



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 26666-26678

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Model Bisnis Syariah Pada Usaha Kemplang Tunu di Desa Pipa Putih Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir (Studi Kasus pada Usaha Bik As Kemplang)

Haji Rizki¹, Rina Dwi Wulandari², Yuniar Handayani³

¹ Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang

²⁻³ Universitas Muhammadiyah Palembang

¹rizkihaji340@gmail.com, ²rina_dwi@um-palembang.ac.id, ³Yuniar_handayani@um-palembang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan model bisnis syariah pada usaha Bik As Kemplang serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan model bisnis tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik usaha, pekerja, dan konsumen. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penerapan model bisnis yang sesuai dengan prinsip ekonomi syariah pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), khususnya pada industri makanan tradisional seperti kemplang tunu. Usaha kemplang tunu di Desa Pipa Putih memiliki potensi ekonomi yang cukup besar sebagai produk kuliner khas daerah, namun pengelolaannya masih bersifat tradisional sehingga perlu dianalisis kesesuaiannya dengan prinsip bisnis syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Kemplang Tunu Bik As telah menerapkan model bisnis syariah melalui kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, gharar, dan maisir, serta menerapkan nilai kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam transaksi dan pelayanan. Aspek kehalalan produk juga terpenuhi melalui penggunaan bahan baku yang halal dan proses produksi yang bersih, meskipun belum memiliki sertifikasi halal formal. Selain itu, usaha ini menunjukkan tanggung jawab sosial melalui keterlibatan masyarakat sekitar. Kualitas produk dijaga melalui bahan baku yang baik, proses produksi yang terstruktur, serta konsistensi rasa dan kesegaran. Faktor pendukung meliputi komitmen terhadap kehalalan dan kejujuran, tidak adanya pinjaman berbunga, serta dukungan keluarga, sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan tenaga kerja, persaingan usaha, dan faktor cuaca yang memengaruhi produksi.

Kata kunci: Model bisnis syariah, UMKM, Kemplang tunu, Ekonomi Syariah.

1. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia secara struktural bertumpu pada kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berfungsi sebagai tulang punggung penciptaan lapangan kerja, Penopang mata pencaharian rumah tangga, dan menjadi instrumen penting pemerataan pendapatan di berbagai wilayah. Jika dibandingkan dengan perusahaan besar, UMKM memiliki kapasitas penyerapan tenaga kerja yang jauh lebih tinggi, terutama karena keterkaitannya yang erat dengan aktivitas ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Data Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM (PL-KUMKM) yang dilaksanakan BPS dan Kemenkop/UKM pada 2023 menegaskan skala dan pentingnya UMKM dalam perekonomian nasional.

Selain itu, UMKM berperan strategis dalam mendorong pembangunan yang inklusif. Kehadiran usaha mikro kecil dan menengah di berbagai plosok daerah memungkinkan distribusi pendapatan yang lebih merata, mengurangi ketimpangan sosial ekonomi antarwilayah, sekaligus memperkuat basis ekonomi lokal. Dengan demikian, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang membantu menekan angka kemiskinan, membuka kesempatan kerja baru, serta meningkatkan daya beli masyarakat kelas bawah.

Sejalan dengan peran strategis UMKM tersebut, muncul pula upaya terencana untuk meningkatkan perekonomian yang berlandaskan pada prinsip syariah sebagai salah satu tiang utama dalam strategi untuk membangun ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Pemerintah melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) telah menyusun Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019–2024 sebagai panduan strategis penguatan ekonomi syariah nasional. Dokumen ini merancang langkah pengembangan dari hulu ke hilir, mulai dari peningkatan rantai nilai halal, perluasan akses pembiayaan, hingga penguatan pasar halal untuk mendorong

daya saing produk Indonesia di tingkat global. Dalam rencana tersebut, UMKM ditempatkan sebagai sektor prioritas karena memiliki kedekatan dengan rantai pasok lokal serta potensi kearifan daerah yang dapat diolah menjadi produk halal bernilai tambah.¹ Pernyataan kebijakan ini penting karena menunjukkan bahwa dorongan pada model bisnis syariah bukan hanya sekadar retorika, melainkan bagian dari strategi nasional yang terukur.

Prinsip bisnis syariah menekankan tata kelola usaha yang berkeadilan dalam bertransaksi, larangan riba (bunga), larangan gharar (ketidakpastian), jaminan kehalalan produk, serta akuntabilitas dan transparansi. Prinsip-prinsip tersebut semakin relevan ketika dikaitkan dengan perkembangan sektor usaha di tingkat daerah, khususnya di provinsi Sumatera Selatan yang tengah memperkuat pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal. Diantara kabupaten di provinsi ini, Kabupaten Ogan Ilir menunjukkan dinamika ekonomi positif. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Ogan Ilir menunjukkan bahwa perekonomian daerah pada tahun 2024 tumbuh sebesar 4,81 persen dibanding tahun 2023. Dari sisi produksi, lapangan usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 9,99 persen, sedangkan dari sisi pengeluaran, komponen Konsumsi Lembaga Non Profit Rumah Tangga (LNPRRT) mengalami kenaikan signifikan sebesar 17,49 persen. Pergeseran distribusi PDRB juga terlihat, di mana kontribusi terbesar kini didominasi oleh sektor Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 21,41 persen, menggantikan dominasi sektor pertanian.

Pergeseran struktur ekonomi ini menandakan adanya peluang besar bagi pengembangan industri rumah tangga dan usaha kecil menengah berbasis produk lokal. Salah satu produk unggulan yang memiliki nilai ekonomi, budaya, dan historis tinggi di wilayah ini adalah kemplang, yakni makanan ringan tradisional berbahan dasar ikan yang telah menjadi ikon kuliner khas Sumatera Selatan.

Kemplang adalah jajanan tradisional yang umum ditemukan di wilayah Selatan Sumatra, terutama Provinsi Sumatera Selatan, Lampung, dan Kepulauan Bangka Belitung. Nama kemplang (atau “kelempang”) diduga berasal dari dialek Melayu lokal yang berarti “memukul”, merujuk pada cara pembentukan adonan kerupuk yang dipipihkan atau dipukul sebelum dijemur atau dipanggang.

Salah satu wilayah yang menonjol dalam produksi kemplang tunu adalah Desa Pipa Putih. Sebagian besar masyarakat di desa ini berprofesi petani padi, nelayan sungai, serta pedagang kecil, dengan sebagian lainnya mengembangkan usaha rumah tangga seperti pengolahan pangan tradisional. Pola mata pencaharian ini menunjukkan keterikatan erat masyarakat dengan sumber daya alam setempat dan mendorong lahirnya berbagai industri kecil berbasis kearifan lokal seperti Kemplang Tunu. Meskipun berskala kecil, usaha kemplang tunu ini memiliki potensi yang cukup besar baik dari sisi budaya dan kuliner maupun ekonomi lokal.

Selain itu, kemplang tunu juga memiliki daya tarik dalam sektor pariwisata kuliner. Banyak wisatawan domestik yang mencari produk ini sebagai buah tangan khas Palembang, sehingga keberadaannya turut mendukung promosi daerah di tingkat regional maupun nasional. Hal ini sejalan dengan konsep lokal food heritage yang menempatkan makanan tradisional sebagai aset budaya sekaligus instrumen pembangunan ekonomi lokal. Jika dikembangkan dengan strategis dan modern dan didukung oleh teknologi digital, industri kemplang tunu berpotensi menembus pasar yang lebih luas.

Namun demikian, potensi ekonomi yang menjanjikan ini belum diimbangi dengan pengelolaan bisnis yang memadai. Meskipun produk ini telah dikenal luas sebagai salah satu kuliner khas Palembang, realitas dilapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam hal manajemen, inovasi produk, hingga strategi pemasaran. Keterbatasan tersebut mengakibatkan nilai ekonomi yang diperoleh belum maksimal, sehingga usaha kemplang tunu sulit berkembang menjadi sektor unggulan daerah.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa meskipun usaha kemplang tunu memiliki potensi lokal yang kuat, pengelolaannya masih banyak yang bersifat tradisional, belum mengadopsi model bisnis yang lebih terstruktur, dan belum tentu sesuai atau optimal bisa di adopsi prinsip syariah. Kendala yang sering dihadapi mencakup akses permodalan berbasis syariah, pemasaran yang sesuai etika syariah, jaminan halal produk, serta keadilan dalam distribusi keuntungan dan pengelolaan kerja. Hal ini menjadi fokus utama penelitian, bagaimana model bisnis syariah yang diterapkan (atau yang seharusnya diterapkan) termasuk aspek produksi, keuangan, pemasaran (marketing mix) serta akad dan etika syariah dalam transaksi usaha tersebut..

