

IMPLEMENTASI PRINSIP SYARIAH DALAM MANEJEMEN KEWIRAUSAHAAN UMKM HALAL DI INDONESIA, EROPA, TIMUR TENGAH

Sugiharto¹, Alna Septiana², Najwa Habibah³, Siti Nur Haliza⁴, Resty Dinta Nurani⁵, Imron Saepulloh⁶, Renaldy Bagus⁷
FDIKOM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

E-mail: stnhlzaaa05@gmail.com

Abstract

This study examines the implementation of Sharia principles in the management of halal MSME entrepreneurship across Indonesia, Europe, and the Middle East. Using a descriptive qualitative approach, this research analyzes how Islamic values such as honesty, trustworthiness, justice, and the concept of halal thayyib are integrated into modern business management. The study highlights variations in implementation: Indonesia emphasizes regulatory frameworks, certification, and institutional support; Europe focuses on transparency, independent auditing, and technological integration such as blockchain. Whereas Middle Eastern countries implement Sharia principles through strong government support and integrated legal structures. The findings indicate that Sharia-based management strengthens MSME competitiveness, enhances consumer trust, and promotes ethical and sustainable business practices. However, challenges such as certification costs, managerial limitations, and differing regulatory standards across regions remain obstacles. Overall, Sharia entrepreneurship has great potential as an alternative model for developing a just, sustainable, and competitive global halal economy.

Keywords: *Sharia Principles, Islamic Entrepreneurship, Halal MSMEs, Indonesia, Europe, Middle East*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji implementasi prinsip syariah dalam manajemen kewirausahaan UMKM halal di Indonesia, Eropa, dan Timur Tengah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis bagaimana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, serta konsep halal thayyib diintegrasikan ke dalam manajemen bisnis modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah memiliki karakteristik berbeda pada setiap wilayah: Indonesia menitikberatkan pada regulasi, sertifikasi halal, dan dukungan kelembagaan; Eropa menekankan transparansi rantai pasok, audit independen, serta penggunaan teknologi seperti blockchain. Sedangkan negara-negara Timur Tengah mengimplementasikan prinsip syariah melalui dukungan kuat pemerintah dan integrasi dalam sistem hukum nasional. Temuan penelitian menegaskan bahwa manajemen berbasis syariah mampu meningkatkan daya saing UMKM, membangun kepercayaan konsumen, dan mendorong praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Meski demikian, tantangan seperti keterbatasan literasi manajerial, biaya sertifikasi, dan perbedaan

Article History

Received: December 2025
Reviewed: December 2025
Published: December 2025

Plagirism checker no 1578
DOI : prefix DOI :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

standar antarwilayah masih menjadi hambatan. Secara keseluruhan, kewirausahaan syariah berpotensi menjadi model alternatif dalam pengembangan ekonomi halal global yang adil, kompetitif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Prinsip Syariah, Kewirausahaan Islam, UMKM Halal, Indonesia, Eropa, Timur Tengah

PENDAHULUAN

Kewirausahaan menjadi salah satu kekuatan penting dalam membangun perekonomian masyarakat. Di Indonesia, peran wirausaha, UMKM, dan koperasi sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya kreativitas, akses modal, dan kemampuan manajerial. Dalam konteks Islam, kewirausahaan tidak sekadar kegiatan mencari keuntungan, tetapi juga bagian dari ibadah yang menuntut kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial. Nilai-nilai inilah yang kemudian membentuk konsep manajemen kewirausahaan Islam, yang memadukan etika syariah dengan praktik usaha modern. Keberlanjutan dalam bisnis Islami memerlukan integrasi antara dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Strategi ini memungkinkan pengusaha Muslim untuk menciptakan nilai jangka panjang yang sejalan dengan prinsip keadilan sosial dan perlindungan lingkungan. Gladwin et al. (1995).

Permasalahan utama yang dikaji dalam penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami bagaimana konsep manajemen kewirausahaan Islam dapat diterapkan dalam konteks ekonomi modern. Meskipun nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, dan keadilan telah lama menjadi dasar dalam aktivitas ekonomi umat Islam, penerapannya dalam pengelolaan UMKM dan koperasi masih menghadapi berbagai kendala. Di Indonesia, misalnya, banyak usaha kecil yang berjalan tanpa manajemen yang kuat, sehingga sulit berkembang meskipun memiliki potensi besar

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan memahami secara mendalam bagaimana konsep manajemen kewirausahaan Islam diterapkan dalam berbagai konteks perekonomian modern. Fokus utamanya adalah menelaah penerapan nilai-nilai syariah dalam pengelolaan UMKM dan koperasi di Indonesia, serta membandingkannya dengan perkembangan kewirausahaan di Eropa dan Timur Tengah. Melalui kajian ini, penelitian berusaha menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, amanah, dan kerja sama dapat diintegrasikan dalam praktik manajemen yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pengembangan kewirausahaan berbasis nilai Islam serta merumuskan strategi yang dapat memperkuat peran kewirausahaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai manajemen kewirausahaan Islam, terutama dalam konteks UMKM dan koperasi sebagai fondasi ekonomi masyarakat. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami hubungan antara prinsip syariah dan praktik manajemen modern.

Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran yang relevan bagi pelaku UMKM, pengelola koperasi, maupun lembaga terkait mengenai bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan untuk memperbaiki tata kelola usaha, meningkatkan daya saing, serta menciptakan usaha yang berkelanjutan. Bagi pembuat kebijakan, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang program pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada keadilan sosial dan etika

bisnis Islam. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan mampu mendorong penguatan ekonomi umat melalui pengembangan kewirausahaan yang lebih inovatif, etis, dan berpihak pada kesejahteraan bersama.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan memahami konsep manajemen kewirausahaan Islam sebagaimana diterapkan pada UMKM dan koperasi, serta bagaimana perkembangannya di berbagai wilayah seperti Indonesia, Eropa, dan Timur Tengah. Pendekatan ini dipilih karena kajian mengenai nilai-nilai syariah, praktik manajemen, dan dinamika kewirausahaan memerlukan pemahaman yang mendalam dan kontekstual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM (Usaha mikro, kecil, dan menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam mendorong kohensi masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) tidak hanya menyediakan lapangan kerja tetapi juga menyediakan barang dan jasa penting bagi masyarakat di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak hanya menyediakan jasa tenaga tetapi juga barang dan jasa penting bagi penduduk lokal seiring dengan fluktuasi ekonomi. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki dampak signifikan terhadap pendapat asli daerah (PAD) sangat penting untuk mendorong ekonomi lokal di Kabupaten Probolinggo, terutama di Pasar Wangkal, karena mereka menciptakan hubungan yang baik antara pelaku usaha dan masyarakat setempat¹

Penguatan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana promosi utama untuk menjangkau pasar nasional maupun global secara lebih efisien.² Selain itu, kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, lembaga riset, dan pelaku usaha di pandang sebagai faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan sektor ekonomi halal. Berdasarkan analisis terhadap permasalahan dan kondisi faktual UMKM makanan halal di Indonesia, terdapat beberapa strategi yang diupayakan untuk membangun industri makanan halal yang berkelanjutan dan memiliki daya saing,³ antara lain:

1. Kolaborasi antara Pemerintah dan Industri

Kerjasama yang efektif antara pemerintah dan sektor industri memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing di pasar global. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program, seperti pengembangan industri halal, promosi ekspor, serta kebijakan pendukung. Penelitian oleh Khadafi et al, menyoroti peran strategis pemerintah dalam menciptakan lingkungan investasi yang kondusif, memberikan insentif, serta memfasilitasi kerja sama antara pelaku industri dan Lembaga pendukung guna memperkuat daya saing produk halal.

1. Standarisasi Sertifikasi Halal Standar sertifikasi halal.

memiliki peran penting bagi UMKM di industri makanan halal dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan konsumen.⁴ Dengan sistem ini, setiap tahap dalam proses sertifikasi dapat dicatat secara sama dan tidak dapat diubah, sehingga

¹ Putra, L. P., & Asri, K. H. (2024). Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan usaha kecil dan menengah di desa karang asem barat kecamatan citeureup. 10(1), 95-114.

² Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: Wiley.

³ Nurlinda & Sari, D. (2021). Digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 155-168.

⁴ Warty, W., & Samsori, Z. (2018). Halal certification and its impact on competitiveness of small business in halal food sector. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 541-557

memberikan kepastian bagi konsumen mengenai status kehalalan suatu produk.⁵ Pemanfaatan teknologi sensor , Internet of Things (IoT), dan sistem pemantauan otomatis juga dapat memastikan bahwa setiap tahap dalam proses produksi memenuhi standar kehalalan.⁶ Dengan sistem ini, pengawasan dapat dilakukan secara real-time, sehingga dapat mendeteksi dan mencegah potensi penyimpangan dari ketentuan halal.⁷

2. Tingginya Nilai Konsumsi produk halal masyarakat Indonesia

Masyarakat Indonesia membelanjakan sekitar USD 220 miliar di sektor industri halal, angka yang signifikan dan diperkirakan terus meningkat seiring dengan bertambahnya populasi Muslim serta meningkatnya kesadaran akan manfaat produk halal⁸. Hal ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk menjadi pemimpin dalam pasar halal global jika dapat dimanfaatkan secara optimal.⁹ Salah satu sektor yang berkontribusi besar adalah industri makanan halal.¹⁰ Dengan fokus pada pengembangan industri ini, baik skala besar maupun UMKM, Indonesia memiliki potensi untuk bersaing di tingkat internasional.¹¹ Apalagi, Indonesia kaya akan sumber daya alam di sektor pertanian, perikanan, peternakan dan perkebunan.¹² Jika industri besar dan UMKM terdorong untuk memperoleh sertifikasi halal, maka peluang Indonesia untuk menjadi pusat industri halal dunia akan semakin besar.¹³

