

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PADA UMKM KULINER HALAL DI SENTRA PKL JOMBANG (ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN)

Amin Awal Amarudin¹, Regita Juninda Berliani²

Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah^{1,2}

Email: aaamarudin@gmail.com¹, regitajuninda02@gmail.com²

Abstrak

UMKM kuliner halal di kawasan Sentra Kuliner memiliki potensi besar seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal. Disamping itu, implementasi etika bisnis berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen. Namun, apakah pelaku usaha sudah menerapkan etika bisnis islam dengan baik dan bagaimana tantangannya terhadap implementasi etika bisnis tersebut. Maka perlu penelitian terkait hal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, mendeskripsikan implementasi etika bisnis, dan menganalisis tantangan penerapan etika bisnis pada UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis riset field research. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi strategis, arus pelanggan yang cukup ramai, fasilitas memadai, permintaan pasar yang tinggi serta biaya retribusi yang ringan menjadi peluang utama dalam usaha kuliner halal. Implementasi etika bisnis Islam telah diterapkan dalam aspek ketauhidan, kebebasan, kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan menjaga kehalalan produk. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan usaha, belum meratanya kepemilikan sertifikat halal, keterbatasan informasi, keluhan pelanggan, kenaikan harga bahan baku, dan kesulitan mendapatkan bahan saat hari raya, serta rendahnya pemanfaatan pembiayaan syariah dan sistem pembayaran digital. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan studi dan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Kata Kunci: UMKM, Kuliner Halal, Etika Bisnis Islam

Abstract

Halal culinary MSMEs in the Jombang Culinary Center area have significant potential as public awareness of halal products increases. Furthermore, the implementation of business ethics has the potential to increase consumer trust. However, whether business actors have implemented Islamic business ethics effectively and what are the challenges to implementing them is crucial. Therefore, research is needed. This study aims to identify opportunities, describe the implementation of business ethics, and analyze the challenges of implementing business ethics in halal culinary MSMEs in the Jombang Street Vendor Center. The method used was a qualitative approach with field research. Data collection techniques were conducted through interviews, observation, and documentation. The results indicate that strategic locations, a fairly busy customer flow, adequate facilities, high market demand, and low fees are the main opportunities in halal

culinary businesses. The implementation of Islamic business ethics has been applied in aspects of monotheism, freedom, honesty, responsibility, justice, and maintaining product halalness. However, MSMEs still face various challenges, such as business competition, unequal distribution of halal certification, limited information, customer complaints, rising raw material prices, and difficulties obtaining materials during Eid, as well as low utilization of sharia financing and digital payment systems. Future researchers are advised to broaden the scope of the study and use a quantitative approach.

Keywords: MSMEs, Halal Culinary, Islamic Business Ethics

A. Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Jombang berkembang pesat sehingga para pelakunya harus mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan mayoritas penduduk muslim, Jombang memiliki potensi besar untuk produk halal. UMKM berperan penting karena membantu pemerataan pendapatan, menjaga tradisi dan budaya lokal, serta menyerap banyak tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran di daerah tersebut.¹

Berdasarkan data pada tahun 2023, jumlah UMKM di Jombang tercatat sebanyak 13.128 unit yang mencakup berbagai sektor usaha, seperti agrobisnis, perdagangan, otomotif, kerajinan, fashion, serta makanan dan minuman. Angka ini menunjukkan adanya kenaikan yang signifikan dibandingkan dengan tahun 2022 yang mencatatkan 9.061 UMKM, serta tahun 2021 yang hanya sebanyak 6.375 UMKM. Melihat tren pertumbuhannya, dapat diprediksi bahwa jumlah UMKM akan terus meningkat pada tahun 2024 dan 2025.²

Keberadaan kawasan kuliner yang menawarkan makanan halal, aman, dan sehat sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya kawasan kuliner seperti ini, para konsumen dapat merasa yakin bahwa makanan dan minuman yang mereka konsumsi memenuhi standar kehalalan, kesehatan, dan kenyamanan. Hak untuk mengonsumsi makanan yang halal, aman, dan sehat adalah hak setiap konsumen, tanpa memandang latar belakang suku, ras, agama, atau status ekonomi.³

Sentra PKL Jombang di Jalan KH. Ahmad Dahlan menjadi pusat aktivitas UMKM kuliner halal dan destinasi favorit masyarakat. Dengan konsep “*food colony*” yang modern dan tertata rapi, kawasan ini

¹ Dwi Widianingsih, “Model Pengembangan Industri Halal Food UMKM Di Jombang” 3 (2022): 100–108.

² Data diperoleh dari website <https://www.jombangkab.go.id/berita/ekonomi/pj-bupati-jombang-optimis-bawa-umkm-jombang-ke-tingkat-nasional-dan-internasional-8840> diakses pada 17 maret 2025

³ Maqasid Al-syariah, “As- Syar ’ I: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga As- Syar ’ I: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga” 6 (2024): 1698–1711, <https://doi.org/10.47476/assyari.v6i3.7167>.

menghadirkan lingkungan usaha yang lebih nyaman dan terorganisir, serta diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan perekonomian lokal.⁴

Konsep halal adalah bagian dari sistem keyakinan dan kode etik dalam agama Islam yang memengaruhi kebiasaan tindakan pembeli Muslim dalam kehidupan sehari-hari. Ini berhubungan dengan bagaimana konsumen Muslim memilih dan mencari produk, serta keputusan mereka dalam melakukan pembelian. Bagi konsumen yang beragama Islam, sebelum membeli suatu produk, mereka akan memastikan bahwa produk tersebut memenuhi kriteria halal dan toyyib sesuai dengan ajaran syariat Islam.⁵

Bisnis kuliner selalu diminati dan UMKM di sektor ini terus bersaing dengan menghadirkan produk unggulan. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan klasifikasi berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008: usaha mikro memiliki aset hingga 50 juta dan omset hingga 300 juta; usaha kecil memiliki aset 50–500 juta dan omset 300 juta–2,5 miliar; sedangkan usaha menengah memiliki aset 500 juta–10 miliar dan omset 10–50 miliar. Dalam persaingan yang semakin ketat, UMKM kuliner perlu terus berinovasi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.⁶ Namun, di balik potensi tersebut, terdapat beragam tantangan yang harus dihadapi khususnya terkait dengan penerapan etika bisnis yang sesuai.

Etika bisnis muncul ketika praktik bisnis mulai dipertanyakan secara moral, seperti adanya penipuan dan kecurangan timbangan. Perhatian terhadap fenomena ini berkembang hingga menjadi kajian ilmiah tersendiri. Namun, sebagian orang meragukan peran moralitas dalam bisnis karena menganggap bisnis hanya bertujuan mencari laba dan berjalan dalam sistem yang berbeda dari etika. Keraguan tersebut kemudian melahirkan mitos bahwa bisnis bersifat amoral.⁷

Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang etika bisnis di antaranya terdapat dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3 sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya:

“Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima

⁴ Administrator, “Sentra PKL Ahmad Dahlan Jombang Resmi Dibuka, Hadirkan Konsep ‘Food Colony’ Modern,” [jombangkab.co.id](https://www.jombangkab.go.id/berita/ekonomi/sentra-pkl-ahmad-dahlan-jombang-resmi-dibuka-hadirkan-konsep-food-colony-modern-11356), 2025, <https://www.jombangkab.go.id/berita/ekonomi/sentra-pkl-ahmad-dahlan-jombang-resmi-dibuka-hadirkan-konsep-food-colony-modern-11356>.

⁵ Andre Ridho Saputro, Fitri Nuraini, and Mohammad Alfian, “Strategi Pemasaran Kuliner Halal: Studi Kasus UMKM Kota Surabaya,” *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology* 1, no. 2 (2022): 28–37, <https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i2.16922>.

⁶ Wely Hadi Gunawan, “Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , 7 (02), 2021 Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Hubungan Pelanggan Dan Sistem Informasi Pada UMKM Kuliner Halal Di Kota Cirebon” 7, no. 02 (2021).

⁷ Priatmojo Suryo Kuncoro and Siti Nurul Amaliyah, “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM :” 2 (2020): 198–214.

takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurang”.

Etika bisnis Islam sangat berperan dalam pengelolaan UMKM, termasuk usaha kuliner halal, karena tidak hanya menekankan keuntungan tetapi juga nilai moral dan spiritual. Etika bisnis mencakup nilai dan norma seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, tanggung jawab sosial, dan penghargaan terhadap hak individu. Prinsip-prinsip ini membimbing pelaku usaha agar tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan. Misalnya, kejujuran menekankan komunikasi terbuka dengan konsumen, sedangkan tanggung jawab sosial mendorong UMKM berkontribusi positif bagi komunitasnya.⁸

Dalam praktiknya, masih banyak pelaku usaha yang melanggar etika bisnis sehingga merugikan konsumen, mitra, dan pedagang lain, misalnya dengan menggunakan bahan berlebihan yang membahayakan kesehatan, menjual makanan tidak layak, atau menaikkan harga melebihi harga pasar. Pelanggaran ini menunjukkan tidak diterapkannya prinsip keadilan, yang sangat ditekankan dalam Islam. Selain itu, masalah lain adalah masih banyak sampah yang tidak dikelola dengan baik, terutama dari produk makanan dan minuman pedagang kuliner.⁹

Di balik berbagai tantangan, UMKM kuliner halal memiliki peluang besar berkat pertumbuhan pasar nasional dan meningkatnya kesadaran konsumen akan produk halal. Pemerintah dan lembaga terkait juga menyediakan program pendukung seperti pelatihan, pendampingan, dan akses pembiayaan khusus UMKM halal. Peluang ini dapat dimanfaatkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas, memperbaiki kualitas produk, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.¹⁰

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasanah & Supriadi di Taman Alun Putussibau, Kalimantan Barat, berhasil mengimplementasikan tiga aspek penting dari etika bisnis Islam, yaitu keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Namun, mereka belum dapat menerapkan aspek kesatuan. Kendala yang dihadapi yaitu lebih mengutamakan berdagang daripada kewajiban agama dan pengelolaan sampah yang buruk.¹¹ Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Adiba & Amir lebih menitikberatkan pada upaya meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan kesadaran halal dan sertifikasi halal.¹² Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Adinda Thalia, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto memberikan gambaran bahwa penerapan etika bisnis yang sesuai dengan

⁸ Lutfi Amalia et al., “Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis” 3, no. 4 (2024): 350–61.

⁹ Jumratul Hasanah and Beni Supriadi, “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KULINER” 1, no. 1 (2023): 123–33.

¹⁰ Firman Muhammad Abdurrohman Akbar, “Analisis Tantangan dan Peluang Pengembangan UMKM Halal Dalam Era Pasar Nasional” 2 (2), (2020).

¹¹ Hasanah and Supriadi, “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KULINER.”

¹² Elfira Maya Adiba and Faizal Amir, “Membangun mindset bisnis halal melalui kesadaran halal untuk UMKM sector kuliner” 5, No. 3 (2024): 489-499.

ajaran Islam dapat menjadi model bagi UMKM lainnya, terutama dalam memperkuat daya saing mereka di pasar lokal maupun regional¹³. Adapun gap riset penelitian ini lebih berfokus pada UMKM kuliner halal, dengan penekanan pada peluang dalam menjalankan kuliner halal, implementasi etika bisnis, dan tantangan pada penerapan etika bisnis pada UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang.

Urgensi tema penelitian ini adalah agar pelaku UMKM memiliki keunggulan kompetitif setelah menerapkan etika bisnis dalam bisnis kuliner halal sehingga lebih survive bisnisnya dan dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan konsumen sehingga tidak kehilangan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang, UMKM yang menerapkan etika bisnis yang baik akan lebih mampu bersaing dan bertahan di pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menentukan judul “Implementasi Etika Bisnis Pada UMKM Kuliner Halal Di Sentra PKL Jombang (Analisis Peluang Dan Tantangan)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang dalam implementasi etika bisnis. Fokus utama penelitian kualitatif ini adalah untuk menggali bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis, seperti kejujuran, tanggung jawab terhadap lingkungan, dan perhatian terhadap pelanggan, diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari usaha tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam menerapkan etika bisnis dan melihat dampaknya terhadap keberlanjutan usaha serta kepuasan pelanggan. Diharapkan hasil dari studi ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pentingnya etika bisnis dalam sektor UMKM kuliner halal.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Menurut Saryono, penelitian kualitatif digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang sulit dijelaskan atau diukur dengan pendekatan kuantitatif.¹⁴ Menurut Dedy Mulyana, penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungan alamiahnya. Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan, yaitu dengan mencari sumber data langsung dari para penjual.¹⁵ Dengan demikian, melalui penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), peneliti dapat mengidentifikasi dan menggambarkan

¹³ Adinda Thalia, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, “Implementasi etika bisnis, konsep produksi, efisiensi pengolahan pada umkm terhadap system social ekonomi perspektif ekonomi islam” 7, No. 1 (2021).

¹⁴ M.pd Dr. Abdul Fattah Nasution, *METODE PENELITIAN KUALITATIF*, 2023.h-34

¹⁵ Claretta Dyva Agatha Mahendra, “Program Pendayagunaan Masyarakat Pada Kegiatan Lmi Innovation Weeks 2023,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 235, https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.

tantangan yang dihadapi oleh UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang dalam menerapkan etika bisnis.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jombang, tepatnya di Sentra Kuliner Jl. KH. A. Dahlan, Jombatan, Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa area tersebut memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Menurut Creswell, jumlah partisipan dalam penelitian kualitatif umumnya berkisar antara 5 hingga 10 orang.¹⁶ Dalam penelitian ini, penulis memilih lima informan sebagai sumber data utama karena sudah mewakili variasi pengalaman dan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Supriati, objek penelitian adalah variabel atau hal yang diteliti oleh peneliti di lokasi penelitian guna memperoleh informasi yang relevan.¹⁷ Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah UMKM kuliner halal serta tantangan yang dihadapi dalam menerapkan etika bisnis.

Data primer dalam penelitian ini merujuk pada informasi yang diperoleh langsung dari pelaku UMKM kuliner halal di Jombang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap para pemilik usaha kuliner tersebut. Sedangkan Peneliti memperoleh data sekunder dari berbagai sumber, seperti buku, artikel ilmiah, skripsi, situs web, fatwa MUI, dan undang-undang.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan langsung kepada informan yang memenuhi karakteristik kuliner halal di Jombang untuk memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penulis mengumpulkan data melalui pengamatan langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Dan penulis menggunakan berbagai dokumen tertulis, gambar, foto, dan sumber relevan lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan pada riset ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, penarik kesimpulan dan verifikasi.¹⁸ Pengecekan keabsahan data menggunakan pendekatan triangulasi yaitu triangulasi metode, triangulasi sumber, dan triangulasi teori.¹⁹

C. Hasil dan Pembahasan

1. Peluang dalam menjalankan kuliner halal pada UMKM di Sentra

¹⁶ E. Pratama, S.D., & Syaodih, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memanfaatkan Aplikasi KAI Access," *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa* 3, no. 1 (2021): 20–27, <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsj> 27.

¹⁷ Reihana Jannati Hakim Neng Siti Hamidah, "PERAN SOSIAL MEDIA ATAS PERILAKU KONSUMTIF BELANJA BAGI IBU RUMAH TANGGA DI DESA LEBAKSARI KEC.PARAKANSALAK," *SENTRI* 2, no. 3 (2023): 135–50, <https://doi.org/10.34005/lingua.v19i2.3131>.

¹⁸ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif" 17, no. 33 (2018): 81–95.

¹⁹ Dedi Susanto and M Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah" 1, no. 1 (2023): 53–61.

PKL Jombang

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan motor penggerak utama pembangunan ekonomi Indonesia dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Dalam dunia bisnis, UMKM memiliki keterkaitan dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selama memenuhi kriteria usaha kecil sesuai undang-undang, hubungan kepemilikan atau penguasaan tersebut tetap termasuk dalam kategori UMKM.²⁰

Berdasarkan UUD 1945 dan TAP MPR No. XVI/MPR-RI/1998, UMKM perlu diberdayakan karena menjadi bagian penting dari ekonomi rakyat yang berperan strategis dalam membangun perekonomian nasional yang adil dan seimbang. Pengaturan UMKM pertama kali diatur dalam UU No. 9 Tahun 1995 dan kemudian disempurnakan melalui UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1. Secara umum, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha perorangan dengan skala paling kecil sesuai kriteria undang-undang. Usaha Kecil dan Menengah merupakan usaha mandiri yang bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha yang lebih besar, dengan tingkat kekayaan atau pendapatan lebih tinggi dari usaha di bawahnya dan memenuhi ketentuan yang berlaku. Sementara itu, Usaha Besar adalah usaha produktif dengan kekayaan bersih atau omzet tahunan melebihi batas Usaha Menengah, baik milik negara, swasta, maupun asing. Seluruh pelaku usaha tersebut termasuk dalam kategori Dunia Usaha yang beroperasi di Indonesia.²¹

Berdasarkan landasan hukum dan pengertian UMKM sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan, UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional sehingga perlu terus diberdayakan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, peluang pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner halal dapat dianalisis melalui delapan aspek utama yang saling berkaitan dan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, yaitu lokasi UMKM, arus pelanggan, fasilitas, aturan pemerintah, permintaan kuliner halal, strategi pengembangan, bantuan dan pendampingan pemerintah, serta model pembayaran.

a. Lokasi UMKM

Lokasi merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran karena berpengaruh langsung terhadap keberhasilan usaha. Menurut Tjiptono, lokasi mempermudah distribusi barang atau jasa. Calista dan Andy menekankan bahwa lokasi yang mudah diakses memengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu, Winda dan Andy menyatakan bahwa lokasi strategis dapat

²⁰ Jamil Rifani, "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Amuntai Kab. Hsu," *Jurnal Inovatif* 4, no. 1 (2022): 27–34, <https://ojs-inovatif.web.id/index.php/ANI2018/article/view/53>.

²¹ Faroman Syarief, *PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*, vol. 1, 2020.

meningkatkan keuntungan dan menarik minat pasar sasaran. Dengan demikian, pemilihan lokasi yang tepat menjadi kunci untuk menjangkau konsumen dan mengembangkan usaha secara optimal.²²

Berdasarkan riset lapangan, seluruh responden menilai lokasi usaha saat ini strategis dan mendukung kelancaran usaha. Namun, Kak Anita berpendapat lokasi sebelumnya lebih menguntungkan karena berada di depan sekolah dan pinggir jalan sehingga lebih mudah terlihat dan dijangkau, meski harus dipindahkan. Secara umum, lokasi berperan penting dalam keberhasilan usaha karena memengaruhi aksesibilitas, distribusi, dan daya tarik konsumen, dengan lokasi di jalan utama dinilai lebih menguntungkan.

b. Arus Pelanggan

Menurut Kotler, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk atau jasa, di mana kepuasan terjadi jika harapan terpenuhi atau terlampaui, sehingga konsumen cenderung kembali menggunakan produk dan menjadi pelanggan setia. Kepuasan konsumen meningkatkan jumlah dan frekuensi kunjungan, sehingga arus pelanggan yang ramai dapat mendukung kelangsungan bisnis.²³

Hasil riset menunjukkan sebagian besar responden menilai lokasi usaha saat ini cukup ramai dan mendukung bisnis. Bu Suhartini menyebut lokasi baru lebih ramai, sedangkan Kak Anita menilai lokasi lama di depan sekolah lebih strategis dan ramai. Responden lain menyatakan tingkat keramaian dipengaruhi cuaca, terutama saat hujan jumlah pengunjung menurun. Secara umum, arus pelanggan yang ramai menjadi peluang penting karena meningkatkan kunjungan, kepuasan konsumen, dan keberlangsungan usaha.

c. Fasilitas

Fasilitas menurut Kotler dan Keller adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen, sedangkan menurut Wibisono dan Achsa, fasilitas merupakan segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan yang berguna untuk menunjang kepuasan konsumen.²⁴

²² Elisa Anugrah Suci and Andy Andy, "Pengaruh Lokasi, Strategi Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Kutabumi 5," *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 1 (2023): 24–33, <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>.

²³ Eka Putri Maulidiah, Survival Survival, and Bambang Budiantono, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Economina* 2, no. 3 (2023): 727–37, <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>.

²⁴ Syamsul Arifin, Nur Aini Anisa, and Priyo Utomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahass Daya Motor Surabaya," *Journal on Education* 05, no. 03 (2023): 9629–36.

Hasil riset menunjukkan seluruh responden menilai fasilitas usaha, seperti listrik, air, toilet, parkir, kebersihan, dan keamanan, telah terpenuhi dengan baik. Kak Anita menyebut fasilitas saat ini lebih lengkap dibanding sebelumnya. Secara umum, fasilitas yang memadai mendukung kenyamanan konsumen dan kelancaran operasional, sehingga menunjang keberlangsungan usaha.

d. Aturan Pemerintah

Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2007 Pasal 1, Pajak adalah kontribusi wajib dari individu atau badan kepada negara tanpa imbalan langsung, digunakan untuk kemakmuran rakyat. Sementara itu, retribusi merupakan kontribusi masyarakat kepada pihak tertentu sebagai kompensasi atas penggunaan fasilitas umum, dan diatur oleh pemerintah sesuai UU No. 28 Tahun 2009.²⁵

Hasil riset menunjukkan seluruh responden menilai retribusi kebersihan tidak memberatkan. Pelaku usaha hanya membayar Rp5.000 per hari tanpa pajak, sebagai kompensasi penggunaan fasilitas umum. Biaya yang ringan ini mendukung kebersihan lingkungan dan meringankan beban usaha, sehingga menjadi peluang bagi perkembangan usaha kuliner halal.

e. Permintaan Kuliner Halal

Menurut Global Islamic Economy Report, pengeluaran konsumen Muslim untuk makanan dan gaya hidup halal diperkirakan mencapai \$2,8 triliun pada 2025 dengan pertumbuhan tahunan 7,5%. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya populasi Muslim dan permintaan terhadap produk halal. Industri halal kini menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat, tidak hanya sebagai kebutuhan religius, tetapi juga sebagai bagian penting dalam ekonomi global melalui inovasi dan ekspansi pasar.²⁶

Berdasarkan hasil riset lapangan, permintaan pasar terhadap kuliner halal tergolong tinggi, terutama di daerah dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Jombang. Kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk meningkat, sehingga label halal berperan tidak hanya sebagai identitas religius tetapi juga strategi untuk menarik konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Tingginya permintaan pasar ini menjadi peluang penting bagi pengembangan usaha kuliner halal secara berkelanjutan.

f. Strategi Pengembangan

Teori Schumpeter menyatakan bahwa kewirausahaan

²⁵ Hipajak, "Mengenal Pajak Dan Retribusi Secara Singkat Dan Perbedaannya," Hipajak, 2022.

²⁶ Muhamad Iqbal Amarul Hasan, "Adaptasi Kuliner Global: Ramen Halal Sebagai Representasi Identitas Dan Komodifikasi Budaya Muslim," *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, 2022, 167–77.

mendorong perubahan ekonomi lewat inovasi yang menggantikan sistem lama (penghancuran kreatif). Dalam UMKM, hal ini terlihat dari penggunaan media sosial dan live streaming sebagai strategi pemasaran untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan membangun kedekatan langsung.²⁷ Selaras dengan itu, Menurut Anwar dan Satrio, kualitas produk adalah kemampuan produk memenuhi harapan konsumen, yang meliputi bukan hanya fisik barang, tapi juga pelayanan, SDM, dan lingkungan usaha secara keseluruhan.²⁸

Hasil penelitian menunjukkan pelaku UMKM kuliner mengembangkan usaha melalui strategi seperti memanfaatkan live TikTok, mengikuti tren pasar, dan menjaga kualitas produk agar konsumen tetap loyal. Media sosial dan live streaming menarik pembeli baru, adaptasi tren mendorong inovasi, dan kualitas produk memastikan kepuasan konsumen. Strategi ini memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner halal.

g. Bantuan dan Pendampingan Pemerintah

Menurut Diva, pemerintah berperan sebagai fasilitator (memberi pelatihan dan dukungan keuangan), regulator (menciptakan kebijakan dan menjaga iklim usaha), dan katalisator (mempercepat pertumbuhan UMKM lewat pemberdayaan, infrastruktur, pendanaan, dan dukungan komunitas kreatif).²⁹

Hasil riset menunjukkan bahwa seluruh responden belum pernah menerima bantuan, pelatihan, pendampingan, promosi, maupun dukungan sertifikasi halal dari pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa peran pemerintah sebagai fasilitator, regulator, dan katalisator belum sepenuhnya dirasakan oleh pelaku UMKM. Temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kebijakan dan implementasi di lapangan, serta kurangnya sosialisasi program pemerintah. Padahal, jika diberikan secara optimal, dukungan pemerintah dapat menjadi peluang besar untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing usaha kuliner halal.

h. Model Pembayaran

Menurut Widyayanti, sistem pembayaran merupakan seperangkat aturan untuk melakukan transaksi dalam aktivitas ekonomi yang melibatkan pengalihan uang dari satu pihak ke

²⁷ I Wayan Kayun Suwastika et al., *Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2023.

²⁸ MUHAMMAD THAHER, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Pada Richeese Factory Makassar,” 2024.

²⁹ Adellia Maharani and Adie Dwiyanto Nurlukman, “Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang,” *Sebatik* 27, no. 1 (2023): 333–43, <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2160>.

pihak lain, baik secara tunai maupun non-tunai. Sitorus menjelaskan bahwa pembayaran tunai dilakukan dengan uang kartal seperti uang logam dan uang kertas.³⁰ Sementara itu, Bank Indonesia memperkenalkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai sistem pembayaran digital yang efektif.³¹

Hasil riset menunjukkan mayoritas UMKM kuliner masih mengandalkan tunai, dengan penggunaan QRIS terbatas karena kurang praktis atau belum dipahami. Penerapan pembayaran digital berpotensi mempermudah transaksi dan memperluas pasar kuliner halal.

2. Implementasi Etika Bisnis pada UMKM Kuliner Halal di Sentra PKL Jombang

Dalam setiap aktivitas usaha, terdapat berbagai aspek yang perlu diperhatikan, terutama berkaitan dengan sikap serta etika dalam berdagang. Kenyataannya, masih banyak pelaku bisnis di Indonesia yang lebih berorientasi pada pencapaian keuntungan sebesar-besarnya tanpa menjadikan nilai-nilai Islam sebagai dasar dalam menjalankan transaksi. Akibatnya, kegiatan usaha sering kali hanya terfokus pada perolehan laba semata dan mengabaikan prinsip moral yang seharusnya menjadi pedoman.³²

Padahal etika bisnis Islam merupakan prinsip moral yang mengatur perilaku pelaku bisnis sesuai syariah, membedakan yang baik dan buruk dalam aktivitas ekonomi, serta menekankan perilaku yang pantas, wajar, dan bermanfaat bagi banyak orang.³³ Etika bisnis Islam berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadits sebagai pedoman utama, serta sunnah Rasulullah sebagai contoh praktik nyata. Al-Qur'an mengatur perilaku ekonomi secara menyeluruh, termasuk dalam aspek syariah, konsumsi, distribusi, dan sirkulasi.³⁴ Al-Qur'an dan Sunnah menjadi sumber utama etika bisnis Islam. Al-Qur'an, seperti dalam Surat An-Nahl ayat 90 dan hadis-hadis Nabi Muhammad SAW, seperti Shahih Bukhari No. 2776 dan Shahih Muslim No. 89, memberikan panduan tentang larangan praktik bisnis yang tidak etis seperti riba, gharar

³⁰ Aulia Syahda et al., "Analisis Perbandingan Pembayaran Tunai Dan QRIS Dalam Melakukan Transaksi Dikalangan Mahasiswa Serang Banten," *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi* 2, no. 4 (2024): 255–64, <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.731>.

³¹ Fitri Puspitaningrum, Sophie Cintya Kusumastuti, and Anik Rimbawati, "Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli Di Tengah Masyarakat UMKM Ketintang Surabaya," *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 603–14.

³² Amin Awal Amarudin and Noviana Nur Sholikhah, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Fashion Muslimah (Studi Kasus Zoya Store Kediri)" 6, no. 1 (2025): 23–31.

³³ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.

³⁴ Siti Aysah, Ambok Pangiuk, and Atar Satria Fikri, "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Hotel Syariah Kota Jambi (Studi Pada OYO 2899 Mardilia Bandara Syariah Kota Jambi)," *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67, <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i3.417>.

(ketidakjelasan), dan maisir (judi).³⁵

Etika bisnis Islam didasarkan pada lima prinsip utama yang menjadi pedoman moral bagi pelaku usaha:

- a. Kesatuan (Unity) – Menekankan bahwa setiap aktivitas ekonomi harus selaras dengan nilai agama dan memperkuat hubungan spiritual dengan Allah SWT.
- b. Keseimbangan (Equilibrium) – Menuntut keadilan dalam setiap transaksi dan hubungan bisnis, sehingga semua pihak memperoleh haknya secara layak.
- c. Kehendak Bebas (Free Will) – Memberikan kebebasan mengambil keputusan bisnis, tetap dalam batas syariah yang menekankan kerja sama dan tanggung jawab.
- d. Tanggung Jawab (Responsibility) – Meliputi kewajiban terhadap Tuhan, diri sendiri, dan masyarakat melalui pengelolaan usaha yang jujur dan berdampak positif.
- e. Kebenaran, Kebajikan, dan Kejujuran (Truth, Goodness, Honesty) – Menekankan integritas, kejujuran, pemenuhan janji, dan menghindari kerugian bagi pihak lain.³⁶

Etika bisnis Islam tidak sekadar menjadi teori normatif, melainkan berfungsi sebagai pedoman praktis yang membimbing perilaku pelaku usaha agar aktivitas ekonomi berjalan sesuai prinsip syariah. Dengan demikian, penerapan keenam prinsip etika bisnis ini dalam UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Prinsip Ketauhidan (Tauhid/Unity)

Menurut Imaduddin, prinsip ketauhidan (tauhid) dalam etika Islam menegaskan bahwa seluruh aspek kehidupan, termasuk bisnis, harus dijalankan sebagai bentuk penghambaan kepada Allah. Etika bisnis tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga mencerminkan nilai spiritual dan moral yang terintegrasi secara vertikal (dengan Allah) dan horizontal (dengan sesama manusia). Penerapan ketauhidan tercermin dalam praktik usaha seperti sedekah, menjaga waktu sholat, dan adab dalam pelayanan.³⁷

Penerapan prinsip ketauhidan dalam UMKM kuliner di Sentra PKL Jombang terlihat melalui kegiatan sosial seperti sedekah, upaya menjaga waktu sholat secara bergantian saat berjualan, serta sikap ramah kepada pelanggan. Meskipun

³⁵ Alya Latifah Authari, Muhammad Fakhru Fikri, and Salma Aulia, "Etika Bisnis Dalam Islam: Panduan Dari Hadist Tentang Jual Beli," *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2024): 43–48.

³⁶ Khairul Amri Hanifa, Muhammad Adnan, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Operasional Koperasi Pegawai Mahkamah Syar'iyah Di Provinsi Aceh," *Ekonomi Manajemen Dan Sekretari* 9, no. 3 (2024): 153–57.

³⁷ Darmawati, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah," *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2017): 58–68, <https://media.neliti.com/media/publications/58054-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam-eksp.pdf>.

demikian, terdapat perbedaan informasi mengenai program santunan anak yatim, yang menunjukkan adanya miskomunikasi di antara pelaku usaha. Secara umum, pelaku UMKM berusaha mengintegrasikan nilai spiritual dan moral dalam aktivitas bisnis meski menghadapi tantangan koordinasi kegiatan sosial.

b. Prinsip Kebebasan

Menurut Syed Nawab Haider Naqvi, kebebasan dalam etika bisnis Islam berarti bahwa setiap individu maupun kelompok memiliki hak untuk menjalankan aktivitas ekonomi secara mandiri. Namun, kebebasan ini tidak bersifat absolut, melainkan dibatasi oleh tanggung jawab moral dan prinsip keadilan. Artinya, dalam melakukan kegiatan bisnis, seseorang bebas berusaha selama tidak merugikan pihak lain dan tetap mematuhi nilai-nilai etika Islam. Prinsip ini menjaga keseimbangan antara hak individu dan kepentingan bersama dalam masyarakat.³⁸

Prinsip kebebasan dalam etika bisnis Islam diterapkan di Sentra PKL Jombang, di mana pelaku UMKM diberikan kebebasan menjual produk yang sama tanpa batasan. Kebebasan ini dijalankan sambil tetap memperhatikan tanggung jawab moral dan menjaga persaingan yang sehat, sehingga tercipta lingkungan bisnis yang adil dan kondusif bagi semua pedagang.

c. Prinsip Kejujuran

Mazhab Hanbali menekankan pentingnya kejujuran (sidq) dalam praktik bisnis melalui pendekatan literal terhadap teks-teks suci. Kejujuran ini diwujudkan dalam bentuk transparansi dalam penetapan harga, kejelasan kualitas produk, serta keterbukaan mengenai kondisi transaksi. Mazhab ini juga secara tegas melarang segala bentuk manipulasi informasi atau tindakan yang dapat merugikan konsumen. Dengan demikian, pelaku usaha dituntut untuk menjaga integritas dan kepercayaan dalam setiap interaksi bisnis.³⁹

Pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang menerapkan prinsip kejujuran dengan menjaga harga produk tetap stabil dan transparan meskipun biaya bahan baku naik. Praktik ini memastikan nilai dan porsi produk tetap adil bagi konsumen serta membangun kepercayaan jangka panjang, sejalan dengan ajaran Mazhab Hanbali yang menekankan integritas dan keterbukaan dalam transaksi bisnis.

d. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam menekankan pemberian hak secara proporsional, termasuk dalam menangani

³⁸ REFILIA FATMAWATI, "IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONEL MLILIR KECAMATAN DLOPO" (2021).

³⁹ Fitriyah, "Etika Bisnis Dalam Mazhab Hanbali : Analisis Terhadap Prinsip Kejujuran Dan Keadilan Dalam" 3, no. 3 (2025).

keluhan pelanggan. Pelaku usaha perlu bersikap adil baik kepada pelanggan maupun kondisi usahanya. Tjiptono menegaskan bahwa penanganan keluhan yang efektif mencakup empati, kecepatan, keadilan, dan kemudahan akses. Penerapan prinsip ini membantu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.⁴⁰

Pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang menerapkan prinsip keadilan dengan menangani keluhan pelanggan secara proporsional sesuai situasi. Meskipun tidak semua keluhan diganti, mereka menunjukkan sikap empati dan menjaga komunikasi terbuka untuk mempertahankan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

e. Prinsip Tanggung Jawab

Menurut Imaddudin, kebebasan tanpa batas bagi manusia adalah hal yang mustahil karena kebebasan tersebut harus diiringi dengan tanggung jawab dan akuntabilitas. Agar tercipta keadilan dan kesatuan, setiap individu perlu bertanggung jawab atas tindakannya secara logis. Prinsip ini erat kaitannya dengan konsep kehendak bebas, yang mengatur batasan kebebasan manusia agar tetap bertanggung jawab atas segala perbuatannya.⁴¹

Pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang menunjukkan kesadaran tinggi terhadap tanggung jawab, terutama dalam membayar iuran tepat waktu dan menjaga kebersihan tempat usaha. Praktik ini mencerminkan disiplin, kepedulian terhadap pelanggan, dan upaya menjaga kenyamanan serta keberlanjutan fasilitas bersama.

f. Menjaga Kehalalan Makanan Yang Dijual

Menjaga kehalalan makanan sangat penting bagi pelaku usaha untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan, dimulai dari pemilihan bahan baku yang cermat dan sesuai standar halal, proses pengolahan yang memperhatikan keamanan dan kualitas seperti penggunaan bahan tambahan terdaftar BPOM, hingga pemilihan kemasan yang halal dan aman. Menurut Prabowo & Rahman, bahan baku halal merupakan bagian dari standarisasi yang mencakup regulasi sertifikasi halal dari MUI guna memastikan seluruh bahan memenuhi persyaratan kehalalan secara resmi.⁴²

Pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang konsisten menjaga kehalalan produk dengan menggunakan bahan baku, bahan

⁴⁰ Daniel, "TINJAUAN MANAJEMEN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA MEDIA SOSIAL TWITTER," *Daniel Oktaviannus, Arif Rahman Hakim* 11, no. 4 (2022): 744–51.

⁴¹ Darmawati, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah."

⁴² Yoan Firdaus Mahardi, Dadang Karya Bakti, and Prasetya Nugeraha, "Pengaruh Bahan Baku Halal Dan Persepsi Halal Terhadap Minat Pembelian Menu KFC Di Bandar Lampung Dengan Country of Origin Sebagai Variabel Mediasi," *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 8, no. 2 (2025): 452–64, <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1075>.

tambahan, dan kemasan bersertifikat atau berlabel halal dari pemasok terpercaya. Praktik ini mencerminkan komitmen mereka menjaga kepercayaan konsumen serta keamanan dan kualitas produk sesuai prinsip etika bisnis Islam.

3. Tantangan Dalam Penerapan Etika Bisnis pada UMKM Kuliner Halal di Sentra PKL Jombang

Tantangan yang dihadapi dalam mengelola usaha UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang antara lain sebagai berikut:

a. Tantangan Menjalankan Usaha

Yusuf Al-Qardhawi menekankan bahwa pedagang Muslim harus mematuhi prinsip syariah, seperti menghindari barang haram, jujur, amanah, adil, menjauhi riba, menghindari monopoli, dan menegakkan persaudaraan. Prinsip ini menjadi landasan etika bisnis Islam yang relevan bagi UMKM kuliner halal agar usaha menguntungkan sekaligus membawa keberkahan dan tanggung jawab sosial.⁴³

Pelaku UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang menghadapi tantangan seperti persaingan produk, keluhan pelanggan, kenaikan harga bahan baku, dan kelangkaan bahan saat hari raya. Meski demikian, mereka tetap menjaga kualitas, harga stabil, dan saling membantu, mencerminkan penerapan etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial serta keberkahan usaha.

b. Kendala Untuk Membangun Kepercayaan Pembeli

Sri Ernawati dan Iwan Koerniawan menyatakan label halal penting untuk meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen, sementara tanpa label halal minat beli menurun. Pemahaman tentang sertifikat halal krusial untuk membangun kepercayaan konsumen makanan di Indonesia.⁴⁴

Di Sentra PKL Jombang, sertifikat dan logo halal membantu pelaku UMKM membangun kepercayaan konsumen. Mayoritas pedagang telah memiliki sertifikat atau menggunakan bahan halal, sehingga tidak mengalami kendala dalam menarik pembeli, menegaskan pentingnya sertifikasi halal bagi reputasi dan daya saing produk.

c. Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal dari MUI menyatakan produk sesuai syariat Islam dan menjadi syarat label halal pemerintah. UU No. 33/2014

⁴³ Nurhidayah, "ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT YUSUF QARDHAWI," *IAINPAREPARE* (2022), https://doi.org/10.20935/AL189%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttp.

⁴⁴ Dedi Mardianto, Idris Parakkasi, and Cut Muthiadin, "Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Produk Industri Pangan Di Indonesia Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar , Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2 (2) (2025): 346–60.

mewajibkan setiap produk di Indonesia terjamin halalness, di bawah tanggung jawab BPJPH.⁴⁵ Mayoritas pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang telah memiliki sertifikat halal atau menggunakan logo halal, baik secara fisik maupun digital, sementara beberapa bekerja sama dengan produsen bersertifikat. Hanya sebagian kecil yang belum mengurus sertifikasi, menunjukkan kesadaran tinggi terhadap pentingnya halal, meski implementasinya masih bervariasi.

d. Kendala Modal Dan Perizinan

Menurut Setiaji dan Khoirudin, modal awal penting untuk menentukan skala dan kapasitas produksi, serta memungkinkan perkembangan usaha.⁴⁶ Seiring pertumbuhan, legalitas menjadi krusial, karena izin dari pemerintah memberikan dasar hukum untuk menjalankan kegiatan usaha.⁴⁷ Seluruh pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang tidak mengalami kendala terkait modal, perizinan, atau pengelolaan keuangan, menunjukkan kesiapan mereka menjalankan usaha secara legal dan finansial, meski dukungan berkelanjutan tetap diperlukan untuk pengembangan usaha.

e. Penggunaan Bank Syariah

Menurut Umairoh, Bank Syariah menghimpun dan menyalurkan dana berdasarkan prinsip syariah tanpa bunga, menggunakan mekanisme jual beli dan bagi hasil.⁴⁸ Namun, menurut Ana Widya Puspitasari, UMKM sulit mengakses pembiayaan syariah karena keterbatasan jaminan, legalitas, pengetahuan, dan penyebaran layanan, sehingga banyak tetap memilih pembiayaan konvensional yang lebih mudah dan murah.⁴⁹ Mayoritas pelaku UMKM di Sentra PKL Jombang belum memanfaatkan layanan Bank Syariah untuk usaha, dengan hanya satu responden menggunakannya sekadar menabung, menunjukkan rendahnya penggunaan perbankan syariah dalam pengelolaan keuangan usaha.

⁴⁵ Legalitas.org, "Pengurusan Sertifikat Halal," legalitas.org, 2025.

⁴⁶ Maya Noura Nazifah and Khairul Ikhwan, "Analisis Faktor Kendala Industri Kecil Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di Kelurahan Tidar Utara Kota Magelang)," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* 7, no. 1 (2021): 55–71, https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i1.515.

⁴⁷ S Supriyanto, "Problematika Dan Reformasi Atas Sistem Perizinan Di Indonesia," *Jurnal Education and Development* 7, no. 4 (2019): 73–77, <http://repository.ubaya.ac.id/id/eprint/39028>.

⁴⁸ Pramesti Harmar et al., "PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM UMKM UNTUK MENGEMBANGKAN EKONOMI INDONESIA," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* 5, no. 1 (2021): 68–77, <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>.

⁴⁹ Ana Widya Puspitasari and Jl. Mojopahit 666B Sidoarjo Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, "PERAN DAN TANTANGAN PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI INDONESIA," *UMSIDA*, 2018.

D. Penutup

Sentra PKL Kuliner Jombang merupakan lokasi strategis bagi pengembangan UMKM kuliner halal dengan fasilitas memadai, arus pelanggan yang cukup ramai, dan permintaan pasar tinggi dari mayoritas penduduk Muslim. Keberadaan sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjadi strategi efektif untuk menarik pembeli, sementara pelaku usaha menyesuaikan produk dengan tren, menjaga kualitas, dan memanfaatkan pemasaran digital seperti live streaming. Meski peluang usaha menjanjikan, tantangan tetap ada, termasuk keterbatasan pendampingan dan bantuan pemerintah, sertifikasi halal yang harus ditempuh mandiri, serta penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS yang masih terbatas.

Pelaku UMKM kuliner halal di Sentra PKL Jombang menerapkan etika bisnis Islam melalui beberapa prinsip, antara lain ketauhidan dengan Menjaga sholat, sedekah dan sikap ramah, kebebasan untuk berinovasi dan bersaing sehat, kejujuran melalui transparansi harga dan kestabilan porsi, keadilan dalam menangani keluhan pelanggan, serta tanggung jawab dengan menjaga kebersihan, kualitas produk, dan pembayaran iuran tepat waktu. Selain itu, mereka konsisten menjaga kehalalan produk melalui penggunaan bahan baku terpercaya dan sertifikat halal, sehingga etika bisnis menjadi dasar untuk menciptakan lingkungan usaha yang sehat, kompetitif, dan dipercaya konsumen.

Pelaku UMKM kuliner di Sentra PKL Jombang menghadapi tantangan seperti persaingan usaha, variasi pelanggan, kenaikan harga bahan baku, dan ketersediaan stok saat hari raya. Kepercayaan konsumen bergantung pada sertifikat halal, namun status kepemilikan sertifikat bervariasi dan belum selalu ditampilkan, sehingga perlu pengelolaan lebih baik. Dari sisi modal, perizinan, dan pengelolaan keuangan, UMKM relatif mandiri, namun pendampingan berkelanjutan tetap dibutuhkan. Pemanfaatan layanan bank syariah masih terbatas, menunjukkan peluang untuk meningkatkan akses pembiayaan halal bagi pelaku usaha.

Pelaku UMKM disarankan memperkuat kepercayaan konsumen melalui sertifikasi halal dan penerapan etika bisnis, meningkatkan inovasi produk serta adaptasi teknologi, dan memanfaatkan pendampingan usaha serta pembiayaan bank syariah. Peneliti dan akademisi dianjurkan memperluas ruang lingkup studi, membandingkan beberapa sentra kuliner, dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh data lebih mendalam. Masyarakat diharapkan lebih selektif dalam memilih produk halal, mendukung UMKM lokal melalui pembelian dan promosi, serta memberikan masukan konstruktif guna peningkatan kualitas produk dan pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. "Sentra PKL Ahmad Dahlan Jombang Resmi Dibuka, Hadirkan Konsep 'Food Colony' Modern." jombangkab.co.id, 2025. <https://www.jombangkab.go.id/berita/ekonomi/sentra-pkl-ahmad-dahlan-jombang-resmi-dibuka-hadirkan-konsep-food-colony-modern-11356>.
- Agatha Mahendra, Claretta Dyva. "Program Pendayagunaan Masyarakat Pada Kegiatan Lmi Innovation Weeks 2023." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 235. https://jurnalkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.
- Al-syariah, Maqasid. "As- Syar ' I: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga As- Syar ' I: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga" 6 (2024): 1698–1711. <https://doi.org/10.47476/assyari.v6i3.7167>.
- Amalia, Lutfi, Niken Faizah Rahmaningtiyas, Alamat Jl, A Yani No, and Kec Purwokerto Utara. "Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis Prinsip Dan Kode Etik Dalam Bisnis" 3, no. 4 (2024): 350–61.
- Amarudin, Amin Awal, and Noviana Nur Sholikhah. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Persaingan Usaha Fashion Muslimah (Studi Kasus Zoya Store Kediri)" 6, no. 1 (2025): 23–31.
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Aulia Syahda, Diva Nurul Aida, Wahyu Hidayat, and Zaini Ibrahim. "Analisis Perbandingan Pembayaran Tunai Dan QRIS Dalam Melakukan Transaksi Dikalangan Mahasiswa Serang Banten." *MENAWAN: Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi* 2, no. 4 (2024): 255–64. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.731>.
- Authari, Alya Latifah, Muhammad Fakhrol Fikri, and Salma Aulia. "Etika Bisnis Dalam Islam: Panduan Dari Hadist Tentang Jual Beli." *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2024): 43–48.
- Daniel. "TINJAUAN MANAJEMEN PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN INDIHOME PADA MEDIA SOSIAL TWITTER." *Daniel Oktaviannus, Arif Rahman Hakim* 11, no. 4 (2022): 744–51.
- Darmawati. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam : Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur'an Dan Sunnah." *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2017): 58–68. <https://media.neliti.com/media/publications/58054-ID-etika-bisnis-dalam-perspektif-islam-eksp.pdf>.
- Dr. Abdul Fattah Nasution, M.pd. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*, 2023.
- FATMAWATI, REFILIA. "IMPLEMENTASI PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONEL MLILIR KECAMATAN DLOPO," 2021.
- Fitriyah. "Etika Bisnis Dalam Mazhab Hanbali: Analisis Terhadap Prinsip Kejujuran Dan Keadilan Dalam" 3, no. 3 (2025).
- Gunawan, Wely Hadi. "Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , 7 (02), 2021 Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Hubungan Pelanggan Dan Sistem Informasi Pada UMKM Kuliner Halal Di Kota Cirebon" 7, no. 02 (2021).
- Hanifa, Muhammad Adnan, Khairul Amri. "Implementasi Etika Bisnis Islam

- Dalam Operasional Koperasi Pegawai Mahkamah Syar'iyah Di Provinsi Aceh." *Ekonomi Manajemen Dan Sekretari* 9, no. 3 (2024): 153–57.
- Harmar, Pramesti, Muhammad Iqbal Fasa, Universitas Islam, Negeri Raden, Intan Lampung, and Miqbalfasa@radenintan.ac.id Suharto. "PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM UMKM UNTUK MENGEMBANGKAN EKONOMI INDONESIA." *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan* 5, no. 1 (2021): 68–77. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>.
- Hasan, Muhamad Iqbal Amarul. "Adaptasi Kuliner Global: Ramen Halal Sebagai Representasi Identitas Dan Komodifikasi Budaya Muslim." *Perbanas Journal Of Islamic Economics & Business*, 2022, 167–77.
- Hasanah, Jumratul, and Beni Supriadi. "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KULINER" 1, no. 1 (2023): 123–33.
- Hipajak. "Mengenal Pajak Dan Retribusi Secara Singkat Dan Perbedaannya." Hipajak, 2022.
- Jamil Rifani. "Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Amuntai Kab. Hsu." *Jurnal Inovatif* 4, no. 1 (2022): 27–34. <https://ojs-inovatif.web.id/index.php/ANI2018/article/view/53>.
- Kuncoro, Priatmojo Suryo, and Siti Nurul Amaliyah. "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM : " 2 (2020): 198–214.
- Legalitas.org. "Pengurusan Sertifikat Halal." legalitas.org, 2025.
- Maharani, Adellia, and Adie Dwiyanto Nurlukman. "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Ukm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang." *Sebatik* 27, no. 1 (2023): 333–43. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2160>.
- Mahardi, Yoan Firdaus, Dadang Karya Bakti, and Prasetya Nugeraha. "Pengaruh Bahan Baku Halal Dan Persepsi Halal Terhadap Minat Pembelian Menu KFC Di Bandar Lampung Dengan Country of Origin Sebagai Variabel Mediasi." *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 8, no. 2 (2025): 452–64. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1075>.
- Mardianto, Dedi, Idris Parakkasi, and Cut Muthiadin. "Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Produk Industri Pangan Di Indonesia Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar , Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2 (2) (2025): 346–60.
- Maulidiah, Eka Putri, Survival Survival, and Bambang Budiantono. "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Economina* 2, no. 3 (2023): 727–37. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>.
- MUHAMMAD THAHER. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Pada Richeese Factory Makassar," 2024.
- Nazifah, Maya Noura, and Khairul Ikhwan. "Analisis Faktor Kendala Industri Kecil Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di Kelurahan Tidar Utara Kota Magelang)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* 7, no. 1 (2021): 55–71. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i1.515.

- Neng Siti Hamidah, Reihana Jannati Hakim. "PERAN SOSIAL MEDIA ATAS PERILAKU KONSUMTIF BELANJA BAGI IBU RUMAH TANGGA DI DESA LEBAKSARI KEC.PARAKANSALAK." *SENTRI* 2, no. 3 (2023): 135–50. <https://doi.org/10.34005/lingua.v19i2.3131>.
- Nurhidayah. "ETIKA PERSAINGAN USAHA MENURUT YUSUF QARDHAWI." *IAINPAREPARE*, 2022. https://doi.org/10.20935/AL189%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/n/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttp.
- Pratama, S.D., & Syaodih, E. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memanfaatkan Aplikasi KAI Access." *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa* 3, no. 1 (2021): 20–27. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsj> 27.
- Puspitaningrum, Fitri, Sophie Cintya Kusumastuti, and Anik Rimbawati. "Penggunaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli Di Tengah Masyarakat UMKM Ketintang Surabaya." *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 603–14.
- Puspitasari, Ana Widya, and Jl. Mojopahit 666B Sidoarjo Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. "PERAN DAN TANTANGAN PERBANKAN SYARIAH DALAM MENGEMBANGKAN UMKM DI INDONESIA." *UMSIDA*, 2018.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif" 17, no. 33 (2018): 81–95.
- Saputro, Andre Ridho, Fitri Nuraini, and Mohammad Alfian. "Strategi Pemasaran Kuliner Halal: Studi Kasus UMKM Kota Surabaya." *Journal of Manufacturing in Industrial Engineering & Technology* 1, no. 2 (2022): 28–37. <https://doi.org/10.30651/mine-tech.v1i2.16922>.
- Siti Aysah, Ambok Pangiuk, and Atar Satria Fikri. "Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Hotel Syariah Kota Jambi (Studi Pada OYO 2899 Mardilia Bandara Syariah Kota Jambi)." *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak* 1, no. 3 (2024): 58–67. <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i3.417>.
- Suci, Elisa Anugrah, and Andy Andy. "Pengaruh Lokasi, Strategi Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Kutabumi 5." *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis* 3, no. 1 (2023): 24–33. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>.
- Supriyanto, S. "Problematisasi Dan Reformasi Atas Sistem Perizinan Di Indonesia." *Jurnal Education and Development* 7, no. 4 (2019): 73–77. <http://repository.ubaya.ac.id/id/eprint/39028>.
- Susanto, Dedi, and M Syahrani Jailani. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah" 1, no. 1 (2023): 53–61.
- Suwastika, I Wayan Kayun, Marce Sherly Kase, Nur Bayti, and Diana Wangania. *Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2023.
- Syamsul Arifin, Nur Aini Anisa, and Priyo Utomo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ahass Daya Motor Surabaya." *Journal on Education* 05, no. 03 (2023): 9629–36.

Syarief, Faroman. *PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. Vol. 1, 2020.
Widianingsih, Dwi. “Model Pengembangan Industri Halal Food UMKM Di Jombang” 3 (2022): 100–108.