khas oleh kekuatan tertentu kegiatan untuk menghasilkan atau mencapai sesuatu, pada percobaan, pada penyempurnaan, atau mungkin pada wewenang mencari jalan keluar yang lain; dan
- 3) Pendekatan seseorang pebisnis, entrepreneur adalah seorang pebisnis yang muncul sebagai ancaman, pesaing yang agresif, sebaliknya pada pebisnis lain sesama entrepreneur mungkin sebagai sekutu/mitra, sebuah sumber penawaran, seorang pelanggan, atau seseorang yang menciptakan kekayaan bagi orang lain, juga menemukan jalan yang lebih baik untuk memanfaatkan sumber-sumber daya, mengurangi pemborosan, dan menghasilkan lapangan pekerjaan baru bagi orang lain yang dengan senang hati untuk menjalankannya.

Sedangkan definisi Kewirausahaan menurut Instruksi Presiden RI No. 4 Tahun 1995. “ kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.”

Jadi, wirausaha itu mengarah kepada orang yang melakukan usaha/ kegiatan sendiri dengan segala kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan



kewirausahaan menunjuk kepada sikap mental yang dimiliki seseorang wirausaha dalam melaksanakan usaha/ kegiatan.

## 2 Karakteristik Wirausaha

Menurut Schumpeter seorang wirausaha berupaya untuk mereformasi atau merevolusionisasi pola produksi dengan jalan mengeksploitasi (menerapkan) sebuah penemuan baru (invention) atau secara lebih umum, sebuah kemungkinan tekhnikal yang belum pernah dicoba, guna menghasilkan sebuah komoditi baru atau untuk memproduksi sebuah komoditi lama dengan cara yang baru.<sup>26</sup>

Seorang wirausaha merupakan penentu pertumbuhan atau keberhasilan dalam sebuah usaha, karena hal ini berkaitan dengan faktor kemampuan dan bakat serta ciri-ciri wirausaha yang mempunyai cara berfikir, sifat inovatif, dan dan strategik sehingga mampu mengatasi masalah eksternal yang terkait dengan kultur dan iklim dalam sebuah usaha.

Dalam Q.S Al- Ahqaaf: 19 Allah swt berfirman:

وَلِكُلِّ دَرَجَةٌ مِّمَّا عَمِلُوا ۗ وَيُؤْتِيهِمُ اللَّهُمَّ أَعْمَلَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

“Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan.” (Al- Ahqaaf : 19)

Untuk lebih jelasnya, dibawah ini akan dijelaskan mengenai bebarapa karaktersitik yang dimiliki oleh seorang wirausaha, yaitu:<sup>27</sup>

### Sifat atau Karakteristik Wirausaha

Atribut	Keterangan
<i>Dream</i> (Mimpi)	Seorang wirausaha harus memiliki visi masa depan dan kemampuan mencapai visi tersebut (percaya diri)

<sup>26</sup> Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008 ), 22.

<sup>27</sup> Musa, *Prospek Usaha Kecil*, 30-31.

<i>Decisiveness</i> (ketegasan)	Seorang wirausaha tidak pernah menanggukhan waktu dan selalu membuat keputusan dengan cepat.
<i>Doers</i> (Pelaku)	Dalam menyelesaikan pekerjaannya seorang wirausaha selalu melaksanakan secepat mungkin.
<i>Determination</i> (ketepatan hati)	Tidak pernah ragu, selalu berkomitmen total, dan pantang menyerah.
<i>Dedication</i> (dedikasi)	Berdedikasi total dan tak kenal lelah.
<i>Devotion</i> (kesetiaan)	Seorang wirausaha tidak pernah mengeluh dan selalu mencintai apa yang dikerjakannya.
<i>Details</i> (terperinci)	Menguasai rincian dan permasalahan yang bersifat kritis.
<i>Destiny</i> (nasib)	Bertanggungjawab atas nasib sendiri.
<i>Dollars</i> (uang)	Bagi seorang wirausaha kaya bukan motivator utama, tetapi uang lebih berarti sebagai ukuran kesuksesan.
<i>Distribute</i> (distribusi)	Mendistribusikan kepemilikan usahanya kepada karyawan kunci, yang merupakan faktor penting kesuksesannya.

### 3. Modal

Modal digunakan sejak industri mulai dibangun sampai kepada industri tersebut berjalan. Modal berguna untuk membeli berbagai input produksi termasuk lokasi perusahaan. Bagi perusahaan kecil modal memegang peranan penting. Modal biasanya terdapat di wilayah operasinya saja dan untuk memperolehnya ditentukan oleh lingkungannya sendiri.<sup>28</sup> Berikut beberapa pengertian:

Definisi modal dalam Standar Akuntansi Keuangan (IAI,2007:9),

---

<sup>28</sup> Muhamad Teguh, *Ekonomi Industri*. ( Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), 236.

modal adalah hak residual atas *asset* perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban. Abdullah Amrin menyebutkan modal adalah sejumlah uang yang diberikan oleh penyedia dana/shohib mal kepada pengelola/mudharib dengan tujuan meninvestasikannya dalam aktivitas mudharabah.<sup>29</sup>

Menurut Endang Purwati modal merupakan sejumlah dana yang menjadi dasar untuk mendirikan dan memulai serta menjalankan sebuah usaha. Dengan adanya modal proses produksi semakin lancar dan akan berdampak pada peningkatan keuntungan maka akan mampu meningkatkan dan mengembangkan sebuah usaha.<sup>30</sup>

Modal menjadi faktor yang sangat penting dalam pengembangan UMKM karena tanpa modal, produksi UMKM tidak akan berjalan. Umumnya, modal UMKM didapat melalui dua sumber, yaitu modal yang didapat dari bank dan modal yang didapat dari sumber selain bank, tabungan pribadi atau pinjaman dari sumber informal seperti kerabat atau rentenir. Pinjaman dari bank berkaitan erat dengan pemerintah yang membuat kebijakan kredit dengan bunga rendah. Di tahun 2007, Bank Indonesia telah mengucurkan dana sebesar 462,12 triliun atau 52,5% dari kredit perbankan untuk kredit UMKM. Berdasarkan data Bank Indonesia tahun 2007, persentase terbesar penggunaan kredit UMKM adalah untuk kredit konsumsi dimana per Juni 2007 adalah sebesar 66,7%, yang diikuti oleh kredit modal kerja sebesar 22% dan kredit investasi sebesar 11,3%. Besarnya prosentase kredit konsumsi tersebut juga menunjukkan bahwa penyaluran kredit UMKM ke sektor usaha yang produktif masih perlu ditingkatkan.<sup>31</sup>

Akan tetapi, pengamatan empiris menunjukkan bahwa kredit dari bank belum mencapai ke sebagian besar UMKM. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asian Development Bank, hanya satu dari lima UMKM yang meminjam dana dari bank. Permasalahan yang biasa disebutkan antara lain

---

<sup>29</sup> Indah, "Pengertian Modal Menurut Beberapa Ahli" <http://www.lepank.com/2012/08/pengertian-modal-menurut-beberapa-ahli.html>, diakses pada hari selasa, 21 September 2021, pukul. 12.03 WIB.

<sup>30</sup> Endang Purwati, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm* (Studi kasus Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga), (Universitas STIE AMA Sala Tiga), 2009, 6-7.

<sup>31</sup> Andang Setyobudi, *Peran Serta BI Dalam Pengembangan UMKM*. (Jakarta: *Buletin Hukum dan Kebanksentralan* 5, no. 2, 2007), 29-35.

karena tidak tahu prosedur, prosedur sulit, tidak ada agunan, suku bunga tinggi, tidak berminat, dan proposal untuk memperoleh pinjaman ditolak. Karena akses UMKM kepada kredit bank masih kurang, sebagian UMKM menggunakan kredit informal sebagai model usaha. Kredit informal didapat dari keluarga, teman, atau rentenir. Pelaku UMKM cenderung lebih nyaman meminjam uang dari sumber informal daripada dari bank karena keakraban antara peminjam dengan pemilik capital sudah dibangun sejak lama. Penggunaan kredit informal ini memiliki keuntungan tersendiri. Karena kredit yang digunakan tidak berasal dari bank, keberjalanan UMKM tidak terlalu bergantung pada kondisi perbankan nasional sehingga di saat resesi ekonomi terjadi, UMKM masih bisa bertahan.<sup>32</sup> Pada dasarnya modal menurut jenis perolehannya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

#### 1) Modal Sendiri

Modal sendiri merupakan modal yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri atau berasal dari pemilik perusahaan. Modal sendiri dibagi menjadi tiga, yaitu :

##### a) Modal Saham

Modal saham adalah modal yang diperoleh dari penjualan saham yang dilakukan oleh perusahaan tersebut, tentunya modal tersebut digunakan untuk melangsungkan produksi atau memperluas usahanya.

##### b) Modal Cadangan

Modal cadangan ini dimaksudkan sebagai cadangan yang diperoleh dari keuangan tahun lalu. Cadangan yang termasuk modal adalah cadangan ekspansi, cadangan modal kerja, cadangan selisih kurs, dan cadangan umum.

##### c) Modal Laba Ditahan

Modal laba ditahan merupakan keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan dari kelebihan dalam pembagian deviden.<sup>33</sup>

#### 2) Modal dari Pihak lain

---

<sup>32</sup> Kajian singkat Mirza Adrian, *pengembangan Usaha Mikro kecil dan Menengah di Indonesia*. 6

<sup>33</sup> Rusdin, *Pasar Modal*, 61.

Modal dari pihak lain adalah modal yang diperoleh dari luar perusahaan yang bersifat sementara atau juga bisa disebut sebagai sebuah hutang yang nantinya ketika jatuh tempo modal tersebut harus dibayar kembali kepada pemiliknya.<sup>34</sup>

Modal dan Pengembangan Bisnis dalam Perspektif Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia mencari nafkah, Allah SWT. Melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rizki. Hal ini diterangkan dalam Al-Qur'an dalam Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”*

Pengembangan bisnis yang memerlukan modal dalam Islam harus berorientasi syari'ah, sebagai pengendali agar bisnis itu tetap berada dijalur yang benar sesuai ajaran Islam. Dengan Kendali syari'at, aktifitas bisnis diharapkan dapat mencapai 4 (empat) hal utama:

- 1) Target hasil: profit-materi dan benefit non-materi.

Tujuan perusahaan tidak mencari profit (qimahmadiyah atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan) seperti suasana persaudaraan, kepedulian social, dan sebagainya.

- 2) Pertumbuhan, artinya terus menerus.

---

<sup>34</sup> Namun pada buku karangan Saban Echdar, Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausah, (Makasar: CV Andi Offset, 2013),143-144 menyatakan bahwa pada prinsipnya dalam menjalankan bisnis, hanya ada tiga jenis modal yang akan dikeluarkan, yaitu:1. Modal Investasi Awal, Ini adalah jenis modal yang harus dikeluarkan di awal dan biasanya dipakai untuk jangka panjang. 2.Modal kerja adalah modal yang harus dikeluarkan untuk membeli atau membuat barang dagang. 3.Modal yang terakhir adalah modal operasional, yaitu modal yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan dari bisnis.

Jika profit materi dan benefit non-materi telah diraih sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap profit dan benefit itu. Hasil perusahaan akan terus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Upaya pertumbuhan itu akan dijalankan dalam koridor syari'at. Misalnya, dalam meningkatkan jumlah produksi seiring dalam perluasan pasar, peningkatan inovasi sehingga bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya.<sup>35</sup>

3) Keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin.

Belum sempurna orientasi suatu perusahaan bila hanya berhenti pada perencanaan target hasil dan pertumbuhan. Karena itu, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama.

4) Keberkahan atau keridhoan Allah.

Faktor keberkahan untuk menggapai ridha Allah SWT. Merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan diterimanya dua syarat diterimanya amal manusia yakni adanya niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntutan syari'at.

Namun demikian, Al-Qur'an Melarang mengembangkan harta dengan cara menyengsarakan masyarakat, dan juga memakan harta manusia dengan tidak sah, sebagai firman-Nya dalam Q.S Al-Baqarah ayat 188 yaitu:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”*

#### 4. Sumber Daya Manusia

Menurut Wendell L. French Sumber daya manusia adalah yang merancang dan membuat organisasi sehingga dapat bertahan dan berhasil mencapai tujuan. Bila sumber daya manusia di abaikan maka organisasi tidak

---

<sup>35</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN- Malang Press, 2007 ), 46-53.

akan berhasil mencapai tujuan dan sasaran.