3. Kelengkapan kerangka hukum

Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) merupakan wujud komitmen dan kesiapan pemerintah dalam mendukung serta memfasilitasi pertumbuhan industri halal di Indonesia.¹⁴ UU ini memberikan pedoman serta standar yang jelas bagi pelaku industri dalam memperoleh sertifikasi halal, sejalan dengan prinsip good governance.¹⁵ Regulasi ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, transparansi bagi pelaku usaha maupun konsumen produk halal, serta mendorong pertumbuhan pasar industri halal di Indonesia¹⁶. Selain itu, UU JPH juga dapat dijadikan sebagai referensi dalam menetapkan standar dan sertifikasi industri halal, sehingga seluruh proses operasional sertifikasi dapat berjalan sesuai dengan target utama, yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal global.¹⁷ Sejumlah kebijakan turut mendukung pengembangan industri halal, salah satunya adalah Peraturan Presiden No. 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS).¹⁸ KNKS berperan sebagai forum koordinasi, sinkronisasi, dan sinergi kebijakan

⁵ Kshetri, N. (2018). *Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives*. International Journal of Information Management, 39, 80-89.

⁶ Rejeb, A., Rejeb, K., Simske, S., & Treiblmaier, H. (2021). *Internet of Things research in supply chain management and logistics: A bibliometric analysis*. Internet of Things, 12, 100318.

⁷ Tieman, M. (2017). *Halal risk management: Combining robustness and resilience*. Journal of Islamic Marketing, 8(3), 461-475.

⁸ DinarStandard & Salaam Gateway. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2022/2023*. Dubai: DIEEC.

⁹ COMCEC. (2020). *Global Outlook for SMEs in the OIC Member Countries*. Ankara: COMCEC Coordination Office

¹⁰ Kementerian Perindustrian RI. (2022). *Pengembangan Industri Makanan dan Minuman Halal di Indonesia*. Jakarta: Kemenperin.

¹¹ Bank Indonesia. (2021). *Pengembangan UMKM Halal di Indonesia*. Jakarta: BI Institute.

¹² Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik Sumber Daya Alam Indonesia*. Jakarta: BPS.

¹³ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2022). *Roadmap Sertifikasi Halal Nasional 2020-2024*. Jakarta: Kemenag RI.

¹⁴ Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara RI Tahun 2014.

¹⁵ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2022). *Pedoman Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha*. Jakarta: Kementerian Agama RI.

¹⁶ Republik Indonesia. (2014). UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 3-4.

¹⁷ Kementerian Perindustrian RI. (2022). *Roadmap Pengembangan Industri Halal Indonesia 2020-2024*. Jakarta: Kemenperin.

¹⁸ Republik Indonesia. (2016). Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS).

strategis dalam pembangunan sektor keuangan syariah nasional. Dengan tugas utama untuk mempercepat.¹⁹

4. Adanya kebijakan substitusi impor

Pemerintah mendorong penggunaan produk dalam negeri sebagai pengganti barang impor. Dengan bertambahnya populasi penduduk Indonesia, permintaan produk halal juga terus meningkat. Untuk mengurangi ketergantungan pada produk dari luar negeri, pemerintah berupaya menggantikan produk halal impor dengan produksi dalam negeri.

5. Sinergi antar stakeholder

Berbagai lembaga berkontribusi dalam pengembangan industri halal di Indonesia. ²⁰BPJPH Kemenag sebagai pemangku utama didukung oleh sejumlah kementerian dan lembaga melalui MoU tentang Penyelenggaraan Layanan Sertifikasi Halal (PLSH) pada 16 oktober 2019.²¹ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) dan KNEKS menyusun strategi industri halal melalui MEKSI 2019-2024. Perguruan tinggi juga berperan dengan mendirikan pusat kajian halal, membuka program studi berbasis industri halal, dan menyesuaikan kurikulum sesuai dengan UU JPH.²²

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, koperasi adalah suatu kelompok yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan para anggotanya. Caranya adalah dengan menyediakan barang-barang yang mereka perlukan dengan harga yang lebih murah, tanpa bertujuan mencari keuntungan. (EFFENDI).