Sejumlah penelitian sebelumnya memang telah menyoroti penerapan manajemen bisnis syariah pada sektor UMKM, namun sebagian besar belum secara khusus mengkaji industri makanan tradisional dengan karakteristik produksi seperti kemplang tunu. Beberapa studi berfokus pada model pembiayaan syariah (mudharabah,

musarakah, murabahah) dan kendala permodalan, Tetapi belum mendalami aspek produk, pemasaran, dan distribusi. Penelitian lain menekankan dampak nilai bisnis syariah terhadap kesejahteraan masyarakat, tetapi tidak mengkaji keberlanjutan model bisnis secara mendalam. Ada pula kajian yang membahas penerapan model bisnis syariah dalam Sektor ekonomi kreatif, namun lebih relevan pada sektor modern dan belum menyoroti industri makanan tradisional serta konteks budaya lokal.

Kondisi tersebut menegaskan adanya kesenjangan penelitian research gap yang perlu diisi. Sebagian besar kajian terdahulu lebih menekankan satu atau dua dimensi tertentu seperti pembiayaan syariah, pemasaran halal, atau integrasi teknologi tanpa mengkaji secara menyeluruh keseluruhan komponen model bisnis syariah. Hingga kini belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis penerapan model bisnis syariah pada industri makanan tradisional lokal seperti kemplang tunu.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan utama, yaitu: bagaimana penerapan model bisnis syariah pada usaha kemplang tunu di Desa Pipa Putih, serta faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat penerapannya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi model bisnis syariah pada usaha tersebut serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research) untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai penerapan model bisnis syariah pada usaha kemplang tunu di Desa Pipa Putih, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara kontekstual berdasarkan kondisi nyata yang dialami oleh pelaku usaha.

Subjek penelitian terdiri dari pemilik usaha, karyawan, serta beberapa konsumen yang terlibat dalam aktivitas usaha kemplang tunu. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu individu yang memahami dan terlibat langsung dalam proses bisnis usaha tersebut. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 5–7 orang, disesuaikan dengan kebutuhan data hingga mencapai titik kejenuhan (data saturation).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam (in-depth interview), observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh informasi terkait praktik bisnis, proses produksi, sistem transaksi, serta pemahaman pelaku usaha terhadap prinsip syariah. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional usaha, mulai dari produksi hingga distribusi. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa catatan usaha, foto kegiatan, serta dokumen pendukung lainnya.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap berdasarkan pola dan hubungan antar data yang ditemukan di lapangan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang tinggi.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Penerapan Prinsip Dasar Bisnis Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik usaha Kemplang Tunu Bik As telah berupaya menerapkan prinsip dasar syariah dalam kegiatan transaksi dan operasional sehari-hari. Dalam transaksi utang tidak ditemukan adanya tambahan pembayaran yang dipersyaratkan, sehingga praktik tersebut tidak mengandung unsur riba. Harga, jumlah, dan kondisi barang disampaikan secara jelas kepada konsumen sehingga ruang terjadinya gharar dapat ditekan. Aktivitas usaha juga tidak menunjukkan unsur maisir karena pendapatan diperoleh dari kegiatan produksi dan penjualan barang yang nyata, bukan dari spekulasi atau permainan untung-untungan. Temuan ini memperlihatkan bahwa praktik muamalah pada usaha mikro dapat tumbuh dari kebiasaan etis yang telah

dijalankan secara turun-temurun, meskipun pelaku usaha belum menyusunnya dalam bentuk pedoman bisnis syariah tertulis.

Larangan riba, gharar, dan maisir dalam konteks usaha makanan tradisional tidak cukup dipahami hanya sebagai larangan pada produk keuangan. Ketiga prinsip tersebut juga berkaitan dengan cara pelaku usaha menentukan harga, menjelaskan mutu, menerima pesanan, mengelola pembayaran, dan menyelesaikan keluhan. Ketika harga disepakati sejak awal, kuantitas barang dapat diperiksa, dan kondisi produk tidak disembunyikan, transaksi menjadi lebih pasti dan melindungi kedua belah pihak. Praktik demikian sejalan dengan orientasi bisnis syariah yang menempatkan keadilan pertukaran sebagai dasar hubungan antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, kejelasan transaksi yang ditemukan pada usaha Bik As merupakan kekuatan awal yang perlu dipertahankan ketika skala usaha bertambah dan saluran penjualan menjadi lebih beragam.

Pada skala rumah tangga, hubungan personal sering menjadi mekanisme utama untuk membangun kepastian transaksi. Konsumen mengenal produsen, dapat melihat proses produksi, dan dapat menyampaikan pertanyaan secara langsung. Kedekatan tersebut mengurangi asimetri informasi dan memperkuat kepercayaan. Namun, mekanisme personal memiliki keterbatasan ketika konsumen berasal dari luar desa atau melakukan pembelian melalui perantara dan media digital. Pada kondisi tersebut, informasi yang sebelumnya disampaikan secara lisan perlu dipindahkan ke label kemasan, daftar harga, katalog, catatan pesanan, dan kebijakan penggantian produk. Dengan demikian, penghindaran gharar tidak hanya bergantung pada karakter jujur pemilik, tetapi juga didukung oleh sistem informasi sederhana yang dapat dipahami oleh konsumen baru.

Temuan mengenai tidak digunakannya pinjaman berbunga juga menjadi indikator penting penerapan prinsip syariah. Keputusan tersebut menghindarkan usaha dari kewajiban pembayaran bunga yang dapat menambah tekanan arus kas, terutama pada usaha yang produksinya dipengaruhi permintaan dan cuaca. Meskipun demikian, tidak menggunakan kredit berbunga tidak berarti usaha harus menutup diri dari pembiayaan eksternal. Ketika kebutuhan modal meningkat, alternatif yang lebih sesuai dapat berupa pembiayaan jual beli, bagi hasil, pembiayaan mikro syariah, atau kerja sama modal dengan pembagian keuntungan yang disepakati secara transparan. Menne et al. (2022) menegaskan bahwa dukungan teknologi keuangan syariah, kapasitas sumber daya manusia, dan produktivitas usaha dapat memperkuat keberlanjutan kinerja UMKM berbasis syariah.

3.1.1. Kejujuran, Amanah, dan Transparansi Transaksi

Dari sisi etika bisnis, pelaku usaha menerapkan kejujuran dan amanah dalam bertransaksi. Konsumen menyatakan tidak terdapat manipulasi kualitas maupun harga dan tidak ada pihak yang secara sengaja dirugikan. Tingginya kepercayaan terlihat dari hubungan yang telah terjalin dalam jangka waktu lama serta adanya pelanggan yang kembali membeli produk. Dalam bisnis pangan, kejujuran memiliki cakupan yang luas, yaitu kesesuaian informasi bahan baku, ukuran produk, tingkat kesegaran, harga, dan daya simpan. Ketika informasi tersebut disampaikan apa adanya, konsumen dapat membuat keputusan pembelian secara sadar. Ahmad Syafiq (2019) juga menempatkan etika bisnis sebagai unsur yang berkaitan dengan kepuasan dan keberlanjutan hubungan dengan konsumen.

Kejujuran dalam usaha Bik As tidak hanya tampak pada komunikasi penjualan, tetapi juga pada keterbukaan proses produksi. Konsumen dapat memperoleh penjelasan mengenai bahan yang digunakan dan diperbolehkan melihat proses pembuatan. Praktik ini memperkuat kredibilitas karena konsumen tidak hanya menerima klaim, tetapi dapat melakukan verifikasi secara langsung. Dalam perspektif syariah, keterbukaan tersebut merupakan bentuk amanah produsen atas produk yang dikonsumsi masyarakat. Jannah dan Al-Banna (2021) menunjukkan pentingnya kesadaran halal dan keterlacakan informasi dari sudut pandang konsumen maupun pengusaha. Pada usaha Bik As, keterlacakan masih bersifat sosial dan langsung, tetapi fondasinya telah tersedia untuk dikembangkan menjadi pencatatan bahan dan proses yang lebih sistematis.

