

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN HALAL PADA UMKM TAHU AGUNG JAYA SOCAH BANGKALAN MADURA DALAM PERSPEKTIF HIFZ AL NASL

Durotun Nafisah
d.naafisah@gmail.com

Abdur Rohman
abdur.rohman@trunojoyo.ac.id

Dony Burhan
donyburhan@trunojoyo.ac.id

Abstract

The halal industry is experiencing very rapid development in recent years. Halal is a universal indicator for guaranteeing product quality and living standards. By looking at the fact of the rapid development of the Halal Industry in Indonesia, it is necessary to study maqashid sharia, one of which is related to hifz al nasl (protecting offspring), as well as being part of the framework that underlies the formation of development, innovation, management and marketing of the Halal Industry in Indonesia. . So that it guides people to understand the beneficial values referred to in the content of the command to use and consume things that are halal thayyiban, especially in the development of the Halal Industry in Indonesia. Research conducted at Tahu Agung Jaya Socah Bangkalan UMKM focused on the product development model of this UMKM which had just been established. This research uses qualitative methods with a descriptive analysis approach, data analysis techniques and data collection to support more optimal research. The research carried out aims to determine the production development model carried out by UMKM Tahu Agung Jaya Socah Bangkalan, so that there is a relationship with one of the maqashid sharia concepts, namely hifz al nasl (care of offspring).

Keyword: *UMKM, Halal Industry, Hifz Al Nasl.*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim dengan jumlah tinggi. Berdasarkan data dari Kementerian Dalam Negeri jumlah penduduk di Indonesia mencapai 277,75 juta jiwa hingga akhir tahun 2022. Berdasarkan agamanya, sebanyak 241,7 juta penduduk memeluk agama Islam. jumlah itu setara dengan 87,02% dari seluruh populasi penduduk dalam negeri.¹ Sehingga jumlah permintaan terhadap produk halal terus meningkat. Pemerintah bertanggung jawab atas hal ini, sehingga pemerintah memberikan perlindungan dan juga jaminan terhadap produk halal bagi para umat Muslim. Kejelasan status halal pada suatu produk dapat memberikan ketentraman bagi para umat Muslim yang mengonsumsi atau menggunakannya.²

Halal dapat diartikan sebagai sebuah standar kualitas yang sesuai dengan syariat Islam dan digunakan untuk setiap aktifitas yang dilakukan oleh umat Muslim. Produk industri halal dipilih oleh umat Muslim sebagai wujud ketaatan hukum syariat Islam. Meskipun produk industri halal selalu berkaitan dengan umat Muslim, bukan berarti seluruh konsumen produk halal adalah umat Muslim saja. Beberapa negara dengan penduduk yang tingkat jumlah umat Muslim nya masih minoritas juga menjadi konsumen produk halal dan jumlahnya terus mengalami peningkatan.³

Industri halal sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam kurun waktu beberapa tahun ini. Gaya halal *lifestyle* yang sangat identik dengan umat Muslim sudah tersebar ke berbagai negara, bahkan sampai ke negara dengan penduduk muslim yang masih minoritas. Halal menjadi indikator universal untuk jaminan kualitas produk dan standar hidup.⁴ Halal biasanya hanya dikaitkan pada sesuatu yang berwujud benda saja. Namun demikian, didalam Islam halal juga mencakup pembahasan perbuatan dan pekerjaan yang biasa disebut dengan muamalah. Perkembangan industri halal secara global juga mengalami kemajuan mulai dari industri keuangan, hingga merambah ke industri lainnya seperti industri makanan, kosmetik, pakaian, pariwisata dan lain sebagainya. Banyak negara yang menjadikan insdutri halal sebagai garis bisnis kedepannya. Pemerintah Indonesia saat ini terus berpacu dengan waktu untuk mewujudkan 2 tujuan besar negara pada tahun 2024, yaitu kewajiban penerapan sertifikasi halal pada setiap produk makanan dan minuman, dan juga visi Indonesia sebagai pusat industri halal di Indonesia.

Pemerintah telah menyuarkan impian negara Indonesia 2024 untuk menjadi kiblat Industri Halal dunia. Oleh sebab itu, Industri Halal di Indonesia semakin di optimalkan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat dan membangun perekonomian yang lebih baik. Tujuannya adalah untuk mengendalikan produk yang beredar bebas di pasar sehingga masyarakat terutama umat Muslim mengetahui status kehalalan produk yang tersebar. Dengan demikian, dapat menurunkan terjadinya umat Muslim mengonsumsi makanan yang dilarang dalam syariat agama Islam.⁵

¹<https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022> (Diakses pada tanggal 7 Agustus 2023, pukul 18:14 WIB)

² Hayyun Durrotul Faridah, *Halal Certification in Indonesia*. Journal of Halal Product and Research. Vol. 2 No. 2, (2019). Hal. 68

³ Faqiatul Mariya Waharini, Anissa Hakim Purwantini, Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia. Jurnal Muqtasid. Vol. 1 No. 12, (2018), Hal. 2.

⁴ Faqiatu, *Op. Cit.* Hal.2.

⁵ Endang Irawan Supriyadi, Dianing Banyu Asih, *Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia*. RASI: Jurnal Sosial Dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Bandung. Vol. 2 No. 1, (2020). Hal. 24.

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 terdiri dari 68 Pasal, isi dari undang undang ini menjelaskan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperjual belikan di negara Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk menjamin terlaksananya hal tersebut, maka pemerintah berkewajiban bertanggung jawab dalam penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (JPH). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, pemerintah harus membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga pelaksana dan penyelenggara Jaminan Produk Halal (JPH) yang akan bertanggung jawab langsung kepada Kementerian Agama.⁶

Degan melihat fakta pesatnya perkembangan Industri Halal di Indonesia, maka perlu adanya kajian *maqashid syariah* salah satunya terkait dengan *hifz al nasl* (melindungi keturunan), sekaligus dapat menjadi bagian kerangka yang melandasi pembentukan pengembangan, inovasi, pengelolaan, dan pemasaran industri halal yang ada di Indonesia. *Hifz al nasl* merupakan salah satu bagian daripada kajian konsep kajian syariah untuk mengetahui tujuan dan hikmah dari adanya perintah larangan dalam agama Islam. Sehingga menuntun manusia untuk memahami nilai-nilai maslahat yang dimaksud dalam kandungan perintah menggunakan dan mengonsumsi sesuatu yang *halalan thayyiban* khususnya dalam pengembangan Industri Halal di Indonesia.⁷ Dalam kerangka *hifz al nasl* (melindungi keturunan) merupakan sebuah ketentuan dalam Islam yang menjadikan umat Muslim terlindungi dari hal hal yang merugikan diri, keluarga, keturunan, dan lingkungan sekitar dari keburukan di dunia dan akhirat.

Pada fakta yang lain terdapat fenomena pesatnya perkembangan teknologi pangan khususnya pada industri pengolahan pangan hasil pertanian, dengan demikian menyebabkan perbedaan penggunaan bahan dalam pengelolaan pangan tersebut. Maka dari itu, menyebabkan terjadinya kesulitan dalam menemukan tingkat kehalalan pada bahan pangan tersebut. Kejelasan status halal pada pangan tersebut sangat penting, agar konsumen dapat mengetahui yang mereka konsumsi adalah produk halal atau haram.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka sangat penting dilakukan penelitian ini untuk mengetahui penerapan teori *hifz al nasl* pada perkembangan industri makanan halal terhadap pabrik tahu Agung Jaya yang berada di kecamatan Socah, kabupaten Bangkalan, pulau Madura.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif. Metode deskriptif digunakan dengan tujuan untuk membuat gambaran, memprediksi suatu rumusan masalah penelitian berdasarkan teori dan hasil penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian kualitatif seperti kata, gambar, dan bahan lain kemudian dikumpulkan untuk dijadikan kunci dari penelitian. Dengan demikian, penelitian ini disusun dengan memuat kutipan-kutipan data untuk memberikan penyajian laporan dimana data yang diperoleh berasal dari hasil wawancara, dokumen, catatan tertulis serta berkas pendukung lainnya yang didapatkan selama melakukan penelitian.⁸

Lokasi penelitian ditentukan dan dipilih secara sengaja yang dilaksanakan di UMKM Tahu Agung Jaya Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Tujuan ditentukannya lokasi penelitian ini secara sengaja agar memperjelas dan membatasi pelaksanaan penelitian sehingga tidak melebar.

⁶ Endang, *Op. Cit.* Hal. 24.

⁷ Q.S. Al-Baqarah : 168.

⁸ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, revisi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013).

Data yang digunakan selama pelaksanaan penelitian terdiri dari dua sumber yaitu: Data primer merupakan data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti selama melakukan penelitian dengan cara melakukan observasi dan wawancara kepada narasumber. Dalam penelitian ini narasumber yang dituju untuk melakukan wawancara adalah pemilik dan pekerja yang ada di UMKM Tahu Agung Jaya Socah Bangkalan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti selama melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan dari berbagai sumber yang ada. Sumber data yang digunakan yaitu dari berbagai kajian literatur berupa buku, jurnal, skripsi dan website yang memiliki objek pembahasan yang sesuai dengan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Pabrik Tahu Agung Jaya

Pabrik tahu Agung Jaya merupakan sebuah pabrik yang memproduksi tahu yang masih baru didirikan dan masih dalam tahap merintis yang terletak di kampung Kejawan desa Socah, kabupaten Bangkalan. Latar belakang didirikannya pabrik tahu berawal dari pemilik pabrik yang bernama bapak Zainul Arifin yang merupakan seorang karyawan wiraswasta dan mempunyai pemikiran bahwa ketika sudah memasuki usia lanjut, beliau tidak memiliki dana pensiun karena bukan merupakan pegawai negeri. Dari faktor tersebut, bapak Zainul berpikir bahwa tidak memungkinkan di usianya yang sudah lanjut untuk mencari lowongan kerja. Maka dari itu, bapak Zainul bermodal nekat untuk membuka pabrik tahu sehingga nantinya dapat menciptakan lowongan pekerjaan. Awal didirikannya pabrik tahu tersebut, bapak Zainul mendatangkan seorang pelatih untuk mengajarkan cara pembuatan tahu dengan baik dan benar.

Model Pengembangan Pabrik Tahu Agung Jaya

Pengembangan yang dilakukan di pabrik tahu Agung Jaya menggunakan strategi marketing mix syariah, diantaranya adalah :

a. Produk (*Product*)

Berdasarkan hasil penelitian dengan mengumpulkan data melalui observasi, produk yang di produksi adalah Tahu. Tahu yang di produksi berbahan dasar kacang kedelai yang di rebus kemudian dicampur dengan cuka. Bahan baku kacang kedelai yang dibutuhkan dalam sehari sebanyak sekitar 50 kg. Pada pabrik tahu terdapat fasilitas penunjang dalam memproduksi tahu yaitu berupa ketel (untuk merebus air dengan jumlah banyak), kain saring untuk proses penyaringan, alat cetak tahu, dan pisau untuk memotong tahu. Adapun hasil wawancara dengan bapak Zainul selaku pemilik pabrik tahu adalah sebagai berikut:

“untuk produksi tahu dalam sehari cuma masak 3 kali, karena permintaan akhir akhir ini berkurang. Waktu yang dibutuhkan untuk sekali masak yaitu merendam kacang kedelai 2,5 jam, kemudian proses masak hingga pencetakan tahu membutuhkan waktu 1,5 jam. Setelah tahu dicetak, kemudian di potong. Untuk satu kotak pencetakan bisa menghasilkan 25 tahu. Kemudian dikemas untuk dijual ke pasar dan diantar kepada pelanggan”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pabrik tahu Agung Jaya masih belum stabil dalam proses produksi karena faktor permintaan yang kadang naik turun. Selain itu, terkadang harga bahan baku yang mengalami kenaikan menyebabkan para pelanggan tidak mau harga beli ikut naik juga.

b. Tempat (*Place*)

Adapun hasil wawancara dengan bapak Zainul adalah sebagai berikut :

“lokasi pabrik tahu Agung Jaya berada di kampung Kejawan, desa Socah, kabupaten Bangkalan. Untuk awal pendirian karyawan terdiri dari orang luar daerah kabupaten Bangkalan, sehingga karyawan seringkali minta izin untuk pulang. Karena masalah tersebut, akhirnya diputuskan untuk merekrut orang sekitar daerah sini untuk dijadikan karyawan”

c. Harga (*Price*)

Adapun hasil wawancara penelitian dengan bapak Zainul sebagai berikut:

“untuk harga bahan baku sekitar 12.000 per kg. Bahan baku yang dibutuhkan itu sekali ambil 1 kwintal untuk dipakai 2 hari. Untuk harga tahu per biji nya 2.500, nanti sama orang dijual lagi harga 3.000 per biji”

d. Promosi (*Promotion*)

Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Zainul adalah sebagai berikut:

“hal yang sulit dalam melakukan bisnis yaitu bagian promosi atau pemasaran. Yang menentukan produk kita dikenal oleh banyak orang itu tergantung dari bagaimana cara kita mempromosikannya. Promosi yang sudah dilakukan yaitu terjun langsung menjual ke pasar dan teman teman terdekat. Untuk sejauh ini penjualan masih sedikit karena memasarkan produk baru tidak mudah, banyak pesaing pesaing lainnya yang sudah terjun lebih lama”

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung, strategi pengembangan yang dilakukan pada UMKM Tahu Agung Jaya menerapkan marketing mix 4P (*product, place, price and promotion*). Dengan melakukan strategi marketing mix 4P diharapkan dapat menjadi solusi agar UMKM Tahu Agung Jaya terus berkembang diantara para pesaing.

Proses Produksi Tahu pada UMKM Pabrik Tahu Agung Jaya

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan observasi dan wawancara, informasi yang didapatkan untuk mengetahui proses produksi tahu adalah sebagai berikut:

“untuk bahan baku kacang kedelai membutuhkan 1 kwintal untuk kebutuhan 2 hari produksi. Setiap hari produksinya 3 kali masak. Untuk proses produksinya kacang kedelai direndam terlebih dahulu selama 2,5 jam. Setelah proses perendaman selesai, kemudian dimasak hingga matang. Alat yang digunakan dalam proses ini bernama ketel yang berfungsi memasak air dengan jumlah yang banyak. Setelah dimasak kemudian disaring, untuk ampas tahu nya tidak dibuang tapi dijual untuk kebutuhan pangan ternak. Sari kedelai yang tersisa dari hasil penyaringan kemudian diberi cuka secara merata. Kemudian didiamkan sebentar agar terjadi penggumpalan. Setelah menggumpal, cuka kemudian dibuang lalu sari yang sudah tergumpal di cetak kedalam kotak kayu pencetakan. Kemudian di diamkan agar sisa air turun sehingga menjadi tahu yang sempurna. Setelah itu dipotong, kemudian dikemas lalu dijual”

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Zainul selaku pemilik pabrik tahu, untuk setiap tahapan proses produksi memakan waktu yang tidak sebentar. Dan selama proses pembuatan tahu tidak dapat dilakukan dengan hanya satu orang saja. Karena terdapat bagian bagian yang harus dilakukan oleh masing-masing orang. Kualitas tahu dapat ditentukan dari kualitas bahan baku dan juga cara memproduksinya. Tahu harus disimpan di dalam air agar tahu tidak kempes. Untuk jangka ke awetan agar layak konsumsi yaitu 3 hari di suhu ruang, dan 1 minggu di dalam pendingin.

Berdasarkan hasil observasi langsung pada pabrik tahu. Proses produksi pada pabrik tahu Agung Jaya terbilang cukup bersih. Mulai dari proses awal pembersihan bahan baku yang baru datang hingga proses pengemasan tahu dilakukan sesuai dengan standar pembuatan tahu pada umumnya.

