



Analisis Nilai-Nilai Bisnis Islam pada UMKM Berdasarkan Pengetahuan Perempuan (Studi Kasus UMKM Pengrajin Emping Melinjo di Pandeglang)

**Asep Maksum¹, Faisal Sundani Kamaludin² Kuncoro Hadi³
Universitas Al Azhar Indonesia Jakarta¹⁻³**

asep_maksum@uai.ac.id¹, faisalsundani@uai.ac.id²
kuncoro_hadi@uai.ac.id³

Abstract

The purpose of this study is to analyze Islamic values in business based on women's knowledge in MSMEs emping melinjo in Pandeglang. Islamic business values studied include fundamental values (intangible value) and Islamic principle values (tangible value) in a business. The research method used is qualitative research method by obtaining primary data through interviews, Forum Group Discussion (FGD), and observation. The research sample came from mothers of emping melinjo craftsmen in Saketi District and Menes District, Pandeglang by being selected to be informants in this research using the purposive sampling method. The results showed that Islamic business values have intangibly influenced as a basis and guideline for MSMEs emping melinjo craftsmen, while for the implementation of more tangible Islamic values, an understanding and practice of more concrete strategies is still needed so that these Islamic values are implemented in MSMEs emping melinjo in Pandeglang.

Keywords: *Islamic Business Values; Women's Knowledge; MSMEs Emping Melinjo.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis nilai-nilai Islam dalam bisnis berdasarkan pengetahuan Perempuan pada UMKM emping melinjo di Pandeglang. Nilai-nilai bisnis Islam yang diteliti meliputi nilai-nilai fundamental (intangible value) dan nilai-nilai prinsip Islam (tangible value) dalam sebuah bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan memperoleh data primer melalui wawancara, *Forum Group Discussion (FGD)* dan observasi. Sampel penelitian berasal dari ibu-ibu pengrajin emping melinjo di Kecamatan Saketi dan Kecamatan Menes, Pandeglang dengan dipilih untuk menjadi informan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai bisnis Islam secara *intangible* telah memberikan pengaruh sebagai dasar dan pedoman bagi UMKM ibu-ibu pengrajin emping melinjo, sedangkan untuk implementasi nilai-nilai Islam yang lebih nyata (*tangible*) masih diperlukan suatu pemahaman dan praktek strategi lebih kongkrit agar nilai-nilai Islam ini diimplementasikan dalam UMKM emping melinjo di Pandeglang.

Kata Kunci: Nilai Bisnis Islam; Pengetahuan Perempuan; UMKM Emping Melinjo.

PENDAHULUAN

Perkembangan penduduk Muslim di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 237,56 juta jiwa atau sekitar 86% dari total penduduk Indonesia (Rizaty, 2022). Jumlah penduduk Muslim yang besar menciptakan gaya hidup halal berdasarkan nilai Islam ini sudah memberikan dampak pada sektor kesehatan, keselamatan dan keamanan, kemakmuran dan martabat manusia (Adinugraha & Sartika, 2019). Implementasi nilai-nilai Islam dalam tatanan masyarakat juga mempengaruhi konsep perdagangan (muamalah), ini terbukti dengan tumbuhnya industri-industri yang merambah sektor halal di Indonesia termasuk UMKM. Efek UMKM terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia dirasakan lewat produk barang yang dibutuhkan masyarakat dengan mengatasi pengangguran dan mampu menciptakan lapangan kerja (Alansori & Listyaningsih, 2020). Kondisi ini menggambarkan bahwa UMKM telah menjadi sektor penopang ekonomi masyarakat.

Di Kabupaten Pandeglang, proporsi penduduk beragama Islam hampir mencapai 99,84% (Kusnandar, 2021). Potensi demografis yang besar ini semestinya sejalan dengan gaya hidup sesuai nilai Islam dalam masyarakat. Namun demikian, masih rendahnya edukasi gaya hidup sesuai syariah di masyarakat Banten umumnya menyebabkan diperlukannya sosialisasi dan pendampingan untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam ekosistem halal ke dalam budaya lokal (Mursidah et al., 2023)

Sampai tahun 2022 tercatat 239,441 UMKM beroperasi di Kabupaten Pandeglang, yang didominasi oleh sektor kuliner sebanyak 119,284 UMKM (BPS Kabupaten Pandeglang, 2023). Salah bentuk UMKM primadona Pandeglang adalah emping melinjo yang banyak terdapat di Kecamatan Saketi dan Kecamatan Menes, wilayah pertengahan antara kota Pandeglang dengan daerah wisata Tanjung Lesung. Di dua kecamatan ini terdapat beberapa desa yang menggantungkan mata pencahariannya pada pembuatan emping melinjo. Produk emping melinjo ini sebagian besar masih dilakukan oleh skala *home industry* yang dasar keterampilannya adalah warisan pengetahuan dari generasi pendahulu penduduk.

Di Kecamatan Saketi dan Menes terdapat beberapa desa yang menggantungkan mata pencahariannya pada pembuatan emping melinjo. Produk emping melinjo ini sebagian besar masih dilakukan oleh skala *home industry* yang dasar keterampilannya adalah warisan pengetahuan dari generasi pendahulu penduduk. Keterampilan pengetahuan emping melinjo ini sebagian besar dilakukan oleh para ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok-kelompok kecil yang membentuk komunitas pengrajin emping melinjo. Pola distribusi produk emping melinjo sebagian besar didistribusikan kepada toko-toko penjual oleh-oleh di Pandeglang, Kota Serang, Kota Cilegon dan Jakarta (Akbari & Khadijah, 2020). Daya saing produk emping masih sangat minim mulai dari pengemasan, produksi sampai distribusi. Produk emping dikemas dengan plastik tipis dan hanya dengan *stapler* seadanya sehingga mengakibatkan mutu dari emping melinjo tidak bertahan lama karena air,



udara serta zat lainnya dapat mudah masuk dalam kemasan yang langsung mempengaruhi kualitas mutu emping melinjo (Kusuma et al., 2022).

Menurut data BPS pada tahun 2021- 2022 sumbangan perempuan terhadap pendapatan di Indonesia mencapai 37,22% dan 37, 17%, secara khusus di Kabupaten Pandeglang, untuk tahun tersebut sumbangan perempuan terhadap pendapatan mencapai 30,40% dan 29,69% (BPS , 2023) Angka ini menunjukkan bahwa perempuan berkontribusi lebih dari sepertiga perputaran pendapatan di Indonesia dan hampir 30% di Kabupaten Pandeglang. Saat ini peran perempuan dalam bisnis telah menjadi bagian yang tak terpisahkan baik sebagai pemilik, pelaku dan pemegang keputusan penting dalam entitas bisnis.

Islam merupakan agama yang mengatur segala aspek kehidupan manusia dan telah memberikan tuntunan kepada manusia dalam melakukan aktivitasnya baik urusan dunia dan urusan akhirat. Sebagai agama, Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk melakukan sesuatu asalkan berdasarkan nilai-nilai Islam dan memberikan manfaat. Dalam melakukan muamalah, setiap pebisnis dalam berdagang tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan saja, namun lebih dari itu mengharapkan keridhaan dan mencari keberkahan atas rezeki yang telah Allah SWT berikan.