Sumber daya manusia berperan besar bagi kesuksesan suatu organisasi atau sebuah perusahaan, sebab sumber daya manusia merupakan sentral dalam sebuah organisasi. Manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan organisasi. Banyak organisasi menyadari bahwa unsur manusia dalam suatu organisasi dapat memberikan keunggulan bersaing. Mereka membuat sasaran, strategi, inovasi dan mencapai tujuan organisasi.<sup>36</sup>

Pada dasarnya sumber daya manusia merupakan modal dan kekayaan terpenting dari setiap kegiatan manusia. Manusia sebagai unsur terpenting dalam sebuah organisasi, tentunya mutlak untuk dianalisis, dikembangkan potensinya, dan dilatih agar menghasilkan SDM yang tangguh dan unggul sehingga dapat dimanfaatkan waktu, tenaga, dan pikirannya secara optimal sehingga memberikan hasil atau nilai yang lebih bagi sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya.<sup>37</sup>

Maka perlu diadakannya pengembangan sumber daya manusia. Kebijakan tenaga kerja ini terkait erat dengan strategi pengembangan ekonomi dan kebijakan stabilitas sosial. Dan keberhasilan pada satu sisi suatu kebijakan tergantung pada keberhasilan yang lain. Unsur-unsur interaksi mempengaruhi keberhasilan kebijakan tenaga kerja meliputi seberapa baik kebijakan itu sejalan dengan seluruh strategi pengembangan ekonomi, yang juga harus membangun jejaring dengan layanan organisasi ekonomi dan sosial lain, dan bagaimana kondisi sosial dan ekonomi mempengaruhi fleksibilitas implementasinya.

Dalam era globalisasi, keterampilan yang dibutuhkan pasar berubah cepat. Tenaga kerja harus fleksibel mampu beradaptasi dengan perubahan. Oleh karena itu sangat penting untuk mempercepat kapasitas pekerja untuk mempelajari keterampilan baru, dan alih keterampilan bagi industri yang lain.

Dewasa ini, sumber daya manusia yang trampil dan mampu membawa sukses bagi perusahaan semakin langka terdapat pada jenis usaha kecil.

---

<sup>36</sup> Ike Kusdyah Rachman, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. ( Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), 1.

<sup>37</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), 10.

Sehingga wirausaha perlu selektif dalam memilih karyawan yang akan dipekerjakan dalam usahanya. Untuk mendapatkan pekerja seperti ahli ukir, pembuat kerajinan kulit, dan lain-lain kita mudah menilai dari hasil pekerjaannya. Namun, untuk mendapatkan pekerja yang mengerjakan kegiatan yang lebih bersifat administratif, wirausaha harus cermat dalam melakukan seleksi.

a) Rekrutmen/ Penarikan Karyawan

Setelah merencanakan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, Rekrutmen dapat dilakukan dengan melihat latar belakang calon karyawan yang meliputi:

- a. Tingkat pendidikan
- b. Keterampilan dan Kemampuan
- c. Pengalaman kerja
- d. Sikap dan kepribadian
- e. Penampilan
- f. Dan lain-lain aspek

Jika dibutuhkan calon yang cukup banyak dan banyak dijumpai kriteria yang bersaing ketat, maka wirausaha dapat menggunakan jasa konsultan psikologi untuk menentukan calon karyawan yang layak dipilih. Rekrutmen yang hanya berdasarkan koneksi, kenalan, ataupun menggunakan sogok dan sebagainya, jika tidak tepat hanya akan menambah beban bagi perusahaan. Kondisi pasar tenaga kerja saat ini menunjukkan jumlah pekerja yang berlebih namun kesempatan semakin langka.

b) Penggajian dan Kompensasi

Sistem penggajian yang digunakan saat ini telah beraneka ragam, dan cenderung tidak digunakan pedoman yang pasti dalam menentukan upah bagi pekerja. Berbagai peraturan penggajian yang terdapat pada usaha kecil dan kerajinan di Yogyakarta misalnya pada umumnya berdasarkan jumlah atau kuantitas produk yang dihasilkan oleh pekerja.

c) Pentingnya Kualitas Sumber Daya Manusia

Manusia sebagai sumber daya penggerak suatu proses produksi, harus mempunyai karakteristik atau sifat-sifat yang diilhami dari shifatul anbiyaa'



atau sifat-sifat para nabi. Sifat-sifat tersebut dapat disingkat dengan sifat pula, yaitu: shiddiq (benar), itqan (profesional), fathanah (cerdas), amanah (jujur/terpercaya) dan tabligh (transparan). Profesional secara syariah artinya mengelola suatu usaha/kegiatan dengan amanah. Profesionalisme dalam Islam dijelaskan dalam Al Qur'an Surat Al Qashash ayat 26:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَسْتَحْيِي أَنْ يَضْرِبَ مَثَلًا مَّا بَعُوضَةٌ فَمَا وَقَفَهَا فَأَمَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا فَيَعْلَمُونَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ وَأَمَّا الَّذِينَ كَفَرُوا فَيَقُولُونَ مَاذَا أَرَادَ اللَّهُ بِهَذَا مَثَلًا يُضِلُّ بِهِ كَثِيرًا وَيَهْدِي بِهِ كَثِيرًا وَمَا يُضِلُّ بِهِ إِلَّا الْفَاسِقِينَ

*“salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".*

Dalam bisnis Islam dua faktor yang menjadi kata kunci adalah kejujuran dan keahlian. Syekh Yusuf al Qardhawi dalam bukunya *Musykilah al Faqr wa Kaifa 'alaa Jahara al Islam*, mengatakan al amanah/kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman. Suatu motto dalam manajemen sumber daya manusia adalah menempatkan orang yang tepat pada posisi yang tepat atau the right man on the right place.<sup>38</sup> Al Quran dalam Q.S Al Anfal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أُمَّةً مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”*

Ayat tersebut menjelaskan tentang penempatan pegawai, bahwa seseorang tidak boleh berkhianat dalam menunaikan amanahnya padahal mereka adalah orang yang mengetahui. Menempatkan seseorang sesuai dengan keahliannya merupakan salah satu karakteristik profesionalisme Islam. Rasulullah dan para sahabat benar-benar mengimplementasikan nilai-nilai mulia ini dalam kepemimpinannya. Rasulullah memilih Mu'adz bin Jabbal menjadi gubernur di Yaman karena leadership-nya yang baik,

<sup>38</sup> Jalaluddin Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al- Mahalliy, *Tafsir Jalalain* (Pesantren Persatuan Islam 91, 2010), 91.

kecerdasan dan akhlaknya. Beliau memilih Umar bin Khattab mengatur sedekah karena adil dan tegasnya, memilih Khalid bin Walid menjadi panglima karena kemahirannya berperang, dan memilih Bilal menjaga Baitulmaal karena amanah.<sup>39</sup>

## 5. Manajemen Usaha

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan literature berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan .

Kata “Manajemen” tampaknya sudah begitu sering kita dengar. Manajemen secara pengertian, sebagaimana dikemukakan oleh Mary Parker Follet (1997), adalah seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain. Manajemen is the art of getting things done through people. Manajemen erat kaitnnya dengan konsep organisasi. Organisasi itu sendiri adalah sekelompok orang yang bekerjasama dalam struktur dan koordinasi tertentu dalam mencapai serangkaian tujuan tertentu.<sup>40</sup>

Namun permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UKM antara lain dari sisi manajemen usaha. Manajemen dalam hal ini dapat diartikan sebagai seluruh cara dan proses yang dilakukan untuk mencapai sasaran atau tujuan bersama suatu perusahaan.

Dalam literatur lain disebutkan bahwa menurut pakar manajemen bernama Griffin manajemen adalah seperangkat kegiatan (termasuk perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian) diarahkan kepada sumber daya organisasi (manusia financial, peralatan fisik dan informasi) dengan tujuan untuk mencapai sasaran organisasi dengan cara berdaya guna dan berhasil guna.<sup>41</sup>

Manajemen diperlukan sebagai upaya agar kegiatan bisnis dapat berjalan secara efektif dan efisien. Agar manajemen yang dilakukan mengarah kepada kegiatan bisnis secara efektif dan efisien, maka manajemen

---

<sup>39</sup> Jalaluddin Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al- Mahalliy, *Tafsir Jalalain* (Pesantren Persatuan Islam 91, 2010), 92.

<sup>40</sup> Ernie Tisnawati, *Pengantar manajemen* ( Bandung :Kencana Prenada Kencana, 2004), 5.

<sup>41</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2009), 159.

perlu dijelaskan berdasarkan fungsi-fungsinya. Adapun pejelasanannya sebagai berikut.

a. Manajemen secara Fungsional dan Operasional

Fungsi-fungsi Manajemen adalah serangkaian kegiatan yang dijalankan dalam manajemen berdasarkan fungsinya masing-masing dan mengikuti satu tahapan-tahapan tertentu dalam pelaksanaannya. Fungsi-fungsi manajemen, sebagaimana diterangkan oleh Nicks, McHugh and McHugh (1997), terdiri dari empat fungsi, yaitu:

1. Perencanaan atau *Planning*, yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.
2. Pengorganisasian atau *Organizing*, yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian organisasi.
3. Pengimplementasian atau *Directing*, yaitu proses implementasi program agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.
4. Pengendalian dan Pengawasan atau *Controlling*, yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.

b. Fungsi Operasional dari Manajemen

Berdasarkan operasionalnya, maka manajemen organisasi bisnis dapat dibedakan secara garis besar menjadi fungsi-fungsisebagai berikut:

- 1) Manajemen Sumber Daya Manusia

Manusia bisa bernilai sebagai sumber daya pembangunan berkelanjutan sepanjang terdapat eksistensi keberpihakan negara terhadap pemberdayaan SDM berupa investasi pendidikan. E.F. Schumacher mengatakan, bahwa pembangunan ekonomi suatu bangsa tidak bisa dimulai dari modal uang dan kekayaan alam saja tetapi harus dimulai dari penciptaan manusia modal. Secara normatif. Menurut Das Sollen, manusia modal harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu:

- a) Berbudi luhur
- b) Semangat tidak boleh luntur
- c) Tangguh, cerdas, dan terampil
- d) Mandiri dan memiliki rasa kesetiakawanan
- e) Mampu bekerja keras yang disertai mentalitas “maju terus pantang mundur” dan berani karena benar, takut karena salah
- f) Produktif, kreatif, dan inovatif
- g) Hidup teratur, tahu menempatkan diri, serta punya optimisme dalam orientasi kemakmuran masa depan.<sup>42</sup> Manajemen sumber daya manusia adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk memperoleh sumberdaya manusia yang terbaik bagi bisnis yang kita jalankan dan bagaimana sumber daya manusia yang terbaik tersebut dapat terpelihara dan tetap bekerja bersama kita dengan kualitas pekerjaan yang senantiasa konstan ataupun bertambah.

## 2) Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah penerapan manajemen berdasarkan fungsinya untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang ditetapkan berdasarkan keinginan konsumen, dengan teknik produksi yang seefisien mungkin. Kegiatan produksi pada dasarnya merupakan proses bagaimana sumber daya input dapat di ubah menjadi produk output berupa barang atau jasa.

## 3) Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha mengidentifikasi apa yang sesungguhnya

---

<sup>42</sup> Soeharsono Sagir, *Kapita Selekta Ekonomi Indonesia*. (Jakarta: Kencana, 2009), 55.

dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Untuk dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen, maka pembisnis perlu melakukan riset pemasaran, diantaranya berupa survei tentang keinginan konsumen, sehingga pembisnis bisa mendapatkan informasi mengenai apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen. Informasi mengenai kebutuhan konsumen ini kemudian diteruskan ke bagian produksi untuk dapat diwujudkan. Setelah output produk terwujud, maka manajemen pemasaran kemudian juga melakukan kegiatan dalam proses penyampaian produk kepada konsumen.

#### 4) Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan mampu mencapai tujuannya secara ekonomis, yaitu berdasarkan profit.

Tugas manajemen keuangan, diantaranya merencanakan dari mana pembiayaan bisnis diperoleh, dan dengan cara bagaimana modal yang telah diperoleh dialokasikan secara tepat dalam kegiatan bisnis yang dijalankan. Termasuk ke dalam kegiatan manajemen keuangan adalah bagaimana agar dapat dipastikan hasil alokasi modal yang dipergunakan untuk penjualan produk dapat selalu melebihi dari segala biaya yang telah dikeluarkan, sebagai sebuah indikator pencapaian profit perusahaan.

