

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Strategi Pengembangan Usaha

a. Pengertian Strategi Pengembangan Usaha

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.²² Strategi menurut Glueck dan Jauch adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.²³

Pengembangan usaha adalah suatu bentuk usaha untuk pengembangan usaha itu sendiri agar mencapai suatu titik atau puncak kesuksesan dan agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi. Pengembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju dari sebelumnya. Pengembangan usaha juga merupakan suatu keadaan terjadinya proses peningkatan omset penjualan.²⁴

²² Andi Amang, Mulyadi Andyan, and Pradipta Utama, *Strategi Pengembangan Bisnis* (Yogyakarta: CV. Tripe Konsultan, 2023).hlm 2.

²³ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019).hlm 3.

²⁴ Faroman Syarief, *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk)* (Makassar: Yayasan Barcode, 2020).hlm 18.

Menurut Warren G. Bennis, pengembangan bisnis atau usaha merupakan respon terhadap perubahan, strategi pendidikan yang kompleks yang diharapkan dapat mengubah keyakinan, sikap, nilai dan struktur organisasi. Dengan cara ini, organisasi dapat lebih beradaptasi dengan teknologi, pasar, dan tantangan baru, serta dengan cepat menerapkan perubahan itu sendiri. Pengembangan usaha merupakan sebuah tindakan untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.²⁵

Menurut Hassanien pengembangan bisnis adalah proses yang dilalui perusahaan untuk meningkatkan performa melalui peningkatan pada fitur produk dan jasa, pengembangan produk atau jasa, memasuki pasar baru, dan menjalin kerjasama dengan pihak lain. Adapun menurut Margeta Nelke pengembangan bisnis adalah salah satu kegiatan yang paling bermanfaat bagi para manajer ataupun anggota tim yang terikat dalam sebuah organisasi/perusahaan. Tujuan dari pengembangan bisnis adalah untuk memastikan nilai dan manfaat bisnis tersampaikan.²⁶

Berdasarkan pada beberapa pengertian para ahli diatas penulis dapat menyimpulkan bahwasannya strategi pengembangan usaha adalah suatu penentuan arah perusahaan dengan membutuhkan keputusan dan dorongan dari setiap lini usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen memiliki pandangan kedepan supaya perusahaan dapat berkembang semakin baik dari berbagai segi, baik segi produksi, brand, konsumen dan pendapatan perusahaan.

²⁵ Dwanita Zandra And Dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Widiana Bakthi Persada, 2022).hlm 48.

²⁶ Andi Amang, Mulyadi Andyan, dan Pradipta Utama, *Strategi Pengembangan Bisnis*(Yogyakarta.2003).hlm 42.

b. Unsur Pengembangan Usaha

Dalam pengembangan usaha diperlukan adanya unsur-unsur yang dapat memengaruhi pengembangan usaha tersebut. Terdapat dua unsur penting dalam mengembangkan usaha yaitu sebagai berikut:²⁷

1) Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)

Unsur yang berasal dari dalam adalah unsur yang di dalam diri seorang wirausaha. Seperti halnya mempunyai niat untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar, mengetahui teknik dalam memproduksi barang, dan membuat anggaran yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran usaha yang dibuat.

2) Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal)

Unsur yang berasal dari luar dapat diartikan sebagai faktor dari luar yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha, baik itu usaha sendiri maupun kelompok. Unsur yang berasal dari luar yaitu, dengan mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha, mengetahui kondisi lingkungan yang memang dapat dilihat baik dan kondusif untuk usaha, tidak mengandalkan dana dari dalam seperti halnya meminjam dari luar, menentukan kualitas dan harga serta dapat mengetahui cakupan jajan produk yang diperjual belikan.

c. Indikator Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tahapan dari suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha dengan mengelola sumber daya yang mereka miliki secara efektif agar mereka dapat mengembangkan atau

²⁷ Ibid. hlm 49.

meningkatkan usahanya. Hal ini dapat dilihat dari indikator keberhasilan atau perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari adanya peningkatan produksi, peningkatan jumlah tenaga kerja, serta adanya peningkatan jumlah penjualan atau omset penjualan. Adapun indikator pengembangan usaha diantaranya sebagai berikut:²⁸

