

## MODEL MANAJEMEN BISNIS SYARIAH DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM HALAL

Irma Damayanti<sup>1</sup>, Novien Rialdy<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

[irmadamayanti2303@gmail.com](mailto:irmadamayanti2303@gmail.com), [novienrialdy@umsu.ac.id](mailto:novienrialdy@umsu.ac.id)

Received: 11-11- 2024

Revised: 25-11-2024

Approved: 29-11-2024

### ABSTRAK

*Penelitian ini menganalisis penerapan model manajemen bisnis syariah untuk meningkatkan daya saing UMKM halal. Dalam menghadapi persaingan global, pelaku UMKM halal membutuhkan strategi yang juga memenuhi standar syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melibatkan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM halal serta kajian literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen bisnis syariah meningkatkan efisiensi operasional, kepercayaan konsumen, dan loyalitas pasar. Faktor-faktor kunci seperti kepatuhan pada prinsip halal-thayyib, transparansi keuangan, dan pemasaran berbasis nilai Islami terbukti memperluas pangsa pasar dan memperkuat daya saing UMKM. Model manajemen bisnis syariah dapat menjadi landasan penting dalam pengembangan UMKM halal yang berkelanjutan di tengah dinamika perekonomian modern.*

**Kata Kunci:** Manajemen Bisnis Syariah, UMKM Halal, Daya Saing, Prinsip Syariah

### ABSTRACT

*This research analyzes the application of a sharia-based business management model to enhance the competitiveness of halal UMKM. In facing global competition, halal UMKM actors require strategies that not only focus on profit but also meet sharia standards. This study employs a qualitative approach with a descriptive method, involving in-depth interviews with halal UMKM actors and literature review. The results show that the application of sharia-based business management enhances operational efficiency, consumer trust, and market loyalty. Key factors such as compliance with halal-thayyib principles, financial transparency, and Islamic value-based marketing have been proven to expand market share and strengthen the competitiveness of UMKM. Sharia-based business management can be a crucial foundation for the sustainable development of halal UMKM amidst the dynamics of the modern economy.*

**Keywords:** Sharia Business Management, Halal UMKM, Competitiveness, Sharia Principles

### PENDAHULUAN

Industri usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi besar bagi perekonomian nasional. Kontribusi ini tercermin dalam berbagai sektor, mulai dari output produksi, penyerapan tenaga kerja, hingga sebagai sumber penghasil devisa negara. UMKM memiliki keunggulan spesifik, seperti produk berbasis kandungan lokal dengan harga yang relatif terjangkau, tenaga kerja yang mudah dikelola, serta spesifikasi produk yang unik yang memiliki potensi pasar internasional.

Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan daya saing di pasar domestik dan global. Salah satu upaya untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan menerapkan manajemen bisnis syariah yang berbasis prinsip-prinsip syariah. Penerapan manajemen bisnis syariah pada UMKM halal dapat memperkuat posisi mereka di pasar melalui integrasi nilai-nilai Islami dalam manajemen, produksi, pemasaran, dan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan model manajemen bisnis syariah sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM halal di Indonesia.

Tantangan yang dihadapi oleh industri UMKM halal memerlukan keterlibatan semua pihak. Pemerintah sebagai regulator dan pengawas, beserta instansi terkait,

diharapkan berperan sebagai lembaga tertinggi yang menjamin dan selalu mengawasi terwujudnya UMKM halal serta pengembangannya. Para pengusaha UMKM halal sendiri juga harus berupaya keras dalam menghasilkan produk halal. Lembaga keuangan, terutama Lembaga Keuangan Syariah (LKS), mendukung melalui pembiayaan dan pendampingan teknis dalam pengembangan daya saing UMKM halal. LKS diharapkan dapat membantu pengembangan UMKM halal karena memiliki berbagai produk keuangan yang lebih fleksibel, cakupan jenis produk/akad yang luas, serta prinsip keadilan.

Untuk mengatasi rendahnya pemahaman masyarakat tentang bank syariah dan meningkatkan daya saing UMKM halal, diperlukan langkah-langkah strategis. Pemerintah perlu meningkatkan edukasi mengenai bank syariah dan prinsip-prinsipnya, baik melalui kampanye informasi yang lebih gencar maupun integrasi pendidikan keuangan syariah dalam kurikulum pendidikan formal. Selain itu, peran aktif dari Lembaga Keuangan Syariah dalam memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada masyarakat juga perlu ditingkatkan. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik tentang bank syariah dan penerapannya dalam mendukung UMKM halal akan mempercepat perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia.

Hasil penelitian Majduddin, M. (2022) menunjukkan bahwa penerapan sertifikasi Halal telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM, terutama dalam hal peningkatan penjualan, pengembangan produk baru, dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual. Selain itu, SSH juga membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan serta pemenuhan standar halal yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi halal terkait. Namun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi UMKM dalam penerapan SSH, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan tingginya biaya sertifikasi halal. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah dan lembaga sertifikasi halal agar UMKM dapat lebih mudah menerapkan SSH dan meningkatkan daya saing usahanya di pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan manajemen bisnis syariah dapat memperkuat daya saing UMKM halal di Indonesia. Melalui pendekatan ini, diharapkan masyarakat dapat berperan aktif dalam mendukung praktik-praktik bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi pengelolaan manajemen bisnis syariah dalam sektor UMKM halal di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam serta penelaahan dokumen yang relevan, seperti laporan tahunan dan artikel ilmiah. Data yang terkumpul dianalisis dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara, mencakup aspek penerapan prinsip syariah dalam manajemen, pemasaran, dan keuangan, serta peran teknologi dan pelatihan sumber daya manusia dalam mendukung pengelolaan UMKM halal sesuai dengan prinsip syariah.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Model Manajemen Bisnis Syariah**

Menurut Humayon Dar, sebagaimana dikutip oleh A. Riawan Amien dan Tim FEBS FEUI

(2010:68), manajemen bisnis berbasis syariah dibangun di atas delapan prinsip utama, yaitu:

1. **Identifikasi Fungsi dan Strategi Perusahaan**  
Peran manajer adalah menentukan fungsi utama perusahaan serta merancang strategi operasional yang konsisten. Untuk menjaga kepatuhan syariah, perusahaan perlu memiliki pernyataan misi yang menegaskan karakter Islami sebagai inti dari operasionalnya.
2. **Kejelasan Hak dan Tanggung Jawab**  
Penting untuk mendefinisikan hak-hak dan tanggung jawab setiap pihak secara jelas dan tanpa ambiguitas, guna memastikan penggunaan sumber daya yang efisien dan menghindari risiko ethical serta konflik kepentingan.
3. **Pengakuan Hak Semua Pihak yang Berkepentingan**  
Manajemen Islami memberikan perhatian terhadap kepentingan seluruh partners, tidak hanya terbatas pada pemegang saham, sebagai bagian essential dari pengelolaan bisnis.
4. **Pengelolaan Informasi Operasional**  
Manajer perlu mengelola, memperbarui, dan menyediakan informasi operasional yang relevan kepada partner kapan diperlukan untuk memastikan transparansi dan kebermanfaatannya.
5. **Sistem Insentif Berbasis Kinerja**  
Insentif, seperti remunerasi yang terkait dengan hasil kerja, harus dirancang dengan baik untuk mendorong keberhasilan pengelolaan perusahaan.
6. **Proses Pengambilan Keputusan Konsultatif**  
Keputusan dibuat melalui konsultasi level dengan melibatkan pihak-pihak yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
7. **Pengembangan Sumber Daya Manusia**  
Peningkatan kualitas sumber daya manusia dilakukan dengan memberikan edukasi, persuasi, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, yang merupakan inti dari manajemen Islam.
8. **Efisiensi Biaya**  
Mengurangi biaya transaksi dan monitoring adalah hal yang penting untuk mempertahankan daya saing perusahaan berbasis syariah di pasar yang didominasi oleh perusahaan konvensional.

### **Manajemen Bisnis Dalam Islam**

Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi seluruh alam telah menyediakan dasar yang kuat untuk dunia bisnis. Bisnis dianggap sebagai bentuk ibadah yang bertujuan memakmurkan bumi sesuai dengan kehendak Allah SWT, yang telah menjadikan manusia sebagai wakil-Nya di dunia. Kehidupan manusia selalu diwarnai oleh perubahan, dan bisnis adalah aktivitas dinamis yang terus bergerak, mengelola sumber daya untuk pertumbuhan. Hal ini mendorong umat manusia untuk mengembangkan manajemen yang baik. Islam memberikan panduan dalam melakukan aktivitas bisnis, antara lain:

- 1) **Perencanaan (Planning):** Membuat rencana atau gambaran jelas tentang kegiatan yang akan dilakukan, termasuk waktu dan metode. Perencanaan yang matang membantu memastikan bahwa semua langkah yang diambil selaras dengan nilai-nilai Islam dan

memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat.

- 2) **Pengorganisasian (Organization):** Mengatur fungsi setiap individu dan hubungan kerja, baik secara vertikal maupun horizontal. Dalam hal ini, penting untuk menciptakan struktur organisasi yang adil dan transparan, di mana setiap orang memiliki peran yang jelas.
- 3) **Koordinasi (Coordination):** Mengatur berbagai langkah untuk mencapai hasil yang optimal. Koordinasi yang baik menciptakan sinergi antar tim, memastikan semua pihak bergerak ke arah yang sama untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.
- 4) **Pengendalian (Controlling):** Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan rencana. Dalam pandangan Islam, seorang pemimpin harus lebih baik dari anggotanya, sehingga kontrol yang dilakukan menjadi efektif dan membangun kepercayaan.
- 5) **Motivasi (Motivation):** Mendorong kinerja individu dengan sukarela, penuh keikhlasan, dan mengharapkan ridha Allah SWT. Motivasi yang kuat dan berbasis nilai spiritual akan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis.

Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, bisnis dapat berfungsi tidak hanya sebagai alat mencari keuntungan, tetapi juga sebagai sarana ibadah dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **Tantangan Pemasaran dan Pengelolaan Pasar UMKM Halal**

Aspek pemasaran sering kali menjadi salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pengusaha kecil, terutama akibat keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman terkait strategi pemasaran yang efektif. Masalah dalam hal pemasaran dan akses ke pasar sering kali menghambat perkembangan industri kecil. Dengan demikian, pengusaha kecil perlu memberikan perhatian lebih pada pengelolaan aspek pemasaran agar dapat meningkatkan daya saing usaha mereka. Meskipun terdapat berbagai kekurangan dalam manajemen usaha kecil, dukungan pemerintah melalui beragam program diharapkan mampu mendorong industri kecil, terutama di sektor makanan dan minuman halal, untuk mengatasi berbagai hambatan bisnis dan meningkatkan daya saing.

Program tersebut meliputi pendanaan, layanan konsultasi dan bantuan teknis, sertifikasi halal, pendaftaran hak kekayaan intelektual, serta pengembangan akses pasar dan promosi produk. Selain dukungan eksternal, pengusaha juga perlu berkomitmen untuk terus berkembang melalui adopsi teknologi yang relevan secara berkesinambungan. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan produk pangan yang berkualitas tinggi, aman dikonsumsi, efisien dalam biaya produksi, serta kompetitif di pasar global.

### **Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Halal**

Untuk meningkatkan daya saing UMKM halal, dibutuhkan strategi yang terencana dan disesuaikan dengan potensi serta tantangan yang dihadapi. Langkah pertama yang dapat diambil adalah meningkatkan hubungan dengan konsumen melalui komunikasi yang aktif dan efektif. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan antara produsen dan konsumen, yang menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Dengan komunikasi yang baik, pelaku UMKM dapat memahami kebutuhan konsumen secara mendalam, memberikan informasi yang transparan, serta menciptakan rasa aman bagi pelanggan dalam bertransaksi. Hal ini juga dapat mengurangi risiko penipuan dan meningkatkan reputasi usaha.

Selain itu, inovasi produk menjadi aspek yang harus menjadi perhatian utama. Pelaku UMKM perlu terus mengembangkan produk agar sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berubah. Misalnya, dengan menghadirkan varian produk baru, meningkatkan kualitas, atau menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan. Dalam proses inovasi ini, penting untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas pengembangan tetap mematuhi hukum dan aturan yang berlaku, termasuk perlindungan hak cipta dan paten, untuk menghindari konflik hukum yang dapat merugikan usaha. Pemanfaatan platform digital seperti e-commerce menjadi salah satu kunci utama untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk memasarkan produknya dengan lebih efisien dan menghemat biaya operasional. Melalui e-commerce, pelaku usaha dapat menjangkau pasar lokal hingga global tanpa harus membuka toko fisik yang memerlukan biaya besar. Selain itu, penggunaan e-commerce memungkinkan pengusaha untuk mendapatkan data perilaku konsumen, yang dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

Di sisi lain, efisiensi biaya produksi dan distribusi juga harus menjadi prioritas. Dengan mengadopsi teknologi modern, seperti sistem otomatisasi atau manajemen rantai pasok yang baik, UMKM dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas. Langkah ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha, tetapi juga memberikan peluang bagi UMKM untuk menawarkan produk dengan harga yang lebih kompetitif, tanpa mengorbankan kualitas.

Dengan kombinasi strategi ini, UMKM halal dapat memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keuntungan, tetapi juga memberikan kontribusi yang lebih besar pada pengembangan ekonomi berbasis syariah di Indonesia. Strategi ini harus diterapkan secara konsisten agar UMKM mampu menghadapi tantangan dan terus tumbuh di masa depan.

## **KESIMPULAN**

UMKM halal memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun menghadapi tantangan dalam pemasaran, pengelolaan pasar, dan peningkatan daya saing. Penerapan manajemen bisnis syariah yang berbasis pada prinsip Islam dapat memperkuat posisi UMKM halal, dengan menekankan pada transparansi, keadilan, dan pengelolaan yang efisien. Strategi peningkatan daya saing mencakup komunikasi aktif dengan konsumen, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce untuk memperluas pasar dengan biaya efisien.

Selain itu, efisiensi biaya produksi dan distribusi melalui teknologi modern juga penting. Dukungan pemerintah dan lembaga keuangan syariah dalam bentuk pendanaan, edukasi, dan konsultasi teknis sangat diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM halal. Pengusaha UMKM juga perlu terus beradaptasi dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen untuk memastikan produk tetap relevan. Dengan langkah-langkah ini, UMKM halal dapat meningkatkan daya saingnya, berkontribusi pada perekonomian nasional, dan membangun industri yang berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Maleha, Y. N. (2016). Manajemen Bisnis dalam Islam. *Economica Sharia*, 1(2), 46.

- Majduddin, M. (2022). Kajian terhadap standar dan sistem sertifikasi halal yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha di pondok pesantren mambaus sholihin. *MASADIR: Jurnal Hukum Islam*, 2(2), 494-510.
- Muhammad Nizar, & Antin Rakhmawati. (2022). Tantangan dan Strategi Pemasaran Produk Halal di Indonesia. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 123–140.  
<https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2872>
- Novitasari, M. (2019). Optimalisasi Potensi Perbankan Syariah di Indonesia Bagi UMKM Halal dalam Mendukung Sustainable Development Goals. *Majalah Ekonomi*, 24((1411-9501)), 49–58.
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 1.  
<https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
- Rahman, A., & Aprison, W. (2022). Pendidikan Islam Dalam Berbagai Sudut Pandang. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 1(2), 423–430.  
<https://doi.org/10.31004/jpion.v1i2.70>
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1681–1695.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1054>