#### 5) Manajemen Informasi

Manajemen informasi adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha memastikan bahwa bisnis yang dijalankan tetap mampu untuk terus bertahan dalam jangka panjang. Untuk memastikan itu manajemen informasi bertugas untuk menyediakan seluruh informasi yang terkait dengan kegiatan perusahaan baik informasi internal maupun eksternal, yang dapat mendorong kegiatan bisnis yang dijalankan tetap mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di masyarakat. Penggunaan teknologi informasi, diantaranya komputer, televisi, dan radio, mempermudah manajemen informasi dalam hal perencanaan, pengerjaan, dan penyediaan

informasi bisnis yang diperlukan dari waktu ke waktu.<sup>43</sup>

Dalam pandangan ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Rasulullah *shalallohu 'alayhi wa salalm* bersabda dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam Thabrani.<sup>44</sup>

*“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara itqan (tepat, terarah, jelas, dan tuntas).”*  
(HR.Thabrani)

Pembahasan pertama dalam manajemen syari'ah adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Jika setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali dan tidak terjadi perilaku KKN (Korupsi, Kolusi, Nepotisme) karena menyadari adanya pengawasan dari Allah SWT. Hal ini berbeda dengan perilaku dalam manajemen konvensional yang sama sekali tidak terkait bahkan terlepas dari nilai-nilai tauhid. Orang-orang yang menerapkan manajemen konvensional tidak merasa adanya pengawasan melekat, kecuali semata mata pengawasan dari pemimpin atau atasan. Setiap kegiatan dalam manajemen syari'ah di upayakan menjadi amal soleh yang bernilai abadi.

Manajemen menurut pandangan Islam merupakan manajemen yang adil. Batasan adil adalah pimpinan tidak "menganiaya" bawahan dan bawahan tidak merugikan pimpinan maupun perusahaan yang di tempati. Bentuk penganiayaan yang dimaksudkan adalah mengurangi atau tidak memberikan hak bawahan dan memaksa bawahan untuk bekerja melebihi ketentuan. Seyogyanya kesepakatan kerja dibuat untuk kepentingan bersama antara pimpinan dan bawahan. Jika seorang manajer mengharuskan bawahannya bekerja melampaui waktu kerja yang ditentukan, maka sebenarnya manajer itu telah mendzalimi bawahannya. Dan ini sangat bertentangan dengan ajaran Islam.

---

<sup>43</sup> Ernie Tisnawati, *Pengantar manajemen*. 8-15

<sup>44</sup> Didin Hafidhuddin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 2.

Manajemen Islam harus didasari nilai-nilai dan etika islam. Islam yang ditawarkan berlaku universal tanpa mengenal ras dan agama. Boleh saja berbisnis dengan label islam dengan segala labelnya, namun bila nilai-nilai dan akhlak islam dalam melakukan bisnis tersebut ditinggalkan, maka tidaklah lagi pantas dianggap sebagai Islam.<sup>45</sup>

Agama Islam sebagai agama yang sempurna (kaffah) telah memberikan ketentuan-ketentuan bagi umat manusia dalam melakukan aktivitasnya di dunia, termasuk dalam bidang perekonomian. Semua ketentuan diarahkan agar setiap individu dalam melakukan aktivitasnya dapat selaras dengan nilai-nilai yang terdapat dalam Al- qur'an dan al-Hadis. Dengan berpegang pada aturan-aturan islam, manusia dapat mencapai tujuan yang tidak semata-mata bersifat materi melainkan juga yang bersifat rohani, yang didasarkan pada falah (kesejahteraan).

Nabi Muhammad SAW mengelola (manage) dan mempertahankan (mantain) kerjasama dengan stafnya dalam waktu yang lama dan bukan hanya hubungan sesaat. Salah satu kebiasaan Nabi adalah memberikan reward atas kreativitas dan prestasi yang ditunjukkan stafnya.

Menurut Abu Sin untuk dapat dikategorikan manajemen islam ada empat hal yang harus dipenuhi.<sup>46</sup>

Pertama, manajemen isami harus didasari nilai-nilai dan akhlak Islami. Etika bisnis yang ditawarkan salafy dan salam berlaku universal tanpa mengenal ras dan agama. Boleh saja berbisnis dengan label islam dengan segala atributnya, namun bila nilai-nilai dan akhlak berbisnis ditinggalkan, cepat atau lambat bisnisnya akan hancur.

Kedua, kompensasi ekonomis dan penekanan terpenuhinya kebutuhan dasar pekerja. Cukuplah menjadi suatu kezaliman bila perusahaan memanipulasi semangat jihad seorang pekerja dengan menahan haknya, kemudian menghiburnya dengan mengiming-iming pahala yang besar. Urusan pahala, Allah yang mengatur. Urusan kompensasi ekonomis,

---

<sup>45</sup> Didin Hafidhuddin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 4.

<sup>46</sup> Ahmad Abu SinnIbrahim, *Manajemen Syari'ah* ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 8-9.

kewajiban perusahaan membayarnya.

Ketiga, faktor kemanusiaan dan spiritual sama pentingnya dengan kompensasi ekonomis. Pekerja di perlakukan dengan hormat dan diikutsertakan dalam pengambilan keputusan. Tingkat partisipatif pekerja tergantung pada intelektual dan kematangan psikologisnya. Bila hak-hak ekonomisnya tidak ditahan, pekerja dengan semangat jihad akan mau dan mampu melaksanakan tugasnya jauh melebihi kewajiban.

Keempat, system dan struktur organisasi sama pentingnya, kedekatan atasan dan bawahan dalam *ukhuwah islamiyah*, tidak berarti menghilangkan otoritas formal dan ketaatan pada atasan selama tidak bersangkut dosa .

#### 6) Daya Saing

Daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar. Daya saing adalah suatu konsep yang umum yang digunakan di dalam ekonomi, yang biasa merujuk kepada kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan- perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan.<sup>47</sup>

Daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas perusahaan dan memperluas akses pasar. Hal ini akan bermuara kepada peningkatan omset penjualan dan profitabilitas perusahaan.<sup>48</sup>

Menurut Porter, dalam buku yang di tulis Tulus Tambunan bahwa daya saing merupakan jantung kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Perusahaan secara konsisten mampu menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan pesaing lainnya. Selain itu, perusahaan mampu menciptakan nilai bagi konsumen yang melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menciptakan nilai tersebut. Strategi *competitive advantage* menurut Porter terdiri dari keunggulan biaya (*low cost*), pembeda produk (*differentiation advantage*) atau strategi fokus.

Namun ada yang berpendapat lain bahwa daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga

---

<sup>47</sup> Tulus Tambunan, *UMKM di Indonesia*. hal. 95.

<sup>48</sup> Saban Echdar, *Manajemen Entrepreneurship* (Yogyakarta: Andi, 2013), 84.



kerja.<sup>49</sup> Kata daya dalam kalimat daya saing berarti mempunyai kekuatan. Kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Dengan kata lain, daya saing adalah kekuatan dalam usaha untuk unggul dalam berbagai hal yang dilakukan oleh individu atau kelompok tertentu.<sup>50</sup>

Daya saing dapat dilihat dari beberapa segi, yaitu segi harga, mutu, kemasan, segi promosi, dan segi pemasaran/layanan.

**Daya saing dari segi Harga atau nilai.** Seorang wirausaha harus mampu menghasilkan produk atau jasa dengan biaya rendah, sehingga strategi penetapan harga tidak terlalu tinggi dibanding dengan harga pesaing. Produk dan jasa yang ditawarkan harus unggul dari segi harga dan nilai dibanding produk atau jasa pesaing, sebab pelanggan yang sensitif biasanya memilih harga yang murah.<sup>51</sup>

**Daya saing dari segi mutu.** Secara umum, mutu berarti nilai atau harga suatu produk yang mencerminkan kualitas dari produk tersebut. Mutu ini berkaitan dengan penentuan harga suatu produk. Ada tiga cara penentuan harga. *Pertama*, menentukan harga di atas harga pesaing. Cara ini dilakukan ketika kita bisa meyakinkan konsumen bahwa produk yang kita hasilkan memiliki beberapa keunggulan dari produk pesaing. *Kedua*, penetapan harga dibawah harga pesaing. Hal ini dilakukan untuk menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli produk yang baru diperkenalkan atau belum stabil di pasaran. *Ketiga*, mengikuti harga pesaing. Kebijakan ini dilakukan untuk mempertahankan pelanggan agar tidak beralih ke pesaing.<sup>52</sup>

Keunggulan bersaing adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan kompetitor terdekat.<sup>53</sup> Perusahaan secara konsisten menghasilkan laba yang lebih besar

---

<sup>49</sup> Wawan Dhewanto, *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi* (Bandung: Rekayasa Sains: 2013), 78-79.

<sup>50</sup> Michael E. Porter, *Competitive Advantage*, Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2001), 12-14.

<sup>51</sup> Saban, *Manajemen Entrepreneurshi*, 83

<sup>52</sup> Farhan Asyhadi, "Strategi Penguatan Daya Saing Produk Air Minum dalam Kemasan Dompot Dhuafa (DD) Water (Studi Pada PT Daya Consumer Goods)". (*Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 40.

<sup>53</sup> Saban, *Manajemen Entrepreneurship*, 84.

dibandingkan pesaing. Menurut Porter, merupakan jantung dari kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Perusahaan mampu menciptakan nilai bagi konsumen yang melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menciptakan nilai tersebut. Strategi *competitive advantage* menurut Porter terdiri dari keunggulan biaya (*low cost*), pembeda produk (*differentiation advantage*) atau strategi fokus.

Islam mengajarkan kita untuk memperhatikan keberadaan dan kualitas produk. Keberadaan produk akan menghindarkan kita dari ketidakjelasan produk (*gharar*) yang bisa mengakibatkan adanya penipuan dalam transaksi jual beli. Islam juga memerintahkan kita untuk memperhatikan kualitas produk yang kita pasarkan.<sup>54</sup>

Dalam Al-Qur'an terdapat ayat mengenai kualitas produk, yaitu Q.S Al Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>55</sup>

Berdasarkan dalil tersebut, Islam mengajarkan apabila kita ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau jasa, hendaknya kita memberikannya dengan kualitas barang yang baik. Islam mengajarkan pula bahwa kualitas pelayanan harus dilaksanakan di berbagai bidang, termasuk *mu'amalah*.

**Daya saing dari segi kemasan.** Menurut Hermawan Kartajaya, teknologi telah membuat kemasan menjadi berubah fungsi. Dulu orang bilang “*packaging protects what it sells*” (kemasan melindungi apa yang dijual). Tetapi sekarang, “*packaging sells what it protects*” (kemasan menjual apa yang dilindungi). Dengan kata lain, kemasan bukan lagi menjadi pelindung

---

<sup>54</sup> Muhammad Firdaus NH, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005), 23.

<sup>55</sup> Departemen Agama, *Al Qur'an*, 35.

tetapi harus menjual apa yang ada di dalamnya.<sup>56</sup>

Kunci utama untuk membuat sebuah kemasan yang baik adalah kemasan tersebut harus *simple* (sederhana), fungsional dan menciptakan respon emosional positif sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Sebuah kemasan yang bagus akan memberikan nilai tambah terhadap barang yang dijualnya.<sup>57</sup>

**Daya saing dari segi promosi.** Strategi promosi adalah cara untuk mensosialisasikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan melalui berbagai macam media dan cara. Dalam promosi ini, harus mengedepankan kejujuran dan menjauhi unsur penipuan. *Promotional mix* adalah kombinasi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan penjualan perseorangan (*personal selling*) yang semuanya direncanakan untuk membantu pencapaian tujuan program penjualan usaha.<sup>58</sup>

**Daya saing dari segi pemasaran.** Strategi pemasaran adalah suatu himpunan asas yang secara tepat, konsisten dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai target pemasaran jangka pendek maupun jangka panjang dalam situasi persaingan tertentu. Dalam mencapai keunggulan bersaing, UMKM harus merumuskan strategi bauran pemasaran,<sup>59</sup> yaitu:

- 1) Strategi produk. Yang meliputi nama, kualitas, manfaat, spesifikasi, bentuk, isi, pembungkus, dan atribut produk lainnya. Produk tersebut harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tepat untuk jangka panjang baik barang atau jasa.
- 2) Strategi harga. Merupakan sejumlah nilai (dapat diukur dengan uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati produk atau jasa tersebut. Penetapan harga harus sesuai dengan tujuan

---

<sup>56</sup> Hermawan Kertajaya, *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hal. 263.

<sup>57</sup> Farhan, "Strategi Penguatan Daya Saing", 43.

<sup>58</sup> Philip Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 48.

<sup>59</sup> Komponen utama bauran pemasaran dikenal dengan "4P", yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi), dan *promotion* (promosi). Sedangkan untuk produk jasa, menambah 3 elemen lagi, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses jasa itu sendiri). Untuk lebih lengkap dapat dilihat pada Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 57.

perusahaan/produsen dengan tujuan konsumen.