1) Peningkatan produksi

Peningkatan produksi adalah proses untuk meningkatkan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam suatu perusahaan, sektor industri, atau perekonomian secara keseluruhan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi sehingga dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih tinggi, meningkatkan keuntungan, dan memanfaatkan sumber daya dengan lebih baik. Peningkatan produksi bukan hanya sekadar meningkatkan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan, tetapi juga menciptakan sebuah perjalanan yang kompleks, penuh dengan lapisan-lapisan yang menarik dan penuh potensi.²⁹

2) Peningkatan jumlah tenaga kerja

Secara umum, pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada faktor modal atau teknologi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang ada. Pengembangan usaha merujuk pada jumlah pekerja yang terlibat dalam suatu usaha atau

²⁸ Fifian Permata and Dkk, *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM* (Jambi: Sonpedia, 2023).hlm47

²⁹ Siswati Rachman, “Analisis Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Manufaktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Makassar,” *Jurnal Ad’ministrare* 3, no. 2 (2017): 71.

organisasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Indikator ini mencerminkan bagaimana suatu usaha memanfaatkan sumber daya manusia dalam operasionalnya untuk mencapai tujuan pengembangan usaha.³⁰

3) Peningkatan jumlah penjualan atau omset penjualan

Peningkatan penjualan merujuk pada kenaikan jumlah produk atau layanan yang terjual dalam periode tertentu dibandingkan dengan periode sebelumnya. Ini adalah indikator langsung yang menunjukkan bahwa usaha berhasil menarik lebih banyak pelanggan atau meningkatkan permintaan terhadap produk/layanan yang ditawarkan. Sedangkan Omset penjualan adalah total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk atau layanan dalam periode tertentu. Omset dihitung dengan mengalikan harga jual dengan jumlah unit yang terjual. Peningkatan penjualan dan omset penjualan saling terkait dan memerlukan pendekatan strategis yang komprehensif.

d. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, diantaranya yaitu:

- 1) Faktor Internal merupakan aspek-aspek dalam suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan bisnis, yaitu sebagai berikut:

³⁰ Ibid.hlm 72.

- a) Aspek sumber daya manusia: tingkat pendidikan formal, jiwa kepemimpinan pengalaman/lama berusaha, motivasi, dan keteampilan.
 - b) Aspek keuangan, modal sendiri, modal pinjaman, tingkat keuntungan dan akumulasi modal, membedakan pengeluaran pribadi/keluarga.
 - c) Aspek teknis produksi dan operasi: ketersediaan bahan baku, kapasitas produksi, ketersediaan mesin/peralatan, teknologi modern dan pengendalian kualitas.
 - d) Aspek pasar dan pemasaran: permintaan pasar, penetapan harga bersaing, kegiatan promosi, saluran distribusi dan wilayah pemasaran.
- 2) Faktor Eksternal merupakan aspek atau elemen diluar perusahaan yang dapat mempengaruhi arah dan pertumbuhannya diantaranya:
- a) Aspek kebijakan pemerintah meliputi akses permodalan dan pembiayaan, kegiatan pembinaan melalui dinas/Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terkait, peraturan dan regulasi yang pro bisnis, penyiapan lokasi usaha dan penyediaan informasi.
 - b) Aspek sosial, budaya dan ekonomi, tingkat pendapatan masyarakat, tersedianya lapangan kerja iklim usaha dan investasi, pertumbuhan ekonomi.
 - c) Aspek peranan lembaga terkait meliputi bantuan permodalan dari lembaga terkait, bimbingan teknis/pelatihan, pendampingan, monitoring dan evaluasi.