Perspektif Timur Terhadap Manajemen Prinsip Syariah Dalam Kewirausahaan UMKM Halal Sebagaimana prinsip Syariah dalam pengelolaan kewirausahaan, ini bukan hanya regulasi teknis, melainkan kerangka nilai yang terintegrasi dalam kehidupan sosial, budaya, dan agama masyarakat, di mana kewirausahaan Syariah dipandang sebagai kegiatan ekonomi yang juga merupakan tindakan ibadah dan kewajiban moral masyarakat, sehingga tujuan bisnis tidak hanya untuk mencari keuntungan, tetapi juga untuk mencapai berkah, keadilan, dan kesejahteraan bersama. Praktik manajerial dalam konteks ini menempatkan prinsip-prinsip Islam seperti amanah, kejujuran (as-sidq), keadilan (al-'adl), dan larangan terhadap ouabain, gharar, dan maysir sebagai prinsip operasional panduan untuk memimpin dalam proses pengambilan keputusan mengenai pemilihan bahan baku, proses produksi, pengendalian kualitas, pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang harus bebas dari unsur-unsur yang bertentangan dengan Syariah. Konsep halalan-thayyiban adalah prinsip panduan holistik sehingga kesehatan, keamanan, etika, dan lingkungan yang berkelanjutan juga sangat penting dalam mengalihkan fokus dari semata-mata efisiensi ekonomi ke standar kualitas moral dan sosial. Di tingkat lembaga, pengusaha, LSM, pesantren tradisional, universitas, bersama dengan regulator lokal, aktif membangun ekosistem halal melalui pendidikan kewirausahaan berbasis Syariah, sertifikasi, dan sistem dukungan sumber daya manusia yang kompeten sehingga praktik halal terintegrasi dalam rantai nilai perusahaan mikro dan kecil (UMK) dan dalam industri kreatif. Selain itu, di dimensi lain sosial ekonomi seperti kewajiban sosial (zakat, sedekah, ta'awun) serta orientasi pada kesejahteraan komunitas menjadikan kewirausahaan syariah sebagai alat pemberdayaan yang

¹⁹ Bank Indonesia & KNEKS. (2020). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. Jakarta.

²⁰ Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas. (2020). Pengembangan Ekosistem Industri Halal di Indonesia. Jakarta: Bappenas.

²¹ Kementerian Agama RI. (2019). Nota Kesepahaman Penyelenggaraan Layanan Sertifikasi Halal antara BPJPH dengan K/L. Jakarta: Kemenag RI.

²² Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kemdikbud & BPJPH. (2020). Penguatan Peran Perguruan Tinggi dalam Pengembangan Industri Halal. Jakarta.

berpotensi meningkatkan inklusivitas ekonomi tingkat timur. tantangan praktisinyameliputi kebutuhan kapabilitas manajerial modern, akses terhadap pembiayaan syariah yang sesuai, serta harmonisasi antara standar sertifikasi halal timur lokal dan tujuan pasar internasional. namun semangat intergrasi nilai religius dan standar manajemen modern mendorong inovasi model bisnis halal yang adaptif dan berkelanjutan di timur tengah.

Perspektif Indonesia Terhadap Manajemen Prinsip Syariah Kewirausahaan UMKM Halal Manajemen kewirausahaan halal di Indonesia dalam kerangka sistem nilai Islam adalah upaya untuk menanamkan nilai-nilai Islam sebagai agama dan sebagai dasar ekonomi, sosial, dan etika bisnis. Perspektif ini menunjukkan bahwa kewirausahaan halal (atau, dalam istilah Islam, halalpreneurship) harus dibangun berdasarkan nilai-nilai kepercayaan, kejujuran, keadilan, dan berkah, serta harus memperhatikan keuntungan finansial dan kesejahteraan masyarakat, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan moral. Di Indonesia, sejumlah besar praktisi bisnis melihat bisnis halal sebagai kontribusi mereka kepada komunitas Islam serta untuk melayani konsumen Muslim yang perlu diyakinkan bahwa produk dan/atau layanan yang mereka konsumsi telah tersertifikasi halal, baik, dan layak. Dalam istilah manajerial, ini berarti bahwa manajemen produksi, distribusi, dan pemasaran harus mempertimbangkan aspek halal dari sumber bahan baku, proses produksi, serta kontrol kualitas dan sertifikasi produk. Prinsip halal-thayyib berfungsi sebagai pedoman holistik, yaitu tidak hanya menghindari penggunaan bahan haram tetapi juga mempertahankan kebersihan, keselamatan, keterbukaan, dan kualitas. Hal ini diharapkan untuk memberikan konsumen Muslim produk yang sesuai syariah dan baik dalam semua aspek. Dalam banyak usaha, terutama usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), industri kreatif, dan usaha rintis halal, pendidikan kewirausahaan, pendampingan, dan dukungan sumber daya manusia sangat penting untuk memungkinkan praktisi bisnis memahami dan menerapkan prinsip halal syariah dalam praktik bisnis nyata.