- 3) Strategi tempat dan distribusi. Cara perusahaan menyalurkan produk dan tempatnya sampai kepada tangan konsumen akhir secara efektif dan efisien, sehingga tidak mengganggu strategi harga.
- 4) Strategi promosi. Mencakup usaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinyam baik secara langsung maupun tidak langsung dengan sarana periklanan, promosi penjualna, publikasi, dan penjualan secara personal.<sup>60</sup>

Allah mengingatkan kita dalam Q. S. Hud: 85

وَيَقَوْمٌ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

*“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”*.<sup>61</sup>

Larangan Allah dalam *“Janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka”* merupakan peringatan yang keras agar tidak terjadi pasar monopoli dan oligopoli serta praktek kartel yang tidak terkontrol atas barang-barang dan kebutuhan tertentu yang tanpa keberadaan barang tersebut.<sup>62</sup>

## 6. Teknologi

Perusahaan dengan daya saing tinggi adalah perusahaan yang memiliki/ menguasai teknologi yang paling baik (yang biasanya adalah terakhir yang ada di dalam bidangnya). Teknologi yang terkandung di dalam produk yang dihasilkan atau teknologi yang digunakan di dalam proses produksi (atau metode produksi yang diterapkan) juga tepat untuk digunakan sebagai salah satu indicator atau proxy dari daya saing.<sup>63</sup>

Teknologi, yaitu semua cara yang ditempuh perusahaan untuk menciptakan nilai bagi konstituen mereka. Teknologi memiliki berbagai arti, namun seperti diterapkan pada lingkungan bisnis, tekonologi umumnya

---

<sup>60</sup> Dr. Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 128- 129.

<sup>61</sup> Departemen Agama, *Al Quran*, 185.

<sup>62</sup> Krishna Adityangga, *Membumikan Ekonomi Islam: Diskursus Pengembangan Ekonomi Berbasis Syari'ah* (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), 79.

<sup>63</sup> Tambunan, *UMKM Di Indonesia* (Jakarta: Ghalia Indonesia), 103.

mencakup semua cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi kekontinuitas mereka. Teknologi mencakup pengetahuan manusia, metode kerja, peralatan fisik, elektronik dan telekomunikasi, serta berbagai sistem pengolahan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan bisnis. Teknologi adalah basis persaingan bagi beberapa perusahaan, khususnya perusahaan-perusahaan yang bertujuan menguasai industri mereka<sup>64</sup>

Namun Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, teknologi diartikan sebagai kemampuan teknik yang berlandaskan pengetahuan ilmu eksakta dan berdasarkan proses teknis. Teknologi adalah ilmu tentang cara menerapkan sains untuk memanfaatkan alam bagi kesejahteraan dan kenyamanan manusia.<sup>65</sup>

Teknologi adalah pengembangan dan penggunaan dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya.<sup>66</sup> Kata teknologi sering menggambarkan penemuan dan alat yang menggunakan prinsip dan proses penemuan saintifik yang baru ditemukan. Akan tetapi, penemuan yang sangat lama seperti roda dapat disebut teknologi. Definisi lainnya (digunakan dalam ekonomi) adalah teknologi dilihat dari status pengetahuan kita yang sekarang dalam bagaimana menggabungkan sumber daya untuk memproduksi produk yang diinginkan ( dan pengetahuan kita tentang apa yang bisa diproduksi). Oleh karena itu, kita dapat melihat perubahan teknologi pada saat pengetahuan teknik kita meningkat.

Teknologi yang dimaksud dalam hal ini yaitu teknologi secara keseluruhan yang digunakan dalam proses produksi baik merupakan cara atau mesin/alat sehingga diharapkan dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Selain itu, dalam proses produksinya, teknologi ini mampu merubah bahan baku menjadi bahan jadi dengan ilmu pengetahuan yang digunakan dalam proses produksinya serta menggunakan mesin sebagai penunjang kegiatan produksi.

Teknologi merupakan salah satu faktor produksi yang penting dalam

---

<sup>64</sup> Ricky W. Griffin. Ronald J. Ebert, *Bisnis Edisi kedelapan jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2007), 39.

<sup>65</sup> Kamus besar bahasa Indonesia

<sup>66</sup> Budi Raharjo, Teknologi dan Teknik, dalam, internet Br. School (of Thought), diakses 15 September 2021. Br. School (of Thought)

kegiatan produktif, sehingga dalam pengklasifikasiannya dapat dibagi sebagai berikut :

- a. Teknologi modern, jenis teknologi ini biasa digunakan oleh industri besar yang memiliki modal besar sehingga dapat menciptakan perubahan dengan cepat dan memberi pengaruh yang lebih terhadap masyarakat.
- b. Teknologi standar, jenis teknologi ini biasa digunakan oleh industri skala menengah yang memiliki modal tidak terlalu besar, namun mampu membawa keuntungan dan skala operasi melalui inovasi baru.
- c. Teknologi sederhana atau tradisional, jenis teknologi ini menghasilkan perubahan yang lambat dan digunakan oleh industri skala rumah tangga dan kecil.<sup>67</sup>

Dari kajian teknologi, perlu dipahami bahwa perkembangan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari. Hendaknya, antisipasi perkembangan teknologi perlu dikaji agar teknologi yang digunakan mampu meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan ekonomi, sehingga akhirnya produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasar.<sup>68</sup>

## C. Konsep Halal

### 1. Definisi dan Dasar Hukum Makanan Halal

Secara bahasa kata halal dalam al- Qur'an mempunyai arti yang dibolehkan.<sup>69</sup> Menurut al- Jurjānī, kata halāl berasal dari akar kata **الحل** yang artinya “terbuka” (**الفتح**). Sedangkan arti halal secara istilah memiliki arti setiap sesuatu yang tidak dikenakan sanksi penggunaannya atau sesuatu perbuatan yang dibebaskan syariat untuk dilakukan. Menurut Abi Ja‘far al-Ṭabārī (224-310 H), kata halāl (**الحلال**) berarti terlepas atau terbebas. Muḥammad ibn Ali al-Shaukānī mengungkapkan pendapatnya, dengan menyatakan bahwa halal karena telah terlepas dan terurainya simpul tali atau

---

<sup>67</sup> Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia), 75.

<sup>68</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3 Teknik Menganalisis Kelayakan Bisnis secara Komprehensif* (Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. 2007), 26.

<sup>69</sup> John L. Esposito, *Ensiklopedi Oxford, Dunia Islam Modern*, terj. Eva YN, (Bandung: Mizan, 2002), 143.

ikatan larangan yang mencegah.<sup>70</sup>

Sedangkan ensiklopedi hukum Islam menyatakan bahwa kata halal merupakan segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara’<sup>71</sup>

Maksud dari makanan halal, adalah makanan yang diperbolehkan untuk dimakan bagi seorang muslim. Islam memperbolehkan seorang muslim untuk memakan makanan yang *halalan thayyiban* dan melarang memakan makanan yang haram.

Sebagaimana dalam kaidah fiqh yang menyatakan: bahwa pada dasarnya semua makanan yang ada di dunia ini halal untuk dikonsumsi, kecuali terdapat dalil yang melarang baik itu dari al- Qur’an atau hadith, berikut bunyi kaidahnya:

الأصل في الشيء الإباحة حتى يدلّ الدليل على التحريم

“Asal dari segala sesuatu adalah mubah selagi tidak ada dalil yang melarangnya.”

Kaidah di atas dapat dipahami bahwa hukum asal segala sesuatu yang diciptakan Allah swt adalah halal dan mubah, kecuali terdapat *nash ṣaḥīḥ* yang menunjukkan keharamannya. Dapat dikatakan apabila terdapat dalil keharaman makanan dalam *nash ṣaḥīḥ* atau tidak tegas penunjukan keharamannya, maka sesuatu itu tetaplah pada hukum asalnya yaitu mubah. Sandaran dari kaidah tersebut yaitu:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

*Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu. (QS: al- Bāqarah 29)*

Ayat tersebut di atas menjelaskan yaitu segala sesuatu yang telah diciptakan Allah di muka bumi ini adalah nikmat dariNya. Dan Allah tidak mengharamkan sesuatu kecuali hanya beberapa bagian saja, dapat dipastikan

---

<sup>70</sup> Muchtar Ali, “Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal”, *Ahkam: Kementerian Agama Republik Indonesia* Vol. Xvi, No. 2, (Juli 2016), 292.

<sup>71</sup> Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. ke-1 (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996), 505-506.

terdapat hikmah dibalik itu semua demi kebaikan manusia itu sendiri. Dengan demikian jangkauan haram dalam syariat Islam itu sempit dan jangkauan halal sangatlah luas.

Ajaran Islam mempertegas dalam hal mengkonsumsi makanan tidak hanya mengedepankan konsep halal, namun juga *tayyiban*. Sesuai dengan firman Allah swt:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (QS:al-Ma'idah 88)*

Melalui ayat di atas telah menjelaskan bahwa semua umat Islam yang tinggal di bumi ini harus mencari rezeki, yang *halāl* dan *tayyib*. Mereka harus makan makanan halal dan menghindari makan makanan kotor dan makanan yang dilarang dalam Islam sehingga tidak akan merusak tubuh dan nyawa mereka. Sebab itulah, konsep *halālan tayyiban* memiliki arti yang meliputi kegunaan, yang terdiri dari kualitas, kebersihan dan keamanan bagi semua umat manusia.<sup>72</sup>

Kata *tayyib* dalam bahasa arab mengandung makna atau arti baik, dengan begitu makanan baik untuk dikonsumsi yaitu makanan yang masih dalam keadaan segar serta tidak berpenyakit. Sebagai umat muslim, dalam mengkonsumsi makanan setiap harinya tidak dibolehkan makan dengan sembarangan. Makanan yang kita makan haruslah *halālan tayyiban* yang artinya makanan yang halal dan baik sesuai shari'ah.

Lawan kata dari halal berarti haram yang memiliki arti dilarang. di dalam kondisi serta situasi di mana umat Islam meragukan tentang makanan halal atau minuman, maka itu diklasifikasikan sebagai '*Shubhah*'. Nabi saw memberikan sebuah panduan tentang *Shubhah*, yang diriwayatkan oleh Bukhārī, Muslim sebagai berikut:<sup>73</sup>

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ التَّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: إِنَّ

---

<sup>72</sup> Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, "Halal Supply Chain in the Food Industry: A Conceptual Model", IEEI Symposium on Business Engineering and Industrial Application, Langkawi, Malaysia, (Maret 2011), 385.

<sup>73</sup> Ibid., 385.



الْحَالَلَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَيَبِيْنُهُمَا أُمُورٌ مُّشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِزِّهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ (رواه البخاري ومسلم)

*Dari Abu 'Abdullah Al- Nu'mān bin Bashīr Radhiallahu 'Anhumā, dia berkata: Aku mendengar Rasulullah Ṣallallahu 'Alaihi wa 'Alihi wa Sallam bersabda: "Sesungguhnya yang halal adalah jelas dan yang haram juga jelas dan di antara keduanya terdapat perkara yang samar, kebanyakan manusia tidak mengetahuinya. Barangsiapa yang menghindari dari yang samar maka dia telah menjaga agamanya dan kehormatannya. Dan barangsiapa yang terjatuh dalam perkara yang samar maka dia telah terjatuh dalam perkara yang haram". (HR: Bukhārī dan Muslim)*

Shubhah dapat dipahami adalah sesuatu yang tidak jelas kehalalan dan keharamannya disebabkan banyak manusia yang tidak mengetahui hukumnya. Adapun Ulama mereka dapat mengetahui hukum dari *nāṣ* atau *qiyās* atau sebagainya, jika seseorang meragukan atas kehalalan dan keharaman dari sesuatu sementara tidak ada *nāṣ* dan *ijmā'* sebagai hasil ijtihad mujtahid lalu mendapatkan dalil *shar'*-nya kemudian ditemukannya dalil halal maka menjadi halal, akan tetapi terkadang ada dalilnya, namun tidak tertutup kemungkinan keraguan (*iḥtimāl*) yang jelas maka lebih utama bersikap *warā* dengan meninggalkannya, karena sikap seperti ini merupakan pengamalan sabda Nabi Saw:

*"Barangsiapa yang menghindari dari yang samar maka dia telah menjaga agamanya dan kehormatannya."*

Dapat diambil pemahaman bahwa Islam sangat detail dalam mengatur bermacam aspek kehidupan termasuk dalam hal makanan dan sangat memiliki perhatian yang besar perihal makanan dan aktifitas makan untuk umatnya. Sebagaimana telah dicerminkan firman Allah swt dalam al-Qur'an mengenai kata **الطعام** yang berarti "makanan" yang terulang sebanyak 48 kali dalam berbagai bentuknya. Menambahkan juga dengan kata **أكل** yang berarti "makan" sebagai kata kerja yang tertulis sebanyak 109 kali dalam berbagai derivasinya, termasuk perintah "makanlah" sebanyak 27 kali.