2. Konsep Usaha Mikro dan Kecil

a. Pengertian Usaha Mikro dan Kecil

Usaha mikro sebagaimana yang dimaksud menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yang telah diatur dalam undang-undang.³¹ Usaha Mikro mempunyai kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).³²

Usaha mikro didefinisikan sebagai entitas usaha dengan jumlah tenaga kerja kurang dari lima orang dan tingkaht hasil penjualan dalam tahunan paling banyak mencapai Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah). Usaha Mikro tergolong dalam jenis usaha marginal, ditandai dengan adanya penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal dan akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Usaha mikro merupakan usaha yang paling kecil dari beberapa sektor usaha.³³

Sedangkan Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan

³¹ Faroman Syarief, *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh)* (Makassar: Yayasan Barcode, 2020).hlm 13.

³² Sumual And Dkk, *Manajemen Pengembangan Bisnis*: (Surabaya: R.A.De.Rozarie, 2019).hlm 35.

³³ Hidayatullah, *Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro* (Jawa Tengah: Diva Pustaka, 2023). hlm 1.

yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.³⁴

Menurut Bank Indonesia usaha kecil adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan layanan ekonomi yang luas pada masyarakat dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya.³⁵

Usaha Kecil merupakan entitas usaha ekonomi produktif, yang independen dimiliki perseorangan dengan kriteria usaha menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha serta memiliki hasil penjualan paling banyak mencapai Rp2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).³⁶

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwasanya pengertian usaha mikro dan kecil itu merupakan suatu usaha produktif yang dimiliki warga negara Indonesia, baik berbentuk badan usaha atau perseorangan yang bertujuan untuk dapat memperluas lapangan pekerjaan sehingga dapat mendorong terhadap pertumbuhan ekonomi.

³⁴ Sumual and DKK, *Manajemen Pengembangan Bisnis*: hlm 37.

³⁵ Zandra and Dkk, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*.(Bandung: Widiana Bakthi Persada,2022), hlm 3.

³⁶ Wiratna Sujarweni, *Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah)* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2020).hlm 7.

b. Karakteristik Usaha Mikro dan Kecil

Karakteristik Usaha Mikro Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 di Indonesia, yang mengatur tentang Usaha Mikro adalah sebagai berikut:³⁷

- 1) Jenis barang atau komoditi tidak selalu tetap sewaktu waktu dapat berganti dan tempat usahanya tidak selalu menetap sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
- 2) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun baik pemisahan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
- 3) Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai karena tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.
- 4) Pada umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non-bank, serta tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

Karakteristik Usaha kecil menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 diantaranya:³⁸

- 1) Jenis barang atau komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah baik itu lokasi atau tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah pindah.
- 2) Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana seperti halnya keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.

³⁷ Putu Krisna Adwitya Sanjaya And Putu Nuratama, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah* (Gowa: Cv. Cahaya Bintang Cemerlang, 2021).hlm 15.

³⁸ Ibid.hlm 16.

- 3) Sudah membuat neraca usaha, dan memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
- 4) Sumber daya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwira usaha. dan sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal, Serta sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning yang matang.

c. Peran Usaha Mikro dan Kecil

Peran Usaha Mikro Kecil dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara sangat penting. Ketika terjadi krisis yang melanda tahun 1998, usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas perusahaan kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam *kurs dollar*. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing yang paling berpotensi mengalami imbas dari krisis.

Struktur modal UMK khususnya di Indonesia, hampir sebagian besar berdasar pada investasi pribadi. Sangat sedikit mereka yang berhubungan dengan pihak ketiga untuk mendapatkan dana.³⁹ Pengembangan ekonomi lokal adalah suatu proses yang dapat mencoba dan merumuskan kelembagaan daerah, peningkatan kemampuan sumber daya manusia untuk menciptakan produk unggulan yang lebih baik, pencairan pasar, serta pembinaan industri kecil dan usaha pada skala lokal.

³⁹ Iin Khairunnisa and Dkk, *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk)* (Padang: Pt Global Eksekutif Teknologi, 2022).hlm 5.

Peranannya dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja sangat besar. Rontoknya industri besar dan sektor formal pada umumnya, usaha mikro dan kecil merupakan pilihan yang paling rasional.⁴⁰ Usaha Mikro dan Kecil (UMK) umumnya memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumberdaya alam dan padat karya seperti, pertanian tanaman pangan, perkebunan, perternakan, perikanan, perdagangan, dan restoran.