Perspektif Eropa Terhadap Manajemen Prinsip Syariah Kewirausahaan UMKM Halal Di Eropa, pendekatan terhadap prinsip-prinsip Syariah/Hukum Islam dalam pengelolaan kewirausahaan halal cukup pragmatis, regulatif, dan berorientasi pasar, di mana 'halal' diperlakukan sebagai jenis kualitas dan segmen pasar yang membutuhkan sertifikasi, transparansi, kepatuhan, dan jaminan kualitas, bukan sebagai kerangka nilai budaya yang memengaruhi praktik bisnis sehari-hari; dengan demikian, pelaku bisnis Eropa (baik multinasional maupun UKM) memprioritaskan penggabungan sistem manajemen kualitas dan rantai pasokan yang didokumentasikan, termasuk jejak pelacakan dan sistem jaminan halal, agar produk halal dapat diterima oleh konsumen non-Muslim yang meminta sertifikasi yang dapat diandalkan, selain konsumen Muslim. Masalah sertifikasi di Eropa sering menjadi titik fokus karena banyaknya badan sertifikasi, standar yang berbeda antara negara, dan permintaan untuk interoperabilitas standar halal internasional; ini telah membuat perusahaan Eropa mengadopsi pendekatan manajemen profesional (QMS + HAS). serta praktik audit dan dokumentasi yang ketat untuk membangun kepercayaan pasar. Selain itu, konteks sekuler dan regulasi ketat soal labeling & food safety membuat strategi pemasaran halal di Eropa sering menyelaraskan prinsip syariah dengan persyaratan hukum nasional dan standar keamanan pangan Uni Eropa mengakibatkan model kewirausahaan halal yang berorientasi pada kepatuhan regulasi, sertifikasi, dan inovasi produk (mis. halal-friendly tourism, produk olahan bersertifikat) daripada retorika religius semata. Riset tentang industri halal di Eropa juga menyoroti peluang ekonomi (permintaan yang tumbuh, segmen wisata halal) sekaligus tantangan praktis seperti fragmentasi pasar sertifikasi, kebutuhan peningkatan kapasitas produsen

kecil, dan kebutuhan integrasi antara halal assurance dan praktik manajemen mutu modern untuk menjamin konsistensi dan skala produksi. Secara keseluruhan, perspektif Eropa memandang kewirausahaan halal sebagai gabungan antara pemenuhan nilai pasar global dan penerapan praktik manajerial moder yakni sertifikasi, transparansi rantai pasok, dan adaptasi regulasi sebagai jalan untuk menjadikan produk halal kompetitif di pasar domestik dan internasional.

Integrasi prinsip-prinsip Islam dalam kewirausahaan dan pemasaran memberikan perspektif baru yang tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai moral, spiritual, dan keberlanjutan. Diskusi ini mengeksplorasi hasil penelitian dengan mengaitkannya pada tiga aspek utama: motivasi, pembiayaan, dan strategi pemasaran berkelanjutan. Hasil penelitian ini dibandingkan dengan delapan penelitian terdahulu untuk menyoroti kesamaan, perbedaan, dan kontribusi baru dalam literatur. (Seger Santoso, Ruslaini, 2022). Prinsip syariah menjadi fondasi utama dalam pengembangan kewirausahaan Islam, terutama di sektor UMKM halal. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan, larangan riba, larangan gharar, serta orientasi pada keberkahan dan kemaslahatan (*maqāṣid al-sharī'ah*) membentuk kerangka manajemen yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga integritas moral dan kesejahteraan sosial. Dalam konteks ekonomi modern, prinsip ini menjadi sangat penting karena mampu menciptakan ekosistem bisnis yang etis, transparan, dan kompetitif.

Tabel 1.1 Landasan Prinsip Syariah

Indonesia	Eropa	Timur Tengah	Sumber
Kejujuran, amanah, keadilan, halal thayyib sebagai dasar manajemen UMKM	Prinsip syariah dipahami sebagai standar kualitas dan etika produk	Prinsip syariah terintegrasi dengan nilai agama dan sosial	Santoso & Ruslaini (2022); Hudaefi & Jaswir (2019)

hasil pembahasan pada table 1.1 diatas menunjukkan bahwa penerapan manajemen kewirausahaan berbasis syariah mampu meningkatkan daya saing UMKM halal, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mendorong praktik bisnis yang beretika dan berkelanjutan. Perbedaan pendekatan antarwilayah menegaskan bahwa implementasi prinsip syariah sangat dipengaruhi oleh konteks regulasi, budaya, dan struktur ekonomi masing-masing negara. Oleh karena itu, pengembangan UMKM halal ke depan memerlukan strategi adaptif yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan praktik manajemen modern agar dapat bersaing dalam ekonomi halal global.

Koperasi Dalam Perspektif Timur Tengah, dinamika koperasi di Timur Tengah memiliki akar filosofis dan lintasan sejarah yang unik, membedakannya secara fundamental dari model koperasi Barat yang lahir dari Revolusi Industri di Rochdale, Inggris. Di kawasan ini, ekosistem koperasi tumbuh dari nilai-nilai teologis dan struktur sosial kesukuan (*tribalism*) yang bertransformasi menjadi bentuk solidaritas ekonomi, di mana koperasi bukan sekadar entitas bisnis melainkan manifestasi nyata dari konsep *Ta'awun* (tolong-menolong) dan *Ukhuwah* (persaudaraan). Para pemikir ekonomi setempat mendudukan koperasi sebagai jalan tengah (*wasathiyah*) yang menyeimbangkan kapitalisme yang individualistik dan sosialisme yang cenderung mematikan hak milik pribadi, dengan tujuan akhir mencapai *Falah* atau

kesejahteraan holistik, bukan semata-mata keuntungan finansial.²³ Secara historis, evolusi ini menemukan bentuk konkretnya melalui eksperimen sosial-ekonomi di Mesir pada tahun 1963 yang diprakarsai oleh Ahmad El-Naggar melalui pendirian bank tabungan lokal di Mit Ghamr. Meskipun beroperasi tanpa bunga, lembaga ini menjalankan prinsip "dari, oleh, dan untuk anggota" yang kemudian menjadi cetak biru bagi lembaga keuangan mikro dan koperasi syariah global.²⁴ Di sisi lain, negara-negara seperti Iran dan Turki mengadopsi koperasi dengan corak yang lebih politis; pasca-Revolusi 1979 di Iran, sektor koperasi (*Ta'avoni*) bahkan dimandatkan secara konstitusional sebagai salah satu dari tiga pilar ekonomi negara untuk mendistribusikan keadilan sosial pasca-perubahan rezim.²⁵ Dalam tataran operasional, koperasi di Timur Tengah melakukan kritik tajam terhadap sistem konvensional dengan menolak riba yang dianggap eksploitatif, dan menggantinya dengan akad partisipatif seperti *Mudarabah* (bagi hasil) dan *Musyarakah* (penyertaan modal bersama).²⁶ Lebih jauh lagi, lembaga-lembaga ini, khususnya di kawasan Teluk dan Levant, mengintegrasikan fungsi sosial (*Ziswaf*) ke dalam tubuh bisnisnya, sehingga koperasi berfungsi ganda sebagai pusat keuntungan sekaligus jaring pengaman sosial (*social safety net*). Surplus usaha tidak hanya dibagikan sebagai dividen, tetapi sebagian dialokasikan untuk dana Kebajikan (*Qardh al-Hasan*) guna membantu anggota yang membutuhkan pinjaman tanpa beban tambahan.²⁷ Meskipun memiliki landasan filosofis yang kokoh, eksistensi koperasi di kawasan ini menghadapi tantangan kontemporer yang paradoksal, terutama di negara-negara penghasil minyak (GCC), di mana ketergantungan pada subsidi negara sering kali melemahkan prinsip.

Industri halal di Eropa telah mengalami pertumbuhan yang nyata dalam dua dekade terakhir, terutama pada sektor makanan dan minuman, sebagai respons terhadap meningkatnya permintaan konsumen Muslim serta non-Muslim yang mencari produk berkualitas tinggi dengan jaminan keamanan dan kebersihan.²⁸ (Ardiani & Hanastiana, 2020). Studi menunjukkan bahwa perkembangan ini dipicu oleh meningkatnya permintaan akan sertifikasi halal dan jaminan kualitas, serta kontribusi sektor pariwisata yang memperluas permintaan produk halal di kawasan tersebut (Ardiani & Hanastiana, 2020). Permintaan ini berarti halal bukan hanya dimaknai secara religius semata, tetapi juga sebagai indikator mutu dan standar kepercayaan konsumen di pasar yang sangat kompetitif, sehingga UMKM di Eropa dan eksportir global perlu memperhatikan halal sebagai credence attribute yang menjamin konsistensi kualitas produk di luar pemeriksaan fisik rutin (Kerzabi, 2016). Data penelitian lain menunjukkan bahwa peningkatan permintaan halal juga berkaitan dengan pertumbuhan populasi Muslim dan perubahan pola konsumsi di masyarakat Eropa, yang memperluas pangsa pasar produk halal ke konsumen non-Muslim yang memandang label halal sebagai jaminan higienitas.²⁹ (Kerzabi, 2016). Industri halal di Eropa menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan memiliki karakter unik di mana halal dipandang sebagai indikator mutu dan standar kepercayaan konsumen, bukan

²³ M. Umer Chapra, *The Future of Economics: An Islamic Perspective* (Leicester: The Islamic Foundation, 2000), hal. 256.

²⁴ Abdullah Saeed, *Islamic Banking and Interest: A Study of the Prohibition of Riba and its Objectives* (Leiden: E.J. Brill, 1996), Hal. 12-14

²⁵ Eul-Soo Pang, "The Financial Sector and Economic Development in the Middle East," *Middle East Policy Journal* 17, no. 4 (2010): Hal. 98.

²⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Al-Islam wa Adillatuhu*, Jilid 5 (Damaskus: Dar Al-Fikr, 2011), Hal. 403.

²⁷ Mahmoud El-Gamal, *Islamic Finance: Law, Economics, and Practice* (Cambridge: Cambridge University Press, 2006), Hal. 175.

²⁸ Ardiani, N. A. F., & Hanastiana, M. R., Halal Food Industry: Challenges and Opportunities in Europe, *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2020.

²⁹ Kerzabi, A., Les produits Halal dans les économies occidentales, arXiv, 2016.

sekadar aturan religius. UMKM halal yang ingin masuk pasar ini perlu fokus pada standarisasi sertifikasi, strategi pemasaran yang sensitif terhadap budaya lokal, serta pemahaman tren pasar yang terus berkembang. Potensi ekspor Indonesia tetap besar dengan pendekatan manajemen halal yang profesional dan adaptif terhadap kebutuhan pasar Eropa.

1. Implementasi Di Indonesia

Penerapan prinsip syariah pada UMKM halal terjadi melalui kombinasi regulasi, sertifikasi, dukungan kelembagaan, dan adopsi teknologi. UU Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan pembentukan BPJPH memberi kerangka hukum dan mekanisme sertifikasi yang lebih terstruktur sehingga mendorong UMKM menata proses produksi sesuai standar halal. Penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif pada performa dan kredibilitas UMKM, namun proses sertifikasi dan biaya/akses masih menjadi kendala bagi pelaku usaha mikro. Selain itu, inisiatif digital (tracking, e-certs, platform pemasaran) dan upaya pemberdayaan (pelatihan literasi syariah, inkubasi) membantu mempercepat implementasi prinsip syariah dalam praktik manajerial UMKM. (Faridah HD, 2019)³⁰

2. Implementasi Di Eropa,

UMKM halal biasanya beroperasi dalam lingkungan regulasi yang heterogen antarnegara dan harus memenuhi standar keselamatan pangan/label negara sambil mengakomodasi kehalalan. Praktik yang menonjol adalah penggunaan transparansi rantai pasok (supply chain traceability), audit lembaga independen, dan adopsi teknologi seperti IoT / blockchain untuk membuktikan asal-usul dan proses produksi halal. Selain itu, produk halal di Eropa sering diposisikan juga sebagai produk etis (ethical product) untuk menarik pasar non-Muslim yang peduli kualitas/etika konsumsi. Tantangan khas meliputi biaya kepatuhan tinggi, perbedaan regulasi antarnegara, dan hambatan sosial (mis. stigma/Islamofobia).³¹ (Miftakhurrizal Kurniawan, Suparno Suparno, Iwan Vanany, 2025)

3. Implementasi Di Timur Tengah

Prinsip syariah dalam manajemen UMKM dan industri halal sering kali terintegrasi ke dalam kebijakan negara dan sistem hukum sehingga penerapan standar halal lebih cepat dan penegakannya lebih terpusat. Pemerintah menyediakan dukungan berupa pembiayaan syariah, kawasan industri halal, pusat inkubasi, dan infrastruktur logistik yang terstandar. Hal ini mempermudah UMKM mendapatkan akses ke pasar regional dan internasional, namun ketergantungan pada impor bahan baku dan kebutuhan diversifikasi produk lokal tetap menjadi tantangan. Studi regional menunjukkan bahwa dukungan kebijakan dan pembiayaan syariah berperan sentral dalam memperkuat kapabilitas UMKM syariah di kawasan ini³². (Fahmi Ali Hudaefi dan Irwandi Jaswir, 2019)

Tabel 1.2 Dampak Implementasi

Indonesia	Eropa	Timur Tengah	Sumber
Meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen	Produk halal kompetitif di pasar global	Ekosistem halal dan kesejahteraan sosial	Giyanti (2021); Damayanti & Rialdy (2022)

³⁰ Faridah, H.D. (2019). *Implementasi Regulasi Jaminan Produk Halal di Indonesia*.

³¹ Kurniawan, M., Suparno, & Vanany, I. (2025). "Halal Supply Chain Traceability Using Blockchain and IoT." *Sustainability (MDPI)*.

³² Hudaefi, F.A., & Jaswir, I. (2019). *Halal Governance in Muslim-Majority Countries: Opportunities and Challenges*.

hasil pada tabel 1.2 diatas dampak implementasi prinsip syariah di ketiga wilayah menunjukkan bahwa manajemen kewirausahaan berbasis syariah mampu menciptakan UMKM halal yang lebih kompetitif, terpercaya, dan berkelanjutan. Perbedaan dampak antarwilayah menegaskan pentingnya pendekatan kontekstual dalam penerapan prinsip syariah, sehingga nilai-nilai Islam dapat diintegrasikan secara efektif dengan praktik manajemen modern sesuai dengan kondisi lokal masing-masing negara.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah dalam manajemen kewirausahaan UMKM halal memiliki peran penting dalam menciptakan sistem usaha yang beretika, berkelanjutan, dan kompetitif. Prinsip-prinsip Islam seperti kejujuran, amanah, keadilan, serta konsep halal-thayyib terbukti menjadi pondasi moral dan operasional bagi UMKM dalam menjalankan kegiatan bisnis. Di Indonesia, implementasi prinsip syariah semakin menguat seiring adanya kerangka hukum seperti UU Jaminan Produk Halal (JPH), peran BPJPH, serta dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Meskipun UMKM masih menghadapi kendala seperti keterbatasan akses pembiayaan syariah, biaya sertifikasi, dan kurangnya literasi manajerial, berbagai inisiatif digital dan kolaborasi lintas lembaga mampu mendorong percepatan adopsi nilai-nilai syariah.