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal kecuali yang beracun dan membahayakan jiwa manusia. Karena Allah swt

tidak akan melarang sesuatu kecuali terdapat hikmah didalamnya. Apapun yang halal dikonsumsi dianggap memberi dampak yang baik bagi tubuh dan kehidupan manusia, karena apapun yang kita makan akan menggambarkan sikap dan perilaku kita.<sup>74</sup>

Al-Qur'an sendiri telah menjelaskan secara eksplisit di dalam ayatnya tentang makanan halal di antaranya adalah:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: *Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya. (QS:al-Maidah 88)*

Juga dalam firman Allah dalam surat an-Nahl, yaitu:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: *Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah. (QS: an-Nahl 114)*

Beberapa ayat-ayat di atas bukan saja menyatakan bahwa mengkonsumsi yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah agama, tetapi hal tersebut juga merupakan salah bentuk perwujudan dari rasa syukur dan keimanan kepada Allah swt. Sebaliknya, mengkonsumsi yang tidak halal dipandang sebagai mengikuti ajaran syaitan.

## 2. Syarat-syarat dan Kriteria Makanan Halal

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa cakupan lingkup halal sangat luas dan haram sempit. Dan pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuh tumbuhan sayur-sayuran, buah-buahan dan hewan adalah halal, kecuali yang beracun dan membahayakan nyawa manusia.<sup>75</sup> Minuman yang diharamkan Allah adalah semua bentuk *khamar* (minuman beralkohol)

---

<sup>74</sup> Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, *Halal Supply Chain in the Food Industry: A Conceptual Model*, IEEE Symposium on Business Engineering and Industrial Application, Langkawi, Malaysia, 385.

<sup>75</sup> Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2003), 7.

Allah berfirman:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِتْمَ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِنَّهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

*Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir. (QS: al-Baqarah 219)*

Sedangkan makanan yang diharamkan pada pokoknya hanya ada empat, Allah swt berfirman:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

*"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Akan tetapi, barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya, tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang" (QS: al-Baqarah 173)*

Sebagaimana ayat di atas ini telah menjelaskan mengenai makanan yang diharamkan antara lain:

- a. Bangkai, yang termasuk kategori bangkai adalah hewan yang mati dengan tidak disembelih, termasuk didalamnya hewan yang mati tercekik, dipukul, jatuh, ditanduk dan diterkam oleh hewan buas, kecuali yang sempat kita menyembelinya, hanya bangkai ikan dan belalang saja yang boleh kita makan.
- b. Darah, sering pula diistilahkan dengan darah yang mengalir, maksudnya adalah darah yang keluar pada waktu penyembelihan (mengalir) sedangkan darah yang tersisa setelah penyembelihan yang ada pada daging setelah dibersihkan dibolehkan. Dua macam darah yang dibolehkan yaitu jantung dan limpa.
- c. Babi, apapun yang berasal dari babi hukumnya haram baik darahnya, dagingnya, maupun tulangnya.
- d. Binatang yang ketika disembelih menyebut selain nama Allah.

Dalam hal makanan sebenarnya ada dua pengertian yang bisa kita kategorikan kehalalannya yaitu halal dalam mendapatkannya dan halal dzat atau substansi barangnya. Yang dimaksudkan dengan halal dari segi mendapatkannya yaitu benar dalam mencari dan memperolehnya. bukan dengan cara yang haram dan tidak pula dengan cara yang batil. Jadi, makanan yang pada dasar dzatnya halal namun cara memperolehnya dengan jalan haram seperti; mencuri, hasil korupsi dan perbuatan haram lainnya, maka secara otomatis berubah status hukumnya menjadi makanan haram.<sup>76</sup>

Keterangan lainnya mengatakan bahwa makanan halal menurut hukum Islam yaitu makanan yang halal pada dzatnya, halal dalam pengadaannya, ataupun cara memperolehnya, dan halal dalam proses pengolahannya. Dengan kata lain makanan tersebut harus halal mutlak.<sup>77</sup> Telah sesuai dengan firman Allah swt.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu. (QS: an-Nisa' 29)*

Melalui ayat di atas dapat diketahui bahwasanya Allah menganjurkan kepada umat Islam untuk memakan segala sesuatu yang halal, yang perolehannya pun dengan cara halal bukan dengan cara bathil, salah satu cara untuk mendapatkannya yaitu dengan cara perdagangan. Seperti penjelasan di atas, mengenai syarat-syarat makanan halal memenuhi kehalalannya dalam pandangan hukum Islam yaitu:

- a. Tidak mengandung babi dan bahan berasal dari babi.
- b. Tidak mengandung khamar dan produk turunannya.
- c. Semua bahan asal hewan harus berasal dari hewan halal yang

---

<sup>76</sup> Tabīb Al-ashar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani Dan Rohani*, (Jakarta: al- Mawardi Prima, 2003), 125.

<sup>77</sup> Masthu, *Makanan Indonesia Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan Republik Indonesia, 1995), 55,106.

disembelih menurut tata cara shari'at Islam.

- d. Tidak mengandung bahan-bahan lain yang diharamkan atau tergolong najis seperti: bangkai, darah, bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, kotoran dan lain sebagainya.

Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan dan alat transportasi untuk produk halal tidak boleh digunakan untuk babi atau barang tidak halal. Jika pernah digunakan untuk babi atau tidak halal lainnya dan kemudian akan digunakan untuk produk halal, maka terlebih dahulu harus dibersihkan sesuai dengan cara yang diatur menurut syari'at Islam. Penggunaan fasilitas produksi untuk produk halal dan tidak halal secara bergantian tidak diperbolehkan<sup>78</sup>

Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa syarat-syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah:<sup>79</sup>

- a) Halal dzātnya.
- b) Halal cara memperolehnya.
- c) Halal dalam memprosesnya.
- d) Halal dalam penyimpanannya.
- e) Halal dalam pengangkutannya.
- f) Halal dalam penyajiannya.

Pada industri makanan, mata rantainya dari *farm* sampai ke dapur harus halal, dan mengaitkan banyak sertifikasi. Emi Normalina Omar dalam penelitiannya menyebutkan konsep halal tidak hanya terbatas substansi makanan tapi juga harus memperhatikan aspek mata rantai produk, mulai dari produksi, pengemasan, penyimpanan, dan pengiriman.<sup>80</sup> Semua itu dirangkum dalam mata rantai produksi makanan halal. Dengan kata lain, jika makanan tidak ditangani atau disimpan dengan sesuai, maka makanan itu dianggap tidak halal. Jadi konsep halal pada produk makanan tidak hanya dibatasi dengan label halal pada kemasan produk, akan tetapi perlu penanganan yang sesuai kaidah Islam.

---

<sup>78</sup> Aisjah Girindra, *Pengukur Sejarah Sertifikasi Halal* (Jakarta: LP POM MUI, 1998), 124-125.

<sup>79</sup> *Ibid.*, 17.

<sup>80</sup> Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, *Halal Supply Chain in the Food Industry: A Conceptual Model*, 384.

Seiring dengan perkembangan zaman dan pesatnya kemajuan teknologi, para produsen memproduksi produk makanan dalam bentuk kemasan, yang tidak menutup kemungkinan mencampurkan bahan olahan pangan dengan bahan yang dilarang agama. Sehingga kehalalan produk olahan tersebut diragukan. Banyak dari bahan-bahan haram tersebut yang dimanfaatkan sebagai bahan baku, bahan tambahan atau bahan penolong pada berbagai produk olahan, karena dianggap lebih ekonomis.

Sebelum teknologi pengolahan pangan pesat berkembang seperti sekarang, persepsi masyarakat tentang keharaman sebuah produk masih sangat sederhana. Masalah halal haramnya makanan atau minuman hanya terkait dengan ada atau tidaknya produk yang mengandung babi atau mengandung alkohol. Jika makanan atau minuman yang bebas dari kedua bahan tersebut, otomatis dianggap halal. Namun kini, teknologi pengolahan pangan telah mengubah persepsi tersebut. Sebab produksi makanan untuk *consumer goods* tidak lagi hanya mengandalkan bahan utama saja, tetapi juga memerlukan bahan tambahan.

Konsumen muslim dalam membeli produk makanan dan minuman atau produk lain ada kecenderungan khawatir dengan status kehalalannya, tetapi dengan melihat komposisi (*ingredients*) yang tertera pada produk tersebut akan mengetahui adanya bahan haram atau tidak. Jika tidak ada bahan haram atau yang meragukan tertulis disana, maka dapat dipastikan produk tersebut halal. Masalahnya untuk mengecek komposisi produk itu membutuhkan pengetahuan tentang bahan-bahan tersebut, tetapi dengan pengetahuan inipun belum tentu dapat menjamin kepastian halal seratus persen. Karena produk makanan atau minuman tersebut biasanya diperkaya dengan bahan aditif (bahan tambahan) seperti, *flavor* (perisa), pewarna makanan, dan zat aditif lainnya. Dan tidak menutup kemungkinan bahan aditif tersebut dapat menjadikan haram suatu produk makanan.

### **3. Sertifikasi Halal**

Kemajuan teknologi telah menciptakan aneka produk olahan yang kehalalannya diragukan. Akibatnya kehalalan dan keharaman sebuah produk

seringkali tidak jelas karena bercampur aduk dengan bahan yang diragukan kehalalannya. Untuk itu diperlukan regulasi yang jelas perihal perlindungan konsumen muslim atas kehalalan suatu produk olahan pangan dan salah satu kebijakan pemerintah adalah menerapkan sertifikasi halal. Sesuai dengan pasal 4 UUD no 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal menjelaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.<sup>81</sup> Pemegang otoritas menerbitkan sertifikasi produk halal adalah MUI yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM).

Sebagai lembaga bentukan MUI, LPPOM MUI tidak berjalan sendiri. Keduanya memiliki kaitan erat dalam mengeluarkan keputusan. Sertifikat Halal merupakan langkah yang berhasil dijalankan sampai saat ini. Didalamnya tertulis fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam dan menjadi syarat pencantuman label halal dalam setiap produk pangan, obat- obatan, dan kosmetika.<sup>82</sup>

Sertifikat halal berlaku dua tahun dan dapat diperbaruhi untuk jangka waktu yang sama. Setiap pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal terhadap produknya mencantumkan keterangan atau tulisan halal dan nomor sertifikat pada label setiap kemasan produk. Selama masa berlaku sertifikat halal tersebut, perusahaan harus dapat memberikan jaminan bahwa segala perubahan baik dari segi penggunaan bahan, pemasok, maupun teknologi proses hanya dapat dilakukan dengan sepengetahuan LPPOM MUI yang menerbitkan sertifikat halal. Jaminan tersebut dituangkan dalam suatu sistem yang disebut Sistem Jaminan Halal (SJH). SJH dibuat oleh perusahaan

---

<sup>81</sup> LPPOMMUI, *Persyaratan Sertifikasi Halal MUI*, dalam [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section), (2 Oktober 2021), 1.

<sup>82</sup> Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa*, (Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI, 2003), 151- 160.

berdasarkan buku panduan yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.

Sertifikat halal dan labelisasi halal merupakan dua kegiatan yang berbeda tetapi mempunyai keterkaitan satu sama lain. Hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterbitkannya sertifikat halal, apabila produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal.

Tujuan akhir dari sertifikasi halal adalah adanya pengakuan secara legal formal bahwa produk yang dikeluarkan telah memenuhi ketentuan halal, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya.

Sedangkan labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.<sup>83</sup>

Sertifikasi halal akan membawa keuntungan baik bagi konsumen maupun produsen. Bagi konsumen adanya sertifikasi halal memberikan jaminan terhadap empat unsur:

- a. Jaminan kesesuaian konsumsi dengan syariah
- b. Jaminan produk berkualitas
- c. Jaminan keamanan produk terutama dari segi kesehatan
- d. Jaminan perlakuan yang baik terhadap hewan sembelihan serta perdagangan yang adil

Sementara itu bagi produsen adanya sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan pasar terhadap produknya sehingga bisa diterima konsumen dan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Adanya jaminan bahwa produk bersertifikat halal aman dari segi kesehatan membuat produk akan diminati juga oleh konsumen non muslim.<sup>84</sup>

Secara harfiah, labelisasi halal merupakan perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencatuman label halal pada kemasan produk pangan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan atas rekomendasi Majelis Ulama Indonesia dalam bentuk sertifikat halal MUI. Setelah memperoleh sertifikat halal dan

---

<sup>83</sup> Hasan KN. Sofyan, *Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan*. (Palembang: Jurnal Dinamika Hukum, 2014), 23.

<sup>84</sup> Endang Tjiroesmi dan Diah Setiari Suhodo, *Peluang Usaha Produk Halal diPasar Global*, (Jakarta: LIPI Press, 2014), 96.



pencantuman label halal, produsen masih memiliki kewajiban sebagai berikut:<sup>85</sup>

- a. Pemegang sertifikat halal MUI bertanggung jawab untuk memelihara kehalalan produksi yang diproduksinya.
- b. Sertifikat halal MUI tidak dapat dipindahtangankan.
- c. Sertifikat yang sudah berakhir masa berlakunya, termasuk salinannya tidak boleh dipergunakan lagi untuk maksud apapun.

Label pada suatu produk tidak dapat dipisahkan dengan proses pengemasan dalam rangka pendistribusian ke pasar sebagai salah satu “*Product Presentation*”. Pengertian umum dari label adalah sebagai alat yang digunakan oleh produsen untuk berkomunikasi dengan konsumen sekaligus agar dapat menarik minat untuk membelinya. Jadi labelisasi halal merupakan suatu alat komunikasi antara produsen dan konsumen melalui produk yang diberi label halal pada kemasannya.<sup>86</sup>

Pelaksanaan labelisasi halal pada prinsipnya sama dengan pengawasan terhadap produk-produk lainnya yaitu melalui kegiatan pendaftaran, pemeriksaan, pengambilan contoh sampling dan pengujian laboratorium terhadap produk tersebut (pra-audit). Namun demikian karena keadaan "halal" menyangkut tidak hanya dari segi bahan tetapi juga dari segi proses produksi dan higienis peralatan, sehingga proses pelaksanaannya terhadap label halal dilakukan secara lebih teliti sebagai berikut:<sup>87</sup>

- a. Pada penilaian pendaftaran akan dinilai apakah produsen telah melakukan segala usaha yang diperlukan untuk mencegah tercemarnya produk dengan bahan-bahan yang tidak halal dan produsen telah melampirkan sertifikat yang diperlukan.
- b. Pada pemeriksaan ke pabrik dilakukan pengamatan apakah bahan yang digunakan, proses pengolahan dan peralatan yang digunakan

---

<sup>85</sup> Yani Mulyaningsih, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, 2009), 122.

<sup>86</sup> Himawan Adinegoro dan Martini Rahayu, “Prospek Pengembangan Produk Halal Pada Industri di Indonesia Dalam Rangka Memasuki Abad 21” dalam Prosiding Seminar Tek. Pangan, 1997, 230.

<sup>87</sup> Himawan Adinegoro dan Martini Rahayu, “Prospek Pengembangan Produk Halal Pada Industri di Indonesia Dalam Rangka Memasuki Abad 21”, dalam Prosiding Seminar Tek. Pangan, 1997, 230.

menjamin kehalalan produk yang bersangkutan.

Adapun proses sertifikasi harus mengikuti prosedur sertifikasi yang telah ditetapkan LP-POM-MUI dengan tahapan sebagai berikut ini:<sup>88</sup>

- a. Sertifikasi akan dilakukan oleh MUI melalui LP-POM-MUI dan Koomisi Fatwa MUI atas permintaan produsen.
- b. Mengisi formulir yang berisikan seluruh data mengenai kegiatan produsen LP-POM-MUI mempelajari data tersebut, apakah produk ini perlu diuji dilaboratorium atau tidak atau hanya pengecekan di lapangan.
- c. Tim auditor LP-PBM-MUI mengunjungi pabrik perusahaan yang akan disertifikasi produknya.
- d. Pemeriksaan meliputi keabsahan berkas. contoh bahan baku, bahan pembantu, dan contoh kemasan yang dipergunakan oleh produk tersebut.
- e. Observasi berakhir pada kunjungan digudang penyimpanan dan distribusi produk.
- f. Hasil kunjungan didiskusikan secara bertahap Pertama, diskusi antara tim auditor dengan pengurus LP-POM-MUI. Kedua, diskusi antara auditor dengan komisi Fatwa MUI.
- g. Apabila tidak ada masalah pada tahap f , maka produk yang diusulkan akan diberikan fatwa.
- h. Sertifikat ini berlaku hanya 2 tahun dan dalam masa tersebut pengurus LP-POM -MUI berhak untuk meninjau secara mendadak setiap 3 bulan sekali.

#### **4. Regulasi Halal di Indonesia**

Pelaksanaan labelisasi dan sertifikasi halal di Indonesia tidak berjalan secara bersamaan. Kegiatan labelisasi (pencantuman label halal) pada awalnya diterapkan terlebih dahulu sebelum sertifikasi. Pada saat itu pencantuman label halal tidak melalui serangkaian kegiatan pembuktian (audit) uji labolaturium kehalalan bahan- bahan yang ada pada sebuah

---

<sup>88</sup> Ibid., 235.

produk, tetapi dicantumkan begitu saja oleh produsen dimana produsenlah yang bertanggungjawab terhadap kebenaran status halal produknya. Oleh karena itu kejujuran produsen menjadi poin yang sangat penting dalam hal ini.

Seiring berjalannya waktu, melihat sangat sulit untuk mengukur dan membuktikan kejujuran para produsen, Majelis Ulama Indonesia MUI berjuang mendirikan lembaga khusus yang menangani audit sertifikasi produk halal yang diberi nama LPPOM (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika). Hal ini dipicu oleh kasus penyimpangan yang disengaja seperti, mencampur daging sapi dengan daging babi dalam pembuatan dendeng, berbagai macam kasus penggunaan peralatan campur seperti restoran yang menyediakan *beef steak* sapi sekaligus juga menyediakan (bacon steak) steak babi, kemudian produsen bakso yang membuat bakso babi dan bakso sapi, kasus penyedia jasa penggilingan daging yang tidak selektif karena menerima segala jenis daging.

Oprasionalisasi LPPOM- MUI ini selanjutnya dikuatkan oleh terbitnya inpres, keputusan menteri serta beberapa undang- undang yang menguatkan pentingnya audit halal.<sup>89</sup>

Untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan Produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Jaminan mengenai Produk Halal hendaknya dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Oleh karena itu, jaminan penyelenggaraan Produk Halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.

Untuk menerapkan sistem jaminan produk halal ada beberapa peraturan yang perlu diketahui, berikut adalah peraturan-peraturan yang perlu diketahui.

---

<sup>89</sup> Endang Tjiroesmi, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, 98-100.

Yaitu:

1. Undang-Undang RI. No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.
2. Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. .
3. Peraturan Menteri Agama republik Indonesia No. 26 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal. .
4. Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 215 Tahun 2016 Tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Lainnya Yang Tidak Dapat Diklasifikasikan Ditempat Lain (YTDL) Bidang Penjaminan Produk Halal (SKKNI-2016-2015 Penyelia Halal). .
5. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 748 Tahun 2021 Tentang Jenis Produk Yang Wajib Bersertifikat halal. Download.
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 1360 Tahun 2021 Tentang Bahan yang Dikecualikan Dari Kewajiban Bersertifikat halal. .
7. Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal No. 57 Tahun 2021 Tentang Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal. .
8. Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal No. 88 Tahun 2022 Tentang Penggunaan Label Halal Pada Produk yang Telah Memperoleh Sertifikat Halal. .
9. Surat Keputusan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia No. SK12/Dir/LPPOM MUI/VI/20 Tentang Daftar Bahan Tidak Kritis.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Untuk memperoleh jawaban yang bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah atas pertanyaan penelitian yang telah disajikan pada bagian sebelumnya, maka diperlukan suatu metode penelitian yang akan digunakan. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

##### 1. Jenis penelitian

Adapun jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala.<sup>90</sup> Dengan jenis penelitian ini diharapkan dapat mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung di Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. Yaitu di Halal Center UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, UINSA Halal Center (UHC) UIN Sunan Ampel Surabaya, Pusat Studi Halal UIN Raden Mas Said Surakarta, Halal Center UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan Halal Center Universitas Islam Negeri Mataram.

##### 2. Data yang digunakan dan metode pengumpulannya

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis data, yaitu sebagai berikut:

- a. Data primer, ialah data yang diperoleh dari Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri melalui teknik observasi<sup>91</sup> dan wawancara<sup>92</sup>. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara

---

<sup>90</sup> M. Iqbal Hasan, Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 11.

<sup>91</sup> Observasi sering diartikan dengan pengamatan, pengamatan adalah alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Lihat Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 70. Burhan Bungin mengatakan bahwa sesungguhnya yang dimaksud observasi di sini adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti dengan menggunakan panca indera. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial; Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga Press, 2001), hal. 193-194.

<sup>92</sup> Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan terkait. M. Nazir,

intensif terhadap objek yang diteliti yaitu Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri, wawancara dilakukan kepada seluruh pihak pengelola Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri terkait apa saja yang berhubungan dengan seluruh kegiatan dan kontribusi signifikan dari Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri dalam mengembangkan potensi halal yang ada di daerahnya masing-masing, khususnya tentang produk makanan dan minuman sesuai dengan kajian yang dibahas.

- b. Data Sekunder, Sumber Data Sekunder adalah data-data yang diperoleh dari sumber kedua yang merupakan pelengkap, meliputi peraturan perundang-undangan, buku-buku yang menjadi referensi yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang menjadi focus penelitian yang didapat melalui studi dokumen.

Menurut Soerjono Soekanto sumber data dibagi menjadi tiga yaitu: sumber data primer, sumber data sekunder dan sumber data tersier. Sumber Data Tersier adalah data-data penunjang, yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk dan penjelasan terhadap data primer dan sumber data sekunder, diantaranya kamus dan ensiklopedia.<sup>93</sup>

### 3. Analisis Data

Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu proses menghasilkan data deskriptif-analisis dengan metode berfikir induktif, yaitu dimulai dengan fakta-fakta khusus yaitu berupa uraian dari Perguruan Tinggi Keagamaan Islam dalam membrikan sumbangsih dan berperan dalam mendukung sertifikasi halal produk-produk UMKM. Selanjutnya digeneralisir untuk menghasilkan kesimpulan yang bersifat umum.

---

*Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 193-194.

<sup>93</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Pres, 1986), hal. 12.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Diskripsi Lokasi Penelitian**

Untuk memberikan kejelasan akan lokasi penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti akan uraikan diskripsi singkat akan lokasi penelitian sebagaimana berikut:

##### **1. Halal Center UIN Sunan Kalijaga**

Halal Center berangkat dari dikeluarkannya UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Jaminan Produk Halal sendiri oleh negara dianggap tanggung jawab pemerintah, maka pemerintah melalui Kementerian Agama membentuk suatu badan yakni Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). BPJPH dalam melaksanakan programnya harus membentuk suatu lembaga indepen yang bisa didirikan oleh perguruan tinggi maupun organisasi keagamaan, lembaga itu dinamakan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).

LPH oleh Kementerian Agama bisa didistribusikan ke perguruan tinggi yang berkompeten, baik perguruan tinggi umum maupun perguruan tinggi Islam. UIN Sunan Kalijaga sendiri ditunjuk oleh Kementerian Agama melalui BPJPH untuk mendirikan LPH, karena UIN Sunan Kalijaga dianggap berkompeten dan mampu atau telah memenuhi persyaratan berdasarkan Undang-Undang. LPH yang didirikan UIN Sunan Kalijaga berdasarkan SK Rektor Nomor 131 Tahun 2019 yang kemudian membentuk suatu lembaga yang sekiranya bisa menaungi semua kegiatan dari LPH, maka terbentuklah suatu badan di tahun 2019 yang bernama Halal Center dengan

##### **2. Halal Center UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Halal Center UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berada di UIN Malang yang dibentuk pada 2018 dengan SK Rektor yang mengesahkan pendirian Halal Center UIN Malang. Kemudian pada 2019 tim yang bertugas berhasil melalui tahapan visitasi dokumen yang pertama. Sejak saat itu pula kegiatan Halal Center UIN Malang bertambah dengan menyesuaikan kegiatan dari BPJPH.

Namun, ketika memasuki tahun dimana seluruh dunia dihadapkan dengan kehidupan yang terkekang dan penuh keterbatasan, akibat pandemi Covid-19 tidak menjadi hambatan serius bagi Halal Center UIN Malang untuk terus berperan. Kegiatan seperti penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan produk tetap berjalan dengan baik. Bahkan dalam pengembangan produk juga turut merangkul berbagai pihak dari internal dan eksternal UIN.

### 3. Halal Center UIN Raden Mas Said Surakarta

Pusat Studi Halal UIN Raden Mas Said sebagai Lembaga Pendamping Proses Produksi Halal (LP3H) teregistrasi BPJPH RI yang berkontribusi dalam memajukan produk halal. Halal Center Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta jadi salah satu lembaga pendamping proses produk halal (PPH) di Kota Solo dan sekitarnya. Pendamping di halal center kampus setempat dipastikan aktif dan terdaftar di aplikasi SiHalal.

### 4. Halal Center UIN Sunan Ampel Surabaya

UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya pun membentuk UINSA Halal Center atau UHC pada 2018 UINSA berupaya melaksanakan sosialisasi dan edukasi Jaminan Produk Halal, Pendirian Lembaga Pemeriksa Halal, Penyiapan SDM di bidang halal, Pengembangan riset di bidang halal, dan sebagainya. Dalam tujuan yang sama, UHC terus berupaya meningkatkan sinergitas dan konektivitas dengan lembaga dan atau stakeholder terkait.