Pengolahan limbah hasil produksi yang hanya berupa air dan sisa cuka dibuang dengan saluran khusus, sehingga tidak mencemari lingkungan sekitar. Maka dari itu proses ini sangat berhubungan dengan perspektif *hifz al nasl* (menjaga keturunan). Bahan baku yang dipilih adalah bahan baku dengan kualitas yang baik agar para konsumen dan juga keturunannya tetap terjaga. Selain itu, kebersihan pada saat proses produksi juga berpengaruh besar dalam teori *hifz al nasl*. Keturunan yang terjaga dengan baik akan berpengaruh pada keberlangsungan kehidupan di masa depan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas mengenai strategi pemasaran dengan marketing mix 4P (*product, place, price, promotion*) pada UMKM Tahu Agung Jaya. Kualitas produk yang dihasilkan cukup mendukung untuk melakukan strategi pemasaran agar UMKM tersebut dapat berkembang. Namun ada beberapa hal yang harus diperbaiki diantaranya terkait tempat dan promosi. Tempat produksi tahu kurang terlihat seperti pabrik, sehingga masyarakat yang bukan berasal dari daerah sekitar akan menganggap bahwa tempat tersebut adalah rumah biasa. Kemudian dari segi promosi masih menggunakan sistem lama yaitu hanya mempromosikan pada masyarakat sekitar. Promosi seperti itu akan membutuhkan waktu lama dan sulit bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rohman Fahrudin, Implementasi Pengelolaan Makanan Halal Di Indonesia. At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah. Vol. 1 No. 1, (2019). Hal. 40-41.
- Ahmad Izzuddin, Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. Jurnal Penelitian Iptek. Vol. 3 No. 2, (2018). Hal. 104-105.
- Anisa Amini, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, Urgensi Halal Food Dalam Tinjauan Konsumsi Islam. LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal. Vol. 2 No. 2, (2022). Hal. 6.
- Darwanto, Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas). JBE: Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. 20 No. 2, (2013).
- Endang Irawan Supriyadi, Dianing Banyu Asih, Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. RASI: Jurnal Sosial Dan Humaniora Universitas Muhammadiyah Bandung. Vol. 2 No. 1, (2020). Hal. 24.
- Faqiatul Mariya Waharini, Anissa Hakim Purwantini, Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. Jurnal Muqtasid. Vol. 1 No. 12, (2018), Hal. 2.
- Firman Setiawan, Kesejahteraan Petani Garam Di Kabupaten Sumenep Madura (Analisis Dengan Pendekatan Maqasid Al-Shari'ah). Iqtishaduna. Vol. 8 No. 2, (2019). Hal. 321-327.
- Hayyun Durrotul Faridah, Halal Certification in Indonesia. Journal of Halal Product and Research. Vol. 2 No. 2, (2019). Hal. 68.
- <https://dataindonesia.id/ragam/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022> (Diakses pada tanggal 7 Agustus 2023, pukul 18:14 WIB).
- Laporan State of The Global Islamic Report 2022, <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2022> (Diakses pada tanggal 24 Agustus 2023, pukul 14:31 WIB).
- Lexy J Moleong, Metode Penelitian Kualitatif, revisi (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013).
- Muhammad Yunus, Kamus Bahasa Arab Indonesia. (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, 1973). Hal. 101.

- Mulizar, Makanan Dalam Al-Qur'an (Studi Tafsir Al Azhar). Tesis Magister. Medan: IAIN-SU, (2014). H. IV.
- Nani, Nordiyana Binti Nordin, Konteks Produksi Ditinjau Dari Konsep Maqashid Al-Syariah. Tsarwah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol.8 No. 1, (2023). Hal.35.
- Q.S. Al-Baqarah: 168.
- Rachmawan Budiarto, Susetyo Hario Putero, Hempri Suyatna, Puji Astuti, Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015).
- Umi Kalsum, Tinjauan Maqashid Syariah Pada Marketplace B2C di Indonesia (Studi di Halalpedia dan Bhineka). IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business. Vol.7 No.1,(2022). Hal.67.
- Yulfan Arif Nurohman, Rina Sari Qurniawati, Keputusan Pembelian Makanan Halal Di Lingkungan IAIN Surakarta. Among Makarti. Vol.12 No. 24, (2019). Hal. 25.
- Yuli Rahmini Suci, Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano EkonomoS. Vol. 6 No.1, (2017). Hal. 2.