Manajemen kewirausahaan berbasis syariah mampu meningkatkan daya saing UMKM halal, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mendorong praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan. Perbedaan pola implementasi di Indonesia, Eropa, dan Timur Tengah menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah sangat dipengaruhi oleh konteks regulasi, budaya, dan struktur ekonomi masing-masing wilayah. Oleh karena itu, pengembangan UMKM halal ke depan memerlukan pendekatan yang adaptif dan kontekstual agar nilai-nilai syariah dapat terintegrasi secara efektif dengan praktik manajemen modern dalam mendukung penguatan ekonomi halal global yang adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, N. A. F., & Hanastiana, M. R. (2020). Halal food industry: Challenges and opportunities in Europe. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 1-12.
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqh al-Islam wa adillatuhu* (Vol. 5). Dar Al-Fikr.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2022a). *Pedoman sertifikasi halal bagi pelaku usaha*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2022b). *Roadmap sertifikasi halal nasional 2020-2024*. Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik sumber daya alam Indonesia*. BPS.
- Bank Indonesia. (2021). *Pengembangan UMKM halal di Indonesia*. BI Institute.
- Bank Indonesia, & Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2020). *Masterplan ekonomi syariah Indonesia 2019-2024*. BI & KNEKS.
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. The Islamic Foundation.
- COMCEC. (2020). *Global outlook for SMEs in the OIC member countries*. COMCEC Coordination Office.

- Damayanti, I., & Rialdy, N. (2022). Model manajemen bisnis syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(2), 120-135.
- DinarStandard, & Salaam Gateway. (2023). *State of the global Islamic economy report 2022/2023*. Dubai Islamic Economy Development Centre.
- Efendi, R., & Bakhri, B. S. (2018). Konsep koperasi Bung Hatta dalam perspektif ekonomi syariah. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 15(1), 111-135.
- El-Gamal, M. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Faridah, H. D. (2019). Implementasi regulasi jaminan produk halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 16(2), 145-156.
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T.-S. (1995). Shifting paradigms for sustainable development. *Academy of Management Review*, 20(4), 874-907. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9512280024>
- Giyanti, I. (2021). Impact of halal certification on the performance of food SMEs. *Journal of Halal Industry Studies*, 3(1), 45-58.
- Hudaefi, F. A., & Jaswir, I. (2019). Halal governance in Muslim-majority countries: Opportunities and challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 687-706. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0175>
- Kerzabi, A. (2016). Les produits halal dans les économies occidentales. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1608.08025>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Nota kesepahaman penyelenggaraan layanan sertifikasi halal*. Kemenag RI.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas. (2020). *Pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia*. Bappenas.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Pengembangan industri makanan dan minuman halal di Indonesia*. Kemenperin.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Kshetri, N. (2018). Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*, 39, 80-89. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.005>
- Kurniawan, M., Suparno, S., & Vanany, I. (2025). Halal supply chain traceability using blockchain and IoT. *Sustainability*, 17(3), 1023. <https://doi.org/10.3390/su17031023>
- Lathifah, S. N., Ivanka, R. Z., Wijaya, K. Z., Gazani, H. G., & Faraby, M. E. F. (2025). Strategi pemasaran produk makanan halal untuk menembus pasar internasional pada UMKM Bangkalan. *Al-Buyu': Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 1-11.
- Norvadewi, M. A. (2025). Industri halal global: Peluang, tantangan dan strategi pengembangan. Dalam *Era baru ekonomi Islam* (hlm. 120-140).
- Nurlinda, N., & Sari, D. (2021). Digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 155-168.
- Putra, L. P., & Asri, K. H. (2024). Penerapan prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 95-114.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*.
- Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah*.

- Rejeb, A., Rejeb, K., Simske, S., & Treiblmaier, H. (2021). Internet of Things research in supply chain management and logistics. *Internet of Things*, 12, 100318. <https://doi.org/10.1016/j.iot.2020.100318>
- Saeed, A. (1996). *Islamic banking and interest*. Brill.
- Santoso, S., & Ruslaini, R. (2022). Integrasi prinsip-prinsip Islam dalam kewirausahaan dan pemasaran. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 33-47.
- Shofira, N., Sari, J., & Al Rawali, M. R. (2025). Strategi penerapan etika bisnis Islam untuk meningkatkan kelayakan UMKM halal di Indonesia. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 8470-8475.
- Tieman, M. (2017). Halal risk management: Combining robustness and resilience. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 461-475. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2015-0040>