Usaha kecil memiliki keunggulan dalam penciptaan nilai tambah di sektor hotel, keuangan, persewaan, jasa perusahaan, dan kehutanan. Peran usaha mikro dan kecil bagi perekonomian di Indonesia paling tidak dapat dilihat dari kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi diberbagai sektor, penyedia lapangan kerja yang terbesar, pemeran penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, sumbangan dalam menjaga neraca pemberdayaan melalui kegiatan ekspor.⁴¹

3. Konsep Makanan Halal

a. Pengertian Makanan Halal

Makanan berasal dari bahasa arab yaitu *tha'am*. Adapun pengertian *tha'am* istilah yaitu segala sesuatu yang bisa dimakan dan dijadikan sebagai bahan makanan pokok. Termasuk dalam pengertian ini adalah sesuatu yang tumbuh dari berupa tanaman, buah-buahan, serta hewan-

⁴⁰ Novegya Ratih Primandari et al., *Strategi Pengembangan UMKM* (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2023). (Yogyakarta: Deepublish Digital, 2023). hlm 16-17.

⁴¹ Sanjaya And Nuratama, *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Mengengah*.(Gowa: Cv. Cahaya Bintang Cemerlang,2021).hlm 19.

hewan yang boleh dimakan, baik hewan darat maupun hewan laut. Sedangkan minuman berasal dari kata *Syarab* yang berarti sebutan untuk segala yang diminum dari jenis apapun, baik air maupun selainnya, dan dalam keadaan bagaimana pun.⁴²

Makanan halal dalam Islam adalah makanan yang dibolehkan untuk dimakan, hal ini merupakan ketentuan dari syariat Islam. Menurut KH. Ali Mustafa Yaqub, dalam kriteria halal-haram untuk pangan, obat dan kosmetik menurut Al Qur'an dan Hadis produk *thayyib* diartikan semakna dengan halal.⁴³ Jadi *halalan thayyiban* merupakan segala sesuatu yang halal dari status hukumnya (tidak ada larangan) dan *thayyib* (baik) dari komposisi materialnya. Oleh karena itu, makanan yang halal dan baik merupakan makanan yang harus memenuhi unsur legal *religious* (kebolehan secara agama).

Makanan halal yakni makanan yang di perbolehkan (dihalalkan) oleh syariat Islam untuk mengkonsumsinya. Begitupun sebaliknya makanan yang haram merupakan makanan yang dilarang untuk di konsumsi. Oleh karena itu, ukuran halal dan haram dalam masalah makanan atau masalah kehidupan lainnya merupakan rambu-rambu dalam syariat Islam.⁴⁴

b. Dasar Hukum Makanan Halal

Dalam ajaran Islam sangat mementingkan kebaikan dan kebersihan dalam semua aspek. Apalagi dalam hal makanan dan minuman atau barang

⁴² Fathurrohman Husen, *Fiqih Makanan* (Surakarta: Guepedia, 2023).hlm 36.

⁴³ Abd. Halim et al., *Buku Saku Halal* (Jawa Tengah: Sulur Pustaka, 2021).hlm 5.

⁴⁴ Rahmat Sunnara, *Seputar Makanan Halal Dan Haram* (Banten: Kenangan Pustaka Indonesia, 2009).hlm 1-2.

dan penggunaannya.⁴⁵ Umat Islam diperintahkan untuk memakan dan menggunakan bahan-bahan yang baik, suci dan bersih. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah [2]:168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”*

Ketentuan mengenai makanan dan minuman di nyatakan secara jelas dalam Al-qur'an yang terdapat pada surat Al-Maidah [5]: 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: *“Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman”.*

Kemudian Allah SWT berfirman dalam Q.s Al-Maidah [5]:3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ

Artinya: *“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih. (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala”.*

⁴⁵ Farid Wajdi and Diana Susanti, *Kebijakan HUKUM Produk Halal Di Indonesia* (Jakarta timur: Sinar Grafika, 2021).hlm 12.