Transparansi juga terlihat pada hubungan internal usaha. Pekerja memahami pembagian tugas dan tahapan produksi yang harus dilakukan. Kejelasan tersebut membantu menghindari perselisihan mengenai siapa yang bertanggung jawab atas suatu pekerjaan. Walaupun demikian, pembagian kerja masih bersifat informal dan bergantung pada komunikasi harian. Ketika volume pesanan meningkat, pola kerja informal berpotensi menimbulkan tumpang tindih tugas, ketidakkonsistenan hasil, atau kesulitan mengevaluasi produktivitas. Oleh sebab itu, transparansi internal perlu diperkuat melalui daftar tugas, jadwal produksi, pencatatan bahan yang masuk, jumlah produk jadi, produk rusak, serta pembagian upah. Sistem sederhana ini bukan bentuk birokratisasi berlebihan, melainkan sarana menjaga amanah dan akuntabilitas.

Transparansi harga perlu dijaga apabila usaha mulai menggunakan penjual kembali, layanan pengiriman, atau promosi digital. Perbedaan harga dapat dibenarkan apabila terdapat perbedaan biaya kemasan, jumlah pembelian, lokasi pengiriman, atau jasa pihak ketiga, tetapi dasar perbedaannya perlu dijelaskan. Daftar harga yang konsisten akan mengurangi kesalahpahaman dan mencegah persepsi diskriminasi. Dalam pemasaran syariah, komunikasi

tidak boleh melebih-lebihkan manfaat produk atau menyembunyikan kekurangan yang relevan. Strategi bauran pemasaran tetap dapat digunakan, namun harus dibatasi oleh nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sebagaimana dibahas oleh Endang Rahim dan Roni Mohamad (2021).

3.1.2. Keadilan dalam Hubungan Kerja dan Pelayanan

Dalam aspek keadilan, usaha memberikan upah kepada tenaga kerja tambahan sesuai dengan kontribusinya. Tidak ditemukan diskriminasi dalam perlakuan terhadap pekerja maupun konsumen. Seluruh konsumen dilayani secara setara dan harga dinilai sebanding dengan kualitas produk yang diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa keadilan telah hadir sebagai praktik sosial. Pada usaha keluarga, keadilan sering dibangun melalui rasa saling percaya dan penilaian langsung terhadap beban kerja. Pola tersebut dapat berjalan efektif pada jumlah pekerja yang sedikit, tetapi menjadi lebih sulit ketika tenaga kerja bertambah, tugas semakin beragam, dan produksi dilakukan dalam beberapa tahap.

Agar prinsip keadilan tidak hanya bergantung pada penilaian subjektif, usaha dapat menetapkan dasar pengupahan yang lebih jelas, misalnya berdasarkan waktu kerja, jenis pekerjaan, jumlah produksi, atau tingkat kesulitan. Kesepakatan upah sebaiknya dilakukan sebelum pekerjaan dimulai dan dibayarkan tepat waktu. Hal ini selaras dengan prinsip keadilan distributif yang menempatkan imbalan sesuai kontribusi dan mencegah pengambilan manfaat secara sepihak (Nurdiansyah, 2022). Standar yang tertulis juga melindungi hubungan kekeluargaan karena mengurangi potensi salah paham antara pemilik dan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar.

Keadilan terhadap konsumen tidak hanya berkaitan dengan kesamaan pelayanan, tetapi juga konsistensi bobot, ukuran, dan mutu. Produk yang dijual dengan harga sama seharusnya memiliki karakteristik yang relatif seragam. Apabila terdapat produk dengan ukuran atau mutu berbeda, pengelompokan dan harga perlu dibedakan secara terbuka. Praktik pemisahan produk yang tidak memenuhi standar sebagaimana telah dilakukan oleh Bik As merupakan langkah penting. Langkah tersebut menunjukkan bahwa pemilik tidak memindahkan seluruh risiko mutu kepada konsumen. Dengan memperjelas kategori produk, usaha dapat mempertahankan kepercayaan sekaligus mengurangi pemborosan melalui pemanfaatan produk yang masih layak dalam kategori yang berbeda.

Keadilan juga perlu diterapkan dalam hubungan dengan pemasok. Bahan baku utama seperti ikan dan tepung harus dibayar sesuai kesepakatan dan tidak ditawarkan dengan cara yang merugikan pemasok secara tidak wajar. Pada saat harga bahan naik, keputusan menaikkan harga jual, mengubah ukuran, atau menekan margin harus dipertimbangkan secara proporsional. Pengurangan kualitas secara diam-diam untuk mempertahankan harga dapat bertentangan dengan transparansi. Sebaliknya, penjelasan kepada konsumen mengenai perubahan ukuran atau harga akan menjaga kepercayaan. Dengan demikian, keadilan dalam model bisnis syariah membentuk rantai hubungan yang mencakup pemasok, pekerja, pemilik, penjual, dan konsumen.

3.1.3. Kehalalan, Thayyib, dan Sertifikasi Produk

Bahan baku produksi kemplang tunu terdiri dari ikan, tepung sagu, garam, dan bumbu yang dinyatakan halal. Proses produksi tidak menunjukkan adanya pencampuran bahan nonhalal. Dari aspek substantif, kondisi tersebut memenuhi unsur halal, sedangkan perhatian terhadap kebersihan, kesegaran bahan, dan keamanan proses mendukung unsur thayyib. Konsep halal dan thayyib menegaskan bahwa produk bukan hanya bebas dari bahan yang dilarang, tetapi juga baik, aman, dan layak dikonsumsi. Oleh karena itu, pemilihan ikan yang segar, penyortiran bahan, kebersihan alat, serta pengemasan setelah produk dingin merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penerapan bisnis syariah.

Walaupun konsumen lokal memiliki kepercayaan tinggi, usaha belum mempunyai sertifikat halal formal. Ketiadaan sertifikat tidak serta-merta membuktikan bahwa produk tidak halal, tetapi menunjukkan bahwa klaim kehalalan belum diverifikasi melalui sistem jaminan produk halal yang diakui. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 mengatur jaminan produk halal, sedangkan penyelenggaraan bidang tersebut saat ini diatur lebih lanjut melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024. Regulasi formal memperluas makna kehalalan dari sekadar bahan menuju rangkaian penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian.

Sertifikasi halal memiliki fungsi ganda. Pertama, sertifikat menjadi bentuk kepatuhan dan perlindungan konsumen. Kedua, sertifikat dapat menjadi sinyal kualitas dan membuka akses ke pasar yang tidak mengenal produsen secara personal. Hidayat dan Witta (2024) melalui kajian literatur menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat mendukung kepercayaan pasar, kontinuitas produk, dan peluang pertumbuhan UMKM. Djunaidi et al. (2021) juga menunjukkan bahwa persepsi terhadap produk halal berkaitan dengan keputusan konsumen. Bagi Bik As, manfaat sertifikasi akan semakin terasa apabila produk dipasarkan di toko oleh-oleh, marketplace, pameran, atau melalui penjual kembali di luar wilayah.

Proses menuju sertifikasi perlu dipandang sebagai pembenahan sistem, bukan sekadar memperoleh logo. Usaha perlu menyusun daftar bahan, mencatat merek dan pemasok, memastikan bukti kehalalan bahan olahan, memisahkan bahan yang berisiko, membersihkan alat sesuai prosedur, dan menunjuk pihak yang bertanggung jawab terhadap proses produk halal. Praktik dasar tersebut sebenarnya telah dilakukan sebagian, tetapi belum didokumentasikan. Dengan menyusun dokumen sederhana berdasarkan praktik yang sudah berjalan, beban administrasi dapat dikurangi. Program sertifikasi melalui mekanisme pernyataan pelaku usaha juga telah dikaji sebagai jalur yang dapat membantu usaha mikro dan kecil, walaupun pendampingan tetap diperlukan agar pernyataan sesuai dengan kondisi nyata (Jamaluddin et al., 2022; Umami et al., 2023).

Hambatan sertifikasi pada UMKM biasanya tidak hanya berupa biaya, tetapi juga keterbatasan informasi, persepsi bahwa prosesnya rumit, dokumen yang belum tertata, dan belum adanya pembagian tanggung jawab. Fathoni et al. (2025) mengidentifikasi kendala finansial, kompleksitas regulasi, dan keterbatasan kesadaran sebagai hambatan utama sertifikasi halal usaha mikro dan kecil. Temuan tersebut relevan dengan kondisi usaha Bik As yang masih dikelola secara tradisional. Strategi yang paling realistis ialah memulai dari inventarisasi bahan, memperbaiki pencatatan, mencari pendamping proses produk halal, kemudian mengajukan sertifikasi secara bertahap tanpa menghentikan kegiatan produksi.

3.1.4. Tanggung Jawab Sosial dan Orientasi Masalah

Usaha Bik As memberikan kontribusi sosial melalui pelibatan tenaga kerja tambahan ketika permintaan meningkat dan melalui kebiasaan berbagi produk kepada masyarakat sekitar. Praktik tersebut menunjukkan bahwa kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan pemilik, tetapi juga menghasilkan manfaat bagi lingkungan sosial. Dalam ekonomi syariah, orientasi masalah menempatkan kebermanfaatan sebagai ukuran penting keberhasilan bisnis. Keuntungan tetap diperlukan untuk menjaga kelangsungan usaha, namun cara memperoleh dan menggunakan keuntungan tidak boleh merusak kepentingan pihak lain. Keterlibatan masyarakat sekitar menjadikan pertumbuhan usaha berpotensi menciptakan efek ekonomi lokal yang lebih luas.

Tanggung jawab sosial pada usaha mikro tidak harus diwujudkan melalui program formal berbiaya besar. Bentuk yang lebih relevan dapat berupa pembayaran upah tepat waktu, prioritas terhadap tenaga kerja lokal, pembelian bahan dari pemasok sekitar, pengurangan limbah, dan pemberian produk yang masih baik untuk kegiatan sosial. Nilai utama terletak pada konsistensi dan tidak mengganggu keberlanjutan usaha. Ketika tanggung jawab sosial dicatat dan direncanakan, usaha dapat menilai manfaat yang telah diberikan tanpa menjadikannya sebagai beban yang tidak terukur. Praktik tersebut juga memperkuat identitas usaha sebagai bagian dari komunitas Desa Pipa Putih.

Orientasi masalah juga berkaitan dengan keamanan konsumen. Produk pangan yang halal tetapi diproses tanpa kebersihan memadai belum sepenuhnya memenuhi tujuan perlindungan jiwa dan kesehatan. Karena itu, tanggung jawab sosial harus dimulai dari pengendalian bahan, kebersihan pekerja, kondisi alat, penyimpanan, dan informasi daya simpan. Penjelasan bahwa produk bertahan sekitar 15 hari perlu didukung oleh praktik penyimpanan yang konsisten serta anjuran penyimpanan pada kemasan. Informasi tersebut membantu konsumen menghindari konsumsi produk yang telah menurun mutunya dan menunjukkan bahwa produsen bertanggung jawab setelah produk meninggalkan tempat produksi.

3.2. Pengelolaan Produk Kemplang Tunu

Kualitas produk kemplang tunu sangat ditentukan oleh bahan baku. Usaha memperoleh bahan dari pasar dan toko sembako dengan mempertimbangkan kesegaran ikan serta konsistensi tepung dan bumbu. Penyortiran dilakukan untuk memastikan bahan yang digunakan layak. Temuan ini memperlihatkan adanya pengendalian mutu pada tahap awal, meskipun masih mengandalkan pengalaman pemilik. Pengalaman merupakan aset penting karena membantu mengenali warna, aroma, tekstur, dan karakter bahan. Namun, pengetahuan yang hanya tersimpan pada satu orang berisiko sulit diwariskan kepada pekerja baru. Oleh sebab itu, kriteria penerimaan bahan perlu dirumuskan dalam bentuk daftar pemeriksaan sederhana.

Daftar pemeriksaan bahan dapat mencakup nama bahan, pemasok, tanggal pembelian, kondisi fisik, jumlah, dan keputusan diterima atau ditolak. Untuk ikan, indikator dapat meliputi aroma, warna, tekstur, dan kondisi penyimpanan saat diterima. Untuk bahan kemasan, indikator dapat meliputi kebersihan, ketebalan, dan kondisi penutup. Pencatatan tersebut membantu usaha menelusuri penyebab apabila terjadi perubahan rasa atau keluhan konsumen. Keterlacakan juga memperkuat jaminan halal karena asal bahan dan merek yang digunakan dapat dibuktikan. Jannah dan Al-Banna (2021) menekankan bahwa informasi keterlacakan memiliki arti penting bagi konsumen dan pelaku usaha dalam membangun keyakinan terhadap produk halal.

Pemilihan pemasok sebaiknya tidak hanya didasarkan pada harga terendah. Konsistensi mutu, ketersediaan, kejujuran pemasok, dan kemampuan menjaga kebersihan perlu menjadi pertimbangan. Pada bahan yang memiliki label halal, usaha dapat menyimpan foto atau salinan label sebagai arsip. Apabila merek bahan berubah karena stok tidak tersedia, perubahan tersebut perlu dicatat dan diperiksa kembali. Kebiasaan ini penting karena komposisi bahan olahan dapat berubah meskipun jenis produknya sama. Dengan membangun daftar pemasok utama dan alternatif, usaha dapat mengurangi risiko berhentinya produksi tanpa mengorbankan prinsip halal dan mutu.

3.2.1. Proses Produksi, Kebersihan, dan Standardisasi

Proses produksi dilakukan melalui tahapan yang relatif sistematis, mulai dari persiapan bahan, pencampuran adonan, pembentukan, hingga pemanggangan. Kebersihan alat dan area kerja juga diperhatikan. Keteraturan tahapan ini merupakan dasar yang baik untuk membentuk standar operasional prosedur. SOP tidak harus panjang; setiap tahapan dapat diringkas dalam urutan kerja, takaran, perkiraan waktu, indikator keberhasilan, dan tindakan apabila hasil tidak sesuai. Standardisasi dibutuhkan agar produk tidak hanya baik ketika dikerjakan langsung oleh pemilik, tetapi juga tetap konsisten ketika dikerjakan oleh pekerja lain.

Tahap pencampuran perlu memiliki takaran yang jelas karena perbandingan ikan, tepung, garam, dan bumbu memengaruhi rasa, tekstur, serta kemampuan produk bertahan selama penyimpanan. Takaran berbasis kebiasaan dapat menghasilkan produk yang baik, tetapi sulit direplikasi ketika jumlah produksi berubah. Penggunaan alat ukur sederhana seperti timbangan dapat memperkecil variasi antarbatches. Pencatatan hasil setiap batch juga membantu menemukan hubungan antara bahan, cuaca, waktu pemanggangan, dan mutu produk. Dengan demikian, standardisasi tidak menghilangkan karakter tradisional, melainkan melindungi cita rasa tradisional agar tetap sama pada skala produksi yang lebih besar.

Kebersihan harus dipahami sebagai sistem yang mencakup pekerja, alat, bahan, air, ruang produksi, dan pengendalian hama. Pekerja perlu mencuci tangan, menggunakan pakaian kerja yang bersih, dan menghindari aktivitas yang dapat mencemari produk. Alat yang bersentuhan langsung dengan bahan harus dibersihkan sebelum dan setelah digunakan. Bahan mentah dan produk matang perlu ditempatkan secara terpisah untuk mengurangi kontaminasi silang. Meskipun penelitian tidak menemukan masalah kebersihan yang berarti, penyusunan jadwal pembersihan akan memperkuat praktik yang telah berjalan dan menjadi bukti ketika usaha mengikuti proses sertifikasi atau pemeriksaan.

Pemanggangan merupakan tahap yang menentukan tingkat kematangan, aroma, warna, dan tekstur. Karena proses tunu sangat dipengaruhi keterampilan, usaha dapat menetapkan contoh produk standar sebagai pembanding visual. Produk yang terlalu matang, kurang matang, retak, atau berubah bentuk perlu dicatat jumlahnya untuk mengetahui tingkat kehilangan produksi. Pencatatan produk tidak sesuai tidak bertujuan menyalahkan pekerja, tetapi menjadi dasar evaluasi metode kerja. Jika jumlah produk tidak sesuai meningkat pada kondisi tertentu, pemilik dapat menyesuaikan waktu, panas, ketebalan adonan, atau pembagian tugas.