Implementasi nilai-nilai Islam dalam bisnis menurut Silviyah & Lestari (2022), nilai tauhid merupakan prinsip utama untuk mengimplementasikan nilai Islam dalam UMKM kemudian diikuti oleh prinsip keadilan/keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Hal ini pun sejalan dengan hasil penelitian oleh (Oktarina & Mu'alim, 2017) yang menyatakan bahwa nilai Islam yang diterapkan dalam UMKM harus meliputi nilai tauhid, keseimbangan, bebas berkehendak dan tanggung jawab.

Penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh & Rimiyati (2016) menyatakan bahwa nilai-nilai Islam yang meliputi kejujuran, kemauan bekerja keras, menepati janji, tertib administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Implementasi variabel-variabel tersebut harus dilakukan secara simultan atau bersama-sama. Walaupun demikian, dalam prakteknya, para pelaku bisnis termasuk UMKM masih saja melakukan praktik-praktik yang jauh dari nilai-nilai Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Lubaba & Prasetyoningrum (2019), di beberapa UMKM masih ada praktek-praktek yang tidak sesuai dengan nilai atau etika bisnis Islam yaitu sikap tidak jujur, tidak tepat janji dan produksi yang tidak standar baik dari segi proses produksi dan bahan yang tidak higienis.

Para pelaku bisnis saat ini pada kenyataannya sudah banyak terjadi pergeseran nilai dalam melakukan bisnis misalnya banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, mengurangi timbangan atau takaran, gharar, penipuan, penimbunan, skandal, korupsi, kolusi, dan ijon (Lubaba & Prasetyoningrum, 2019). Penelitian oleh Sari et al., (2021) sebagian besar para pelaku UMKM masih melakukan praktek seperti melakukan tindakan curang dengan mengurangi takaran/kuantitas barang, melakukan kegiatan

menghadang pedagang (*talaqqi rukban*), dan monopoli pasar. Kondisi ini sudah pasti tidak mencerminkan nilai-nilai Islam dalam bisnis.

Perempuan berbisnis (*women entrepreneur*) mempunyai keunikan tersendiri dalam bisnis, menurut Aslam dalam (Noor et al., 2022) perempuan dalam bisnis mempunyai daya tarik dan dapat menginspirasi. Perempuan yang berasal dari keluarga bisnis memiliki level percaya diri yang tinggi dibandingkan perempuan yang bukan dari keluarga bisnis. Penelitian tentang perilaku UMKM dalam berbisnis sudah banyak dilakukan dengan menganalisis aspek nilai dan perilaku sesuai nilai-nilai Islam. Akan tetapi, penelitian tentang pelaku bisnis UMKM yang dilakukan oleh perempuan berdasarkan pengetahuan dan analisis kesesuaiannya berdasarkan nilai-nilai Islam dalam bisnis masih belum banyak dilakukan, Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis nilai-nilai Islam dalam bisnis UMKM berdasarkan pengetahuan perempuan (*women knowledge*) dengan ibu-ibu pengrajin UMKM emping melinjo sebagai pemilihan sampel. Penelitian ini sebagai upaya untuk memberikan kontribusi penelitian terkait implementasi nilai-nilai Islam dalam bisnis khusus UMKM berdasarkan pengetahuan perempuan.

KAJIAN LITERATUR

Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait dengan perempuan dalam melakukan kegiatan bisnis yaitu dilakukan oleh Diahsari et al. (2015) menyatakan bahwa perempuan melakukan bisnis didasari oleh berbagai latar belakang yang terdiri dari adanya kesempatan, paksaan dan kesengajaan serta ruang lingkup usaha yang didominasi oleh bisnis di level usaha menengah kecil dan mikro. Adapun pengetahuan ibu-ibu dalam membuat emping melinjo di Pandeglang adalah pengetahuan yang diturunkan secara turun temurun sebagai kegiatan untuk menambah penghasilan rumah tangga (Ayuningsih et al., 2023). Pengetahuan yang diwariskan tersebut memberikan petunjuk bahwa ibu-ibu pemilik usaha emping memiliki pengetahuan tentang produk yang tinggi, walaupun pengetahuan tentang mutu produk masih rendah karena tidak ada perubahan tentang mutu produk selama bertahun-tahun (Diah Delima et al., 2016)

Perempuan berbisnis (*women entrepreneur*) mempunyai keunikan tersendiri dalam bisnis, menurut Aslam dalam (Noor et al., 2022), perempuan dalam bisnis mempunyai daya tarik dan dapat menginspirasi. Perempuan yang berasal dari keluarga bisnis memiliki level kepercayaan diri yang tinggi dibandingkan dengan perempuan yang bukan dari keluarga bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Tlaiss (2014) menyatakan bahwa nilai-nilai Islam dipandang sebagai cara hidup bagi para perempuan di Uni Emirat Arab dalam membentuk perilaku bisnis dan pengambilan keputusan dalam bisnis. Penelitian ini menyoroti pentingnya nilai-nilai ini dalam konteks kewirausahaan dan menunjukkan bagaimana pengusaha perempuan di Uni Emirat Arab mengintegrasikan keyakinan mereka ke dalam praktik bisnis mereka. Senada dengan itu, penelitian Rafiki & Nasution (2019) menemukan



bahwa perempuan muslim menjalankan bisnis sebagai bagian ibadah kepada Allah, oleh karena itu nilai-nilai Islam harus terlihat dari niat, doa dan cara dalam berbisnis, selain itu berwirausaha merupakan suatu pekerjaan yang mulia dan menghasilkan sesuatu yang terhormat tempat dalam Islam.

Nilai-nilai Islam dalam bisnis bisa diimplementasikan dalam jenis bisnis lain seperti keuangan mikro, penelitian Hassan & Saleem (2017) menyatakan bahwa konsep maqasid Syariah dalam Islam digunakan dalam keuangan mikro Islam, yang bertujuan untuk memperkaya kesejahteraan laki-laki dan perempuan dengan memenuhi kebutuhan pembangunan dan sosial. Lebih lanjut, Forster & Fenwick (2015) dalam penelitiannya di Maroko, menyatakan bahwa nilai-nilai Islam yang terdiri dari kejujuran, transparansi, kekeluargaan, membantu orang lain, pengembangan diri, persaudaraan, kepercayaan, rasa hormat dan kerja sama berpengaruh terhadap pengeolaan sebuah bisnis.

Pentingnya penghayatan nilai Islam dalam bisnis harus benar dimaknai bahwa semangat kewirausahaan dimaksudkan tidak hanya untuk kepentingan diri sendiri tetapi juga untuk masyarakat lebih luas dan Islam juga mengajarkan umatnya melakukan kegiatan bisnis sebagai tindakan spiritual dan dengan menjalani kehidupan yang lebih berbudi luhur yang bermanfaat bagi masyarakat (Ayob & Saiyed, 2020).

Dalam penelitian ini, peneliti mengisi gap literatur dengan melakukan analisis implementasi nilai-nilai bisnis Islam pada UMKM perempuan di Pandeglang Banten.

Nilai-Nilai Islam dalam Bisnis

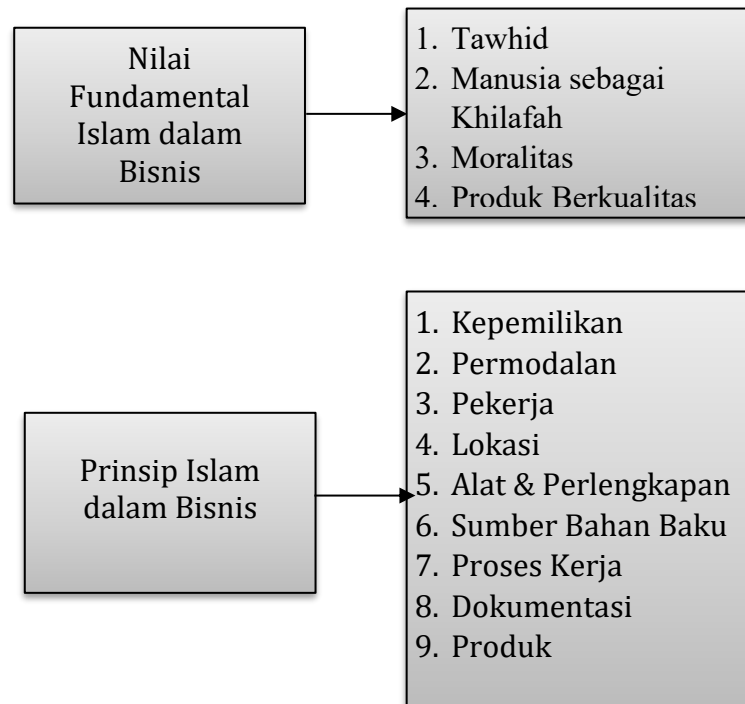
Nilai-nilai Islam dalam bisnis dalam artikel ini didasarkan kerangka yang disusun oleh Mohamed et al., (2016) dan Hijriah, (2016). Nilai-nilai itu terdiri dari nilai fundamental yang lebih ke nilai *intangibile* sebagai dasar nilai seseorang dalam melakukan bisnis dan prinsip Islam yang lebih ke nilai *tangible* untuk melihat standar suatu produk dan proses bisnis yang berkualitas. Nilai-nilai fundamental yang dijadikan landasan dalam berbisnis adalah tauhid, manusia sebagai khilafah, moralitas, dan kualitas produk Mohamed et al., (2016) . Sedangkan sembilan prinsip yang menjadi turunan dari nilai fundamental Islam yaitu asas kepemilikan (*ownership*), asas permodalan (*capitalization*), asas pekerja (*workers*), asas tempat usaha (*premises*), asas peralatan dan perlengkapan (*tools and equipment*), asas prinsip sumber bahan baku (*material resource*), asas proses kerja (*management*), asas dokumentasi (*documentation*) dan asas produk (*product*).

Dalam menghubungkan nilai-nilai Islam dengan kewirausahaan terdapat tiga pilar yang menjadi dasar yaitu terbukanya kesempatan yang luas dalam sosial, ekonomi dan adanya konektivitas nilai etika dan spiritual agama

yang menghubungkan manusia untuk mencari keridaan Allah (Gümüşay, 2015)

Menurut Maksum & Kamaludin (2023), kerangka teori nilai-nilai Islam tersebut jika dibuat dalam sebuah *framework* teori terlihat dalam Gambar 1:

Gambar 1 *Framework* Teori Nilai-Nilai Islam dalam Bisnis



Sumber : Maksum & Kamaludin (2023)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang secara umum bertujuan untuk memahami pengalaman dan perilaku partisipan (Patton, 2014). Secara spesifik, kualitatif adalah penelitian yang mengacu pada konsep dari makna, definisi, karakteristik, metafora, simbol dan hal lain berkaitan dengan deskripsi (Firmansyah et al., 2021). Data didapatkan melalui wawancara, *Focused Group Discussion (FGD)* dan observasi. Populasi berasal dari ibu-ibu pengrajin emping melinjo di Pandeglang Banten. Dengan menggunakan *purposive sampling*, sampel dipilih yaitu dua UMKM melinjo yang dijalankan oleh ibu-ibu pengrajin dari Kecamatan Saketi sebanyak sembilan orang dan ibu-ibu pengrajin Kecamatan Menes sebanyak 6 orang yang dipilih menjadi partisipan dalam penelitian ini. Pemilihan sampel berdasarkan kriteria mempunyai usaha lebih dari 10 tahun, keahlian membuat emping dilakukan secara turun-temurun dan mayoritas pemilik dan pekerja adalah ibu-ibu. Data yang dihasilkan berasal dari wawancara mendalam (*deep interview*), *FGD* dan observasi melalui kunjungan lapangan



ke UMKM emping melinjo. Analisis data menggunakan pendekatan deduktif yang menurut Bingham J. A & Witkowsky P (2022) cocok diaplikasikan untuk kodifikasi (*coding*) kode yang sudah disiapkan terlebih dahulu dalam data analisis. Dalam hal ini, kode-kode disiapkan sesuai dengan framework nilai-nilai bisnis Islam yang disarankan oleh Maksun & Kamaludin (2023).

PEMBAHASAN

1. Nilai-Nilai Islam Dalam Bisnis.

1.1. Tauhid

Implementasi konsep tauhid dalam menjalankan usaha sudah dilakukan oleh UMKM emping melinjo terlihat dari cara pandang para ibu-ibu pengrajin terhadap konsep tauhid dalam menjalankan ibadah kepada Allah, konsep rizki sebagai bagian dari kuasa Allah, dan konsep bersyukur serta qana'ah terhadap nikmat yang mereka terima. Informan A yang menyatakan:

"Alhamdulillah A, usaha ini Ibu diniatkan untuk Allah, percaya ke Gusti Allah. Sejuta sebulan ya, Alhamdulillah, Ibu bisa ke Makkah. Makan Alhamdulillah gak kurang". (informan A).

Ketika ditanya tentang penggunaan pesugihan dalam pengembangan usaha, informan A menafikan hal tersebut :

"Apa jimat itu? Aliran sesat?, tidak, takut. Kita mengaji saja"

"Saya tidak tahu bagaimana melakukannya, tidak mengerti. Disini tidak ada yang paham pesugihan, disini orangnya susah semua Pak" (informan A).

Tauhid merupakan pondasi utama dalam bisnis menurut Islam. Konsep tauhid menempatkan Allah sebagai satu-satunya Tuhan yang harus disembah. Mereflesikan konsep tauhid dalam bisnis yaitu memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu *homogeneous whole* atau keseluruhan homogen (Lubaba & Prasetyoningrum, 2019). Dengan adanya tauhid akan memberikan pedoman bagi pelaku bisnis yang akan merasa direkam dalam setiap aktivitas kehidupannya (Wati et al., 2021). Dalam Al Quran, konsep tauhid firman Allah SWT tertera dalam surat Al Anam ayat 82, yang artinya:

...Mereka orang-orang yang mengikhlaskan ibadah hanya kepada Allah semata, tidak ada sekutu baginya, dan tidak menyekutukanNya dengan sesuatu pun, merekalah orang-orang yang merasa aman pada hari kiamat dan yang mendapatkan petunjuk di dunia dan di akhirat (Al-Anam 6: 82).

Lebih lanjut, konsep tauhid berhubungan dengan salah satu kunci sukses dengan bisnis yaitu kejujuran dan keadilan serta menjadi pebisnis merupakan pekerjaan yang sangat dianjurkan dalam Islam (Yusfiarto & Pambekti, 2019). Data dari lapangan menunjukkan bahwa ibu-ibu pengrajin emping memegang teguh nilai tauhid dengan tidak mempercayai hal-hal yang menimbulkan kemusyrikan.

1.2. Manusia Sebagai Khalifah



Konsep tanggung jawab pada pengrajin emping melinjo sebagai indikator dari konsep khalifah terlihat dari usaha yang dilakukan merupakan usaha untuk mencukupkan ibadah seperti pernyataan dari informan A yang menyatakan:

"Saya kan membuat emping sebagai usaha, saya juga sholat, saya ngemping untuk mencukupkan ibadah". (informan A).

"Kalau saya itu tadi mimpinya hanya ingin selalu untuk ibadah. Ya kan jadi apa yang kita punya itu semuanya kan hanya titipan. Kita punya harta gimana caranya supaya harta kita itu sebagian untuk ibadah kita punya ilmu sebagian ilmu kita itu untuk ibadah jadi makanya mungkin Allah memudahkan rejeki kita itu selalu entah dari mana entah dari mana selalu ada" (Informan B).

Hal ini sejalan dengan Ilyas (2016) menjelaskan makna khalifah dalam konsep Islam, yakni manusia sebagai wakil, pengganti atau duta Tuhan di muka bumi dengan kedudukannya akan dimintai tanggungjawab dihadapannya.

Dalam konteks bisnis, peran manusia sebagai khalifah yaitu sebagai agen perubahan sosial terencana dengan cara meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan dilengkapi dengan proses pembangunan ekonomi (Wahyudi, 2021). Dalam hal ini, informan B menjalankan kewajiban sebagai penggerak ekonomi masyarakat dengan menjalankan koperasi simpan pinjam, dan membangun kolaborasi dengan sesama pengrajin emping melinjo di Pandeglang. Di samping itu, pengajian rutin dan pendidikan anak usia dini juga dijalankan oleh informan B dalam rangka pemberdayaan masyarakat sekitar khususnya perempuan.

Amanah manusia sebagai khalifah memberikan gambaran tentang konsep tanggung jawab yang harus diemban manusia di dunia. Konsep manusia sebagai khalifah, tertera dalam surat Al Baqarah ayat 30 dan Surat As-Shad ayat 26 (Ilyas, 2016). Dalam surat Al Baqarah ayat 30 Allah berfirman:

...Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi. Mereka berkata: Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau? Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui" (Al-Baqarah 2: 30).

1.3. Moralitas

Untuk menjaga moralitas sesama pengrajin, selain kegiatan pengajian rutin, pengrajin emping mempunyai kebiasaan untuk saling membantu satu sama lain. Hal itu dilakukan dengan menyisihkan tabungan pengrajin untuk memberikan bantuan kepada yang dibutuhkan, informan B menyatakan:

"Kan gini ya dikarenakan kita menyisihkan kas uang kas itu paling hanya 300rb atau 200rb berarti nanti dikasihnya pas pertemuan di bulan tanggal



20 itu misalkan ada yang meninggal bulan ini ya itu nanti kita kasihkan, jadi tidak mengeluarkan pinjaman. jadi uang yang didapat nanti bulan itu kita bayar ke yang meninggal tadi. (informan B).

Selain itu, sistem penjualan yang masih berdasarkan rasa kepercayaan membentuk konsep tumbuh bersama antara pengrajin emping melinjo dengan para pedagang walaupun proses jual beli seringkali tidak ada dokumentasi yang memadai. Seperti pernyataan Informan A yang menyatakan:

"Misalkan pedagang ngambil 100, ngambil 200, dicatet, dibayarnya gimana habisnya, berapa sisanya. Gitu terus. Perbungkus disetornya, misal 200 bungkus, barang dikirim lagi (Informan B).

"Bayarnya tunai, engga takut ditipu, lagian kan orang sini juga, paling lambat bayarnya aja sih (Informan B)

Moralitas berhubungan dengan aspek perilaku manusia dalam hal kebaikan atau keburukan, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dan yang paling utama dalam Islam adalah nilai halal dan haram sebuah bisnis (Ghafur, 2018), selain itu, konsep moralitas lebih bertujuan bahwa setiap manusia agar memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat dengan menjaga hubungannya dengan Tuhan, diri sendiri, orang lain dan dengan alam (Hijriah, 2016). Ayat Al Quran yang memerintahkan akan pentingnya mengedepankan moral tertera dalam surat Al Maidah ayat 2 yang artinya:

...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya" (QS Al Maidah 5: 2).

1.4. Kualitas Produk

Kebutuhan manusia yang tidak terbatas merupakan aksioma yang harus dijawab dengan pembuatan produk atau jasa sehingga kelangkaan (*scarcity*) suatu barang atau jasa dapat dikurangi dan dipenuhi. Ayat Al Quran yang memerintahkan hal ini tertera dalam surat Al Baqarah ayat 168 yang artinya:

...Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia" (QS Al Baqarah 2: 168).

Hasil dari observasi di lapangan, Ibu-Ibu pengrajin emping melinjo di Kec. Saketi belum memiliki standar produk, pengemasan, maupun label, misalnya BPOM. Produk melinjo masih diproduksi secara tradisional, tidak memperhatikan tingkat ke higienisan makanan, keamanan pekerja, maupun takaran baku untuk kemasan emping melinjo. Setiap bungkus emping melinjo ditakar menggunakan perkiraan saja. Untuk Ibu-Ibu pengrajin emping melinjo di Kec. Menes sudah memiliki standar produk, pengemasan, maupun label,

misalnya BPOM dan sertifikat halal, namun dari hasil wawancara banyak kendala dalam hal pemasaran produk karena permintaan masih sering turun naik. Dalam hal ini, ibu-ibu pengusaha UMKM melinjo di Pandeglang.

2. Prinsip Islam Dalam Bisnis.

Prinsip Islam dalam bisnis memberikan *best practice* yang lebih nyata dalam setiap elemen bisnis yang tercantum dalam prinsip-prinsip bisnis Islam. Menurut Mohamed et al. (2016) dan Hijriah (2016) prinsip bisnis Islam terdiri dari kepemilikan, permodalan, pekerja, tempat, alat dan peralatan, sumber daya material, proses kerja, dokumentasi dan *output*.

2.1. Kepemilikan

Hasil dari hasil wawancara, para pengrajin emping melinjo menjalankan usaha dengan modal sendiri yang didapatkan dari suami. Usaha yang dijalankan merupakan usaha turun temurun dari orang tua. Keahlian membuat emping didapatkan dari belajar otodidak. Seperti pernyataan dari narasumber:

"Iya. Waktu dulu tidak dipikirkan, jadi akan melakukan usaha apa?, akhirnya memilih membuat emping, mengikuti usaha orang tua. Kan disini pada ngemping, jadi sampe sekarang ngemping"

Kepemilikan bisnis dalam Islam yaitu kesadaran akan pemahaman bahwa segala sesuatu yang dimiliki oleh pelaku bisnis pada hakikatnya merupakan milik Allah SWT sekaligus juga Allahlah sebagai Dzat yang memiliki kekayaan (Sobarna, 2021). Prinsip ini harus dimiliki oleh pemilik bisnis bahwasanya sebagai pemilik harus menempatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah sebagai landasan dalam melakukan usaha. Oleh karena itu pemilik hendaklah jujur, bertanggung jawab dan mempunyai integritas dalam penciptaan produk yang dijual hendaklah mempunyai manfaat untuk di dunia dan akhirat (Maksum & Kamaludin, 2023). Ayat al Quran yang mendasari konsep kepemilikan dalam Islam tertera dalam QS Al Hadid ayat 7 yang artinya:

...Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.(QS. Al-Hadid : 7).

2.2. Permodalan

Konsep permodalan, dari hasil observasi, para pengrajin mempunyai modal usaha didapatkan sendiri keluarga. Mereka tidak terlibat dalam hutang ke bank maupun lembaga pinjaman *online* dan renternir seperti bank emok yang banyak di tempat tinggal para pengrajin. Dalam Islam, konsep permodalan mempunyai beberapa karakteristik yaitu tidak berasal dan digunakan untuk sesuatu yang haram, tidak menzalimi atau tidak dizalimi, adanya prinsip keadilan, adanya keridhaan dua belah pihak dan yang lebih



utama tidak adanya unsur riba, maisir dan gharar (Putra, 2018). Pelarangan praktik riba sesuai dengan Al Quran surat Al Baqarah ayat 275 yang artinya:

.....Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya (Al Baqarah 2: 275).

2.3. Pekerja.

Para pekerja yang terdapat di pengarin emping pada umumnya adalah tetangga dengan bekerja dari jam tujuh pagi sampai waktu duhur. Pada umumnya mereka sudah memahami syariat Islam, hanya saja dari hasil observasi dalam bekerja menggunakan celana pendek, baju panjang dan tidak menggunakan kerudung. tetapi jika ada suatu acara para pekerja baru menggunakan hijab (kerudung) serta memakai baju lengan panjang dan celana panjang.

Dalam prinsip ini, pekerja atau karyawan dan semua orang yang terlibat dalam usaha harus mematuhi ketentuan - ketentuan Allah sebagai dasar utama dalam bekerja. Secara detail, dalam Islam seorang pelaku bisnis atau pekerja bukanlah anak kecil, orang yang tidak mempunyai akal dan orang yang tidak cakap mengelola harta (Putra, 2018:). Pada implementasi dalam bisnis, semua orang tersebut haruslah mempunyai aqidah yang benar, sikap dan moralitas yang baik serta mempunyai pengetahuan dan kompetensi. Hal ini sesuai dengan Al Quran surat Al Imran ayat 110 yang artinya:

....Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik (Al-Imran 3: 110).

2.4. Tempat Usaha

Produksi dilakukan di rumah masing-masing pekerja, atau pun di tempat produsen emping melinjo. Sedangkan proses pengemasan dilakukan di dalam rumah masing-masing pekerja atau produsen. Sarana dan prasarana tidak memadai untuk praktik bekerja sesuai syariah. Dapur yang berada di lingkungan terbuka cukup rawan untuk terkontaminasi bakteri sehingga kurang bersih. Begitu pun dengan alat menggeprek seperti batu alas dan besi geprek yang tidak higienis. Selain itu, tidak ada pengaman bagi pekerja yang

menggeprek biji melinjo, hanya menggunakan tangan langsung yang memegang besi geprek.

Tempat usaha atau lokasi berhubungan dengan semua pertimbangan lokasi usaha. Menurut Heizer, Render, & Munson (2017), lokasi usaha dipengaruhi oleh konteks *negara* (resiko politik, budaya dan resiko mata uang), *kawasan* (atraktif, tenaga kerja, bahan baku dan biaya serta *kota* (sistem transportasi, pembatasan area dan demografi. Dalam Islam, lebih detail bahwa suatu tempat atau lokasi usaha itu harus bersih, bebas dari najis dan adanya sarana untuk beribadah serta tidak ada benda-benda yang bisa menimbulkan kemusyrikan. Tempat usaha merupakan elemen kesatuan dalam pemenuhan konsep halal dalam suatu pelaku usaha, prinsipnya dalam konsep halal tidak dibolehkan masuknya bahan haram pada level berapapun (Rafianti et al., 2022).

2.5. Peralatan dan Perlengkapan

Hasil dari pengamatan, kebersihan peralatan dan perlengkapan tidak dapat dipastikan higienisnya. Dapur khusus menggeprek dan menyangrai biji melinjo berada di lahan terbuka, dengan beratapkan seng sederhana, selain itu dinding dapur hanya terbuat dari kayu sederhana dan hal ini menyebabkan rawannya hasil proses geprek melinjo terkontaminasi debu dan bakteri. Pasir yang digunakan untuk menyangrai biji melinjo didapatkan dari depan rumah tanpa proses pembersihan. Alat geprek biji melinjo pun tidak dibersihkan dengan air mengalir terlebih dahulu, hanya dilap dengan kain basah yang cukup kotor. Para pekerja tidak menggunakan sarung tangan atau alat pelindung lainnya. Di dapur khusus menggoreng emping, sering dilewati hewan ternak seperti ayam yang bebas berjalan.

Peralatan dan perlengkapan merupakan faktor produksi modal yang dimiliki oleh pelaku usaha selain faktor alam/tanah, faktor tenaga kerja dan faktor manajemen. Dalam Islam modal haruslah bersumber dari suatu yang bebas dari riba sehingga dapat tercapai suatu kebaikan dalam aktivitas produksi dan tercapainya masalah (Turmudi, 2017). Dalam lebih luas, konsep ini memaknai bahwa peralatan dan perlengkapan yang digunakan oleh pemilik bisnis didapatkan dengan cara-cara yang benar menurut syariat, dipelihara kebersihannya dari kotoran dan hal-hal yang menimbulkan najis, serta tidak membahayakan kepada karyawan, masyarakat dan lingkungan.

2.6. Sumber Daya

Bahan baku emping melinjo terdiri dari biji melinjo, minyak goreng, dan garam atau bumbu pedas dan manis untuk emping melinjo. Jika dilihat dari komposisinya, bahan baku yang digunakan halal, namun kebersihannya tidak dapat dijamin karena proses penggeprekan emping dan kondisi dapur menggoreng emping yang kurang higienis serta sering dilalui oleh hewan



ternak . Selain itu, minyak goreng yang digunakan merupakan jenis minyak goreng curah atau minyak kiloan yang kualitasnya rendah.

Sumber daya yang terdiri dari bahan baku langsung, bahan baku tidak langsung dan bahan pelengkap yang digunakan oleh pemilik usaha hendaklah halal, bersih dan berkah baik dari segi zatnya dan dari cara perolehannya. Dalam hal ini, LPOM MUI sudah membagi bahan baku menjadi 2 kategori, bahan kritis yang harus didukung oleh dokumen yang menjelaskan kehalalan, maupun tidak kritis yang tidak perlu didukung oleh dokumen kedua kategori ini harus dipastikan kehalalannya (LPPOM MUI, 2023) Selain itu bahan baku juga tidak berbahaya bagi karyawan, lingkungan dan para pelanggan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 168 yang artinya:

.....Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (QS Al-Baqarah 2: 168).

2.7. Proses Kerja (Manajemen)

Tempat usaha di pengrajin emping melinjo tidak memiliki aturan atau pedoman baku dalam proses produksi dan pencatatan keuangan sesuai prinsip syariah. Selama ini hanya menggunakan catatan manual yang merekam jumlah produk yang terjual, arus kas masuk dan keluar serta pencatatan piutang yang belum dibayarkan

Manajemen mempunyai makna semua prinsip perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan semua faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan produksi. Prinsip ini memaknai bahwa setiap orang yang terlibat dalam usaha haruslah mengerti bahwa pekerjaan yang dilakukannya sebagai bagian dari ibadah. Oleh karena itu pemilik usaha harus membuat tim kerja yang profesional, penempatan pekerjaan sesuai kompetensi dan menerapkan adanya prinsip-prinsip kehati-hatian dengan membuat perencanaan yang matang, adanya aturan moralitas kepada karyawan dan adanya tim untuk pemantauan kualitas produk. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al Quran surat Al Ra'd ayat 11 yang artinya:

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia” (Al-Rad 13: 11).

2.8. Dokumentasi



Dokumentasi dalam UMKM pengrajin emping melinjo saat ini tidak terdapat dokumentasi visi, misi, tujuan, struktur organisasi maupun SOP yang terstandar sesuai syariah. Usaha ini dilakukan perorangan, hanya satu produsen yang memiliki tiga karyawan. Transaksi hanya dicatat secara manual meliputi jumlah produk terjual, harga sesuai jumlah produk terjual dan sisa harga yang belum dibayarkan apabila pedagang eceran yang mengambil emping belum dapat membayarkan seluruhnya sesuai jumlah emping yang diambil. Biasanya hal itu terjadi karena emping yang dijual pedagang belum laku sepenuhnya.

Dokumentasi dapat diartikan bahwa setiap pelaku usaha harus mempunyai visi, misi dan tujuan usaha yang jelas dan didokumentasikan dengan baik, yang semuanya didasarkan kepada nilai-nilai dasar Islam. Lebih detail, segala transaksi ekonomi dalam usaha dicatat dalam pencatatan yang benar dan adil. Hal ini sesuai dengan QS Al Baqarah ayat 282 yang artinya:

.....Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun dari pada hutangnya...(Al-Baqarah 2: 282).

2.9. Hasil (Output).

Hasil dari pengamatan, produk emping melinjo belum memiliki standar produk, kemasan maupun standar higienis. Sebuah output dari aktivitas produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam Islam, menurut Rafsanjani (2016), sebuah hasil produksi harus memberikan masalah bagi manusia yaitu; *hifdzu ad-dien* (output dari produksi bukan merupakan barang yang diharamkan, *hifdzu an-nafs* (adanya output produksi untuk kesehatan manusia), *hifdzu al-'aql* (hasil produksi bukan barang yang sifatnya merusak manusia, *hifdzu an-nasl* (hasil produksi bisa memenuhi keberlanjutan manusia dan *hifdzu al-maal* (hasil produksi dapat diinvestasikan kembali untuk keberlanjutan usaha).

Secara detail analisis pemenuhan kriteria nilai Islam yang *intangible* dalam Ibu-ibu pengrajin emping melinjo dapat dilihat dari Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Analisis nilai-nilai bisnis Islam (*intangible*) dan upaya pemeliharaan.

No	Nilai Fundamental Islam	Hasil Analisis Data		Upaya Pemeliharaan Nilai
		UMKM SAKETI	UMKM MENES	



1	Tauhid	<p>a. Memahami dan menjalankan konsep tauhid karena ada pengajian rutin oleh Kyai atau Ustad</p> <p>b. Tidak ditemukan unsur-unsur yang berbau syirik.</p> <p>c. Berpegang pada konsep syukur atas nikmat dan karunia Allah.</p>	<p>a. Memahami dan menjalankan konsep tauhid.</p> <p>b. Tidak ditemukan unsur-unsur yang berbau syirik.</p> <p>c. Memahami konsep rejeki sebagai hal yang harus dilakukan bersamaan dengan usaha.</p>	<p>Pendampingan oleh tokoh masyarakat seperti Kyai, Ustad dan tokoh yang berpengaruh akan pentingnya menjaga keimanan dalam usaha keberlanjutan UMKM pengrajin emping melinjo. Peran pemerintah, tokoh agama dan masyarakat akan meningkatkan <i>sustainability</i> dari (Yulia, 2021)</p>
2	Manusia sebagai Khalifah	<p>Menunjukkan tanggung jawab pengrajin yang bekerja dari jam 7 pagi dengan penuh disiplin sampai jam 12 siang.</p>	<p>Menunjukkan tanggung jawab untuk melahirkan penerus bisnis dengan kaderisasi penanggung jawab ke generasi yang lebih muda.</p>	<p>Pemahaman tanggung jawab melalui peningkatan pendidikan dan kompetensi pada generasi penerus pengrajin emping. (Sari et al., 2021)</p>
3	Moralitas	<p>a. Pemenuhan upah secepatnya setelah mendapatkan keuntungan.</p> <p>b. Menumbuhkan kebersamaan</p>	<p>a. Pemenuhan upah secepatnya setelah mendapatkan keuntungan.</p> <p>b. Mampu nyai visi pemeberdaya</p>	<p>Peningkatan literasi tentang konsep <i>sociopreneur</i> untuk meningkatkan perluasan usaha bersama. <i>Social value</i> dan</p>

dan persaudaraan sesama pekerja.	an perempuan.	pemberdayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Salim, 2018)
c. Kesadaran untuk bersedekah dengan apa yang ada.	c. Mengadakan pengajian dan aktif bersedekah.	

Untuk pemenuhan kriteria yang bersifat *tangible* (nyata), terdapat perbedaan signifikan antara pengrajin emping di Saketi dan Menes. Di Saketi, mayoritas kriteria belum terpenuhi, seperti produk, peralatan dan perlengkapan, tempat usaha, bahan baku, dokumentasi dan *output* produk. Hal ini karena pengetahuan pengrajin emping yang sebagian besar diwariskan dari orang tua belum mengenal standar produk, standar produksi, standar kualitas dan standar pemasaran. Adapun di Menes, hampir semua kriteria terpenuhi karena produsen sudah mendapatkan sertifikat halal. Secara detail, hasil observasi dan wawancara dari kriteria yang bersifat *tangible* dari dua kelompok usaha di dua kecamatan dapat dilihat dalam tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 . Analisis nilai-nilai bisnis Islam (*tangible*) dan upaya pemeliharaan.

No	Nilai Prinsip Bisnis Islam	Hasil Analisa Data		Upaya Pemeliharaan Nilai
		UMKM SAKETI	UMKM MENES	
1	Kualitas Produk	a. Produksi dilakukan secara tradisional, dimana jika dilihat masih terdapat banyak kekurangan seperti dari sisi higienis produk. Namun begitu, jika dilihat dari pengadaan bahan baku dan bahan pendukung, bahan-bahan yang digunakan	a. Produksi dilakukan secara tradisional dengan tidak ada standar bahan baku dan proses pengolahan produk.	Perlunya pendampingan dalam pembuatan produk yang memenuhi standar halal dan standar BPOM. Sertifikasi halal dan kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan penjualan (Segati, 2018). Label BPOM berpengaruh



		tidak melanggar asas kehalalan.		terhadap keputusan dan minat beli masyarakat yang akan dikonsumsi (Helida, 2015)
		b. Kemasan menggunakan plastik transparan dan tidak ada kualitas <i>food grade</i> untuk kemasan emping melinjo.	b. Kemasan sudah lebih modern dengan pengemasan yang efisien dan aman.	
		c. Tidak ada merk yang tercantum dalam kemasan.	c. Berat produk ada di kemasan dengan ukuran yang akurat.	
		d. Berat Kemasan: tidak ada ukuran yang pas dan hanya menggunakan teknik sensing (perasaan).	d. Produk sudah terakreditasi halal sehingga telah memiliki standar yang sesuai produk syariah yaitu halal dan baik untuk dikonsumsi.	
		e. Tidak ada sertifikasi Halal dan BPOM.	e. Sudah ada merk dan label produk.	
2	Kepemilikan	Usaha merupakan warisan orang tua.	Usaha merupakan warisan orang tua	
3	Permodalan	a. Modal usaha didapatkan sendiri dari keluarga. Tidak terlibat dalam hutang ke bank maupun pinjol. b. Dana hanya terbatas dalam hal	a. Modal usaha didapatkan sendiri dari keluarga, tidak ada hutang piutang baik dari bank maupun pinjol. b. Mempunyai koperasi kecil yang bisa	a. Pendampingan literasi keuangan syariah dan pembuatan laporan keuangan sederhana terhadap pengetahuan keuangan UMKM. Literasi keuangan

		pengembangan usaha. Marjin usaha sangat tipis dan tergantung dari fluktuasi bahan baku.	menunjang pengembangan usaha.	berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dengan membantu pemilik usaha untuk memperoleh pengetahuan keuangan dan keterampilan (M. N. Putri, 2022)
		c. Banyak praktek bank emok (renternir)	c. Banyak praktek bank emok (renternir)	b. Pemberian kredit mikro keuangan syariah. Potensi atau peran pembiayaan syariah sangat besar terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (S. Putri, 2021) c. Pemberdayaan dana ZIS untuk pengembangan UMKM.
4	Pekerja	Belum menggunakan pakaian sesuai syariah dan standar keamanan.	Belum menggunakan pakaian sesuai syariah dan standar keamanan.	Pendampingan dalam pembuatan produk yang memenuhi standar halal dan standar BPOM.
5	Tempat	a. Produksi dilakukan di rumah berada di lingkungan terbuka cukup rawan untuk terkontaminasi	a. Produksi awal dilakukan di tempat khusus yang dijaga kebersihan dan higienitasnya.	
6	Peralatan dan Perlengkapan	a. Alat menggeprek seperti batu	a. Alat menggeprek seperti batu	Pendampingan dalam pembuatan produk yang



		alas dan besi geprek kurang <i>hygienis</i> .	alas dan besi geprek lebih bersih dan higienis.	memenuhi standar halal dan standar BPOM.
		b. Tidak ada pengaman bagi pekerja yang menggeprek biji melinjo, hanya menggunakan tangan langsung yang memegang besi geprek sehingga rawan kecelakaan kerja .	b.Tidak ada pengaman bagi pekerja yang menggeprek biji melinjo, hanya menggunakan tangan langsung yang memegang besi geprek sehingga rawan kecelakaan kerja .	
		c. Pengemasan dilakukan dengan cara tradisional yang tidak efisien.	c. Pengemasan semi modern dengan kemasan yang aman dan efisien.	
7	Sumber Bahan Baku	a. Bahan baku yang digunakan berasal dari pasar dengan fluktuasi harga yang tidak menentu.	a. Bahan baku yang digunakan berasal dari pasar dengan harga pasar.	Pendampingan dalam pembuatan produk yang memenuhi standar halal dan standar BPOM.
		b. Para pengrajin tidak ada pemasok bahan baku yang memenuhi standar.	b. Produsen juga berperan sebagai pemasok biji melinjo.	
8	Proses Kerja	Tidak ada standar kerja dalam hal keamanan, standar produk	Sudah tersertifikasi halal, standar kerja dalam hal keamanan,	Pendampingan dalam pembuatan produk yang memenuhi

		dalam kebersihan dan kehalalan serta standar pemasaran.	standar produk dalam kebersihan dan kehalalan serta standar pemasaran hampir terpenuhi.	standar halal dan standar BPOM.
9	Dokumentasi	Pengrajin emping hanya menggunakan catatan sederhana dalam penjualan konsinyasi dan tidak ada catatatan dalam penjualan langsung.	Mempunyai catatan penjualan konsinyasi dan laba penjualan langsung yang rapi .	Pendampingan literasi keuangan syariah dan pembuatan laporan keuangan sederhana terhadap pengetahuan keuangan UMKM. (M. N. Putri, 2022)
10	Output	Output produk emping masih terbatas dalam produk emping dan kaceprek (emping kecil).	Output produk emping asin, emping manis dan kaceprek lebih variatif dengan berbagai rasa dan inovasi.	Pendampingan dalam pembuatan produk yang memenuhi standar halal dan standar BPOM.

SIMPULAN

Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa implementasi nilai-nilai bisnis Islam yang dipenuhi oleh ibu-ibu pengrajin emping melinjo di Saketi dan Menes hampir memenuhi nilai yang sifatnya *intangible* untuk nilai tauhid, konsep manusia sebagai khalifah dan moralitas. Mereka mempunyai pandangan bahwa bisnis merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah dan harus dijalkan sesuai syariat dalam segala aspek. Untuk nilai-nilai bisnis Islam yang *tangible* seperti produk, tempat, peralatan dan perlengkapan, permodalan, proses kerja, dokumentasi dan *output* produk hampir belum memenuhi kriteria nilai-nilai bisnis dalam Islam. Perlu upaya pendampingan dari berbagai pihak untuk memenuhi nilai-nilai Islam yang sifatnya *tangible*.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran bahawa saat ini para ibu-ibu UMKM pengrajin emping melinjo memerlukan pendampingan



usaha yang lebih teknis dalam hal pengelolaan produk yang standar. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara spiritual Islam, para pengrajin sudah hampir memahami nilai-nilai dasar Islam dalam melakukan bisnis dan mereka membutuhkan pendampingan nilai-nilai yang lebih diluar spritualitas. Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti secara bertahap proses pendampingan standar produk halal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemenristedikti atas pendanaan penelitian ini. Selain itu juga penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPIM Universitas Al-Azhar Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). HALAL LIFESTYLE DI INDONESIA. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>
- Akbari, T., & Khadijah, A. (2020). Sosialisasi Business Model Canvass untuk Pengembangan Usaha Emping Melinjo di Desa Tegalwangi, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang. *JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT*, 5(2), 384. <https://doi.org/10.30653/002.202052.363>
- Apip Alansori, S. E. , & Erna Listyaningsih, S. E. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Penerbit Andi.
- Ayob, A. H., & Saiyed, A. A. (2020). Islam, institutions and entrepreneurship: evidence from Muslim populations across nations. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 13(4), 635–653. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2019-0472>
- Ayuningsih, S. F., Nurbaeti, N., & Gunawijaya, J. (2023). MEMORABLE TOURIST EXPERIENCE: KUNJUNGAN WISATA KE SENTRA PRODUKSI EMPING MELINJO SEBAGAI DAYA TARIK WISATA HERITAGE. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 9(1). <https://doi.org/10.30813/jhp.v9i1.4172>
- Bingham J Andrea, & Witkowsky P. (2022). Deductive and inductive approaches to qualitative data analysis. In C. Vanover, P. Mihas, & J. Saldaña (Eds.), *Analyzing and interpreting qualitative data: After the interview* (pp. 133–146). Sage.
- BPS Kabupaten Pandeglang. (2023). *Kabupaten Pandeglang Dalam Angka 2023*. <https://pandeglangkab.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=MTY3OTU3MTdiZWU4OWYzZWE3MzBkYzFi&xzmn=aHR0cHM6Ly9wYW5kZWdsYW5na2FiLmJwcy5nby5pZC9wdWJsaWNhdGlvbi8yMDIzLzAyLzI4LzE2Nzk1NzE3YmVlODlmM2VhNzMwZGMxYi9rYWJ1cGF0ZW4tcGFuZGVnbGFuZy1kYWxhbS1hbmdrYS0yMDIzLmh0bWw%3D&twoadfnoarfeauf=MjAyMy0wOS0wMyAwOTowOT01Mg%3D%3D>



- Diahsari, E. Y., Sumantri, S., Harding, D., & Sulastiana, M. (2015). *Memaknai Keberhasilan Usaha : Studi pada Perempuan Pengusaha di Yogyakarta. In In Seminar Psikologi & Kemanusiaan.*
- Firmansyah, M., Dewa, I., & Yudha, K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas – Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156.
- Forster, G., & Fenwick, J. (2015). The influence of Islamic values on management practice in Morocco. *European Management Journal*, 33(2), 143–156. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.04.002>
- Ghafur, A. (2018). ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–21.
- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 199–208. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>
- Gunawijaya, R. (2017). KEBUTUHAN MANUSIA DALAM PANDANGAN EKONOMI KAPITALIS DAN EKONOMI ISLAM. *Jurnal Al-Maslahah*, 13(1), 131–150. www.ilmuekonomi.net.
- Hassan, A., & Saleem, S. (2017). An Islamic microfinance business model in Bangladesh. *Humanomics*, 33(1), 15–37. <https://doi.org/10.1108/H-08-2016-0066>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (Charles L. (2017). *Operations management : sustainability and supply chain management* (12th ed.). Pearson.
- Helida, D. A. (2015). *engaruh Produk Bersertifikat BPOM terhadap Keputusan dan Minat Beli Masyarakat Desa Wringin Bondowoso* [Undergraduate Thesis, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/18243>
- Hijriah, H. Y. (2016). Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan. *TSAQAFAH*, 12(1), 187. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v12i1.374>
- Ilyas, R. (2016). MANUSIA SEBAGAI KHALIFAH DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *MAWA'IZH: JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN*, 7(1), 169–195. <https://doi.org/10.32923/maw.v7i1.610>
- Kusnandar, V. B. (2021). Proporsi Penduduk Beragama Islam Pandeglang Tertinggi di Banten pada 2021. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/08/proporsi-penduduk-beragama-islam-pandeglang-tertinggi-di-banten-pada-2021>
- Kusuma, R. I., Rahmania, B., Amalia, R., Mina, E., Fathonah, W., Wigati, R., & Kuncoro, H. B. B. (2022). PENYULUHAN PENGEMASAN EMPING MELINJO PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA DI KAMPUNG KARANG MULYA KECAMATAN MENES. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.59066/jppm.v1i2.13>
- LPPOM MUI. (2023). *Kriteria Sistem Jaminan Halal*. <https://halalmui.org/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000/>
- Lubaba, A., & Prasetyoningrum, A. K. (2019). ETIKA BISNIS ISLAM: IMPLEMENTASI PADA UMKM WIRUSAHAWAN KRUPUK TAYAMUM DI



- DESA SARIREJO KEC KALIWUNGU KAB KENDAL. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(°).
- Maksum, A., & Kamaludin, F. S. (2023). Innovation Using Islamic Values as Sustainable Competitive Advantage: Case study on Muslim Clothing MSMEs. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*. <https://doi.org/10.55057/ijaref.2023.5.1.18>
- Mohamed, S. B., Rashid, R. A., Abdullah, A. H., Wahab, Z., Ain, H., Rahman, A., Mohd, A., Khairol, M., Ariffin, A. M., Asri, W., Aziz, W. A., & Besar, R. (2016). A REVIEW OF KEY PRINCIPLES IN HALAL MANUFACTURING. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(14), 10539–10549.
- Munawaroh, M., & Rimiyati, H. (2016). EVALUATION OF WOMEN BUSINESS COMMUNITY DEVELOPMENT THROUGH THE REVOLVING LOAN FUND RECIPIENTS FROM UPK SPP IN BANTUL REGENCY, YOGYAKARTA INDONESIA. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2), 130–157.
- Mursidah, I., Fartini, A., Syariah, F., & Banten, H. (2023). Strategi Mengembangkan Gaya Hidup Halal di Banten: Pengembangan Industri Produk Halal dan Kesadaran Bersyariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 893–904. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7656>
- Noor, S., Isa, F. M., & Shafiq, A. (2022). Entrepreneurial Success: Key Challenges Faced by Malaysian Women Entrepreneurs in the Aged Care Industry. *Business Perspectives and Research*, 227853372210874. <https://doi.org/10.1177/22785337221087481>
- Oktarina, A., & Mu'alim, A. (2017). IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs): CASE STUDY OF SMEs XYZ. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 18(2). <https://doi.org/10.18196/jesp.18.2.4042>
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative evaluation and research methods* (4th ed.). Sage Publications.
- Putra, T. W. (2018). INVESTASI DALAM EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ulumul Syar'i, Desember*, 7(2).
- Putri, M. N. (2022). LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KINERJA UMKM. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>
- Putri, S. (2021). PERAN PEMBIAYAAN SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.59755/alhisab.v1i2.67>
- Rafianti, F., Krisna, R., & Radityo, E. (2022). Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro dan Kecil Melalui Program Self Declare. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6(1), 636–643. <https://doi.org/10.22437/jssh.v6i1.19732>
- Rafiki, A., & Nasution, F. N. (2019). Business success factors of Muslim women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13(5), 584–604. <https://doi.org/10.1108/JEC-04-2019-0034>



- Rafsanjani, H. (2016). ETIKA PRODUKSI DALAM KERANGKA MAQASHID SYARIAH. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(2), 28–41.
- Rizaty, M. A. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*. Monavia Ayu Rizaty Artikel ini telah tayang di DataIndonesia.id dengan judul “Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022”, Author: Monavia Ayu Rizaty. Editor: Dimas Bayu. Klik selengkapnya di sini: <https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>.
- Salim, A. (2018). PENGARUH PERAN SOCIOPRENEURSHIP TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (Studi Pengusaha UMKM Pada Debitur di PT. Esta Dana Ventura). *Journal for Business and Entrepreneur*, 2(2), 1–13. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Sari, D. K., Doriza, S., & Zulfa, V. (2021). TINGKAT PENDIDIKAN DAN MOTIVASI KESIAPAN SUKSESOR PADA BISNIS KELUARGA. *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 8(01), 11–21. <https://doi.org/10.21009/JKKP.081.02>
- SEGATI, A. (2018). PENGARUH PERSEPSI SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP PERSEPSI PENINGKATAN PENJUALAN. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>
- Sobarna, N. (2021). Eco-Iqtishodi Konsep Kepemilikan Dalam Ekonomi Islam Menurut Taqiyuddin An-Nabhani. *Jurnal Ilmiah Ekonomidan Keuangan Syariah*, 2(2), 107–118.
- Tlaiss, H. A. (2014). Women’s Entrepreneurship, Barriers and Culture: Insights from the United Arab Emirates. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 289–320. <https://doi.org/10.1177/0971355714535307>
- Turmudi, M. (2017). PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *ISLAMADINA*, 18(1), 38–56.
- Wahyudi, M. F. (2021). Peran Manusia Di Bumi Sebagai Khalifah Dalam Perubahan Sosial. *An Naba: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Pendidikan Islam*, 4(1), 1–13.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- Yulia, Y. (2021). Pendampingan Analisis Usaha Pembuatan Abon Rebung di UKM “Raja Abon Makmur Lestari” Kelurahan Air Kepala Tujuh Kota Pangkal Pinang. *Jurnal Abdidas*, 2(1), 59–68. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i1.209>
- Yusfiarto, R., & Pambekti, G. T. (2019). DOES INTERNET MARKETING FACTORS WITH ISLAMIC VALUE IMPROVE SMES' PERFORMANCE? *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 807–828. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1101>