Berdasarkan pada ayat diatas, dapat diketahui bahwasannya ketentuan dan perintah untuk memakan makanan yang halal wajib untuk semua umat Islam, baik dalam bahan sampai dengan proses pembuatan makanan itu sendiri. Selain itu, dijelaskan pula beberapa makanan yang diharamkan seperti halnya bangkai, daging babi dan hewan yang disembelih bukan atas nama Allah serta beberapa makanan dan minuman yang jelas bertentangan dengan syariat Islam.

c. Kriteria Makanan Halal dalam Islam

Pada dasarnya semua makanan dan minuman yang berasal dari tumbuhan, berupa sayur-sayuran, buah- buahan dan hewan adalah halal, kecuali yang beracun dan membahayakan nyawa manusia. Islam sendiri menyebutkan beberapa kategori makanan halal dan haram, yakni antara lain:⁴⁶

- 1) Tidak mengandung unsur haram yang telah disebutkan dalam Al-qur'an. Yakni: bangkai (kecuali bangkai belalang dan ikan), darah (kecuali hati dan limpa), semua yang berasal dari babi, hewan yang disembelih tanpa nama Allah, yang tercekik, terpukul, jatuh, dll.
- 2) Semua tumbuhan pada dasarnya adalah halal, kecuali yang memiliki sifat najis, bercampur najis, berbahaya, memabukkan, atau segala sesuatu yang terkait dengan hak milik orang lain.
- 3) *Khamr* atau makanan dan minuman yang berpotensi memabukkan seperti minuman keras, alkohol, narkoba, ganja dan lain-lain.

⁴⁶ Puji Muniarty et al., *Membangun Ekosistem Industri Halal Di Indonesia* (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023).hlm 160-161.

- 4) Memperhatikan aspek *thayyib*. Pemenuhan keduanya harus seimbang, tidak boleh timpang. Secara umum, *thayyib* berarti sesuatu yang baik. Kebaikan dari suatu makanan adalah yang bukan dibenci oleh tubuh dan tidak mendatangkan madharat (kerugian) bagi tubuh.
- 5) Pada konsumsi hewan yang harus disembelih terlebih dahulu, maka ada beberapa syarat dalam penyembelihan hewan yang sesuai syariat yakni: Orang yang menyembelih beragama Islam, etika menyembelih harus membaca basmalah, alat penyembelihan harus tajam, penyembelihan hewan ternak harus memutuskan saluran pernafasan, saluran makanan, dan urat nadi.
- 6) Makanan dan minuman yang diperoleh dengan cara yang batil.

Menurut Shihab, produk makanan halal adalah produk yang memenuhi kehalalan sesuai dengan syariat Islam, diantaranya sebagai berikut:⁴⁷

- 1) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran, dan lain sebagainya.
- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
- 4) Semua tempat penyimpanan, penjualan, pengolahan, dan transportasi tidak boleh digunakan untuk babi dan/atau barang tidak halal lainnya. Jika pernah digunakan untuk babi dan/atau barang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara syariat Islam.

⁴⁷ Ibid.hlm 162.

- 5) Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung *khamar*. Makanan halal sekarang menjadi bisnis multi-miliar dollar diseluruh dunia.

4. Konsep *Analityc Network Process*

a. Definisi *Analityc Network Process*

Metode *Analytic Network Process* (ANP) merupakan pengembangan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode ANP mampu memperbaiki kelemahan AHP berupa kemampuan mengakomodasi keterkaitan antar kriteria atau alternatif. Keterkaitan pada metode ANP ada 2 jenis yaitu keterkaitan dalam satu set elemen (*inner dependence*) dan keterkaitan antar elemen yang berbeda (*outer dependence*). Adanya keterkaitan tersebut menyebabkan metode ANP lebih kompleks dibanding metode AHP.⁴⁸

Analytic Network Process (ANP) juga merupakan teori matematis yang mampu menganalisa pengaruh dengan pendekatan asumsi-asumsi untuk menyelesaikan bentuk permasalahan. Metode ini digunakan dalam bentuk penyelesaian dengan pertimbangan atas penyesuaian kompleksitas masalah secara penguraian sintesis disertai adanya skala prioritas yang menghasilkan pengaruh prioritas terbesar. ANP juga mampu menjelaskan model faktor-faktor *dependence* serta *feedback* nya secara sistematis.