Beberapa jenis layanan yang kita sediakan di antaranya pengujian, riset produk halal, peningkatan SDM, konsultasi, serta halal care. Rencananya, cakupan ini akan makin luas ke depannya, meliputi bidang riset, makanan, fashion, pendidikan, komunikasi, wisata, dan ekonomi. Riset dan pengembangan yang dihadirkan akan mengintegrasikan sains dan Islam terkait produk, proses, manajemen, promosi, edukasi, dan life style halal.

### 5. Halal Center UIN Mataram

Kolaborasi Halal Centre ini nantinya menjadi kolaborasi pertama di Indonesia antara Halal Centre UIN Mataram dengan Pemda Lombok Barat dan perlu disegerakan untuk sertifikasi halal di berbagai aspek PMD di Lombok Barat. Harapan beliau dalam kerjasama ini cakupannya bisa lebih



meluas baik di program KKP di berbagai desa oleh mahasiswa/i UIN Mataram, Pariwisata Halal dan sektor lainnya selanjutnya akan segera di followup oleh masing-masing UPD dengan teknis yang detail, spesifik dan sistematis tentunya. Bapak H. Fauzan Khalid juga setuju dengan kalimat “Pariwisata Halal” dengan parameter yang sederhana dan tidak mengganggu pengunjung konvensional serta kelengkapan sarana dan prasana pendukung seperti fasilitas shalat yang dilengkapi dengan arah kiblat dan lainnya.

## **B. Kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri Merespon Potensi Halal Di Indonesia Dari Segi Kelembagaan.**

Konsep halal tidak hanya terbatas pada makanan melainkan juga berlaku untuk kehidupan sehari-hari. Halal merupakan gaya hidup yang ditujukan untuk kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan manusia, sehingga sangat relevan dengan semua pihak baik muslim dan non-muslim. Hal ini mencakup beberapa produk yang sering digunakan dalam keseharian seperti makanan, minuman, obat, kosmetik, produk biologi, dan produk kimia yang dapat memperoleh sertifikasi halal apabila proses produksi telah sesuai tata cara pengolahan produk halal. Oleh karena itu, dalam membangun sertifikasi halal memerlukan sebuah ekosistem halal. Pemerintah bersama *stakeholders* terkait perlu memastikan *halal supply chain* tersedia dari sisi hulu hingga hilir. Hal ini tentunya memerlukan sinergi dan kolaborasi dari berbagai pihak baik pemerintah dan pelaku usaha, untuk mewujudkan Indonesia sebagai produsen halal terbesar di dunia sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar untuk perekonomian nasional.

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam pengembangan sektor industri halal. Hal ini tercermin dari persentase penduduk Indonesia yang merupakan 12,7% dari populasi penduduk Muslim dunia dengan didukung oleh peningkatan kesadaran akan pentingnya konsumsi sektor industri halal. Besarnya potensi Indonesia di sektor industri halal dapat mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk menjadi produsen produk halal terbesar di dunia. Hal ini tercermin dari potensi pasar produk

halal di dalam negeri yang diharapkan dapat memperkuat industri halal nasional, sehingga Indonesia tidak hanya menjadi konsumen dalam industri halal global namun juga sebagai produsen. Sebagai upaya dalam mewujudkan hal tersebut, Bank Indonesia bersama Pemerintah berkomitmen membentuk suatu ekosistem terintegrasi untuk memperkuat peran Indonesia sebagai pelaku usaha produk halal global, salah satunya melalui akselerasi sertifikasi halal.

Dalam mewujudkan semua hal yang termaktub di atas, Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan development ekonomi dan agent halal di Indonesia. Selain itu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri bertanggung jawab dan memiliki beban moral dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah dengan mencetak sumber daya manusia yang berkualitas dan ahli di bidang syariah, juga memiliki tanggung jawab menghasilkan riset-riset untuk memajukan industri produk halal.

Dari penelitian yang telah dilakukan dalam menjawab dari rumusan masalah pertama dalam penelitian ini adalah Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri secara garis besar telah melakukan gerakan dan sumbangsih yang besar dalam memajukan potensi halal di Indonesia dari segi kelembagaan dengan melakukan tiga peran penting. Yaitu:

- 1. Pengembangan dan mencetak sumber daya manusia (SDM) dengan diawali pembentukan dan peresmian Halal Center di perguruan masing-masing.**

Dari kelima perguruan tinggi yang menjadi sampel dari penelitian ini secara umum sudah memberikan sumbangsih nyata dalam pengembangan sumber daya manusia ini dengan melakukan beberapa kegiatan yang bekerjasama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJBH) melaksanakan Pelatihan Pendamping PPH (Proses Produk Halal). Pelatihan ini dilaksanakan dalam rangka melaksanakan amanat Peraturan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil sekaligus sosialisasi Regulasi Jaminan Produk Halal.

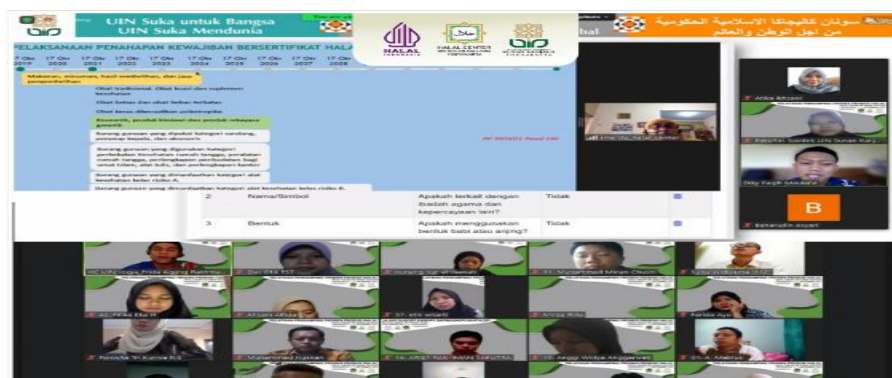
Adapun untuk peserta yang dibidik dalam pelatihan ini adalah elemen

masyarakat, baik itu dari mahasiswa, alumni, pegiat UMKM, karyawan dan wiraswasta. dinyatakan lulus Pelatihan, akan resmi menjadi pendamping dan akan terjun ke lapangan untuk mendampingi para Pelaku Usaha Mikro dan Kecil kategori Self Declare. Sedangkan untuk materi yang diberikan adalah Ketentuan Syariat Islam terkait Jaminan Produk Halal, Kebijakan dan Regulasi JPH, Pendampingan dan Pendamping PPH, Pengetahuan Bahan Sumber Bahan Kritis, Proses Produk Halal (PPH), Pembuatan daftar Bahan & Narasi Alur Proses Produk Halal, Verifikasi dan Validasi, Digitalisasi dan Registrasi SiHalal, Studi Kasus Praktik Lapangan, Pengenalan dan Perizinan UMK, dan terakhir Simulasi Pendampingan PPH.

Jika melihat banyaknya UMK yang ada di kanan kiri dari perguruan tinggi Keagamaan Islam, maka sangat dibutuhkan dari Pendamping PPH yang banyak pula sebagai respon dari perguruan tinggi keagamaan Islam untuk mencetak sumber daya manusia yang kompeten dan bersertifikat.

Bagi UMK Proses pendampingan sertifikasi halal ini sangat urgen dengan dimulai dengan proses sosialisasi dan edukasi tentang pangan halal, kemudian diadakan workshop dan pelatihan pengisian Sistem Jaminan Halal (SJH). Pada tahapan pengisian SJH ini sembari mengidentifikasi penggunaan bahan baku yang harus memiliki sertifikasi halal.

Program pendampingan sertifikasi halal ini sangat penting mengingat telah diberlakukan wajib halal bagi semua produk pangan sejak 17 Oktober 2019 bersamaan dengan implementasi UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Untuk itu, penting pula dalam mencetak sumber daya manusia yang berkualitas dan mau bekerja keras dalam melakukan pendampingan sampai turunnya sertifikat hal ini.





**2. Pengembangan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Kemudahan melakukan sertifikasi halal dengan banyaknya LPH, akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produk-produknya.**

Dalam mewujudkan kemudahan dan pelaksanaan layanan sertifikasi halal dan implementasi jaminan produk halal, Perguruan Tinggi Keagamaan Islam berlomba-lomba dalam mendirikan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Pendirian ini sebagai bentuk pelayanan dan sinergitas dengan BPJPH dalam melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Karena sesuai dengan amanah Pasal 817 menyebutkan, BPJPH menyelenggarakan enam fungsi, yaitu fungsi koordinasi penyusunan kebijakan teknis, fungsi perencanaan dan program di bidang penyelenggaraan jaminan produk halal, fungsi pelaksanaan penyelenggaraan jaminan produk halal pemantauan, fungsi evaluasi dan pelaporan pelaksanaan di bidang

penyelenggaraan jaminan produk halal, fungsi pelaksanaan pengawasan penyelenggaraan jaminan produk halal, fungsi pelaksanaan administrasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan fungsi pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri. Maka penyelenggaraan sertifikasi halal BPJPH akan bekerja sama dengan kementerian dan lembaga-lembaga terkait, salah satunya adalah Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan pihak yang dapat menjadi LPH adalah pemerintah dan masyarakat.

Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) adalah elemen penting dalam pelaksanaan layanan sertifikasi halal dan implementasi jaminan produk halal. LPH merupakan lembaga yang bertugas untuk melakukan kegiatan pemeriksaan dan atau pengujian terhadap kehalalan Produk termasuk penugasan terhadap auditor halal.

Dari lima Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang menjadi sampel penelitian ini ada tiga perguruan tinggi yang sudah dilakukan assesment lapangan yaitu UIN Sunan Ampel dan UIN Sunan Kalijaga dan UIN Raden Mas Said Surakarta. Dan UIN Sunan Kalijaga sudah sampai keluar Sertifikat akreditasinya sebagai Lembaga Pemeriksa Halal dengan kualifikasi: PRATAMA. . dan perguruan tinggi Keagamaan Islam lainnya on progres dalam pembentukan LPH nya. Untuk diketahui bahwa proses akreditasi LPH yang sudah memperoleh sertifikasi, status pertama adalah LPH Pratama, lanjut akreditasi lagi menjadi LPH Utama.



**3. Pengembangan riset produk halal dan inkubasi bisnis. Universitas dengan infrastruktur laboratorium, SDM, dan ilmu pengetahuan yang dimiliki, dapat menjadi pionir dalam inovasi dan riset produk halal, terutama untuk mendukung pengembangan inkubasi bisnis produk halal bagi UMKM.**

Untuk mewujudkan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam sebagai pusat pengembangan riset produk halal, perguruan tinggi melakukan pendampingan-pendampingan dengan beberapa mekanisme yang ada di perguruan tinggi dengan melibatkan dosen dan mahasiswa dengan program KKN (Kuliah Kerja Nyata) dengan melakukan Sosialisasi Program Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro dan Kecil. Kegiatan ini merupakan kegiatan masif dan sistemik dengan tujuan menggerakkan kesadaran masyarakat dalam sertifikasi halal UMK di masyarakat. Sekaligus diharapkan menjadi agent of development di masyarakat dalam menggerakkan dan sosialisasi produk halal dan pentingnya sertifikasi halal produk.



Dan dari segi dosen dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat dosen diarahkan ke pengabdian yang bertemakan Halal. dalam melaksanakan pengabdian ini dosen melakukan beberapa inovasi dan riset produk halal ,untuk pengembangan produk halal. Selain itu, dosen melakukan proses literasi halal dengan melakukan penulisan jurnal dan buku-buku tentang halal hasil dari penelitian dan pengabdian di lembaganya masing-masing (LP2M).





### C. Kontribusi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri pada pelaku UKM dalam mendorong produk halal dari UKM

Industri halal tumbuh berkembang di berbagai belahan negara di dunia, baik di negara Timur maupun di negara Barat. Di Indonesia, produk halal telah menjadi perhatian dan isu sentral dari pemerintah saat ini dengan sejak disahkannya UU No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dengan memberi fasilitas dan kemudahan dalam memperoleh sertifikasi

halal bagi UMKM.

Dengan dibentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai garda depan dalam pengurusan sertifikasi halal diharapkan lebih mempermudah dalam pengurusan sertifikasi tersebut. Baik dalam bidang makanan dan minuman, pariwisata halal, rumah sakit Islam, bank dan keuangan halal (bank syariah), farmasi halal, dan lain-lain yang merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat Muslim. Karena halal merupakan kewajiban bagi umat Islam untuk ditaati dalam hal konsumsi, baik produk maupun jasa (layanan). Jadi produksi halal dan berbagai produk merupakan upaya standarisasi dan pemenuhan kebutuhan umat Islam atas kewajiban menjalankan agama. Halal merupakan perwujudan jaminan keamanan dan kenyamanan sebuah produk. Dengan demikian, prospek industri ini sangat menjanjikan.

Selain dari lembaga yang bernama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) ini, peran perguruan tinggi melalui tiga tugas “Tri Dharma Perguruan Tinggi” sangatlah dinantikan. Pertama, peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dalam pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif serta mencetak Sumber daya manusia yang kompeten khususnya dalam urusan halal. Kedua, peran penelitian dilakukan untuk memberikan masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif khususnya dalam trend halal. Ketiga, peran pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional khususnya dalam bidang sertifikasi halal.

Secara spesifik, Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri sesuai dengan lokasi penelitian telah memberi sumbangsih signifikan dalam membantu UMKM dalam mendaorong produk halal dan sertifikasi halal dengan beberapa bentuk nyata kegiatan. Yaitu:

1. Sosialisasi Sertifikasi Halal pada pelaku UMKM



Halal Center pada setiap Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri Negeri telah melakukan berbagai kegiatan sosialisasi tentang sertifikasi halal dengan pelaku UMKM dengan bekerjasama dengan BPJBH dinas Koperasi dan dalam melakukan sosialisasi Sertifikasi halal.

Kegiatan ini ditargetkan akan memperbanyak UMKM untuk bersertifikasi halal dan mau untuk mengurus sertifikasi halal. ini sesuai dengan amanah PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan produk halal . misalnya Pasal 139 mengatur bahwa kewajiban bersertifikat halal bagi jenis produk dilakukan secara bertahap. Penahapan untuk pertama kali terdiri atas (a) produk makanan dan minuman; (b) bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman; dan (c) hasil sembelihan dan jasa penyembelihan. Dan pasal 140 mengatur bahwa penahapan kewajiban bersertifikat halal bagi produk makanan, minuman, hasil sembelihan, dan jasa penyembelihan dimulai sejak 17 Oktober 2019 sampai 17 Oktober 2024.

## 2. Pendampingan PPH (Proses Produk Halal) pelaku UMKM

Proses pendampingan yang dilakukan oleh perguruan tinggi dengan Halal Centernya telah mulai melakukan pendampingan pengurusan halal bagi UMKM dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pengisian <https://sehati.halal.go.id/> pada UMKM.

Dari pendampingan ini, sudah banyak UMKM yang mendapatkan sertifikat gratis melalui jalur self-declare. Tugas utama dari Halal Center adalah menverifikasi dan menvalidasi pengajuan sertifikat halal oleh pelaku usaha sebelum akhirnya masuk ke komisi fatwa dan ditentukan status halalnya.

Selain itu, pada proses ini sebagai ajang pendampingan dan memberikan edukasi sekaligus memastikan para pelaku usaha dapat memenuhi persyaratan halal yang mencakup bahan, proses produksi dan peralatan yang digunakan. Adapaun yang menjadi pendamping adalah pendamping PPH aktif yang hasil dari proses pengkaderan dan hasil pelatihan dari Halal Center setiap perguruan tinggi tersebut. Semua ini sebagai bentuk respon dan dukungan dari perguruan tinggi dalam mewujudkan 10 juta produk bersertifikat halal.

Proses pendampingan ini mulai dilakukan dengan menganalisis dari Bahan yang digunakan sudah dipastikan kehalalannya dibuktikan dengan sertifikat halal atau termasuk dalam daftar bahan sesuai Keputusan Menteri Agama Nomor 1360 Tahun 2021 tentang Bahan yang Dikecualikan dari kewajiban bersertifikat Halal, Tidak menggunakan bahan yang berbahaya, Telah diverifikasi kehalalannya oleh pendamping proses produk halal; Jenis produk/kelompok produk yang disertifikasi halal atau tidak mengandung unsur hewan hasil sembelihan, kecuali berasal dari produsen atau rumah potong hewan/rumah potong unggas yang sudah bersertifikat halal; Menggunakan peralatan produksi dengan teknologi sederhana atau dilakukan secara manual dan/atau semi otomatis (usaha rumahan bukan usaha pabrik); Proses pengawetan produk yang dihasilkan tidak menggunakan teknik radiasi, rekayasa genetika, penggunaan ozo (ozonisasi) dan kombinasi beberapa metode pengawetan (teknologi hurdle); Melengkapi dokumen pengajuan sertifikasi halal dan mekanisme pernyataan pelaku usaha secara online melalui SIHALAL.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul Peran Perguruan Tinggi Islam Dalam Mengembangkan Potensi Halal Di Indonesia (Studi Lembaga Halal Center di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri) dalam mendukung program pemerintah mewujudkan 10 juta produk bersertifikat halal dapat disimpulkan bahwa:

1. Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri secara garis besar telah melakukan gerakan dan sumbangsih yang besar dalam memajukan potensi halal di Indonesia dari segi kelembagaan dengan melakukan tiga peran penting. Yaitu a) Pengembangan dan mencetak sumber daya manusia (SDM) dengan diawali pembentukan dan peresmian Halal Center di perguruan masing-masing; b) Pengembangan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Kemudahan melakukan sertifikasi halal dengan banyaknya LPH, akan mendorong pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produk-produknya; c) Pengembangan riset produk halal dan inkubasi bisnis. Universitas dengan infrastruktur laboratorium, SDM, dan ilmu pengetahuan yang dimiliki, dapat menjadi pionir dalam inovasi dan riset produk halal, terutama untuk mendukung pengembangan inkubasi bisnis produk halal bagi UMKM.
2. Telah memberi sumbangsih signifikan dalam membantu UMKM dalam mendaorong produk halal dan sertifikasi halal dengan beberapa bentuk nyata kegiatan. Yaitu: a) Sosialisasi Sertifikasi Halal pada pelaku UMKM; b) Pendampingan PPH (Proses Produk Halal) pelaku UMKM

#### **B. Saran**

Adapun untuk saran dari hasil penelitian ini sebagai masukan adalah sebagaimana berikut:

1. Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri agar lebih maksimal lebih meningkatkan kerjasama dengan Halal Center dari perguruan Tinggi lain yang ada di daerahnya untuk sharing informasi, teknologi dan inovasi. Selain

itu, Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri harus digerakkan dalam pengurusan akreditasi Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Karena Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri tidak semuanya memiliki LPH yang terakreditasi.

2. Jika sudah memiliki Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) sendiri yang terakreditasi, maka tidak lagi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri tidak hanya membantu dalam pengurusan self declair yang selama ini dilakukan, tetapi bisa meningkat dan diakui dalam memeriksa kehalalan sebuah produk.

## DAFTAR PUSTAKA

### Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM  
Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang  
Jaminan Produk Halal  
PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Produk Halal

### Buku

Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. ke-1 (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996)

Abdurrahmat Fathoni, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006)

Ahmad Abu SinnIbrahim, *Manajemen Syari'ah* ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001)

Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal* (Jakarta: LP POM MUI, 1998)

Andang Setyobudi, *Peran Serta BI Dalam Pengembangan UMKM*. (Jakarta: *Buletin Hukum dan Kebanksentralan* 5, no. 2, 2007)

Bagian proyek sarana dan prasarana produk halal, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2003)

Budi Raharjo, *Teknologi dan Teknik*, dalam, internet Br. School (of Thought), diakses 15 September 2021. Br. School (of Thought)

Didin Hafidhuddin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003)

Didin Hafidhuddin, dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2003)

Dr. Basrowi, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)

Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, *Halal Supply Chain in the Food Industry: A Conceptual Model*, IEEE Symposium on Business Engineering and Industrial Application, Langkawi, Malaysia,

Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, *Halal Supply Chain in the Food Industry: A Conceptual Model*

- Endang Purwanti, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm* (Studi kasus Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga), (Universitas STIE AMA Sala Tiga), 2009
- Endang Tjiroresmi dan Diah Setiari Suhodo, *Peluang Usaha Produk Halal diPasar Global*, (Jakarta: LIPI Press, 2014)
- Endang Tjiroresmi, *Peluang Usaha Produk Halal diPasar Global*
- Ernie Tisnawati, *Pengantar manajemen* ( Bandung :Kencana Prenada Kencana, 2004)
- Hasan KN. Sofyan, *Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan*. (Palembang: Jurnal Dinamika Hukum, 2014)
- Hermawan Kertajaya, *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996)
- Himawan Adinegoro dan Martini Rahayu, “Prospek Pengembangan Produk Halal Pada Industri di Indonesia Dalam Rangka Memasuki Abad 21”dalam Prosiding Seminar Tek. Pangan, 1997
- Himawan Adinegoro dan Martini Rahayu, “Prospek Pengembangan Produk Halal Pada Industri di Indonesia Dalam Rangka Memasuki Abad 21”, dalam Prosiding Seminar Tek.Pangan, 1997
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3 Teknik Menganalisis Kelayakan Bisnis secara Komprehensif* (Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. 2007)
- Ike Kusdyah Rachman, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. ( Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007)
- Ina Primiana, *Potensi dan Tantangan UMKM Menghadapi Pasar Persaingan Global*, (Seminar Nasional :4 Desember 2013, diselenggarakan oleh fakultas syariah, IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Selanjutnya disebut.Ina, *Potensi dan Tantangan UMKM*.
- Jalaluddin Asy-Syuyuthi dan Jalaluddin Muhammad Ibn Ahmad Al- Mahalliyy, *Tafsir Jalalain* (Pesantren Persatuan Islam 91, 2010)
- John L. Esposito, *Ensiklopedi Oxford*, Dunia Islam Modern, terj. Eva YN, (Bandung: Mizan, 2002)
- Kajian singkatMirza Adrian, *pengembangan Usaha Mikro kecil dan Menengah di Indonesia*.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis: Analisis Integratif dan Studi Kasus* (Malang: UIN Maliki Press, 2010)

- Krishna Adityangga, *Membumikan Ekonomi Islam: Diskursus Pengembangan Ekonomi Berbasis Syari'ah* (Yogyakarta: Pilar Media, 2006)
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002)
- Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa*, (Jakarta: Bagian Proyek Sarana dan Prasarana Produk Halal Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama RI, 2003)
- Masthu, *Makanan Indonesia Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan Republik Indonesia, 1995)
- Michael E. Porter, *Competitive Advantage*, Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2001)
- Muchtar Ali, "Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal", *Ahkam: Kementerian Agama Republik Indonesia* Vol. Xvi, No. 2, (Juli 2016)
- Muhamad Teguh, *Ekonomi Industri*. ( Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010)
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN- Malang Press, 2007 )
- Muhammad Firdaus NH, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005)
- Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* ( Jakarta:Alfabeta, 2009)
- Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia)
- Saban Echdar, *Manajemen Entrepreneurship Kiat Sukses Menjadi Wirausah*, (Makasar: CV Andi Offset, 2013)
- Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005)
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial; Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif* (Surabaya: Airlangga Press, 2001),
- Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana 2010)
- Philip Kotler dan Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001)

Ricky W. Griffin. Randal J. Ebert, *Bisnis Edisi kedelapan jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2007)

Saban Echdar, *Manajemen Entrepreneurship* (Yogyakarta: Andi, 2013)

Soeharsono Sagir, *Kapita Selekta Ekonomi Indonesia*. (Jakarta: Kencana, 2009)

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Pres, 1986)

Ṭabīb Al-ashar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani Dan Rohani*, (Jakarta: al- Mawardi Prima, 2003)

Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, “*Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*”, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004)

Tulus T.H. Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009)

Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012)

Wawan Dhewanto, *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi* (Bandung: Rekayasa Sains: 2013)

M. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003)

Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008 )

Yani Mulyaningsih, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, 2009)

### **Jurnal Penelitian**

JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer Volume 13 , No. 1, Juni 2022 p-ISSN: 1978-5119; e-ISSN: 776-3005

<sup>1</sup> AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam E-ISSN: 2407-6600 P-ISSN: 2745-8512, Volume 10 Issue 1 Januari 2022 | Page: 016-042, DOI: <https://doi.org/10.37812/aliqtishod>

Journal of Economics Research and Social Sciences Vol 6, No 1, February 2022, ISSN 2723-5327 (online) | 2723-5319 (print)

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Volume 4 No 1 (2022) 1-15 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351 DOI: 10.47467/alkharaj.v4i1.396



## Website

[https://knks.go.id/berita/385/sinergi-penguatan-lembaga-pemeriksa-halal-lph-indonesia?category=1#:~:text=Lembaga%20Pemeriksa%20Halal%20\(LPH\)%20adalah,termasuk%20penugasan%20terhadap%20auditor%20halal.](https://knks.go.id/berita/385/sinergi-penguatan-lembaga-pemeriksa-halal-lph-indonesia?category=1#:~:text=Lembaga%20Pemeriksa%20Halal%20(LPH)%20adalah,termasuk%20penugasan%20terhadap%20auditor%20halal.)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>, diakses tanggal 6 April 2021

LPPOM MUI, *Persyaratan Sertifikasi Halal MUI*, dalam [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section), (2 Oktober 2021)