3.2.2. Konsistensi Rasa, Aroma, dan Pengendalian Mutu

Rasa dan aroma dijaga melalui konsistensi penggunaan bahan dan takaran. Produk yang tidak memenuhi standar dipisahkan sebelum dijual. Praktik ini menunjukkan adanya kontrol mutu berbasis pengalaman. Kekuatan utama produk tradisional adalah karakter rasa yang dikenali konsumen. Perubahan kecil dapat memengaruhi pembelian ulang karena konsumen membandingkan produk dengan pengalaman sebelumnya. Oleh karena itu, konsistensi bukan hanya persoalan teknis produksi, tetapi bagian dari amanah merek kepada konsumen. Ketika usaha menyatakan produknya sebagai Kemplang Tunu Bik As, konsumen mengharapkan rasa, aroma, dan tekstur tertentu pada setiap pembelian.

Pengendalian mutu dapat dilakukan melalui pemeriksaan pada tiga tahap. Pertama, pemeriksaan bahan sebelum produksi. Kedua, pemeriksaan selama pencampuran dan pemanggangan. Ketiga, pemeriksaan produk akhir sebelum pengemasan. Pada tahap akhir, usaha dapat memeriksa warna, aroma, tingkat kematangan, bentuk, kebersihan, dan kondisi kemasan. Hasil pemeriksaan tidak harus dicatat secara rumit; tanda centang pada lembar produksi sudah cukup untuk menunjukkan bahwa kontrol dilakukan. Ketika muncul keluhan, catatan produksi dapat digunakan untuk menelusuri batch dan menentukan tindakan perbaikan.

Produk yang tidak memenuhi standar perlu dibedakan antara yang tidak layak konsumsi dan yang masih aman tetapi tidak memenuhi standar penampilan. Produk yang tidak aman harus dibuang agar tidak menimbulkan risiko bagi konsumen. Produk yang hanya berbeda bentuk dapat dimanfaatkan secara terbatas dengan informasi yang jujur, misalnya dijual sebagai produk kelas berbeda atau digunakan untuk konsumsi internal. Pemisahan ini mengurangi pemborosan tanpa mengaburkan mutu. Prinsip syariah menuntut agar kekurangan yang relevan tidak

disembunyikan. Karena itu, produk dengan mutu berbeda tidak seharusnya dicampur dalam kemasan yang sama tanpa penjelasan.

3.2.3. Kemasan, Label, dan Daya Simpan

Kemasan yang digunakan masih sederhana berupa plastik, tetapi telah menjalankan fungsi dasar sebagai pelindung produk. Kesederhanaan kemasan sesuai dengan skala usaha, namun masih terdapat ruang peningkatan dari sisi keamanan, informasi, estetika, dan identitas merek. Kemasan merupakan titik pertemuan antara produk dan konsumen, terutama ketika penjualan tidak dilakukan langsung oleh pemilik. Melalui kemasan, usaha dapat menyampaikan nama produk, komposisi, berat bersih, tanggal produksi, anjuran penyimpanan, perkiraan kedaluwarsa, identitas produsen, kontak, serta status sertifikasi halal ketika telah diperoleh.

Informasi pada label memperkuat transparansi dan mengurangi gharar. Konsumen mengetahui apa yang dibeli, siapa produsennya, dan bagaimana produk sebaiknya disimpan. Label juga membantu usaha membedakan produknya dari pesaing tanpa harus menggunakan promosi berlebihan. Desain kemasan dapat mengangkat identitas kemplang tunu sebagai pangan tradisional Desa Pipa Putih. Penggunaan unsur lokal, cerita singkat produk, dan tampilan yang bersih dapat meningkatkan nilai tambah, tetapi informasi utama tetap harus mudah dibaca. Branding yang baik tidak menggantikan mutu; branding berfungsi menyampaikan mutu dan identitas secara konsisten.

Kesegaran dijaga melalui teknik penyimpanan dan pengemasan setelah produk dingin. Produk disebut dapat bertahan sekitar 15 hari. Informasi ini perlu diperlakukan sebagai perkiraan berdasarkan pengalaman, bukan klaim absolut pada semua kondisi. Daya simpan dipengaruhi kadar air, tingkat kematangan, kebersihan, kualitas kemasan, suhu, kelembapan, dan frekuensi kemasan dibuka. Untuk meningkatkan kepastian, usaha dapat melakukan pengamatan sederhana terhadap beberapa batch pada kondisi penyimpanan yang sama dan mencatat perubahan aroma, tekstur, serta munculnya tanda kerusakan. Hasil pengamatan dapat menjadi dasar penetapan batas konsumsi yang lebih hati-hati.

Pemilihan kemasan yang lebih rapat dapat membantu menjaga kerenyahan dan mengurangi paparan udara lembap. Namun, perubahan kemasan perlu mempertimbangkan biaya agar harga tetap terjangkau bagi konsumen utama. Usaha dapat menyediakan beberapa ukuran, misalnya kemasan ekonomis untuk konsumsi harian dan kemasan lebih kuat untuk oleh-oleh atau pengiriman. Perbedaan harga harus dikaitkan dengan perbedaan berat, mutu kemasan, dan biaya distribusi secara terbuka. Pendekatan bertahap ini menjaga aksesibilitas produk sekaligus membuka segmen pasar baru.

3.2.4. Pemasaran Syariah dan Peluang Digitalisasi

Pemasaran usaha saat ini bertumpu pada kepercayaan, hubungan langsung, dan reputasi dari mulut ke mulut. Pola tersebut sesuai dengan karakter usaha lokal dan terbukti mampu mempertahankan pelanggan. Namun, ketergantungan penuh pada jaringan personal membatasi jangkauan pasar. Digitalisasi dapat digunakan sebagai alat memperluas akses tanpa menghilangkan nilai tradisional. Foto produk, informasi harga, lokasi pemesanan, dan jadwal ketersediaan dapat disampaikan melalui WhatsApp Business atau media sosial. Penggunaan kanal digital tidak harus dimulai dari marketplace yang kompleks; saluran yang paling mudah dikelola dapat menjadi tahap awal.

Dalam perspektif syariah, pemasaran digital harus tetap menjaga kejujuran visual dan informasi. Foto tidak boleh menampilkan ukuran yang menyesatkan, keterangan stok harus diperbarui, biaya pengiriman dijelaskan, dan waktu pengiriman disepakati. Apabila produk rentan berubah tekstur selama pengiriman jauh, risiko tersebut perlu disampaikan sebelum transaksi. Kilay et al. (2022) menunjukkan bahwa layanan e-payment dan e-commerce dapat memperkuat kinerja rantai pasok UMKM, tetapi manfaatnya bergantung pada kesiapan proses usaha. Karena itu, digitalisasi Bik As sebaiknya dilakukan setelah daftar harga, kapasitas produksi, metode pembayaran, dan standar pengemasan cukup jelas.

Pembayaran digital dapat menambah pilihan bagi konsumen dan memudahkan pencatatan transaksi. Akan tetapi, usaha perlu membedakan dana pribadi dan dana usaha agar arus kas dapat dipantau. Setiap transaksi masuk, biaya bahan, upah, kemasan, dan biaya pengiriman sebaiknya dicatat secara sederhana. Pencatatan tersebut membantu menilai apakah peningkatan penjualan benar-benar meningkatkan keuntungan. Digitalisasi tanpa pencatatan dapat membuat omzet terlihat meningkat sementara biaya yang tersembunyi tidak terukur. Dalam model bisnis syariah, transparansi keuangan internal merupakan bagian dari amanah pengelolaan harta.

Pengembangan pasar juga dapat dilakukan melalui kerja sama dengan toko oleh-oleh, warung, kelompok UMKM, pemerintah desa, atau kegiatan pameran. Kerja sama harus menjelaskan harga beli, harga titip jual, risiko produk

tidak terjual, waktu pembayaran, dan tanggung jawab atas kerusakan. Kesepakatan yang jelas mengurangi gharar dan melindungi hubungan jangka panjang. Adinugraha et al. (2024) menekankan bahwa integrasi industri halal, ekonomi digital, dan ekonomi kreatif membuka peluang bagi UMKM, tetapi masih memerlukan peningkatan literasi digital, inovasi, dan dukungan lintas pihak. Produk kemplang tunu memiliki modal budaya yang kuat untuk dikembangkan dalam arah tersebut.

3.3. Interpretasi Model Bisnis Syariah pada Usaha Bik As

Berdasarkan keseluruhan temuan, model bisnis usaha Bik As dapat diinterpretasikan melalui empat unsur utama, yaitu penciptaan nilai, penyampaian nilai, penerimaan nilai ekonomi, dan tata kelola syariah. Penciptaan nilai berasal dari pengolahan bahan halal menjadi kemplang tunu dengan rasa yang konsisten dan identitas lokal. Penyampaian nilai berlangsung melalui hubungan langsung, pelayanan yang jujur, dan kemudahan konsumen memperoleh produk. Penerimaan nilai ekonomi berasal dari penjualan produk dan digunakan untuk melanjutkan produksi serta memberikan pendapatan bagi pihak yang terlibat. Tata kelola syariah menjadi batas yang mengarahkan semua unsur tersebut agar bebas riba, gharar, maisir, penipuan, dan ketidakadilan.

Proposisi nilai utama usaha bukan hanya makanan ringan, tetapi kombinasi antara cita rasa tradisional, kesegaran, kehalalan bahan, keterbukaan proses, dan kepercayaan sosial. Nilai tersebut sulit ditiru apabila hanya dipahami sebagai resep karena sebagian berasal dari reputasi dan hubungan yang dibangun dalam waktu lama. Keunggulan ini perlu diterjemahkan ke dalam identitas yang lebih jelas agar tetap dikenali ketika produk dipasarkan di luar lingkungan lokal. Sertifikat halal, label yang informatif, dan kemasan yang konsisten berfungsi sebagai pengganti sebagian kepercayaan personal ketika pembeli belum mengenal produsen.

Sumber daya utama usaha meliputi keterampilan produksi, resep dan pengalaman, tenaga kerja keluarga, hubungan dengan pemasok, kepercayaan konsumen, serta akses terhadap bahan baku. Di antara sumber daya tersebut, pengalaman pemilik dan reputasi merupakan aset tidak berwujud yang sangat penting. Risiko muncul apabila pengetahuan hanya dikuasai satu orang. Dokumentasi takaran, tahapan produksi, standar mutu, dan daftar pemasok akan membantu proses transfer pengetahuan. Dengan demikian, standarisasi bukan sekadar kebutuhan administratif, tetapi strategi menjaga keberlanjutan model bisnis ketika terjadi perubahan tenaga kerja atau peningkatan permintaan.

Struktur biaya usaha terutama berkaitan dengan bahan baku, tenaga kerja tambahan, energi pemanggangan, kemasan, dan distribusi. Penelitian tidak menyajikan angka biaya secara rinci, sehingga efisiensi tidak dapat dihitung secara kuantitatif. Namun, temuan mengenai keterbatasan tenaga kerja dan pengaruh cuaca menunjukkan bahwa kapasitas produksi dapat berubah. Pencatatan biaya per batch akan membantu pemilik menentukan harga yang adil dan menghindari keputusan berdasarkan perkiraan semata. Harga yang terlalu rendah dapat mengancam keberlanjutan, sedangkan harga terlalu tinggi tanpa dasar dapat merugikan konsumen. Keseimbangan tersebut merupakan bagian dari prinsip keadilan.

Hubungan pelanggan dibangun melalui kepercayaan, pelayanan yang sama, dan konsistensi produk. Hubungan semacam ini merupakan kekuatan sekaligus ketergantungan. Ketika pelanggan utama berkurang atau persaingan meningkat, penjualan dapat terpengaruh. Oleh karena itu, usaha perlu memperluas basis pelanggan tanpa mengabaikan pelanggan lama. Strateginya dapat berupa variasi ukuran kemasan, pemesanan untuk kegiatan keluarga, pemasaran oleh-oleh, dan komunikasi digital. Setiap pengembangan harus diuji secara bertahap agar tidak melebihi kapasitas produksi dan menurunkan mutu.

Model bisnis syariah yang ideal tidak berhenti pada kepatuhan terhadap larangan, tetapi juga mendorong produktivitas, inovasi, dan kemanfaatan. Irma Damayanti dan Novien Rialdy (2024) mengaitkan manajemen bisnis syariah dengan peningkatan daya saing UMKM halal. Pada Bik As, nilai syariah telah menjadi modal sosial dan etis, tetapi daya saing masih perlu diperkuat melalui legalitas halal, standarisasi, pencatatan, kemasan, dan pemasaran. Dengan demikian, arah pengembangan yang paling sesuai bukan mengganti karakter usaha tradisional, melainkan memperkuat sistem di sekitar karakter tersebut.

3.4. Faktor Pendukung Penerapan Model Bisnis Syariah

Faktor pendukung utama adalah komitmen pemilik terhadap kehalalan, kejujuran, dan larangan bunga. Komitmen tersebut membentuk keputusan sehari-hari tanpa menunggu adanya pengawasan eksternal. Nilai religius menjadi mekanisme kontrol internal yang mendorong pemilik menjaga bahan, transaksi, dan hubungan dengan konsumen. Keberadaan kontrol internal sangat penting pada usaha mikro karena sistem formal belum berkembang. Namun, agar komitmen dapat diwariskan kepada pekerja, nilai tersebut perlu dijelaskan melalui aturan kerja dan contoh nyata, bukan hanya diasumsikan telah dipahami oleh semua pihak.

Dukungan keluarga merupakan faktor berikutnya. Keluarga menyediakan tenaga, pengetahuan, fleksibilitas, dan kepercayaan yang membantu usaha bertahan. Pada saat permintaan berubah, anggota keluarga dapat menyesuaikan peran lebih cepat dibandingkan struktur organisasi formal. Meskipun demikian, dukungan keluarga perlu diatur secara adil. Pembagian tugas, waktu kerja, hak atas pendapatan, dan penggunaan aset rumah tangga perlu dibicarakan agar usaha tidak menimbulkan beban tersembunyi. Ketika skala bertambah, pencatatan kontribusi keluarga akan membantu memisahkan biaya usaha dari bantuan sukarela.

Kepercayaan konsumen juga menjadi faktor pendukung yang sangat kuat. Loyalitas pelanggan mengurangi biaya promosi dan memberikan umpan balik langsung terhadap mutu. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman berulang, bukan hanya klaim produsen. Oleh sebab itu, setiap perubahan bahan, ukuran, harga, atau kemasan perlu dikelola hati-hati. Kepercayaan dapat menjadi pintu masuk untuk memperkenalkan pembaruan, asalkan konsumen memahami alasan dan manfaatnya. Widigdo dan Triyanto (2024) menunjukkan bahwa pengetahuan dan kepatuhan berperan dalam peningkatan intensi sertifikasi halal UMKM; dukungan pelanggan dapat memperkuat motivasi pelaku usaha untuk menempuh proses tersebut.

Potensi lokal Desa Pipa Putih dan identitas kuliner Sumatera Selatan juga mendukung keberlanjutan usaha. Kemplang tunu memiliki nilai budaya dan dapat diposisikan sebagai produk pangan khas, bukan hanya barang konsumsi biasa. Identitas lokal memberikan peluang diferensiasi terhadap produk pabrikaan. Agar potensi tersebut menghasilkan nilai ekonomi, narasi lokal perlu didukung mutu, kemasan, dan ketersediaan yang konsisten. Dengan demikian, warisan kuliner menjadi aset model bisnis apabila dikelola secara bertanggung jawab dan tidak sekadar digunakan sebagai simbol promosi.

3.5. Faktor Penghambat dan Risiko Usaha

Keterbatasan sumber daya manusia merupakan penghambat utama. Produksi yang mengandalkan keterampilan manual membutuhkan waktu dan pengalaman. Ketika permintaan meningkat, usaha memerlukan tenaga tambahan, tetapi pekerja baru mungkin belum menghasilkan mutu yang sama. Keterbatasan ini dapat menyebabkan keterlambatan pesanan atau penurunan kualitas. Solusinya bukan langsung menambah banyak pekerja, melainkan menyusun tahapan kerja, membagi pekerjaan yang mudah diajarkan, dan melakukan pelatihan secara bertahap. Pemilik dapat mempertahankan kendali pada tahapan kritis sambil mendelegasikan persiapan, pengemasan, atau pembersihan.

Persaingan usaha juga menjadi hambatan. Banyaknya produk sejenis dapat mendorong perang harga, sedangkan usaha kecil memiliki ruang terbatas untuk menekan biaya. Persaingan sebaiknya dihadapi melalui diferensiasi yang jujur, yaitu mutu ikan, konsistensi rasa, kebersihan, kehalalan, pelayanan, dan identitas lokal. Menurunkan harga secara terus-menerus dapat mengurangi kemampuan membeli bahan berkualitas dan membayar tenaga kerja secara adil. Sebaliknya, nilai tambah yang dapat dibuktikan memberi alasan kepada konsumen untuk memilih produk meskipun harganya tidak paling rendah.

Faktor cuaca memengaruhi kelancaran produksi dan mutu. Kelembapan dapat memengaruhi proses pengeringan, pemanggangan, dan daya simpan, sedangkan hujan dapat menghambat distribusi atau ketersediaan bahan. Risiko cuaca perlu dimasukkan ke dalam perencanaan produksi. Usaha dapat menyiapkan stok bahan yang aman, mengatur jadwal produksi berdasarkan perkiraan permintaan, memperbaiki ruang penyimpanan, dan menggunakan kemasan yang lebih tahan terhadap kelembapan. Pencatatan kondisi cuaca dan hasil produksi dapat membantu mengenali pola masalah yang sebelumnya hanya dianggap sebagai kejadian biasa.

Keterbatasan administrasi merupakan hambatan yang tersirat dari belum adanya SOP, pencatatan, dan sertifikasi formal. Administrasi sering dipandang tidak menghasilkan pendapatan langsung, sehingga ditunda. Padahal, catatan merupakan dasar untuk menghitung biaya, mengajukan pembiayaan, mengikuti program bantuan, memperoleh sertifikat, dan membangun kerja sama. Administrasi yang dibutuhkan usaha mikro dapat dibuat sangat sederhana. Satu buku atau lembar kerja dapat memuat pembelian, produksi, penjualan, utang-piutang, upah, dan keluhan. Konsistensi lebih penting daripada penggunaan aplikasi yang rumit.

Hambatan digital juga perlu diperhatikan. Adopsi media sosial atau pembayaran elektronik dapat membuka pasar, tetapi menambah pekerjaan berupa menjawab pesan, memperbarui stok, mengelola pengiriman, dan membuat konten. Adinugraha et al. (2024) menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital dan akses pasar masih menjadi tantangan UMKM. Karena itu, usaha sebaiknya memilih satu kanal utama dan menetapkan waktu pelayanan. Perluasan kanal dilakukan setelah proses pertama stabil. Pendekatan ini mencegah digitalisasi menjadi sumber ketidakteraturan yang justru menurunkan kepercayaan konsumen.

3.6. Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Syariah

Strategi pertama adalah legalisasi dan penguatan jaminan halal. Tahap awal meliputi inventarisasi seluruh bahan, pemeriksaan label atau dokumen halal bahan olahan, pemetaan tahapan produksi, dan penunjukan pihak yang bertanggung jawab. Setelah itu, usaha dapat mencari pendamping yang memahami prosedur sertifikasi untuk usaha mikro dan kecil. Proses ini perlu dilakukan tanpa membuat klaim yang belum diperoleh. Selama sertifikat belum terbit, usaha dapat menyampaikan informasi bahan dan proses secara jujur, tetapi tidak menggunakan label halal resmi secara tidak sah.

Strategi kedua adalah penyusunan SOP ringkas untuk penerimaan bahan, pencampuran, pembentukan, pemanggangan, pendinginan, pengemasan, penyimpanan, dan pembersihan. Setiap SOP cukup memuat tujuan, langkah, alat, indikator mutu, dan penanggung jawab. SOP dapat diuji selama beberapa kali produksi lalu diperbaiki sesuai kondisi nyata. Pelibatan pekerja penting agar aturan tidak hanya dibuat oleh pemilik, tetapi benar-benar dapat diterapkan. Standardisasi juga memudahkan pelatihan tenaga tambahan saat permintaan meningkat.

Strategi ketiga adalah pembukuan sederhana dan pemisahan keuangan. Pendapatan penjualan, pembelian bahan, upah, biaya energi, kemasan, transportasi, dan pengeluaran pribadi perlu dibedakan. Dari catatan tersebut, pemilik dapat menghitung biaya produksi dan margin dengan lebih tepat. Apabila diperlukan modal tambahan, data usaha akan membantu memilih jumlah pembiayaan yang sesuai kemampuan. Pembiayaan syariah hanya akan bermanfaat apabila usaha memahami arus kas dan tujuan penggunaan dana. Prinsip kehati-hatian mencegah usaha mengambil kewajiban yang lebih besar daripada kapasitas produksinya.

Strategi keempat adalah perbaikan kemasan dan merek secara bertahap. Prioritas pertama ialah keamanan dan informasi, kemudian estetika. Label sederhana yang rapi dapat memuat nama Bik As Kemplang, komposisi, berat, tanggal produksi, anjuran penyimpanan, kontak, dan alamat produksi. Setelah sertifikasi diperoleh, label halal dapat dicantumkan sesuai ketentuan. Usaha dapat menguji dua atau tiga ukuran kemasan dan meminta tanggapan pelanggan. Keputusan desain sebaiknya mempertimbangkan biaya, kemudahan dibawa, perlindungan produk, dan kesesuaian dengan identitas lokal.

Strategi kelima adalah pemasaran digital yang terkendali. Akun usaha dapat memuat katalog, harga, jadwal pemesanan, lokasi, dan testimoni yang benar. Pesanan dicatat dengan nomor, jumlah, waktu pengambilan atau pengiriman, dan status pembayaran. Pembayaran digital dapat digunakan sebagai tambahan, bukan pengganti seluruh metode. Setelah proses stabil, usaha dapat bekerja sama dengan toko oleh-oleh atau penjual kembali. Setiap kerja sama dibuat dengan kesepakatan tertulis sederhana agar harga, pembayaran, retur, dan risiko kerusakan dipahami kedua pihak.

Strategi keenam adalah penguatan sumber daya manusia dan pembagian peran. Pemilik dapat mengidentifikasi pekerjaan yang paling menentukan mutu dan pekerjaan yang mudah didelegasikan. Pelatihan dilakukan melalui contoh, praktik, dan pemeriksaan hasil. Tenaga tambahan yang telah mahir dapat diberi tanggung jawab lebih besar serta imbalan yang sebanding. Pendekatan ini menggabungkan efisiensi dengan keadilan. Peningkatan kapasitas tidak hanya menaikkan jumlah produksi, tetapi juga mengurangi ketergantungan pada satu orang dan menjaga keberlanjutan usaha.

Strategi ketujuh adalah membangun jejaring pendukung. Pemerintah desa, dinas terkait, perguruan tinggi, lembaga pendamping halal, kelompok UMKM, dan lembaga keuangan syariah dapat memiliki peran berbeda. Bantuan yang dibutuhkan tidak selalu berupa dana; pelatihan kemasan, pembukuan, perizinan, pemasaran, dan sertifikasi sering lebih penting. KNEKS (2019) menempatkan penguatan rantai nilai halal, UMKM, keuangan syariah, dan ekonomi digital sebagai strategi yang saling berkaitan. Pada tingkat usaha Bik As, keterkaitan tersebut dapat diwujudkan melalui pendampingan yang konkret dan sesuai kapasitas.

3.7. Implikasi Temuan Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis syariah pada usaha mikro dapat muncul sebagai praktik nilai sebelum menjadi sistem formal. Kejujuran, larangan bunga, kejelasan transaksi, kehalalan bahan, keadilan, dan kepedulian sosial telah diterapkan melalui kebiasaan. Namun, pertumbuhan usaha menuntut transformasi dari nilai personal menjadi tata kelola yang dapat direplikasi. Temuan ini memperluas pemahaman bahwa penerapan syariah tidak cukup dinilai dari sumber pembiayaan atau label halal saja, tetapi harus dilihat pada seluruh proses penciptaan, penyampaian, dan penerimaan nilai.

Secara praktis, usaha Bik As memiliki fondasi yang cukup kuat untuk dikembangkan karena tidak memulai dari kondisi tanpa nilai syariah. Prioritas pengembangan adalah mendokumentasikan praktik baik yang telah berjalan, memperbaiki aspek yang belum formal, dan mengurangi risiko operasional. Sertifikasi halal, SOP, pembukuan, kemasan, dan digitalisasi harus diposisikan sebagai alat untuk memperkuat kepercayaan, bukan sebagai perubahan

yang menghilangkan karakter lokal. Pendekatan bertahap lebih sesuai daripada ekspansi cepat karena kapasitas tenaga kerja dan proses produksi masih terbatas.

Bagi pemerintah dan pendamping UMKM, hasil penelitian menunjukkan perlunya program yang sederhana, dekat, dan berkelanjutan. Pelaku usaha tidak cukup diberi sosialisasi satu kali; mereka memerlukan bantuan menyiapkan dokumen, memilih bahan, menyusun SOP, menghitung biaya, dan menggunakan kanal digital. Fathoni et al. (2025) menekankan pentingnya dukungan finansial, penyederhanaan proses, dan edukasi dalam memperluas akses sertifikasi. Dukungan tersebut akan lebih efektif apabila menggunakan praktik harian usaha sebagai titik awal, bukan memaksakan sistem yang terlalu kompleks.

Penelitian ini juga memperlihatkan pentingnya pangan tradisional dalam pembangunan ekonomi lokal. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir (2025) menunjukkan pertumbuhan sektor penyediaan akomodasi dan makan minum yang tinggi pada tahun 2024, sehingga pengembangan pangan lokal memiliki konteks ekonomi yang relevan. Namun, peluang pertumbuhan harus diikuti penguatan mutu dan tata kelola agar manfaat tidak hanya dinikmati dalam jangka pendek. Kemplang tunu dapat menjadi penghubung antara budaya lokal, lapangan kerja, ekonomi halal, dan pemasaran daerah.

Keterbatasan penelitian terletak pada pendekatan studi kasus dan jumlah informan yang terbatas, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh usaha kemplang tunu. Data keuangan, volume produksi, margin, dan perubahan permintaan juga belum disajikan secara kuantitatif. Oleh karena itu, analisis efisiensi dan kelayakan strategi pengembangan masih bersifat interpretatif. Penelitian berikutnya dapat membandingkan beberapa produsen, mengukur biaya dan pendapatan, menilai kesiapan sertifikasi halal, serta menguji pengaruh kemasan atau pemasaran digital terhadap penjualan. Meskipun demikian, kedalaman data lapangan pada penelitian ini tetap memberikan gambaran penting mengenai praktik bisnis syariah pada usaha pangan tradisional.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan model bisnis syariah pada usaha Kemplang Tunu Bik As di Desa Pipa Putih telah berjalan dengan cukup baik. Hal ini ditunjukkan melalui praktik usaha yang menghindari unsur riba, gharar, dan maisir, serta menerapkan nilai kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam setiap aktivitas bisnis. Produk yang dihasilkan telah memenuhi prinsip halal baik dari segi bahan baku maupun proses produksi, meskipun belum memiliki sertifikasi halal secara formal. Selain itu, usaha ini juga menunjukkan adanya tanggung jawab sosial melalui keterlibatan masyarakat sekitar dalam kegiatan produksi serta hubungan sosial yang harmonis dengan konsumen. Dari sisi operasional, kualitas bahan baku, proses pengolahan, rasa dan aroma, kemasan, serta kesegaran produk telah dikelola dengan baik sehingga menghasilkan produk yang konsisten dan mampu memenuhi harapan konsumen. Faktor pendukung utama dalam penerapan model bisnis syariah pada usaha ini meliputi komitmen terhadap kehalalan dan kejujuran, tidak menggunakan pembiayaan berbasis bunga, serta adanya kerja sama keluarga dalam menjalankan usaha. Sementara itu, faktor penghambat yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia dan meningkatnya persaingan usaha sejenis. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa usaha skala kecil memiliki potensi untuk menerapkan prinsip ekonomi syariah secara praktik, namun masih memerlukan penguatan dalam aspek formal seperti sertifikasi halal, standarisasi proses produksi, dan pengelolaan usaha yang lebih sistematis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian serta mengembangkan strategi peningkatan daya saing berbasis prinsip syariah agar memberikan manfaat yang lebih luas bagi perekonomian masyarakat.

Referensi

1. Aried, L., Muhammad Abdurrohman Akbar, F., & Rosidta, A. (2024). Pengembangan model pembiayaan syariah untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(2).
2. Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dalam pandangan Islam. *El-Faqih: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam*, 5(1).
3. Badan Pusat Statistik. (2023). Serah terima data dan laporan hasil PL-KUMKM 2023. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
4. Endang Rahim, & Roni Mohamad. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *Mutawazin: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 15–26.
5. Hermawan Kartajaya, & Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah marketing*. Bandung: Mizan
6. Irdan Listia Andani Nurdiansyah. (2022). Keadilan distributif dalam ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 4(2).
7. Irma Damayanti, & Novien Rialdy. (2024). Model manajemen bisnis syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM halal. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2).
8. Lexy J. Moleong. (1998). *Metodologi penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
9. Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
10. Yuda Mulia Ramadhan Sitepu. (2023). Peran UMKM dalam penanggulangan kemiskinan di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 1(1).

11. Adinugraha, H. H., Fikri, M. K., & Andrean, R. (2024). Halal industry, digital economy, and creative economy: Challenges and opportunities for MSMEs in Indonesia. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business*, 6(2), 155–182. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2024.6.2.23588>
12. Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir. (2025). Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Ogan Ilir tahun 2024. Ogan Ilir: Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Ilir.
13. Djunaidi, M., Oktavia, C. B. A., Fitriadi, R., & Setiawan, E. (2021). Perception and consumer behavior of halal product toward purchase decision in Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 22(2), 171–184. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol22.no2.171-184>
14. Fathoni, M. A., Priyatno, P. D., Faizi, Wiryanto, F. S., Rachbini, W., & Suryani. (2025). Unlocking barriers and strategies of halal certification for micro and small enterprises in Indonesia: Analytic network process approach. *Problems and Perspectives in Management*, 23(1), 169–180. [https://doi.org/10.21511/ppm.23\(1\).2025.13](https://doi.org/10.21511/ppm.23(1).2025.13)
15. Hidayat, M. T., & Witta, S. R. (2024). Halal certification and implications for MSMEs: A systematic literature review. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 3(1), 151–166. <https://doi.org/10.14421/jbmib.v3i1.2373>
16. Jamaluddin, J., Hidayatulloh, H., Zaini, A., & Sanawi, S. (2022). The problems of implementing halal certification through the self-declaration program for MSMEs in Indonesia: A case study. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 4(1), 30–36. <https://doi.org/10.33122/ijase.v4i1.221>
17. Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal awareness and halal traceability: Muslim consumers' and entrepreneurs' perspectives. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>
18. Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The influence of e-payment and e-commerce services on supply chain performance: Implications of open innovation and solutions for the digitalization of micro, small, and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
19. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2019). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024. Jakarta: KNEKS.
20. Menne, F., Surya, B., Yusuf, M., Suriani, S., Ruslan, M., & Iskandar, I. (2022). Optimizing the financial performance of SMEs based on sharia economy: Perspective of economic business sustainability and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010018>
21. Pemerintah Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Jakarta: Sekretariat Negara.
22. Pemerintah Republik Indonesia. (2024). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Jakarta: Sekretariat Negara.
23. Pratikto, H., Agustina, Y., & Kiranawati, T. M. (2023). The influence of various factors on MSME halal certification behavior: An analysis with intention as an intervening variable. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), e03444. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.3444>
24. Umami, M., Nada, S., & Anisa, N. L. (2023). Implementation halal product certification through self-declare program for MSEs products in Cirebon Regency. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 300–307. <https://doi.org/10.22219/jcse.v4i2.25058>
25. Widigdo, A. M. N., & Triyanto, A. (2024). Knowledge and compliance: The increasing intention of MSME's halal certification in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 25(1), 128–147. <https://doi.org/10.33736/ijbs.6904.2024>