Pengambilan keputusan dalam aplikasi ANP yaitu dengan melakukan pertimbangan dan validasi atas pengalaman *empirical*. Struktur jaringan yang digunakan yaitu benefit, *opportunities*, *cost* and *risk*

⁴⁸ Rusydiana and Devi, *Analytic Network Process : Pengantar Teori Dan Aplikasi*.hlm 11.

(BOCR) membuat metode ini memungkinkan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi dan menyusun semua faktor yang mempengaruhi output atau keputusan yang dihasilkan.⁴⁹

b. Landasan *Analitic Network Process*

Metode ANP didasarkan pada empat aksioma yang relative sederhana, yaitu resiprokal, homogenitas, prioritas dan *defendence condition*.⁵⁰

- 1) Resiprokal, jika PC (EA,EB) adalah nilai perbandingan pasangan dari elemen A dan B, dilihat dari elemen induknya C, yang menunjukkan berapa kali lebih banyak elemen A memiliki apa yang dimiliki elemen B, maka $PC (EB,EA) = 1/ PC (EA,EB)$. Misalkan jika A lima kali lebih besar dari B, maka B besarnya 1/5 dari besar A.
- 2) Homogenitas, menyatakan bahwa elemen-elemen yang dibandingkan dalam struktur kerangka ANP sebaiknya tidak memiliki perbedaan terlalu besar.
- 3) Prioritas, yaitu pembobotan secara absolut dengan menggunakan skala interval (0,1) dan sebagai ukuran dominasi relatif.
- 4) *Dependence condition*, diasumsikan bahwa susunan dapat dikomposisikan ke dalam komponen-komponen yang membentuk bagian berupa Klaster.

⁴⁹ Ibid.hlm 12.

⁵⁰ Ascarya, *Analitic Network Process ANP* Pendekatan Baru Studi Kualitatif (Pusat Pendidikan dan Studi KebankSentralan Bank Indonesia, 2005).hlm 7.

c. Tahapan *Analityc Network Proces*

Tahapan pada metode ANP antara lain sebagai berikut:⁵¹

a. Kontruksi Model

Konstruksi model ANP disusun berdasarkan literature review secara teori maupun empiris dan memberikan pertanyaan pada pakar dan praktisi sukuk serta melalui *indepth interview* untuk mengkaji informasi secara lebih dalam untuk memperoleh permasalahan yang sebenarnya.

b. Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (pembandingan pasangan) antar elemen dalam *Klaster* untuk mengetahui mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) dan seberapa besar perbedaannya melalui skala numerik 1-9. Data hasil penilaian kemudian dikumpulkan dan diinput melalui *software superdecisions* untuk diproses sehingga menghasilkan output berbentuk prioritas dan supermatriks. Hasil dari setiap responden akan diinput pada jaringan ANP tersendiri.

c. Sintesis dan Analisis

Memproses data yang diperoleh pada fase 2 dengan *software* ANP (*superdecisions*), melakukan sintesis dan mendapatkan hasilnya, serta menghitung *geometric mean* dan *rater agreement*, setelah itu dilakukan validasi hasil yang diperoleh dan menginterpretasi hasil, menganalisis

⁵¹ Rusydiana and Devi, *Analytic Network Process : Pengantar Teori Dan Aplikasi*. hlm 40-41.

manusia, serta kurangnya pengembangan desain dan teknologi UMKM yang dibuat modern mengikuti perkembangan zaman.⁵³ Kemudian penelitian yang dilakukan pada tahun 2023 di kabupaten Ponorogo menyebutkan bahwasannya sertifikasi halal untuk para pelaku usaha mikro kecil dan menengah sangat berperan penting dalam proses pengembangan usaha.⁵⁴

