

Analisis Inovasi Berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Yuli Noviah Munthe¹, Marliyah², Rahmat Daim Harahap³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan dalam perspektif ekonomi Islam. Dengan fokus penelitian menganalisis inovasi pada produk, inovasi pada proses, inovasi pada pemasaran dan inovasi dalam perspektif ekonomi Islam. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi dan wawancara. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Mumubutikue telah melakukan inovasi pada rasa dan bentuk kue khas Melayu Medan dengan menambahkan varian rasa dan topping. Kemudian sudah melakukan inovasi pada proses produksinya yang sudah menggunakan teknologi. Kemudian inovasi pada pemasarannya yang sudah go-digital. Serta inovasi dalam perspektif ekonomi Islam yaitu produk-produk yang ada di Mumubutikue sudah bersertifikasi halal dari BPJPH. Dapat disimpulkan bahwa Mumubutikue dalam perkembangannya telah melakukan inovasi berkelanjutan walaupun terdapat beberapa kendala demi mempertahankan kearifan lokal kue khas daerah Melayu Medan.

Kata Kunci: *Inovasi Berkelanjutan, UMKM, Sertifikasi Halal*

Abstract

This study aims to analyze the sustainable innovation of UMKM Mumubutikue Medan in the perspective of Islamic economics. With a research focus on analyzing product innovation, process innovation, marketing innovation and innovation in an Islamic economic perspective. The approach used in this study is a descriptive qualitative approach with observation and interview methods. The results in this study indicate that Mumubutikue has made innovations in the taste and shape of Medan Malay cakes by adding flavors and toppings. Then it has made innovations in the production process that already uses technology. Then innovation in marketing that has gone digital. As well as innovation in an Islamic economic perspective, namely the products in Mumubutikue are halal certified from BPJPH. It can be concluded that in its development, Mumubutikue has carried out continuous innovations even though there are several obstacles in order to maintain the local wisdom of Medan Malay cakes.

Keywords: *Sustainable Innovation, MSMEs, Halal Certification*

Copyright (c) 2023 Yuli Noviah Munthe

✉ Corresponding author :

Email Address : yulinoviahmunthe@gmail.com

PENDAHULUAN

Kota Medan sebagai salah satu daerah di Sumatera Utara yang memiliki banyak UMKM yang sedang berkembang dengan segala jenis produknya salah satunya ialah jenis UMKM kuliner dengan segala jenis makanan. Perkembangan kuliner dapat dilihat dari jumlah UMKM dan pangsa pasar kuliner segala jenis makanan yang tinggi. Hal ini menyebabkan pelaku usaha bersaing dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk itu pelaku usaha dituntut untuk melakukan inovasi berkelanjutan. Salah satu UMKM kuliner di Kota Medan ialah Mumubutikue Medan yang memproduksi kue khas Melayu Medan. Mumubutikue merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dirintis pada tahun 2010. Awal berdirinya usaha ini diberi nama House Of Siska's dan kemudian bertransformasi menjadi Mumubutikue yang memiliki makna kedua nama anak pemilik Mumubutikue. Pada awal usahanya berdiri dimulai dari usaha yang bergerak dibidang craft, lalu pada tahun 2014 usahanya bergerak ke bidang fashion yaitu merintis usaha batik Sibolatangan di Simalungun (memproduksi Batik Simalungun Handmade). Lalu pada tahun 2015 usahanya kembali dikembangkan ke bidang kuliner.

Mumubutikue merupakan salah satu UMKM kuliner yang sedang berkembang yang sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk *Brand Mumubutikue* sendiri termasuk logo Mumubutikue, dan juga sudah bekerja sama dengan pemerintah yang sudah terdaftar pada E-Katalog Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) pemerintah, dan sudah ada pada Pasar Digital (PaDi) UMKM dari kementerian BUMN. Dari pertama kali berdiri hingga sekarang, Mumubutikue tidak memutuskan untuk membuka gerai dengan berbagai alasan, namun pasar dari Mumubutikue sudah sampai pada daerah di luar pulau Sumatera. Industri makanan tradisional di Mumubutikue Medan saat ini memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat meskipun makanan-makanan yang berasal dari luar kota Medan hingga luar negeri seperti makanan import dari negara tetangga Malaysia, Singapura dan Thailand turut meramaikan persaingan di pasar industri makanan disini. Meskipun makanan tradisional masih diterima dengan baik oleh selera masyarakat kita tidak dapat memungkiri adanya perubahan selera dari sebaigian masyarakat lain yang menuntut kualitas produk melalui cita rasa yang lebih modern. Keunggulan Bersaing Berkelanjutan perusahaan dapat diperoleh jika perusahaan memiliki perbedaan sumber daya dengan perusahaan pesaing. Sumber daya organisasi tersebut yaitu memiliki nilai (*valuable*), langka (*rare*), tidak dapat ditiru (*inimitable*) dan sulit digantikan (*nonsubstitutable*)

Tabel 1. Jumlah UMKM Bidang Kuliner Kota Medan Tahun 2019-2021

No	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1	Medan Johor	63	81	73	217
2	Medan Denai	58	71	64	193
3	Medan Tembung	60	63	51	174

Sumber Data Diolah: 2022

Melihat pertumbuhan UMKM kuliner di Kota Medan yang semakin meningkat, maka Mumubutikue dituntut harus mampu bertahan dan bersaing berkelanjutan dengan UMKM kuliner lainnya dengan melakukan berbagai inovasi

berkelanjutan. Salah satu inovasi yang dilakukan Mumubutikue yang tidak dimiliki UMKM kuliner lainnya yaitu mampu mempertahankan kearifan lokal dengan memproduksi kue khas Melayu Medan. Adapun berbagai inovasi yang dilakukan demi keberlanjutan usaha, baik oleh wirausaha lama maupun wirausaha yang baru termasuk Mumubutikue, yaitu dengan melakukan berbagai inovasi dalam mempertahankan dan melestarikan kearifan lokal, seperti inovasi pada produk yaitu pada (rasa dan bentuk) produknya, inovasi pada proses (produksinya) yang sudah menggunakan teknologi, dan proses packaging atau pengemasannya, inovasi pada pemasaran produknya yang awalnya offline kini sudah go-digital, serta inovasi dalam perspektif ekonomi Islam yaitu jaminan bahwa produk yang di produksi Mumubutikue aman dan halal untuk dikonsumsi. Dibuktikan dengan adanya sertifikat halal dari MUI dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan diatas, maka tulisan ini akan membahas terkait "Analisis Inovasi Berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Fokus penelitian ini ialah menganalisis inovasi pada produk, inovasi pada proses, inovasi pada pemasaran, dan inovasi dalam perspektif ekonomi Islam.

Inovasi

Menurut (Satyarini & Fitriani, 2018) Inovasi berkelanjutan merupakan interaksi yang berlangsung diantara operasional, peningkatan bertahap (*incremental improvement*), pembelajaran (*learning*), dan inovasi radikal (*radikal Innovation*) yang bertujuan secara efektif menggabungkan efektivitas operasional dan kebijakan strategis yang fleksibel. Adapun inovasi berkelanjutan dalam mengembangkan suatu usaha yaitu dengan memfokuskan kepada inovasi produk, inovasi proses, serta inovasi pemasaran. Dalam keunggulan kompetitif berkelanjutan dilakukan dengan menggunakan nilai-nilai keislaman dan kriteria prosedur sertifikasi jaminan halal (Fatimah, 2019).

Kata inovasi atau *innovation* diambil dari bahasa Latin, *innovatio* yang berarti *renewal*, pembaruan dan perubahan. Dalam KBBI, kata inovasi diartikan sebagai (1) pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru; pem-baharuan; (2) penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (ga-gasan, metode, atau alat). (Nasution et al., n.d. 2019)

Inovasi menjadi salah satu pilihan dalam menghadapi pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi, dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain, inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Pervaiz K. Ahmed and Charles D) menyatakan bahwa upaya-upaya inovasi dapat dilihat sebagai cara untuk menciptakan nilai bagi produk (Inovasi produk), proses produksi (inovasi proses), dan cara manajemen bekerja (inovasi manajemen). Inovasi produk dapat berupa peluncuran produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada. Termasuk dalam inovasi produk adalah inovasi pelayanan yang merupakan aktivitas pengembangan untuk menyampaikan produk utama lebih baik dan lebih menarik bagi pelanggan. Inovasi proses meliputi penciptaan atau perbaikan metode produksi, pelayanan, atau operasi administrasi serta pengembangan proses, sistem, dan aktivitas rekayasa dalam

pengembangan produk baru. Sedangkan inovasi manajemen mengacu pada inovasi organisasi, yakni inovasi pada inisiatif manajemen dan inovasi ini dapat dilakukan secara inkremental, radikal, atau revolusionary (Scypinski & Drennen dalam (Savitri Noor et al., 2019)

Product Innovation (inovasi produk) merupakan peluncuran produk atau jasa yang baru atau memodifikasi/meningkatkan fungsi dari produk yang lama. Menurut (Susdiani, 2020) inovasi produk merupakan kegiatan yang melakukan perubahan signifikan terhadap kapabilitas atau fungsi dari barang barang dan jasa. Dimana kegiatan tersebut dapat berupa menciptakan produk dan jasa baru atau melakukan peningkatan yang signifikan terhadap produk yang sudah ada. Sementara itu inovasi pada proses (*Process Innovation*) merupakan sebuah cara untuk melakukan perubahan yang signifikan dalam proses produksi dan pendistribusian produk (Susdiani, 2020) Inovasi berikutnya adalah inovasi pemasaran atau marketing innovation merupakan penerapan dari teknik penjualan dan pemasaran yang baru(Susdiani, 2020). Inovasi pemasaran dapat dilakukan dengan cara membuka pasar-pasar baru, mencari dan mengetahui apa kebutuhan- kebutuhan konsumen, memposisikan ulang produk-produk pada pasar untuk meningkatkan penjualan. Menurut Kahn (2018) mengembangkan metode-metode baru dalam pemasaran telah menyebabkan peningkatan yang signifikan pada kesuksesan organisasi.

Mukhamad Najib, menurut (Savitri Noor et al., 2019) ada berbagai dimensi atau jenis inovasi dan inovatif Kegiatan seperti inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pasar. Dia menjelaskan yaitu: a) Inovasi produk mengacu pada pengenalan produk baru ke pasar; b) Inovasi proses mengacu pada pengenalan proses produksi baru seperti yang dimungkinkan oleh teknologi baru atau rutinitas kerja baru; c) Inovasi pasar Menandakan perilaku pasar baru sebuah perusahaan seperti strategi baru, pemasaran baru, aliansi baru, dll.

Inovasi menurut Islam yaitu orang yang kreatif dan inovatif selalu ingin mencoba gagasan-gagasan baru dan asli untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dalam melaksanakan pekerjaannya. Orang kreatif selalu bekerja dengan sistematis dengan mengemukakan data dan informasi yang relevan. Inovasi sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis. Ini disebabkan semakin majunya para pengusaha dengan pemikiran mereka, sehingga bisa menghasilkan produk yang unik dan bermanfaat dari produk yang sudah ada sebelumnya. Firman Allah SWT dalam QS. Ali-Imran ayat 190 sebagaimana artinya : *“sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang, terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal”*. Ayat ini menjelaskan bahwa salah satu fungsi akal yang diberikan kepada seluruh manusia, yaitu agar mereka dapat menggunakan akal tersebut untuk merenung tanda-tanda yang telah diberikan Allah SWT. Ayat ini jelas merangsang akal manusia untuk terus meraih ilmu dan melakukan inovasi diberbagai bidang, termasuk melakukan eksplorasi terhadap alam semesta. Sehingga terjadinya pembuatan peralatan untuk menjawab kebutuhan manusia terkait keberadaan semua hal yang ada dilangit dan dibumi.

Firman Allah SWT dalam QS. Ar-Ra'ad ayat 11 sebagaimana artinya : *“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, dimuka dan dibelakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”*. Perubahan yang

dimaksud dalam firman Allah SWT tersebut bersifat general, termasuk inovasi dalam dunia usaha baik inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, serta inovasi dalam perspektif ekonomi islam yaitu mengenai konsep halal. Dengan adanya perubahan diharapkan mampu mendorong kompetitif yang sehat dan baik.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, salah satu inovasi berkelanjutan yang dilakukan yaitu mempertahankan dan melestarikan kearifan lokal dengan memproduksi kue khas Melayu Medan yang saat ini hampir punah. Kearifan lokal merupakan kebijaksanaan atau nilai luhur yang terkandung dalam kekayaan-kekayaan budaya lokal seperti tradisi, petatah-petitih dan semboyan hidup (Sartini, 2004). Kearifan dalam arti luas tidak hanya berupa norma dan nilai budaya, melainkan segala unsur gagasan, termasuk yang berimplikasi pada teknologi, penanganan kesehatan, dan estetika. Pengetahuan lokal dan keterampilan lokal merupakan unsur gagasan yang mengandung nilai-nilai keaslian budaya lokal sebagai bentuk orisinalitas yang tidak dimiliki daerah lain sehingga akan lebih mudah bagi perusahaan mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan (Ife, Mardatillah et.al., 2020).

UMKM

UMKM merupakan salah satu kelompok usaha ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi nasional, juga sebagai tempat menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga pengurangan pengangguran terbantu (fuadi, andri soemitra, 2022). UMKM sangat berperan aktif dalam upaya memajukan perekonomian di Indonesia, karna umkm dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan secara tidak langsung dapat mengurangi jumlah pengangguran.(syafitri, Ayuni, Tambunan, 2022). UMKM singkatan kata dari usaha mikro, kecil menengah, Dan UMKM juga memiliki peran dalam perekonomian yang sangat penting dan strategis. UMKM ialah sector usaha yang memiliki potensi yang sangat besar. Dengan jumlah sebesar 57.895.721 jt usaha atau sebesar 99,99 % dari total jumlah dominasi usaha diindonesia. Jumlah UMKM di sumatera utara terdiri atas mikro sebanyak 1.453.063 unit dan usaha kecil 698.666 unit. Selain itu usaha menengah sebesar 136.574 unit dengan jumlah penyerapan tenaga kerja secara keseluruhan sebesar 625.954 orang. (kharina Tambunan, 2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bisnis kecil yang mematuhi standar hukum terkait kepemilikan, penjualan tahunan, dan kekayaan bersih. UMKM didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). dari perusahaan besar atau menengah. (Imsar, Nasution & Ndraha, 2022)

Menurut Sedyasuti (2018), UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kelompok usaha yang digolongkan pada usaha yang paling besar jumlahnya dan terbukti tahan terhadap terjadinya guncangan ekonomi misalnya terjadi krisis ekonomi. Hal ini terjadi karena UMKM tidak membutuhkan modal yang besar dan perputaran keuangannya berlangsung setiap hari disesuaikan dengan jumlah konsumen yang membeli produk UMKM tersebut. UMKM memiliki kedudukan yang penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menyerap

tenaga kerja dalam jumlah yang besar dan mendukung pendapatan rumah tangga dari UMKM tersebut. (Purnama Ramadani., 2022)

Salah satu yang menjadi tulang punggung perekonomian negara Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu usaha yang dapat membantu pembangunan ekonomi adalah sektor UKM (Usaha Kecil Menengah). Partono dan Soejoedono, dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan sangat penting, hal ini dikarenakan UKM dapat menyerap tenaga kerja yang berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik tradisional maupun modern. (Siregar & Yafiz, 2023)

Salah satu perkembangan perekonomian Indonesia yang sedang berkembang saat ini adalah UKM. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara dengan tingkat pendidikan yang rendah untuk sebagian besar penduduknya. Oleh karena itu, pemerintah pusat menggalakkan kegiatan UMKM di kawasan tradisional dan kontemporer untuk kepentingan masyarakat. Salah satu potensi pendukung perekonomian pemerintah Indonesia berasal dari usaha kecil dan menengah (UMKM). (Rohmatillah, 2022)

UMKM merupakan salah satu solusi dari permasalahan ekonomi di Indonesia yang tidak stabil. UMKM sangat membantu mengurangi pengangguran di Indonesia, karena UMKM menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan cara membuka usaha. Selain itu UMKM juga sebagai penyumbang tenaga kerja yang cukup banyak sehingga dapat meminimalisir pengangguran di Indonesia. UMKM merupakan alternatif yang mampu mengurangi beban berat yang dihadapi oleh perekonomian nasional (Gustina et al., 2022). Menurut David McClelland dalam Astamaoen (2005: 11), suatu negara akan mencapai tingkat kemakmuran dan kesejahteraan apabila jumlah *enterpreunnya* paling sedikit 2% dari total jumlah penduduknya. Sektor UMKM merupakan solusi terbaik bagi masyarakat kecil karena dapat dijadikan sebagai lapangan pekerjaan dalam media dalam memperoleh penghasilan. Hal ini dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia.

Sektor UMKM telah mengalami perkembangan pada sistem pengelolaannya, ini tidak lepas dari keinginan pelaku usahanya yang mau berkembang dalam kreatifitas dan inovasi. Menurut (Pranjoto, 2021) jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, dan pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan. Banyak masyarakat kecil berpendidikan rendah hingga kaum terpelajar yang melakukan bisnis usaha melalui sektor UMKM, baik bertujuan untuk belajar atau memulai suatu bisnis dan memperoleh pendapatan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor riil ketiga dalam pasar output yang bersama-sama menghasilkan *value added* (diukur dalam GDP) dalam sebuah perekonomian (Pranjoto, 2021). Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Bab II yang berbunyi "*usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan*".

Istilah UMKM jika dilihat dari definisi yang dipaparkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah, sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha yang bersifat produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro.

2. Usaha Kecil adalah jenis usaha ekonomi yang bersifat produktif dan berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi yang bersifat produktif dan dijalankan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. (Wahyudi, 2022)

Kemudian berdasarkan setelah adanya Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021, kriteria UMKM secara khusus tertera pada pasal 35 nomor 3 bahwa, kesemuanya juga memiliki ciri-ciri yang kemudian diklasifikasikan berdasarkan pendapatan minimum dan maksimal pada setiap usahanya. Adapun ciri-cirinya sebagai berikut:

- a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (Satu Miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan Paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan Paling banYak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah). (Wahyudi, 2022)

Sementara itu, BPS merumuskan kriteria UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja seperti yang dapat dilihat pada Tabel di bawah ini :

Tabel 2. Kriteria UMKM Berdasarkan Tenaga Kerja

No	Kelompok UMKM	Jumlah Tenaga Kerja
1	Usaha Mikro	Kurang dari 4 orang
2	Usaha Kecil	Lebih dari 4 orang
3	Usaha Menengah	20 sampai dengan 99 orang

Sumber: Biro Pusat Statistik (BPS)

Sertifikasi Halal

Halal dalam ensiklopedia hukum Islam yaitu segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya. Pangan halal merupakan pangan yang memenuhi syariat agama Islam baik dari segi bahan baku, bahan tambahan yang digunakan maupun cara produksinya sehingga pangan tersebut dapat dikonsumsi oleh orang Islam tanpa menimbulkan dosa. Penentuan halal dan haram hanyalah oleh Allah SWT. Konsep dari sebuah makanan halal terus memiliki daya tarik dari berbagai pihak di dunia. Hal ini disebabkan oleh sebagian alternatif yang menjadi tolak ukur yaitu mulai dari segi keamanan, kebersihan serta kualitas suatu produk yang dikonsumsi oleh masyarakat muslim setiap hari (Hidayat dan Siradj, 2015). Dalam Syariat Islam, persoalan memilih antara halal dan haram suatu produk untuk dikonsumsi adalah persoalan sangat penting. "Karena telah dinyatakan dalam Q.S. Al-Baqarah 2:168 dan kandungan dari makna ayat tersebut memerintahkan kepada seluruh umat manusia untuk mengkonsumsi makanan yang halal (Aprilia & Priantina, 2022). Makanan halal dapat diketahui identitasnya melalui label halal yang telah tersertifikasi halal MUI.

Kriteria halal pada makanan harus memenuhi 3 (tiga) kriteria, yaitu:

1. Halal zatnya

Makanan yang halal menurut zatnya ialah makanan yang pada awalnya memang halal untuk dikonsumsi.

2. Halal cara memperolehnya

Makanan yang halal menurut cara memperolehnya ialah makanan yang didapat dengan cara yang baik menurut syariat Islam.

3. Halal cara pengolahannya

Makanan yang halal menurut cara pengolahannya ialah makanan yang semula halal dan berubah menjadi makanan haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat Islam. (Yusrizal, Nasution, Juliana, Chair, 2023)

Sertifikasi halal menurut Majelis Ulama Indonesia merupakan fatwa atau hukum tertulis yang dikeluarkan oleh MUI dengan menyatakan kehalalan sebuah produk makanan, minuman, obat-obatan maupun kosmetika sesuai dengan syariat Islam. Sedangkan Menurut Undang-undang No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang dimaksud sertifikasi halal adalah sebuah surat keterangan pengakuan kehalalan suatu produk yang kemudian dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa atau hukum tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (UU No.33 Tahun 2014, 2014).

Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan sidang Komisi Fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Menurut Sugianto, ada dua alasan pentingnya sertifikasi halal. Pertama, pada aspek moral, sertifikat halal sebagai bentuk pertanggung jawaban produsen pada konsumen. Kedua, pada aspek bisnis, sertifikat halal sebagai sarana pemasaran, meningkatnya kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Dalam rangka penerapan standar halal, yang antara lain mensyaratkan sertifikasi halal, diterbitkan UU No.33/2014 perihal JPH (Jaminan Produk Halal) yang mengungkapkan dalam pasal 4 bahwasanya sertifikasi halal sebuah produk ialah wajib. Ketentuan ini berlaku untuk pengusaha didalam menghasilkan produk makanan ataupun mengimpor produk makanan menuju Indonesia agar diperjualbelikan, menjamin kehalalan produk makanan yang berkaitan dengan

masyarakat Muslim dan JPH tersebut menjamin kenyamanan, keamanan, dan keselamatan. Guna memberi keamanan serta tentram. Produk halal untuk warga umum untuk memakai dan mengonsumsi produk (Mar & Qadariyah, 2022)

Adanya UU No.33/2014 perihal UUJPH (jaminan produk halal) makin menegaskan perihal haram halal didalam rantai produksi oleh pebisnis sampai berada dalam tangan pelanggan serta dimakan pelanggan, pemberlakuan UUJPH dengan penerbitan sertifikasi halal tujuannya guna pelanggan ataupun publik mendapat keyakinan hukum pada produk makanan serta barang lain, sementara peranan UUJPH untuk pebisnis yaitu memberi acuan tentang pengolahan, pemrosesan, pemroduksian serta pemasaran produk pada publik dan pembuatan pesan produk halal pada pelanggan (Mar & Qadariyah, 2022). UU No.33/2014 perihal JPH (Jaminan Produk Halal) memberi terbentuknya BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Didalam menjalankan tugasnya, BPJPH bertanggungjawab langsung pada Menteri.

Sertifikasi halal dapat diajukan oleh berbagai jenis perusahaan (industri pengolahan, Rumah Potong Hewan, restoran, catering, termasuk oleh distributor). Jenis produk yang disertifikasi halal antara lain makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika, baik berupa bahan baku, produk intermediet (produk antara), produk akhir maupun produk pendukungnya.

Adapun fungsi label halal sendiri menurut Mohd Khan Ayob dalam bukunya Farid Wadji adalah guna menghindari pada keraguan konsumen dan mempermudah proses ekspor-impor. Terkait hal ini juga berpendapat bahwa produk halal atau haram menjadi tanggung jawab semua pihak, seperti konsumen, pemerintah, pihak pelaku usaha, penjual makanan, dan organisasi konsumen. Sisi pentingnya label halal ini juga didasari guna melindungi konsumen muslim dari makanan haram. Bahwa adanya label halal ini semata-mata bukan hanya memberikan kemudahan bagi konsumen muslim, tetapi juga mendorong suasana ketentraman batin yang dapat meningkatkan semangat kerohanian konsumen.

Dalam proses sertifikasi halal ini juga, tentu melibatkan dengan adanya Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), lembaga ini sendiri dapat dibentuk oleh badan pemerintah atau masyarakat dengan catatan harus melibatkan lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum. Sehingga LPH tersebut nantinya mempunyai kesempatan yang sama dalam membantu BPJPH melakukan pemeriksaan dan pengujian atas kehalalan suatu produk.

METODOLOGI

Penelitian tentang analisis inovasi berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan dalam perspektif ekonomi islam merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Dengan metode wawancara dengan pemilik usaha Mumubutikue serta melakukan observasi dan dokumentasi langsung ke Mumubutikue. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari Mumubutikue dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mumubutikue merupakan industri pengolahan makanan kue khas Melayu Medan yang memproduksi aneka jenis kue seperti Kue Rasidah, Tepur Banda, Lemat, Dangai, Gading Galo, Roti Jala, Ketayap, Kue Bangkit, Tumpeng Getuk, Tumpeng

Nasi Kuning, Macaroni Schootel, yang rasanya autentik sesuai approval dari Zuriat Kesultanan Serdang. Produk kue khas Melayu Medan yang ada di Mumubutikue saat ini sedang dalam proses pengurusan Hak Kekayaan Intelektual untuk Komunal oleh Dinas Kebudayaan Kota Medan sebagai warisan budaya tak benda ke UNESCO. Jadi, pengajuan HAKI Komunal ini dilakukan oleh pemerintah daerah kota Medan bahwa kue rasidah itu benar milik khas kota Medan, Sumatera Utara. Selama berdirinya Mumubutikue sebenarnya sempat membuka gerai selama dua tahun, tetapi dikarenakan ada beberapa kendala seperti ancaman yang berpotensi merugikan Mumubutikue, seperti pertama, kendala dengan banyaknya pungutan-pungutan biaya yang datang dari berbagai macam pihak. Kedua, sebelumnya pernah ada orang yang sempat mencoba melakukan perampokan digerai Mumubutikue dengan cara melakukan penyamaran seperti ojek online. Sehingga mengakibatkan Mumubutikue memilih untuk menutup gerai dengan alasan tersebut sejak tahun 2022.

Adapun inovasi berkelanjutan yang dilakukan Mumubutikue berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung yaitu seperti inovasi pada produk yaitu pada (rasa dan bentuk) produknya salah satunya yaitu kue Rasidah dari segi rasa yang original seperti pada umumnya yaitu terigu dengan topping bawang goreng kemudian di inovasi dengan modifikasi tambahan topping rasa abon ayam. Kemudian tepur banda original kemudian di inovasi dengan tambahan topping wijen, keju, dan kacang tanah di atasnya. Kemudian inovasi pada rasa kue ketayap atau kue dadar original yang biasanya diisi dengan inti gula merah, kemudian diinovasi dengan inti kari ayam. Kemudian dari segi bentuk, yaitu kue rasidah original yang berbentuk petak lalu di inovasi menjadi bentuk bunga. Kemudian inovasi bentuk pada roti jala yang original dengan kari ayam seperti pada umumnya, kemudian di inovasi dengan berbagai bentuk bunga yang berwarna warni dan biasanya ini diproduksi untuk pesanan hantaran atau hampers.

Nah sebenarnya Mumubutikue tidak hanya memproduksi kue khas Melayu Medan, tetapi Mumubutikue juga memproduksi sejenis bolu dan kukis yaitu Bolu Kopi Roll Coklat, Bolu Kopi Roll Keju, dan Kisko (Kukis Kopi) yang sudah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) terhadap produknya yang diproduksi dengan berbahan kopi asli Arabica Simalungun yang ditanam di Sidamanik dan berdampingan dengan pohon teh. Jadi, Mumubutikue telah melakukan kerja sama langsung dengan petani kopi Simalungun yang ada di Sidamanik dengan hasil kopi yang sudah dibubukkan dengan melalui beberapa proses seperti proses sangrai kopi (*roasting kopi*) yang tidak terlalu *dark*, kemudian proses pengolahan kopi giling basah (*semi wash*) dilanjut dengan digreen dengan mata green yang paling halus agar bisa masuk ke bahan dasar kue. Untuk produk produk bolu kopi sudah mendapatkan HAKI cipta resep dan kemudian diinovasi dengan dua varian rasa yaitu rasa coklat dan keju.

Kemudian inovasi pada proses (produksinya) yang awalnya tradisional seperti pemanggangan atau pembakaran pada proses produksi kue dengan arang yang tidak efektif dengan pemesanan yang ada, sehingga mengakibatkan proses produksinya semakin lama, dan kini sudah menggunakan teknologi modern yaitu dengan menggunakan oven, kemudia untuk proses pengadonan tepung kuenya juga awalnya dilakukan secara manual yaitu diaduk dengan tangan, kini sudah lebih modern dengan menggunakan blender, kemudian juga campuran pandan yang kini sudah diolah dengan blender, kemudian untuk pemerasan kelapa yang awalnya diperas secara manual dengan tangan, kini sudah diperas dengan menggunakan mesin

pemerasan kelapa khusus yang sudah bekerja sama dengan fendor pengusaha kelapa yaitu mulai dari buah kelapanya hingga pemerasan kelapanya tanpa diperas dengan air dan memang asli santan kelapa. Kemudian pada proses packaging kue khas Melayu yang menggunakan loyang kemudian dipotong-potong hingga menjadi kurang efektif dikarenakan butuh waktu, tenaga dan biaya yang lebih untuk mencuci loyang berulang kali jika banyak pesanan, dan masih menggunakan plastik, lalu diinovasi dengan menggunakan alumunium foil yang tujuannya agar tidak berulang-ulang kali dipakai kotak kemasan (Eco Box) berbahan dasar ubi yang ramah lingkungan. Kemudian juga masih menggunakan plastik tanpa ada merk dari brand Mumubutikue dengan tujuan agar plastiknya masih digunakan untuk kepentingan lain *customer*.

Kemudian inovasi pada pemasaran produknya yang awalnya offline kini sudah go-digital melalui beberapa platform seperti Tokopedia, Blibli, MBIZ Market. Kemudian Mumubutikue juga sudah masuk pada PaDi UMKM (Marketlace milik Pemerintah BUMN) dan sudah masuk pada e-katalog Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) pemerintah, dimana Mumubutikue sudah terdaftar dan tayang pada akun yang ada di e-katalog pemerintah. Serta berbagai sosial media yang bergerak setiap hari seperti Instagram, Fanpage, Facebook, Twitter kemudian juga sudah mengiklankan produk di sosial media yang berbayar seperti instagram ads, facebook ads.

Serta inovasi dalam perspektif ekonomi Islam yaitu jaminan bahwa produk yang di produksi Mumubutikue aman dan halal untuk dikonsumsi. Dibuktikan dengan adanya sertifikat halal dari MUI dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Adapun proses-proses yang dilakukan Mumubutikue untuk mendapatkan sertifikasi halal tersebut ialah dengan melalui beberapa proses. Pertama, dimulai dari pendaftaran melalui sistem halal BPJPH. Kemudian ada self declare, yaitu memasukkan produk-produk Mumubutikue. Mumubutikue juga harus punya sistem penjaminan halal manual, yaitu harus mempunyai catatan seluruh produk yang ingin disertifikasi halal. Kemudian juga ada borang manual yang harus diisi sebanyak 40 halaman. Jadi, produk yang ingin disertifikasi halal beserta seluruh bahan bakunya harus halal. Seperti bahan baku gula tidak boleh menggunakan gula eceran atau kiloan, harus menggunakan gula yang sudah bersertifikasi halal. Begitu juga dengan bahan baku yang lainnya juga harus sudah bersertifikasi halal. Jika tidak, maka BPJPH tidak akan mengeluarkan izin halalnya. Yaitu dibuktikan melalui sistem penjaminan halal menggunakan manual book yang harus diisi dengan semua produk beserta dengan bahan baku setiap produknya harus dibreak down atau dirincikan dengan melampirkan sertifikasi halal dari setiap bahan baku produk. Misalnya Mumubutikue menggunakan merk gula PSM, maka pabrik dari gula PSM, yang memproduksi gula PSM, nomor sertifikat halal gula PSM, diterbitkan tahun berapa dan matinya tahun berapa, semuanya harus dilampirkan.

Adapun lama waktu proses pendaftaran sertifikasi halal yang dilakukan Mumubutikue ialah selama enam bulan, dikarenakan harus melakukan pengecekan seperti dimana tempat Mumubutikue belanja, apakah produk yang dibeli Mumubutikue itu disimpan diklaster produk halal atau bersentuhan dengan produk yang tidak halal. Contohnya seperti produk kue lengat yang berbahan dasar bawang putih dan bawang merah, maka akan dilakukan pengecekan langsung pasar tempat Mumubutikue membeli bawang putih dan bawang merah, bahkan dianjurkan untuk membeli bawang yang sudah bersertifikasi halal. Nah semua proses pengecekan halal

itu akan dicek langsung oleh LPPOM. Kemudian setelah melakukan proses pendaftaran, pengecekan langsung, Mumubutikue harus menunggu selama dua bulan untuk mendapatkan sertifikasi halal pada produk-produk yang sudah didaftarkan. Untuk jangka waktu masa aktif sertifikasi halalnya ialah selama tiga tahun, setelah tiga tahun berlalu maka Mumubutikue harus kembali mengurus perpanjangan sertifikasi halalnya. Nah, Mumubutikue juga mempunyai *dual control* yang memastikan bahwa produk-produk Mumubutikue mulai dari bahan bakunya hingga proses produksinya tetap terjaga kehalalannya yang disebut dengan penyelia halal dibuktikan dengan adanya surat pertanyaan yang ditanda tangani oleh penyelia halal dan dilapirkan di sistem. Adapun penyelia halal yang ada di Mumubutikue bernama Ikhwan Rifai Purba, M. Si.

Adapun kendala Mumubutikue dalam melakukan inovasi-inovasi pada produk, proses serta pemasarannya yaitu Pertama, mengenai sulitnya edukasi kepada masyarakat. Dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat tentang kue khas daerah, bahkan untuk produk yang original pun banyak dari masyarakat yang kurang paham. Oleh karena itu, Mumubutikue harus melakukan kerja sama dengan berbagai lembaga demi memperluas pasar dari Mumubutikue yaitu dengan melakukan program-program kesekolah untuk mengenalkan produk-produk khas daerah Medan. Kemudian juga bekerja sama dengan komunitas pengajian seperti Muhammadiyah, Aisyiah bersama dengan divisi kebudayaan dengan melakukan kegiatan seperti seminar. Kedua, banyaknya biaya. Dikarenakan dalam melakukan berbagai edukasi kepada masyarakat, Mumubutikue harus mengeluarkan banyak biaya sendiri tanpa ada bantuan biaya dari pemerintah. Ketiga, repot. Dikarenakan Mumubutikue harus berkoordinasi terlebih dahulu kepada lembaga-lembaga yang berkaitan. Adapun solusi yang dilakukan Mumubutikue untuk mengatasi kendala-kendala tersebut ialah dengan kemauan dan semangat yang tinggi, maka Mumubutikue harus tetap menjalani dengan melakukan berbagai edukasi-edukasi kepada masyarakat demi mempertahankan kearifan lokal makan khas daerah Melayu Medan.

Dalam melakukan proses produksi, Mumubutikue mempunyai aturan khusus untuk karyawannya demi menjaga kebersihan, keamanan dan kehalalan produk yang diproduksi yaitu setiap karyawan yang datang dari luar tempat produksi harus mandi dan berganti pakaian terlebih dahulu. Mumubutikue memiliki prinsip bahwa dalam menjalankan usahanya tidak semata-mata hanya ingin mendapatkan keuntungan *financial* saja, akan tetapi juga ingin memberikan produk-produk yang terjaga kebersihan dan kehalalannya yang bisa dijadikan sebagai gaya hidup dan tetap mempertahankan warisan budaya kue khas daerah. Jumlah karyawan untuk tim produksi di dapur yaitu satu orang, kemudian Mumubutikue mempunyai karyawan yang berbeda untuk tim pameran atau pelatihan dengan syarat karyawan tersebut harus sudah bergelar sarjana karena tuntutan dari *stakeholdernya* karena harus mempunyai kompetensi dan ahli di bidangnya. Mumubutikue termasuk kedalam kategori jenis usaha mikro dikarenakan standarisasi usaha yang dibuat oleh negara terlalu besar.

Adapun respon masyarakat terhadap produk-produk khas daerah Melayu Medan yang ada di Mumubutikue sangat minim. Dikarenakan kebanyakan dari masyarakat itu lebih tertarik kepada hal-hal yang viral, seperti makanan ala korea. Akan tetapi dengan pemikiran owner Mumubutikue yang idealis, maka Mumubutikue harus tetap bertahan demi mempertahankan dan melestarikan

makanan khas daerah yang tujuannya untuk menjadikan makanan oleh-oleh dan kebanggaan daerah. Jadi, jika ada suatu event yang harus menampilkan produk khas Medan, seperti event yang sudah pernah diikuti Mumubutikue yaitu Festival Ekonomi Sumatera Bank Indonesia, maka akan tetap ada perwakilan produk khas daerah yang ditampilkan yaitu kue khas Melayu Medan yang ada di Mumubutikue bukan produk-produk dari luar negeri. Sehingga, kebanyakan masyarakat itu memandang Mumubutikue hanya ketika ada event-event yang memang harus menampilkan produk khas daerah Medan.

Produk makanan tradisional Melayu yang ada di Mumubutikue memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen, meskipun kebanyakan dari masyarakat terutama masyarakat kota Medan yang tidak menjadikan sebagai produk konsumsi sehari-hari dan juga kebutuhan buah tangan, akan tetapi dengan kelemahan tersebut tidak akan mengurangi pasar atau konsumen Mumubutikue dari luar kota Medan dan luar Sumatera Utara. Produk-produk Mumubutikue selalu dijadikan sebagai kebanggaan makanan ataupun oleh-oleh khas Melayu Medan disetiap pameran atau pelatihan yang harus membawa nama makanan khas daerah, karena cita rasa dan sejarah dari latar belakang makanan Melayu ini yang tidak dimiliki daerah lain sebagai orisinalitas produk.

Produk-produk makanan tradisional yang ada di Mumubutikue bukan hanya sekedar makanan tradisional yang diproduksi dan dijual begitu saja, tetapi produk-produk yang ada di Mumubutikue sudah memiliki izin halal yang dibuktikan dengan adanya sertifikasi halal dari BPJPH. Permintaan akan produk halal di kalangan konsumen meningkat dari waktu ke waktu. Konsumen semakin sensitif dengan pencantuman logo halal dan rincian konten suatu produk sebelum melakukan pembelian (Ahmad, 2020).

SIMPULAN

Hasil penelitian mengenai inovasi berkelanjutan UMKM Mumubutikue Medan memiliki aspek kekuatan produk yang dilatar belakangi dengan nilai-nilai kebudayaan Melayu dan nilai-nilai keislaman. Adapun inovasi berkelanjutan yang telah dilakukan Mumubutikue yaitu inovasi pada produk, dengan tambahan varian rasa, topping dan bentuk produk. Kemudian inovasi pada proses produksi yang sudah menggunakan teknologi modern dan inovasi pada packaging yang sudah mulai beralih kepada kemasan yang ramah lingkungan. Kemudian inovasi pada pemasaran yang sudah go-digital melalui beberapa platform, marketplace milik pemerintah dan beberapa sosial media. Serta inovasi dalam perspektif ekonomi Islam yaitu semua produk-produk yang ada di Mumubutikue sudah memiliki izin halal, dibuktikan dengan adanya sertifikasi halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). selain memiliki izin halal atas produk, Mumubutikue juga sudah memiliki *Merk Brand* sendiri yaitu "*Mumubutikue*", dan sudah memiliki HAKI untuk produk bolu kopi dan kukis kopi, serta sedang dalam proses pengurusan HAKI Komunal untuk produk kue khas Melayu Medan oleh Dinas Kebudayaan Kota Medan. Akan tetapi masih terdapat kelemahan yaitu masih terbatasnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap kearifan lokal kue khas Melayu Medan yang menjadi kendala dalam melakukan inovasi, sehingga lebih menguras banyak waktu, tenaga dan biaya untuk melakukan edukasi kepada masyarakat.

Referensi :

- Ahmad, B. (2020). Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (Coffee Shop) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 165–174. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p165-174>
- Aprilia, S., & Priantina, A. (2022). Analisa Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal. *IJMA: International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 2(1), 50–71.
- Fatimah, R. (2019). *INOVASI PADA UMKM PAKAIAN MUSLIM DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN NILAI-NILAI KEISLAMAN SEBAGAI SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE ASEP MAKSUM*, Rika Fatimah, ST, M.Sc, Ph. D.
- fuadi, andri soemitra, juhrinal M. N. (2022). *No Title*. Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk Umkm.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Imsar, Nasution, J., & Ndraha, A. A. (2022). *Analisis Pengaruh Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Peningkatan Pendapatan 3, 20–30.* [http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14635%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/14635/1/Skripsi Analisis Pengaruh Pembiayaan Paket Masa Depan %28PMD%29 Terhadap Pertumbuhan UMKM dan Peningkatan Pendapatan Nasabah.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/14635%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/14635/1/Skripsi%20Analisis%20Pengaruh%20Pembiayaan%20Paket%20Masa%20Depan%28PMD%29%20Terhadap%20Pertumbuhan%20UMKM%20dan%20Peningkatan%20Pendapatan%20Nasabah.pdf)
- kharina Tambunan, N. A. (2022). UMKM Dan Pembangunan. *Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, Vol 2 No.2*, 228–235.
- Mar, D., & Qadariyah, L. (2022). *Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Olahan Salak*. 5(33).
- Nasution, J., Zakat, P., & Waspada, D. D. (n.d.). *TERHADAP MINAT BERZAKAT DI DOMPET DHUAFA WASPADA*. 83–99.
- Pranjoto, R. G. H. (2021). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Islam Terhadap Keberlangsungan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(1), 14–31. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10556>
- Rohmatillah, I. (2022). *Analisis Penerapan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Omset, Ketahanan, Dan pengembangan Usaha*. http://digilib.uinkhas.ac.id/16327/1/IndahRohmatillah_203206060013.pdf
- Satyarini, R., & Fitriani, K. (2018). *Analisis inovasi berkelanjutan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) industri busana muslim di Kota Bandung*. 227.
- Savitri Noor, L., Derriawan, & Soebagyo. (2019). Inovasi UMKM Boga Tradisional Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(1), 70–83. <https://doi.org/10.35592/jrb.v2i1.258>
- Siregar, N. K., & Yafiz, M. (2023). *Potensi Dan Peran Zakat Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus terhadap Balai Bina Mandiri Medan Denai)*. 2(1), 54–73.
- Susdiani, L. (2020). Analisis Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Pada Industri Kreatif Di Kota Padang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 450–465.
- syafitri, Ayuni, Tambunan, K. (2022). Analisis Pembiayaan Kur Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah di BSI KCP Pulo Brayon. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.

- Wahyudi, B. (2022). *Analisis Implementasi Sertifikasi Halal Pada UMKM di Kabupaten Banyuwangi (Studi Pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Banyuwangi)*. [http://digilib.uinkhas.ac.id/15050/1/TESES BIBIT WAHYUDI ESY 2022.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/15050/1/TESES%20BIBIT%20WAHYUDI%20ESY%202022.pdf)
- Yani, D. A., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Analisis Kinerja UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Bubuk Kopi). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 78–81.
- Yusrizal, Nasution, Juliana, Chair, M. (2023). peran restoran ganda dalam mendukung wisata kuliner halal di kota medan (studi kasus : restoran garuda jl. h. adam malik no. 14 medan. *Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 3 no., 821–831.