Penelitian selanjutnya dilakukan di Kota Bandung pada tahun 2023, disebutkan bahwa faktor yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha khususnya pada bidang usaha makanan dan minuman yaitu, sumber daya manusia, produksi, legalitas usaha, modal usaha, pemasaran, teknologi, kebijakan pemerintah, pesaing dan harga.⁵⁵ Tidak hanya itu penelitian yang dilakukan di Madura pada tahun 2023 yang berfokus pada makanan halal menyebutkan bahwa teknik pemasaran *marketing mix* menjadi metode yang cocok menjadi salah satu strategi untuk pengembangan usaha.⁵⁶

Penelitian berikutnya dilakukan di Kabupaten Tasikmalaya pada tahun 2023 dengan fokus pada industri halal menyebutkan bahwa masalah terbesar adalah dalam segi aspek adalah regulasi sedangkan dalam segi indikator adalah produsen makanan dan minuman masih kurang kepedulian serta kapastias mengenai kehalalan produk. Sedangkan prioritas aspek solusi yang paling tinggi adalah aspek infrastruktur halal dan dalam segi indikator adalah pelatihan dan

⁵³ Saputra, Kusniawati, and Abdul Kader, "Peran Swot Dalam Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Mambo Nite Di Empang Sari Tasikmalaya."101-113.

⁵⁴ Hadi Mustofa and Luhur Prasetyo, "Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sertifikasi Halal Di Kabupaten Ponorogo."159-172.

⁵⁵ Ahmad Kholik and Dewi Rahmi, "Strategi Pengembangan UMKM Makanan Dan Minuman Di Kelurahan Tamansari Kota Bandung," *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi dan Bisnis* (2023): 133–142.

⁵⁶ Durotun Nafisah, Abdur Rohman, and Dony Burhan, "Strategi Pengembangan Industri Makanan Halal Pada Umkm Tahu Agung Jaya Socah Bangkalan Madura Dalam Perspektif Hifz Al Nasl" 27, no. 2 (2023): 61, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-Islam-pada-2022.61-67>.

sosialisasi diberikan oleh pemerintah kepada industri makanan dan minuman halal. Bank Syariah melakukan promosi kepada industri makanan dan minuman halal mengenai produk pembiayaan syariah yang mudah diakses oleh perusahaan makanan dan minuman halal.⁵⁷

Penelitian yang dilakukan penulis memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian - penelitian sebelumnya, yaitu persamaan terletak pada fokus penelitian yaitu strategi pengembangan usaha dan Industri halal. Sedangkan untuk perbedaannya terdapat pada objek atau tempat penelitian, fokus penelitian yang penulis lakukan khusus Usaha mikro dan Kecil pada sektor makanan halal yang ada di Kota Tasikmalaya, serta dengan menggunakan metode *Analytic Network Process*.

C. Kerangka Pemikiran

Pengembangan usaha merupakan suatu proses yang dilalui seorang pelaku usaha untuk meningkatkan performa lebih maju dari sebelumnya. Proses pengembangan usaha tentu dipengaruhi oleh indikator pengembangan usaha itu yaitu meningkatnya proses produksi, jumlah tenaga kerja dan peningkatan penjualan dan omset penjualan. Sebuah usaha dapat terlihat meningkat apabila terpenuhi indikator tersebut.

Pengembangan suatu usaha banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, aspek sumber daya manusia, produksi, pemasaran, dan permodalan serta legalitas dan perizinan. Beberapa faktor tersebut menjadi suatu hal yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha. Dalam penelitian yang

⁵⁷ Adirestuty, Refsanjani, and Monoarfa, "Prioritas Strategi Pengembangan Industri Halal Di Kabupaten Tasikmalaya Pendekatan Analytical Hierarchy Process."(2023),89-98.

dilakukan di Kabupaten Tasikmalaya pada tahun 2023 menyebutkan bahwa aspek sumber daya manusia, infrastruktur atau regulasi, pemasaran, dan permodalan menjadi beberapa faktor prioritas yang paling berpengaruh terhadap keberlangsungan pengembangan suatu usaha.⁵⁸

Penelitian yang dilakukan kali ini bertujuan untuk mengetahui strategi perkembangan usaha yang berfokus pada usaha mikro dan kecil, dengan menganalisis permasalahan yang terjadi pada para pelaku Usaha Mikro dan Kecil di Kota Tasikmalaya. Setelah itu mencari solusi untuk permasalahan tersebut dengan pendekatan *Analitic Network Process (ANP)* sehingga dapat menghasilkan sebuah kesimpulan tentang strategi pengembangan usaha pada Usaha Mikro dan Kecil sektor makanan halal di Kota Tasikmalaya.

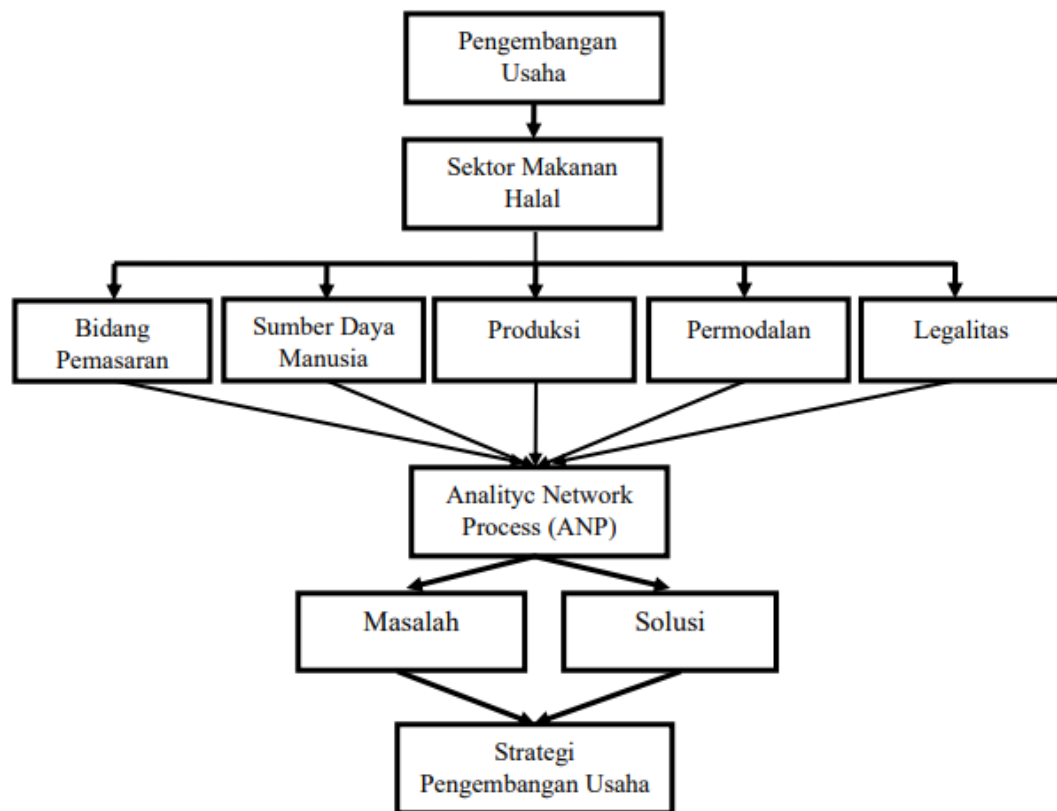
Apabila diperdalam, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui strategi pengembangan usaha mikro dan kecil sektor makanan halal di Kota Tasikmalaya, yaitu dengan melihat indikator peningkatan produksi, jumlah tenaga kerja dan penjualan atau omset dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pada bidang pemasaran, sumber daya manusia, bidang produksi, permodalan dan legalitas. Kemudian menganalisis dengan menggunakan metode ANP bertujuan mencari masalah yang di alami para pelaku usaha pada setiap indikator.

Diketahui permasalahannya, maka solusi yang ditawarkan harus sesuai dengan masalah yang sedang terjadi, dan saling berkaitan antara satu sama lainnya. Sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan yang dijadikan sebagai strategi

⁵⁸ Ibid.hlm 89-98.

pengembangan usaha khususnya pada sektor makanan halal yang ada di Kota Tasikmalaya.

Berikut adalah skema yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian terhadap strategi pengembangan usaha pada sektor makanan halal di Kota Tasikmalaya.



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran