

**TANTANGAN DAN STRATEGI PERKEMBANGAN BISNIS DALAM
MENJALANKAN BISNIS *HOME INDUSTRY* DENGAN PRINSIP
SYARIAH: STUDI KASUS *HOME INDUSTRY* TEMPE
KUPAS KULIT MBAH ANIK MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

KHASANAH KHAIRIYYAH
NPM: 2101280069



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang telah mengantarkan saya hingga ke titik ini. Semoga ilmu yang telah saya peroleh dapat bermanfaat bagi banyak orang. Aamiin.

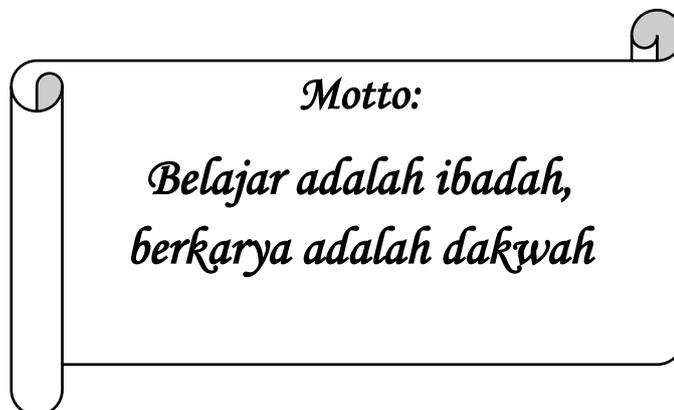
Karya ilmiah ini saya persembahkan dengan penuh cinta kepada keluarga tercinta:

Ibunda Rini Astuti, dan

Nenek saya Siti Nurhayani

Yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan, serta harapan terbaik untuk keberhasilan dan kesuksesan saya.

Semoga setiap langkah yang saya tempuh menjadi kebanggaan bagi kalian



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Khasanah Khairiyyah
NPM : 2101280069
Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus Home Industry Tempe Kulit Kulit Mbah Anik Medan”**. Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 26 Agustus 2025
Yang Menyatakan



Khasanah Khairiyyah
NPM. 2101280069

**TANTANGAN DAN STRATEGI PERKEMBANGAN BISNIS DALAM
MENJALANKAN BISNIS *HOME INDUSTRY* DENGAN PRINSIP
SYARIAH: STUDI KASUS *HOME INDUSTRY* TEMPE
KUPAS KULIT MBAH ANIK MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

Khasanah Khairiyah
NPM. 2101280069

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Alfi Amalia, S.E., M.E.I

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

Medan, Agustus 2025

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exempler
Hal : Skripsi a.n. Khasanah Khairiyyah

Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di-
Medan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, Meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Mahasiswa a.n. Khasanah Khairiyyah yang berjudul "**Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Alfi Amalia, S.E., M.E.I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
NIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU

UMSU Terakreditasi unggul berdasarkan keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK/KP/01/VI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

fu@umsu.ac.id

umsu.medanumsu.me

umsu.medan

medan

Memorandum ini agar diadopsi
 Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I
 Dosen Pembimbing : Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

Nama Mahasiswa : Khasanah Khairiyah
 NPM : 2101280069
 Semester : VIII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan
 Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus *Home
 Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
15 Agustus 25	Arahan pembuatan skripsi	Al	
28 Agustus 2025	masukkan sitasi dosen	Al	
21 Agustus 2025	Paparkan Penulisan	Al	
22 Agustus 2025	ACC	Al	



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Medan, 22 Agustus 2025

Pembimbing Skripsi

Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : Khasanah Khairiyah
NPM : 2101280069
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Medan, 4 ~~Sept~~ 2025

Pembimbing Skripsi



Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

Disetujui oleh
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan
Fakultas Agama Islam



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh:

NAMA MAHASISWA : Khasanah Khairiyyah
NPM : 2101280069
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
JUDUL SKRIPSI : Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian sidag skripsi.

Medan, 4 September 2025

Pembimbing



Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

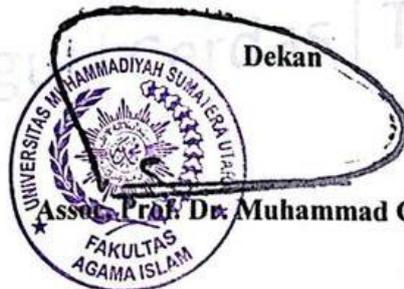
Di Setujui Oleh:

Ketua Program Studi



Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Khasanah Khairiyyah
NPM : 2101280069
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 12/09/2025
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I
PENGUJI I : Rasta Kurniawati Br. Pinem, MA
PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorih, MA

Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan tanda sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda secara Bersama-sama. Dibawah ini terdaftar huruf arab dan Transliterasinya.

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	S a	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H{a	H{	Ha (dengan titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Z al	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	S{ad	S{	Es (dengan titik di bawah)
ض	D}ad	D{	De (dengan titik di bawah)
ط	T{a	T{	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Z}a	Z{	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	,	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab adalah seperti vokal dalam Bahasa Indonesia, terdiri dari Tunggal dan monoflong dan vokal rangkap atau diflog.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	a
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اِي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
اُو	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

Kataba : كتب

Fa'ala : فعل

Kaifa : كيف

a. Maddah

Maddah atau Vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	Fathah dan alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
ى-	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و و	Dhammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

b. Ta Marbutah

Transliterasinya Ta Marbutah ada dua:

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya (t)

2. Ta marbutah Mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

3. Kalau kata pada yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh:

المدينة المنورة: Almadinah Almunawwarah

c. Syaddah (tasyid)

Syaddah atau tasyid yang pada tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid, dalam transliterasi ini tanda tasyid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-ḥajj

d. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1. Kata sandang diikuti diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qmariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badī'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

e. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna

f. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'ʿil (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

وَإِنَّ اللَّهَ لَكَبِيرُ الرَّزَاقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
وَإِنَّا لَنَرَاهُ فِي صَدَقَاتِكُمْ وَأَنَّا لَمَبْصُورُونَ	Wainnallāhalahuwakhairir-rāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْكَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl
إِبْرَاهِيمَ الْكَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتِطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla
	Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīlā

g. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwalabaitinwuḍi'alinnāsilallaẓibibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur'ānu Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

h. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Khasanah Khairiyah, 2101280069, Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis Home Industry Dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan.

Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan merupakan salah satu usaha mikro yang bertahan sejak tahun 1978 dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap tahap produksi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tantangan yang dihadapi dalam menghadapi persaingan dengan usaha serupa yang telah mengadopsi digital marketing, mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing tanpa mengorbankan prinsip syariah, serta menganalisis peran digital marketing dalam membantu home industry berbasis syariah menghadapi perubahan pola konsumsi masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi lapangan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, serta observasi langsung pada proses produksi, distribusi, dan pemasaran. Dokumentasi pendukung juga digunakan untuk memperkuat analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi Home Industry Mbah Anik adalah persaingan ketat dengan pelaku usaha modern, keterbatasan modal, literasi digital, serta keterbatasan dalam inovasi produk dan kemasan. Strategi yang diterapkan meliputi menjaga kualitas produk sesuai prinsip *halalan thayyiban*, memperkuat branding Islami melalui label halal dan pesan moral pada kemasan, serta membangun jejaring komunitas Muslim dengan melibatkan keluarga, masyarakat sekitar, dan lembaga keuangan syariah. Selain itu, digital marketing terbukti berperan penting dalam memperluas pasar melalui media sosial dan platform online dengan tetap menekankan transparansi, kejujuran, serta nilai-nilai syariah. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi strategi bisnis modern dengan prinsip syariah dapat meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberkahan usaha.

Kata kunci: Home Industry, Strategi Bisnis Syariah, Digital Marketing, Tempe Kupas Kulit.

ABSTRACT

Khasanah Khairiyah, 2101280069, Challenges and Strategies for Business Development in Running a Home Industry Business Based on Sharia Principles: A Case Study of Mbah Anik's Peeled Tempe Home Industry in Medan.

Mbah Anik's Peeled Tempe Home Industry in Medan is a micro-enterprise that has survived since 1978 by consistently applying sharia principles throughout its production process. This study aims to describe the challenges faced in competing with similar businesses that have adopted digital marketing, identify strategies that can be implemented to improve competitiveness without compromising sharia principles, and analyze the role of digital marketing in supporting sharia-based home industries to adapt to changing consumer behavior.

This research employed a descriptive qualitative method with a field study approach. Data were collected through in-depth interviews with the business owner, employees, and consumers, as well as direct observations of the production, distribution, and marketing processes. Supporting documentation was also used to strengthen the analysis.

The findings reveal that the main challenges include intense competition with modern businesses, limited capital, lack of digital literacy, and minimal innovation in product packaging. Strategies implemented involve maintaining product quality based on the *halalan thayyiban* principle, strengthening Islamic branding through halal labeling and moral messages on packaging, and building community-based networks by involving families, local communities, and Islamic financial institutions. Moreover, digital marketing plays a crucial role in expanding market reach through social media and online platforms, emphasizing transparency, honesty, and sharia values. This study highlights that integrating modern business strategies with sharia principles can enhance competitiveness while ensuring spiritual and social blessings.

Keywords: Home Industry, Sharia Business Strategy, Digital Marketing, Peeled Tempe.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Tantangan Dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan”** dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu awal dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera. Selain itu, junjungan Nabi besar Muhammad SAW menerima shalawat dan salam yang berangkai. Semoga penulis dan pembaca selalu dilindungi oleh syafa'atnya hingga akhir zaman. Aamiin Ya Rabbal'alam.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan yang penulis miliki sehingga Skripsi ini masih banyak ditemui kekurangan. Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung, terutama dan teristimewa penulis persembahkan untuk kedua orang tua saya. Ibunda Rini Astuti dan Nenek saya Siti Nurhayani memberikan dukungan baik berupa moril maupun materil yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, selain itu, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Munawir Pasaribu, M.A., selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.Ei selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Alfi Amalia, S.E., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang banyak memberikan arahan, bimbingan dan nasihat kepada penulis.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah atas ilmu dan pengalaman yang diberikan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Staf/Pegawai Biro Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam menyiapkan berkas dan administrasi selama masa perkuliahan.
9. Seluruh teman seperjuangan kelas MBS A2 Sore yang kebersamai penulis dari awal hingga akhir semester selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian penulisan Skripsi ini. Dengan kerendahan hati, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri. Amin Ya Rabbal'Alamin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Agustus 2025
Penulis

Khasanah Khairiyah
NPM. 2101280069

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORITIS	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Bisnis Syariah	9
2. Bisnis Home Industry.....	12
3. Strategi Pengembangan Bisnis	17
4. Inovasi Produk dan Layanan	19
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
1. Lokasi Penelitian.....	30
2. Waktu Penelitian.....	30
C. Sumber Data Penelitian.....	31
1. Data Primer.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data	31

1. Metode Observasi.....	31
2. Metode Wawancara.....	32
E. Teknik Analisis Data	32
F. Teknik Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	33
1. Sejarah Berdirinya Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan	33
2. Lokasi dan Skala Usaha	34
3. Produk Yang Dihasilkan	35
4. Penerapan Prinsip Syariah Dalam Produksi.....	37
B. Hasil Penelitian.....	38
1. Tantangan Persaingan di Era Digital	38
2. Strategi Daya Saing Berbasis Syariah.....	41
3. Peran Digital Marketing Bagi Home Industry Syariah	43
C. Pembahasan.....	45
BAB V KESIMPULAN.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2. 1	Kajian Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1	Waktu Penelitian	30
Tabel 4. 1	Tantangan Persaingan Bisnis Usaha Bisnis Home Industry	39

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4. 1	Denah Lokasi Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik.....	34
Gambar 4. 2	Proses Pengolahan Tempe.....	36
Gambar 4. 3	Strategi Pengembangan Bisnis Home Industry Tempe Kupas Mbah Anik.....	41
Gambar 4. 4	Alur Peran Digital Marketing Terhadap Home Industry	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang membutuhkan kemampuan untuk bertahan hidup dan memenuhi semua kebutuhan hidupnya karena zaman bergerak begitu pesat dan gaya hidup berubah. Untuk bertahan dalam situasi yang semakin memprihatinkan, setiap individu harus melakukan berbagai cara untuk bersaing dengan orang lain. Negara semakin maju, dan setiap komunitasnya harus mengikuti kemajuan tersebut. Ekonomi negara, terutama negara berkembang seperti Indonesia, harus berkembang secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Soleh, 2015). Lapangan pekerjaan semakin terbatas karena jumlah penduduk yang meningkat, yang mendorong orang untuk membangun usaha sendiri untuk memenuhi kebutuhan uang mereka. Industri kecil dan menengah, termasuk industri rumah tangga, berkembang pesat di Indonesia, membantu ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. (Novitasari, 2022).

Berdasarkan data dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), pangsa pasar industri halal di Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD 164 miliar, dengan sektor bisnis makanan dan minuman sebagai kontributor utama sebesar 54% dari total konsumsi produk halal (Jannah & Malahayatic, 2024). Hal ini menunjukkan adanya permintaan tinggi terhadap produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga diproduksi dengan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan kehalalan, kebersihan, serta etika dalam setiap proses produksinya.

Bisnis biasanya didefinisikan sebagai usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Hayati & Utami, 2019). Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai usaha individu (privat) yang terorganisir atau melembaga untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Semua pemilik usaha harus mempertimbangkan norma, etika, dan tanggung jawab sosial saat menjalankan bisnis mereka. Sebagai agama yang paling sempurna, Islam telah mengajarkan umatnya untuk melakukan usaha yang mengutamakan keberkahan, keseimbangan, dan hasil yang baik bagi masyarakat dan lingkungan (Sasongko, 2020). Dalam Surat Al-Baqarah ayat 275, Allah SWT berfirman:

الْبَيْعُ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ الْمَسُّ مِنَ الشَّيْطَانِ تَخَبُّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ وَمَنْ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفٌ مَا فَلَهُ فَأَنْتَهُى رَبِّهِ مِنْ وَعِظَةٌ مَجَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلَ ۝٢٧٥ خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ النَّارَ أَصْحَابٌ فَأُولَئِكَ عَادَ

"Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah: 275)

Ayat ini secara tegas menjelaskan perbedaan antara transaksi jual beli yang halal dan transaksi riba yang haram. Allah SWT menggambarkan orang-orang yang melakukan transaksi riba sebagai orang yang tidak dapat berdiri dengan tegak, seperti orang yang kesurupan setan. Ini menunjukkan bahwa riba memiliki dampak negatif yang sangat besar, baik secara ekonomi maupun spiritual. Allah menegaskan bahwa jual beli dihalalkan, sedangkan riba diharamkan. Bagi mereka yang telah diberi peringatan tentang larangan riba dan berhenti melakukannya, maka urusannya diserahkan kepada Allah. Namun, bagi yang terus mengulangi praktik riba, mereka diancam dengan azab neraka (Norvadewi, 2015).

Bisnis *home industry* atau usaha rumahan merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian, terutama di Indonesia. Sebagian besar, bisnis ini dimiliki dan dijalankan oleh individu atau keluarga, dengan skala produksi terbatas (Blongkod & Rasjid, 2021). (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) mendefinisikan industri rumah tangga sebagai usaha ekonomi

produktif yang tidak menjadi bagian dari perusahaan besar dan berdiri sendiri. Industri makanan tradisional, seperti pembuatan tempe, yang memiliki nilai budaya dan ekonomi yang besar, sering kali menjadi fokus bisnis jenis ini. Dalam menjalankan bisnis *home industry* dengan prinsip syariah, tantangan dan strategi pengembangan bisnis menjadi semakin penting, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu tantangan utama adalah banyaknya persaingan dari usaha sejenis di sekitar lokasi bisnis, yang menuntut perubahan dan inovasi terus-menerus (Wijananto et al., 2021).

Sumatera Utara merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan *home industry* yang signifikan. Berbagai usaha rumahan, seperti produksi tempe, keripik, dan makanan tradisional lainnya, telah menjadi bagian dari kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, Medan telah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional, terutama melalui pengembangan *home industry* atau usaha rumahan. Usaha rumahan ini telah menjadi pilar ekonomi masyarakat, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Amalia et al., 2021). Di kota ini, berbagai usaha rumahan, mulai dari pembuatan makanan tradisional, kerajinan tangan, hingga fashion, telah berkembang pesat. Produksi makanan tradisional adalah salah satu bidang yang paling menonjol dalam pertumbuhan industri rumahan Medan. Medan terkenal dengan makanan khas Sumatera Utara seperti tempe, dodol, dan keripik (Melianti, 2023). Salah satu contohnya adalah Industri Tempe Kupas Kulit Rumah Mbah Anik Medan, yang berusaha menerapkan prinsip syariah dalam seluruh operasinya, mulai dari pemilihan bahan baku halal, menjaga kebersihan produksi, hingga penerapan sistem gaji yang adil bagi karyawannya.

Tempe Kupas Kulit Mbah Anik yang didirikan oleh Siti Nurhayani sejak tahun 1978 di Jalan Mangan 1 Gg. Ali adalah contoh UMKM yang memiliki potensi untuk menerapkan nilai-nilai syariah dalam proses produksinya (Aswana et al., 2024). Sebagai produk pangan tradisional, tempe menjadi salah satu sumber protein yang terjangkau dan populer di kalangan masyarakat Indonesia. Namun, proses produksi tempe yang melibatkan fermentasi dan pengolahan bahan baku perlu diawasi agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti kebersihan,

kejujuran dalam penggunaan bahan, dan keadilan dalam pengelolaan tenaga kerja (Sharzia Adewirza & Isra Hayati, 2024). Industri Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan adalah salah satu contoh perusahaan yang berusaha menerapkan prinsip kehalalan dalam seluruh proses bisnisnya, mulai dari pemilihan bahan baku, pengelolaan tenaga kerja, hingga sistem pemasaran. Namun, ketika perusahaan konvensional berhadapan dengan perusahaan yang menggunakan strategi digital, muncul tantangan. Untuk menghadapi persaingan ini, *home industry* berbasis syariah harus mempertahankan etika bisnis Islam, menghindari praktik-praktik yang merugikan, dan mencari pendekatan inovatif yang tetap sesuai dengan prinsip syariah. Studi kasus tempe kupas kulit rumahan Mbah Anik Medan menunjukkan bahwa bisnis rumahan berbasis syariah dapat berkembang dengan baik jika dikelola secara profesional dan beretika. Namun, masalah seperti banyaknya persaingan dari bisnis sejenis menjadi tantangan yang harus diatasi (Amalia et al., 2021).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara *home industry* di Medan memasarkan produknya. (Imamsyah et al., 2022) mengatakan bahwa banyak usaha rumahan yang mulai beralih ke platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi pembayaran online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Misalnya, beberapa *home industry* di Medan telah memanfaatkan Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan produk mereka, serta menggunakan platform seperti Shopee dan Tokopedia untuk penjualan online. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memudahkan konsumen untuk mengakses produk-produk lokal.

Pemerintah Kota Medan dan berbagai lembaga swasta telah memberikan dukungan yang signifikan bagi perkembangan *home industry*. Program pelatihan, pendampingan, dan bantuan modal dari pemerintah daerah serta lembaga keuangan syariah telah membantu banyak pelaku usaha rumahan untuk mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, adanya pameran dan bazaar UMKM yang rutin diselenggarakan di Medan juga menjadi sarana promosi yang efektif bagi *home industry* untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat luas (Khotimah & Ula, 2023).

Meskipun perkembangan *home industry* di Medan cukup pesat, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan adalah banyaknya persaingan dari usaha sejenis di sekitar lokasi usaha. Persaingan ini tidak hanya datang dari usaha rumahan lainnya, tetapi juga dari perusahaan konvensional yang telah mengadopsi strategi pemasaran digital. Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan strategi yang inovatif, seperti pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kualitas produk, dan penguatan branding, sambil tetap mempertahankan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasional bisnis (Amsari et al., 2022). Ke depan, *home industry* di Medan memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang, terutama dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk lokal dan halal. Penerapan prinsip syariah dalam proses produksi, seperti yang dilakukan oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan, dapat menjadi nilai tambah yang menarik minat konsumen. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, lembaga swasta, dan pelaku usaha rumahan akan semakin memperkuat ekosistem *home industry* di Medan, sehingga dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah (Harjoni & Rahmawati, 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulis melakukan penelitian ini untuk menganalisis strategi dan tantangan yang dapat digunakan oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan untuk mengatasi persaingan di era digital sambil tetap berpegang pada prinsip syariah. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pelaku usaha untuk memahami pentingnya transformasi digital dalam bisnis syariah dan menemukan cara terbaik untuk menyesuaikan diri dengan perubahan sambil mempertahankan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka. Dalam kasus ini, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis dalam Menjalankan Bisnis Home Industry dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang permasalahan tersebut, maka identifikasi masalah yang menjadi perhatian adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemanfaatan digital marketing dalam *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan, sehingga sulit bersaing dengan usaha serupa yang telah beralih ke strategi pemasaran digital.
2. Terbatasnya akses pasar karena tetap bergantung pada metode distribusi dan pemasaran konvensional.
3. Daya saing produk yang rendah dalam hal branding dan inovasi kemasan dibandingkan dengan pesaing yang menggunakan pendekatan modern dalam strategi pemasar.
4. Tantangan dalam menjaga keseimbangan antara mempertahankan prinsip syariah dalam operasional bisnis dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perkembangan digital.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tantangan yang dihadapi oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan dalam menghadapi persaingan dengan usaha serupa yang telah mengadopsi digital marketing?
2. Strategi apa yang dapat diterapkan oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan untuk meningkatkan daya saing tanpa mengorbankan prinsip syariah?
3. Bagaimana peran digital marketing dalam membantu *home industry* berbasis syariah menghadapi perubahan pola konsumsi masyarakat?

D. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis masalah yang dihadapi oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan saat bersaing dengan bisnis serupa yang telah menggunakan digital marketing.
2. Mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan oleh *home industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan untuk meningkatkan daya saing tanpa mengorbankan prinsip syariah.
3. Mempelajari bagaimana iklan digital membantu industri rumah tangga berbasis syariah mengatasi pergeseran pola konsumsi konsumen.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penyusunan penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang bisnis syariah, khususnya terkait tantangan dan strategi pengembangan bisnis *home industry* berbasis syariah dalam menghadapi era digital. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas digitalisasi UMKM berbasis syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman empiris bagi penulis dalam menganalisis strategi bisnis syariah serta menjadi landasan dalam pengembangan keilmuan di masa mendatang.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi pelaku usaha mengenai pentingnya digital marketing dan strategi syariah yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing bisnis.

c. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan lembaga pendukung dalam merancang kebijakan dan program bantuan bagi UMKM syariah agar dapat bertahan dan berkembang di era digital.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang kajian pustaka, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan Teknik keabsahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran hasil penelitian dan analisis yang mencakup sumber data penelitian, deskripsi karakteristik responden, serta hasil penelitian yang diikuti oleh pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran yang diambil dari keseluruhan penelitian yang telah dilaksanakan.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Bisnis Syariah

a) Pengertian Bisnis Syariah

Bisnis syariah merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan (profit), tetapi juga berlandaskan pada nilai-nilai ajaran Islam yang mengatur seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam hal produksi, distribusi, konsumsi, dan pertukaran barang dan jasa. Dalam pandangan Islam, bisnis adalah bagian dari ibadah, sehingga seluruh aktivitas bisnis harus dilakukan secara jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain.

Menurut Siahaan & Rialdy, bisnis syariah dapat dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), dan penipuan, serta mendorong penggunaan akad-akad yang sah secara Islam, seperti murabahah, musyarakah, mudharabah, ijarah, dan salam. Dalam pelaksanaannya, bisnis syariah bukan hanya sekadar mematuhi aturan hukum fiqh, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan keberkahan (barakah) dalam usaha yang dijalankan (Siahaan et al., 2024)

Bisnis syariah juga memiliki ciri khas utama dalam hal keadilan transaksi, transparansi, dan etika usaha. Dalam model ini, pelaku bisnis dituntut untuk menjamin kejujuran dalam timbangan dan takaran, tidak melakukan monopoli, serta menjauhi praktik manipulatif. Nilai-nilai ini menjadi fondasi penting yang membedakan bisnis syariah dari model bisnis konvensional yang cenderung berorientasi pada kapitalisme murni.

Bisnis syariah juga sangat relevan untuk diterapkan dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk home industry, karena fleksibel, berbasis komunitas, dan mampu menjangkau masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Dalam implementasinya, pelaku UMKM syariah diharapkan dapat menerapkan prinsip halal-thayyib, menjaga etika

produksi, dan menghindari segala bentuk eksploitasi terhadap tenaga kerja atau konsumen.

Bagi pelaku usaha kecil seperti Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik, pemahaman terhadap konsep bisnis syariah tidak hanya berfungsi sebagai pedoman normatif, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang dalam menjaga kepercayaan konsumen, membentuk citra produk yang halal, serta memperluas jangkauan pasar—khususnya pasar Muslim yang kini semakin peduli terhadap aspek kehalalan dan etika dalam produk.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh dalam operasional bisnis, home industry memiliki peluang untuk berkembang tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dalam hal moral dan sosial. Implementasi nilai-nilai syariah dalam bisnis bukan merupakan hambatan, melainkan sebuah keunggulan strategis yang mampu meningkatkan daya saing, khususnya di tengah masyarakat Muslim yang makin sadar akan pentingnya nilai-nilai keislaman dalam kehidupan konsumsi sehari-hari.

b) Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam dalam Home Industry

Bisnis syariah merupakan kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada hukum Islam, yaitu Al-Qur'an, Hadis, Ijma', dan Qiyas. Prinsip utama dalam bisnis syariah antara lain:

- 1) Kejujuran (Shiddiq): Menjalankan usaha dengan jujur dan transparan.
- 2) Amanah: Bertanggung jawab atas barang atau jasa yang ditawarkan.
- 3) Keadilan (Adil): Tidak merugikan pihak lain.
- 4) Larangan Riba, Gharar, dan Maysir: Menghindari praktik riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maysir (judi).
- 5) Kerja Sama (Syirkah): Saling menguntungkan antar pihak.

Implementasi prinsip-prinsip ini dalam praktik bisnis di Indonesia semakin berkembang. Meskipun terdapat kemajuan signifikan dalam penerapan nilai-nilai ekonomi syariah, namun masih ditemukan berbagai tantangan seperti kurangnya literasi syariah pelaku usaha dan ketidaksesuaian praktik dengan prinsip dasar syariah.

Etika bisnis Islam juga menekankan pada keadilan dan tanggung jawab sosial. menekankan bahwa etika bisnis Islam mendorong perilaku bisnis yang adil, jujur, dan bertanggung jawab, sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits (Maulida et al., 2024)

Dalam konteks kewirausahaan dan pemasaran, integrasi prinsip-prinsip Islam seperti amanah (kepercayaan), sidq (kejujuran), dan keadilan menjadi dasar motivasi wirausahawan Muslim. Santoso dan Ruslaini menyatakan bahwa strategi pemasaran Islami, termasuk branding Islami dan pemasaran halal, berkontribusi signifikan dalam membangun loyalitas konsumen dan keberlanjutan bisnis. (Santoso, 2022)

Prinsip utama dari bisnis syariah adalah keseimbangan antara aspek spiritual dan material. Artinya, pelaku usaha tidak hanya mencari keuntungan duniawi, tetapi juga mempertimbangkan aspek akhirat melalui cara-cara yang halal, etis, dan bertanggung jawab. (Rahmah, 2020)

Dalam perspektif ekonomi Islam, *home industry* tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi semata, tetapi juga sebagai bagian dari ibadah dan upaya untuk mencapai keberkahan hidup, juga dari nilai-nilai syariah yang mendasarinya. Beberapa prinsip utama yang harus diterapkan dalam *home industry* menurut ekonomi Islam meliputi:

1) Kehalalan Produk dan Proses

Produk yang dihasilkan harus halal, dan proses produksinya tidak boleh melibatkan unsur haram atau merugikan pihak lain.

2) Keadilan dalam Transaksi

Transaksi bisnis harus dilakukan secara adil, tanpa adanya penipuan, riba, atau eksploitasi terhadap pekerja.

3) Transparansi dan Kejujuran

Informasi mengenai produk, harga, dan kondisi transaksi harus disampaikan secara jujur dan transparan kepada konsumen.

4) Tanggung Jawab Sosial

Usaha harus memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar dan tidak merusak lingkungan.

Penerapan prinsip-prinsip ini dalam home industry dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya di kalangan masyarakat Muslim yang semakin sadar akan pentingnya produk halal dan etis.

Kesimpulan dari beberapa kutipan di atas ialah Bisnis Syariah dan Industri rumahan saling mendorong ekonomi umat, khususnya sektor UMKM. Bisnis Syariah mengacu pada aktivitas ekonomi berbasis nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, kehalalan, dan anti-riba, yang bertujuan meraih keuntungan sekaligus keberkahan. Nilai-nilai ini sangat cocok diterapkan dalam industri rumahan (usaha kecil berbasis rumah yang memanfaatkan sumber daya lokal dan melibatkan keluarga serta komunitas sekitar).

2. *Bisnis Home Industry*

a) *Pengertian Bisnis Home Industry*

Menurut (Amalia & Handayani, 2023) *Home industry* adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. *Home* berarti rumah, tempat tinggal ataupun kampung halaman. Sedangkan *industry*, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, *home industry* (atau biasa ditulis/dieja dengan *Home Industry*) rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah bisnis *home industry* atau industri rumah tangga merupakan bentuk usaha kecil yang dijalankan oleh individu atau keluarga dari rumah, menggunakan peralatan sederhana dan sumber daya lokal (Hayati & Utami, 2019).

Dapat dikatakan bahwa *home industry* merupakan kegiatan pengolahan barang mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang dilakukan oleh masyarakat dengan berbagai keterampilan yang dimiliki sendiri, yang disesuaikan dengan modal dan kuantitas produksi yang ada, dan mampu mempergunakan tenaga kerja lokal yang ada (Kasus & Manonjaya, 2024).

Bisnis *home industry* atau industri rumahan merupakan bentuk usaha kecil yang dijalankan dari lingkungan rumah tangga, dengan skala produksi terbatas dan modal yang relatif kecil. Usaha ini umumnya dikelola oleh anggota keluarga dan memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia. Menurut (Amsari et al., 2023), *home industry* adalah usaha kecil yang dikelola oleh keluarga, seringkali melibatkan anggota keluarga sendiri serta mempekerjakan orang-orang di lingkungan sekitar, sehingga berperan dalam meningkatkan perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar. (Mulyani et al., 2024)

Ciri-ciri utama dari bisnis *home industry* antara lain:

- Skala Kecil dan Modal Terbatas
- Dikelola oleh Keluarga
- Fleksibilitas Operasional
- Pasar Lokal dan Produk Khas

Dalam konteks ekonomi Islam, bisnis *home industry* dapat menjadi sarana penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi. Usaha ini bisa menjadi bentuk pemberdayaan ekonomi umat yang berbasis pada nilai keadilan, transparansi, dan keberkahan. Penelitian oleh Murniati menekankan pentingnya manajemen keuangan syariah dalam UMKM untuk menghindari riba dan memastikan transaksi yang adil (Puspita, 2022).

Peran *Home Industry* dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat *Home industry* memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, *Home industry* memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi umat Islam, antara lain:

- 1) Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga: Dengan adanya *home industry*, keluarga dapat memperoleh tambahan pendapatan yang membantu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.
- 2) Mengurangi Pengangguran: Usaha rumahan dapat menyerap tenaga kerja dari lingkungan sekitar, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran (Kasus & Manonjaya, 2024).

- 3) Mendorong Kemandirian Ekonomi: Dengan menjalankan usaha sendiri, masyarakat dapat menjadi lebih mandiri secara ekonomi dan tidak tergantung pada pihak lain.

Ekonomi Islam tidak hanya membahas tentang mekanisme pasar dan keuntungan, tetapi juga menekankan pentingnya etika, moral, dan nilai spiritual dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Dalam konteks home industry, penerapan nilai-nilai ekonomi Islam menjadi sangat relevan karena mayoritas usaha rumahan melibatkan hubungan sosial yang erat, produksi skala kecil, dan ketergantungan pada kepercayaan konsumen.

b) Tantangan dalam Pengembangan Bisnis Syariah

Bisnis home industry, atau industri rumahan, memainkan peran penting dalam perekonomian lokal, terutama di Indonesia. Meskipun memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, bisnis ini menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat perkembangannya.

Diantara beberapa hambatan dari UMKM syariah yang merupakan masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja, modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia dengan kualitas yang baik (manajemen dan teknik produksi), informasi pasar serta kesulitan dalam pemasaran.

Adapun yang menjadi permasalahan perkembangan UMKM berbasis syari'ah dikarenakan terbatasnya Sumber Daya Manusia yang berkualitas baik, lemahnya akses ke lembaga keuangan, khususnya perbankan yang membantu permodalan UMKM Desa, serta kesulitan dalam pemasaran dan informasi pasar. (Suhartini & Syariah Bengkalis JI Poros - Sei Alam -Selatbaru -Kabupaten Bengkalis, 2024)

Pengembangan bisnis syariah di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, baik dari aspek internal maupun eksternal. Meskipun potensi pasar syariah sangat besar, implementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik bisnis masih menemui berbagai hambatan. Berikut adalah beberapa tantangan utama yang dihadapi dalam pengembangan bisnis syariah:

1) Rendahnya Literasi Keuangan Syariah

Salah satu tantangan utama adalah rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat. Banyak pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), belum memahami konsep dan prinsip dasar ekonomi syariah, sehingga enggan atau ragu untuk menerapkannya dalam bisnis mereka. (Abdul et al., 2022)

2) Keterbatasan Akses terhadap Pembiayaan Syariah

Pelaku usaha syariah sering menghadapi kesulitan dalam mengakses pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Faktor-faktor seperti kurangnya lembaga keuangan syariah yang tersebar merata, prosedur yang kompleks, dan kurangnya informasi mengenai produk pembiayaan syariah menjadi hambatan utama. Selain itu, banyak pelaku usaha yang belum memiliki jaminan atau agunan yang cukup untuk memenuhi persyaratan pembiayaan dari lembaga keuangan Syariah (Talib et al., 2024).

Menurut penelitian oleh Fitriani, Pazeroma, & Rahayu, literasi keuangan syariah yang rendah menjadi salah satu faktor penghambat utama dalam pemberdayaan UMKM berbasis Syariah (Rachmawati et al., 2025).

3) Kurangnya Inovasi Produk dan Layanan

Dalam menghadapi persaingan dengan bisnis konvensional, bisnis syariah perlu terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern. Namun, masih

banyak pelaku bisnis syariah yang kurang inovatif dan cenderung mempertahankan model bisnis tradisional. Hal ini menyebabkan bisnis syariah kurang kompetitif dan sulit menarik minat konsumen yang lebih luas.

4) Tantangan dalam Implementasi Teknologi Digital

Transformasi digital menjadi keharusan dalam era modern, termasuk bagi bisnis syariah. Namun, adopsi teknologi digital dalam bisnis syariah masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan infrastruktur, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi dan syariah, serta tantangan dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam platform digital. Selain itu, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha juga menjadi hambatan dalam mengoptimalkan teknologi untuk pengembangan bisnis syariah. (Manajemen et al., 2024)

Tantangan utamanya adalah minimnya penggunaan platform digital untuk pemasaran, yang merusak jangkauan dengan menyebabkan ketergantungan pada penjualan dari mulut ke mulut. Usaha ini berdampak positif bagi ekonomi lokal karena membeli dari pemasok setempat dan dijalankan dengan tujuan untuk menciptakan peluang kerja di masa depan. Proses produksinya mematuhi prinsip halal dengan mengurangi jumlah limbah dan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Namun, perubahan iklim dapat mempengaruhi ketersediaan dan harga bahan baku, sehingga penting untuk mengelola biaya dan mencari pemasok yang stabil sekaligus mengurangi dampak ekstrem pada kualitas produk (Itsaini et al., 2024).

5) Regulasi dan Kebijakan yang Belum Mendukung Secara Optimal

Meskipun pemerintah telah mengeluarkan berbagai regulasi untuk mendukung pengembangan ekonomi syariah, masih terdapat kesenjangan dalam implementasinya. Beberapa kebijakan belum

sepenuhnya mendukung kebutuhan pelaku bisnis syariah, seperti dalam hal perizinan, perpajakan, dan insentif. Selain itu, kurangnya koordinasi antar lembaga terkait juga menghambat efektivitas kebijakan yang ada (Iqbal Irfany, 2022).

6) Persaingan dengan Produk dan Layanan Konvensional

Bisnis syariah sering menghadapi persaingan ketat dengan produk dan layanan konvensional yang telah lebih dulu dikenal dan dipercaya oleh masyarakat. Keterbatasan dalam promosi, distribusi, dan branding membuat produk syariah kurang dikenal dan diminati. Selain itu, persepsi bahwa produk syariah lebih mahal atau kurang fleksibel dibandingkan produk konvensional juga menjadi tantangan tersendiri.

7) Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Kompeten

Pengembangan bisnis syariah memerlukan sumber daya manusia yang tidak hanya memahami aspek bisnis, tetapi juga memiliki pengetahuan mendalam tentang prinsip-prinsip syariah. Namun, ketersediaan tenaga kerja yang memiliki kompetensi di kedua bidang tersebut masih terbatas. Hal ini berdampak pada kualitas pengelolaan bisnis syariah dan kemampuan untuk berinovasi serta bersaing di pasar.

3. Strategi Pengembangan Bisnis

a) Pengertian Strategi Pengembangan Bisnis

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategos” (stratos = militer dan ag = memimpin), yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Didalam bukunya Freddy Rangkuti menjelaskan beberapa pengertian mengenai strategi menurut beberapa para ahli, dijelaskan sebagai berikut. Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk

mencapai tujuafn perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Strategi pengembangan bisnis merupakan suatu cara atau upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna mengembangkan bisnis yang dijalankannya (Hasanah et al., 2021). Dalam hal ini, terdapat beberapa alasan yang mendukung pengembangan suatu usaha, diantaranya yaitu potensi terhadap penciptaan dan perluasan tenaga kerja bagi pengangguran, untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, dan untuk menumbuhkan skill yang dimiliki oleh masyarakat (Rifani, 2022).

Pengembangan suatu usaha tidak akan berjalan dengan sendirinya, melainkan dengan melakukan beberapa upaya dan strategi yang telah direncanakan sebelumnya. Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi diartikan juga sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan, tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan.

Dalam mengatasi berbagai tantangan yang telah diidentifikasi, usaha syariah terutama di sektor industri rumahan seperti produksi tempe membutuhkan strategi pengembangan yang menyeluruh dan berkelanjutan. Strategi tersebut harus sejalan dengan nilai-nilai syariah guna menjamin keberkahan dan kelangsungan usaha.

b) Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Meneladani Bisnis Nabi Muhammad SAW.

Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai

keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis. Sebagaimana diketahui, pekerjaan Muhammad SAW sebelum menjadi Rasul adalah seorang enterpreunership yang sukses. Adapun petunjuk Rasulullah SAW dalam hal etika bisnis meliputi perilaku bisnis yang diperbolehkan dan perilaku bisnis yang dilarang. Etika-etika bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW diantaranya adalah (Ali Hasan, 2009:269):

- 1) Jujur (Siddiq)
- 2) Tanggung Jawab (Amanah)
- 3) Fathanah (Cerdas)
- 4) Tabligh (Komunikatif)
- 5) Murah Hati
- 6) Profesional
- 7) Niat Suci dan Ibadah (Mie & Kang, 2024).

4. Inovasi Produk dan Layanan

a) Pengertian Inovasi Produk dan Layanan

Inovasi produk dan layanan merupakan komponen kunci dalam pengembangan bisnis syariah yang kompetitif dan berkelanjutan. Inovasi dalam konteks ini tidak hanya merujuk pada penciptaan produk atau layanan baru, tetapi juga modifikasi dan peningkatan nilai tambah terhadap produk yang telah ada, selama tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip ini dikenal sebagai *value innovation*, yaitu menciptakan nilai baru bagi pelanggan melalui pendekatan halal, etis, dan transparan.

Inovasi produk halal yang dilakukan oleh pelaku UMKM syariah di Indonesia mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan loyalitas yang tinggi. Mereka menemukan bahwa inovasi berbasis nilai-nilai syariah memberikan keunggulan kompetitif karena mampu menciptakan diferensiasi yang tidak dimiliki oleh produk konvensional.

Inovasi layanan juga memegang peran penting, terutama dalam konteks digitalisasi. Layanan pelanggan yang responsif, transparan, dan sesuai dengan adab syariah akan meningkatkan kualitas hubungan jangka

panjang dengan konsumen. Dalam bisnis syariah, pelayanan bukan hanya soal kecepatan dan kenyamanan, tetapi juga bagaimana interaksi dengan pelanggan tetap menjaga nilai-nilai kejujuran (sidq), amanah, dan tidak melakukan penipuan (gharar).

b) Digitalisasi dan Teknologi Informasi

Menurut (Amalia et al., 2021) digitalisasi tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga menjadi sarana efisiensi dan perluasan akses pasar bagi bisnis syariah, terutama melalui pengembangan fintech syariah dengan pendekatan *Business Model Canvas* (Kholik et al., 2023).

Minimnya penggunaan platform digital untuk pemasaran, yang merusak jangkauan dengan menyebabkan ketergantungan pada penjualan dari mulut ke mulut. Usaha ini berdampak positif bagi ekonomi lokal karena membeli dari pemasok setempat dan dijalankan dengan tujuan untuk menciptakan peluang kerja di masa depan. Proses produksinya mematuhi prinsip halal dengan mengurangi jumlah limbah dan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Namun, perubahan iklim dapat mempengaruhi ketersediaan dan harga bahan baku, sehingga penting untuk mengelola biaya dan mencari pemasok yang stabil sekaligus mengurangi dampak ekstrem pada kualitas produk (Sari et al., 2022).

c) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berpengaruh terhadap nilai ekonomis perusahaan, termasuk harga barang dan jasa. Terdapat tiga faktor utama yang menentukan nilai harga barang dan jasa, yaitu produksi, pemasaran, dan konsumsi. Strategi pemasaran merupakan variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam memberikan informasi atau mempengaruhi konsumen. Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen terkait dengan tiga faktor utama, yaitu, produk, promosi, dan harga. Misalnya, dalam strategi pemasaran produk, perusahaan harus menampilkan hasil produksi dengan cara yang

menunjukkan kualitas produk kepada konsumen. Untuk strategi promosi, perusahaan perlu menyesuaikan produk dengan situasi dan kondisi konsumen. Begitu pula dengan harga, perusahaan harus menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, faktor-faktor ini berperan penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk agar produk tersebut dapat terjual kepada konsumen. (Rijal, 2023).

d) Peningkatan Literasi dan Edukasi Syariah

Meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap prinsip dan manfaat bisnis syariah melalui edukasi dan literasi keuangan syariah sangat penting. Program pelatihan, seminar, dan kampanye edukatif dapat membantu masyarakat memahami dan berpartisipasi dalam bisnis syariah. (Akhyar, 2023)

e) Penguatan Literasi dan Kapasitas Sumber Daya Manusia

Peningkatan pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah menjadi langkah awal yang krusial. Pelatihan dan edukasi bagi pelaku usaha mengenai konsep-konsep seperti akad, riba, dan gharar dapat meningkatkan kesadaran dan penerapan nilai-nilai syariah dalam operasional bisnis (Hidayat et al., 2019).

f) Kolaborasi dan Kemitraan Strategis

Kolaborasi lintas sektor sangat diperlukan untuk memperkuat ekosistem bisnis syariah. Hal ini meliputi kerja sama antara pelaku usaha dengan lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan lembaga keuangan syariah. Nugroho dan Fitrijanti (2022) menekankan pentingnya kolaborasi sebagai strategi akseleratif dalam menghadapi tantangan digitalisasi serta memperkuat inovasi produk berbasis Syariah (Muntashir Jihad et al., 2022).

g) Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Syariah

SDM yang memahami prinsip syariah sekaligus memiliki kompetensi bisnis modern adalah kunci keberhasilan pengembangan bisnis syariah. Pelatihan manajemen, keuangan syariah, dan keterampilan digital harus digalakkan. Nugraha et al. (2020) mengemukakan bahwa peningkatan kapasitas SDM berbasis syariah dapat mempercepat integrasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis sehari-hari dan meningkatkan efisiensi operasional (Subkhi Mahmasani, 2020).

h) Penerapan Prinsip Maqashid Syariah dalam Strategi Bisnis

Prinsip-prinsip Maqashid Syariah, yang juga dikenal sebagai tujuan-tujuan atau hikmah-hikmah syariah, merujuk pada kerangka kerja konseptual dalam islam yang menetapkan tujuan-tujuan utama dari ajaran agama dan hukum islam. Prinsip-prinsip ini tidak hanya merinci tugas-tugas agama, tetap juga berfokus pada pencapaian kesejahteraan dan keadilan dalam kehidupan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Tujuan-tujuan ini memberikan panduan bagi individu, masyarakat, dan pemerintah dalam membentuk kebijakam dan tindakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama dan kepentingan bersama

1) *Hifz al-Din* (Pemeliharaan Agama)

Prinsip *Hifz al-Din*, yang dikenal juga sebagai Pemeliharaan Agama, merupakan landasan filosofis yang mengusung urgensi untuk melindungi, memelihara, dan mempromosikan nilai-nilai serta ajaran-ajaran yang terkandung dalam aama islam. Ketika prinsip *Hifz al-Din* ini diterapkan dalam industry rumahan, makna dan dampaknya menjadi luas. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk menyediakan fasilitas ibadah yang memadai, dengan mewujudkan fasilitas seperti tempat wudhu dan ruang sholat yang yang bersih dan nyaman, prinsip ini memungkinkan para pekerja untuk menjalankan ibadah mereka denngan penh khusyuk dan ketenanga, tanpa merasa terganggu.

2) *Hifz al-Nafs* (Pemeliharaan Jiwa)

Pemeliharaan Jiwa menegaskan nilai yang tak ternilai dari keselamatan dan kesejahteraan. Prinsip ini mengilhami tanggung jawan moral yang kuat untuk menjaga dan melindungi nyawa individu, menghargai kehidupan sebagai anugerah yang di berikan kepada manusia.

3) *Hifz al-Aql* (Pemeliharaan Akal)

Pemeliharaan akal menggambarkan esensi dari menjaga kecerdasan dan integritas akal manusi. Prinsip ini mendorong kita untuk menghormati dan merawat kemampuan berpikir yang di anugerahkan kepada manusia, serta memahami pentingnya menjaga kesehatan mental sebagai bagian integral dari kehidupan yang produktif dan harmonis.

4) *Hifz al-Mal* (Pemeliharaan Harta Benda)

Mengajarkan pentingnya menjaga harta benda dan kepemilikan dengan cara yang adil dan etis. Prinsip ini mendorong kita untuk memperlakukan harta benda dengan tanggung jawab, menghindari tindakan-tindakan seperti penipuan atau penyelewengan dan menerapkan prinsip-prinsip perdagangan yang adil.

5) *Hifz al-Bi'ah* (Menjaga Lingkungan)

Prinsip menggarisbawahi pentingnya menjaga dan melindungi lingkungan alamiah serta semua bentuk kehidupan yang ada di dalamnya. Prinsip ini mendorong kesadaran akan tanggung jawab kita terhadap keberlanjutan ekosistem dan perlunya menghindari kerusakan lingkungan.

Prinsip-prinsip *Maqashid Syariah* memberikan dasar etika dan moral dalam merancang strategi pengembangan pariwisata halal. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, usaha Home Industry rumahan yang tidak hanya sesuai dengan ajaran agama islam, tetapi juga berdampak positif pada kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat dan lingkungan (Suhandi, 2023).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini terdapat penjelasan tentang penelitian sebelumnya yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian ini. Penelitian sebelumnya mencakup sebagian dari temuan penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain dalam bentuk skripsi, jurnal, atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian saat ini. Berikut adalah beberapa contoh penelitian yang telah dipilih.

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dede Al Mustaqim (2023)	Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa melibatkan komponen utama seperti makanan halal, akomodasi yang ramah terhadap kebutuhan muslim, dan interaksi sesuai dengan norma-norma agama.
2	Fadhilatul Itsnaini, Taufiqur Rahman	Analisis Peluang Dan Tantangan Pengembangan Bisnis Umkm Pasca Sertifikasi Halal (Studi Pelaku Umkm Makanan Dan Minuman) Di Kabupaten Pamekasan	Kualitatif	Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah untuk mengetahui peluang dan tantangan UMKM di Pamekasan. Penelitian dilakukan di Kue Mangkok, Ruang Makan, Suling Rempah Murni, Nyih Hai, Dapur Mila, Kerupuk Puli, Basaraya dan Rengginang. Jenis penelitian ini

				<p>menggunakan metode kualitatif dengan strategi penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan primer, teknik analisis data reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh sertifikasi halal terhadap pengembangan bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman, serta mengidentifikasi strategi untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan.</p>
3	Ade Suhartini	Strategi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Syari'ah : Antara Peluang dan	Kualitatif	<p>Hasil pada penelitian ini adalah membuat web untuk pembelian produk secara online, rutin memasarkan produk secara online maupun offline, menyediakan produk di luar dari permintaan konsumen, meningkatkan</p>

		Tantangan		<p>kualitas produk, mempertahankan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh produk, meningkatkan inovasi dengan mengupgrate, mengikuti perkembangan zaman dengan menjual barang-barang yang sedang populer, mencari supplier yang menjual dan memasarkan barang dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat, memperluas target pasar dengan memanfaatkan teknologi yang ada, menjaga hubungan baik dengan konsumen dan supplier.</p>
4	Fikri Rijal	Home Industry Tahu Meurandeh Alue: Analisis Strategi Pemasaran Tahu Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Konsumen di	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan Strategi Pemasaran usaha tahu yang dilakukan produsen di lingkungan Home industry Tahu dalam meningkatkan hasil penjualan sudah baik, walaupun belum</p>

		Kecamatan Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya Menurut Ekonomi Syariah		sempurna, Perspektif Ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran usaha produksi tahu dalam meningkatkan hasil penjualan di Lingkungan Home Industri Tahu sudah sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Syariah. Terbukti dengan produsen yang selalu mengutamakan kualitas. Dimana tahu yang dia buat harus halal dan bersih.
5	Jamaludin R, Rully Trihantana, Ermi Suryani	Analisis Manajemen Bisnis Syariah Strategi Pengembangan Bisnis Soto Mie Bogor Kang Jamal	Kualitatif	Dalam Hasil Penelitian Bahwa Strategi Pengembangan Bisnis Yang Diterapkan Oleh Soto Mie Bogor Kang Jamal Yaitu Strategi Kombinasi Bersama, Yakni Strategi Integrasi Vertikal (Strategi Integrasi Ke Depan, Strategi Integrasi Ke Belakang, Dan Strategi Integrasi Horizontal), Strategi Intensif (Strategi Penetrasi Pasar Dan Strategi Pengembangan

				Produk), Dan Strategi Diversifikasi Menerapkan Strategi Diversifikasi Terkait/ Konsentrik.
--	--	--	--	--

Judul penelitian: **“Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis dalam Menjalankan Bisnis Home Industry dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan”** memiliki kesamaan dengan sejumlah studi sebelumnya yang membahas strategi bisnis berbasis syariah melalui pendekatan kualitatif, meskipun terdapat perbedaan dalam objek dan fokus kajian. Beberapa penelitian membahas sektor pariwisata dengan titik tekan pada maqashid syariah, bukan pada konteks industri rumahan. Ada juga studi yang mengulas tantangan serta strategi UMKM makanan, namun dengan fokus pada sertifikasi halal dan dilakukan di wilayah berbeda. Penelitian lain menyoroti pengembangan UMKM syariah melalui pendekatan digitalisasi dan inovasi, bukan studi kasus home industry. Beberapa penelitian memang mengkaji home industry berbasis makanan serta penerapan prinsip syariah, tapi cenderung berfokus pada strategi pemasaran, jenis produk berbeda, dan lokasi penelitian yang tidak sama. Terdapat pula studi dengan fokus pada bisnis makanan syariah melalui pendekatan manajemen restoran, yang mengangkat strategi lebih kompleks seperti integrasi dan diversifikasi usaha.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dari uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Prinsip-prinsip bisnis syariah seperti shiddiq, amanah, dan tanpa riba menjadi landasan penting bagi Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik dalam mengembangkan usahanya. Namun, bisnis syariah menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi keuangan, keterbatasan akses pembiayaan, kurangnya inovasi, serta persaingan dengan produk konvensional dan tuntutan digitalisasi. Untuk mengatasinya, strategi yang dapat diterapkan meliputi inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, peningkatan literasi syariah, penguatan sumber daya manusia, serta kolaborasi strategis dengan tetap meneladani prinsip bisnis Rasulullah SAW. Dengan demikian, penerapan prinsip maqashid syariah dalam strategi bisnis akan memastikan usaha tetap berkembang sekaligus sesuai dengan nilai-nilai Islam.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif sendiri merujuk pada metode penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak dapat diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantitatif. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat menggambarkan berbagai aspek seperti kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku individu, fungsi organisasi, dinamika sosial, serta hubungan kekerabatan. Meskipun beberapa data dapat dikumpulkan secara kuantitatif melalui sensus, proses analisis yang digunakan tetap bersifat kualitatif (Umar sidiq, 2019).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik, yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara. Lokasi ini dipilih secara purposive karena merupakan usaha rumahan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan berlangsung dari bulan Maret hingga Agustus 2025, mencakup tahapan observasi, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan penelitian

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Januari - Februari				Maret - April				Mei - Juni				Juli				Agustus			
		2025				2025				2025				2025				2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■																		
2	Penyusunan Proposal		■	■																	
3	Penyusunan Proposal					■	■	■	■												
4	Bimbingan Proposal									■	■	■	■								
5	Seminar Proposal													■	■	■	■				
6	Pengumpulan Data													■	■	■	■	■	■	■	■
7	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																				■

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari narasumber yang menjadi objek penelitian, yaitu pelaku usaha Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan. Data ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan pihak-pihak terkait lainnya yang terlibat langsung dalam proses operasional dan pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, observasi langsung terhadap proses produksi, pemasaran, dan pelaksanaan prinsip syariah dalam bisnis juga termasuk data primer.

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa dokumen-dokumen pendukung yang relevan dengan penelitian, seperti laporan keuangan usaha, catatan operasional, brosur promosi, serta literatur berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan teori bisnis home industry, prinsip bisnis syariah, tantangan, dan strategi pengembangan bisnis syariah. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat analisis dan memberikan landasan teori yang mendukung hasil penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan:

1. Metode Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan sistematis dari aktivitas manusia dan pengaturan fisik dimana kegiatan tersebut berlangsung secara terus menerus dan fokus aktivitas bersifat alamiah untuk menghasilkan fakta, observasi sebagai proses kompleks, tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis melibatkan pengamatan, persepsi dan ingatan (Hasanah, 2017).

2. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui untuk melengkapi dan upaya memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat. Dan dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Nenek Siti Nurhayani selaku pemilik.

E. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisis Deskriptif adalah suatu metode analisis dengan terlebih dahulu mengumpulkan data, mengklarifikasikan serta menafsirkan data sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang akan diteliti.

F. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik triangulasi untuk menentukan validitas data. Triangulasi ditafsirkan sebagai memverifikasi data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi teknis bahwa untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan memeriksa data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiyono, 2022).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Home industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik merupakan salah satu usaha mikro yang memiliki perjalanan panjang dalam mengembangkan produk pangan tradisional di Kota Medan. Usaha ini berdiri sejak tahun 1978 di Jalan Mangan 1 Gang Ali, Kecamatan Medan Deli, di bawah kepemilikan Ibu Siti Nurhayani. Sejak awal berdirinya, usaha ini berangkat dari kebutuhan keluarga untuk memenuhi ekonomi sehari-hari dengan memanfaatkan keterampilan tradisional dalam mengolah kedelai menjadi tempe. Nama "Mbah Anik" dipilih sebagai identitas usaha yang mencerminkan keakraban, nilai kekeluargaan, dan penghormatan kepada sosok yang berjasa dalam merintis usaha tersebut.

Pada mulanya, produksi tempe dilakukan secara sederhana dengan skala rumah tangga. Proses pengolahan masih manual, memanfaatkan peralatan tradisional dan tenaga keluarga. Meski demikian, konsistensi menjaga kualitas rasa serta keuletan pemilik membuat tempe kupas kulit ini mulai dikenal di lingkungan sekitar. Produk yang awalnya hanya dipasarkan di lingkup tetangga, kemudian berkembang ke pasar-pasar tradisional di kawasan Medan Deli.

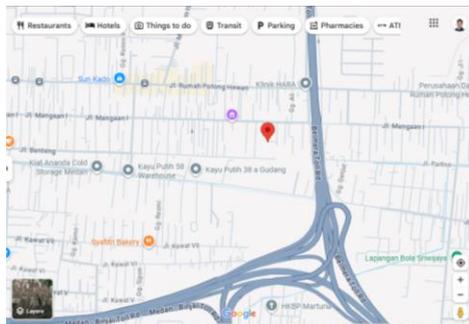
Seiring berjalannya waktu, usaha ini semakin berkembang dan kini mempekerjakan empat orang karyawan yang membantu dalam proses produksi. Keberadaan tenaga kerja ini menunjukkan adanya perluasan skala usaha dari sekadar produksi rumah tangga menjadi sebuah unit usaha kecil yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Penerapan nilai-nilai syariah sejak awal berdiri menjadi ciri khas dalam pengelolaan usahanya. Hal ini terlihat dari pemilihan bahan baku kedelai yang halal, penggunaan ragi bersertifikat halal, serta penerapan standar kebersihan dalam setiap tahapan produksi

Selain itu, Home Industry Mbah Anik memiliki komitmen sosial yang tinggi. Pemilik berusaha memperlakukan karyawan dengan adil, memberikan upah layak, dan menjaga suasana kerja yang harmonis. Prinsip kejujuran dan kebersihan yang diterapkan sejak awal usaha menjadi fondasi kepercayaan konsumen. Konsistensi ini membuat tempe kupas kulit produksi Mbah Anik tetap diminati hingga kini, meski telah bermunculan banyak pesaing di sektor yang sama.

Lebih dari sekadar bisnis, berdirinya *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik merupakan bukti nyata bagaimana usaha kecil dapat tumbuh berkelanjutan ketika dikelola dengan nilai etika dan syariah yang kuat. Perjalanan sejak 1978 hingga sekarang menandakan ketangguhan UMKM tradisional dalam menjaga eksistensinya di tengah dinamika pasar sekaligus menjadi inspirasi bagi UMKM lain di Medan dan sekitarnya.

2. Lokasi dan Skala Usaha

Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik berlokasi di Jalan Mangan 1 Gang Ali, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan. Lokasi ini tergolong strategis karena berada di kawasan padat penduduk dengan akses yang dekat ke pasar tradisional dan jalur distribusi lokal. Keberadaan pasar tradisional di sekitar wilayah Medan Deli mendukung proses pemasaran produk, sebab mayoritas konsumen masih mengandalkan pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan pangan sehari-hari. Selain itu, lokasi yang berada di area pemukiman memungkinkan usaha ini tetap menjaga kedekatan dengan konsumen setempat sekaligus membangun kepercayaan yang lebih kuat berbasis interaksi sosial yang intensif.



Gambar 4. 1 Denah Lokasi Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik

Dilihat dari skala usaha, Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik termasuk dalam kategori usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan kapasitas produksi yang terbatas. Berdasarkan hasil penelitian, usaha ini mempekerjakan empat orang karyawan yang membantu pemilik dalam proses produksi harian, mulai dari pengupasan kedelai, peragian, pembungkusan, hingga distribusi produk ke pasar. Skala usaha yang relatif kecil ini menjadi ciri khas industri rumahan, di mana kegiatan produksi masih mengandalkan tenaga manusia secara manual dengan dukungan teknologi sederhana.

Meskipun skalanya kecil, usaha ini memiliki potensi keberlanjutan yang cukup kuat. Hal ini terbukti dari lamanya usaha bertahan sejak tahun 1978 hingga sekarang. Keberhasilan bertahan lebih dari empat dekade menunjukkan adanya strategi adaptif yang dijalankan pemilik dalam menghadapi perubahan harga bahan baku, dinamika pasar, maupun munculnya pesaing baru. Selain itu, keterlibatan keluarga dan karyawan lokal menjadikan usaha ini tidak hanya berfungsi sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan sosial di lingkungan sekitar.

Dengan mempertahankan prinsip syariah dalam setiap tahap usaha, skala produksi yang kecil justru menjadi keunggulan tersendiri karena memudahkan pengendalian kualitas. Setiap produk dapat dipastikan higienis, halal, dan sesuai standar konsumen muslim. Sehingga, meskipun berskala home industry, Tempe Kupas Kulit Mbah Anik memiliki daya saing yang baik, khususnya di segmen pasar tradisional yang lebih mengutamakan kualitas dan kepercayaan dibanding sekadar kuantitas.

3. Produk Yang Dihasilkan

Produk utama yang dihasilkan oleh Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik adalah tempe kedelai kupas kulit, yakni tempe yang diproduksi dari kedelai pilihan yang terlebih dahulu dikupas kulit arinya sebelum melalui proses peragian. Ciri khas dari produk ini adalah teksturnya yang lebih halus, berwarna putih bersih, dan memiliki cita rasa gurih alami dibandingkan tempe kedelai biasa yang masih menggunakan kulit ari. Dengan proses pengupasan

ini, tempe menjadi lebih mudah diolah oleh konsumen, baik untuk digoreng langsung, dimasak dengan bumbu, maupun dijadikan bahan tambahan dalam berbagai menu masakan tradisional.



Gambar 4. 2 Proses Pengolahan Tempe

Selain itu, produk tempe kupas kulit ini memiliki keunggulan dari segi higienitas. Pemilik usaha senantiasa menjaga kebersihan sejak tahap awal pengolahan bahan baku, mulai dari pencucian kedelai, pengupasan kulit ari, proses perebusan, hingga pembungkusan menggunakan daun pisang atau plastik yang bersih. Hal ini sejalan dengan prinsip syariah dalam produksi makanan, yakni memastikan produk yang dihasilkan halal, thayyib (baik), serta terhindar dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen.

Dari sisi pemasaran, produk tempe kupas kulit diproduksi dalam ukuran standar rumah tangga dengan harga yang terjangkau. Mayoritas produk dipasarkan melalui pedagang di pasar tradisional, warung makan kecil, serta konsumen rumah tangga di sekitar lokasi usaha. Sementara itu, sebagian produk juga dipasok secara rutin ke pelanggan tetap yang sudah lama mempercayai kualitas tempe Mbah Anik. Keberadaan pelanggan loyal ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan mampu bersaing dan diterima dengan baik di masyarakat.

Walaupun skala produksinya masih terbatas, kualitas produk yang konsisten membuat Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik tetap memiliki keunggulan kompetitif. Dengan mempertahankan cita rasa tradisional, higienitas, dan prinsip syariah, produk ini tidak hanya sekadar

memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga mencerminkan identitas kuliner lokal yang berakar pada nilai-nilai Islam.

4. Penerapan Prinsip Syariah Dalam Produksi

Salah satu keunikan Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik adalah komitmen yang kuat dalam menerapkan prinsip syariah pada setiap tahap produksinya. Sejak awal berdiri pada tahun 1978, usaha ini telah berlandaskan pada nilai kejujuran, kebersihan, dan keberkahan, yang menjadi pondasi utama dalam menjalankan bisnis sesuai tuntunan Islam. Prinsip ini tidak hanya mencakup aspek teknis produksi, tetapi juga mencakup niat, etika kerja, serta hubungan dengan konsumen dan karyawan.

Dalam aspek bahan baku, pemilik usaha selalu memastikan bahwa kedelai yang digunakan halal dan berkualitas baik. Proses pencucian dan pengupasan dilakukan dengan teliti agar kedelai bersih dari kotoran atau zat yang dapat merusak kualitas produk. Ragi yang digunakan juga dipilih dari produk yang bersertifikat halal. Dengan demikian, setiap tempe yang diproduksi terjamin kehalalannya dan sesuai dengan konsep halalan thayyiban (halal dan baik untuk dikonsumsi).

Dari segi proses produksi, penerapan prinsip syariah tampak dalam menjaga kebersihan lingkungan dan peralatan. Pemilik usaha menekankan pentingnya kebersihan, bukan hanya demi kualitas produk, tetapi juga sebagai wujud kepatuhan pada ajaran Islam yang menekankan kebersihan sebagai bagian dari iman. Proses perebusan, fermentasi, hingga pembungkusan dilakukan dengan memperhatikan standar higienitas agar tempe yang dihasilkan aman dikonsumsi.

Selain itu, prinsip syariah juga terlihat dalam etika bisnis. Mbah Anik menolak untuk mengurangi timbangan, melakukan kecurangan, atau menggunakan cara-cara yang merugikan konsumen. Harga produk ditetapkan dengan wajar, sesuai kualitas dan daya beli masyarakat sekitar. Prinsip shiddiq (jujur) dan amanah (dapat dipercaya) menjadi dasar dalam menjalin hubungan dengan pelanggan maupun mitra usaha.

Tidak hanya itu, aspek syariah juga diterapkan dalam hubungan kerja. Pemilik berusaha memperlakukan karyawan dengan adil, memberikan upah sesuai dengan kesepakatan, serta menciptakan suasana kerja yang harmonis. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam tentang pentingnya menjaga hak pekerja dan melaksanakan akad kerja dengan baik. Dengan begitu, usaha ini tidak hanya menghasilkan produk halal, tetapi juga mencerminkan praktik bisnis yang penuh etika dan keberkahan.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip syariah dalam Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik menjadi salah satu faktor penting yang membuat usaha ini mampu bertahan lebih dari empat dekade. Dengan menjaga integritas usaha dan mengutamakan nilai keberkahan, produk yang dihasilkan tidak hanya bernilai ekonomis, tetapi juga bernilai ibadah dan sosial.

B. Hasil Penelitian

1. Tantangan Persaingan di Era Digital

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara pelaku usaha memasarkan dan menjual produknya. Bagi *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan, kondisi ini menghadirkan sejumlah tantangan yang cukup kompleks. Meskipun usaha ini memiliki keunggulan berupa kualitas produk yang terjaga dan kepercayaan konsumen yang telah terbangun selama puluhan tahun, namun kehadiran pesaing baru yang lebih adaptif terhadap digital marketing menjadi tantangan besar. Banyak pelaku usaha serupa kini memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk memperluas jangkauan pasar, bahkan melakukan penjualan langsung melalui *marketplace*. Hal ini membuat posisi *Home Industry* Mbah Anik menjadi kurang kompetitif di mata konsumen yang lebih modern dan terbiasa berbelanja secara daring.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan dengan usaha sejenis yang sudah memanfaatkan digital

marketing. Usaha tersebut mampu menjangkau konsumen lebih luas, bahkan hingga ke luar kota Medan. Hal ini berbeda dengan Home Industry Mbah Anik yang masih mengandalkan pemasaran tradisional, seperti penjualan di pasar sekitar dan dari mulut ke mulut.

Pemilik usaha menyampaikan:

“Sekarang banyak penjual tempe yang sudah pakai media sosial, jadi pembeli bisa pesan lewat HP. Sementara kami masih jualan seperti biasa, di warung dan ke pelanggan tetap saja.”

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pola pemasaran tradisional dengan tren pemasaran digital yang berkembang pesat. Kondisi ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa digital marketing dapat memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya promosi, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Jika *home industry* tidak segera beradaptasi, maka daya saing akan semakin menurun.

Selain masalah pemasaran, tantangan lain adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang kurang menguasai teknologi, keterbatasan modal untuk berinvestasi pada promosi digital, serta ketatnya persaingan harga dengan produk konvensional yang sudah lebih dulu dikenal masyarakat.

Tabel 4. 1 Tantangan Persaingan Bisnis Usaha Bisnis Home Industry

No	Tantangan Utama	Dampak terhadap Usaha	Tingkat Urgensi
1	Minimnya pemanfaatan digital marketing	Produk kurang dikenal luas	Tinggi
2	Persaingan dengan produsen modern	Pasar semakin ketat	Tinggi
3	Keterbatasan SDM & literasi digital	Kesulitan promosi & distribusi	Sedang
4	Menjaga prinsip syariah di tengah persaingan	Strategi pemasaran lebih terbatas	Sedang

Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025

Tantangan lain adalah perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama generasi muda, yang cenderung memilih produk dengan tampilan kemasan yang menarik, praktis, dan mudah diakses melalui media online. Tempe kupas kulit Mbah Anik selama ini masih dipasarkan secara tradisional melalui pasar

dan pedagang kecil, sehingga tidak banyak terekspos di platform digital. Akibatnya, peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas menjadi terbatas. Kondisi ini semakin diperparah dengan adanya promosi agresif dari pesaing yang aktif memanfaatkan fitur iklan berbayar serta konten kreatif berbasis visual, yang membuat konsumen lebih tertarik meskipun kualitas produk belum tentu lebih baik.

Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan kemampuan literasi digital pemilik maupun karyawan juga menjadi tantangan tersendiri. Home industry ini masih dikelola dengan pola manajemen tradisional, sehingga adaptasi terhadap teknologi membutuhkan waktu, tenaga, dan biaya. Rendahnya pemahaman mengenai strategi digital marketing, seperti pengelolaan media sosial, fotografi produk, copywriting, hingga pemanfaatan e-commerce, membuat usaha ini tertinggal dibanding kompetitor. Tantangan ini semakin nyata ketika konsumen membandingkan antara produk tradisional yang kurang terekspos secara online dengan produk serupa yang aktif dipromosikan dan memiliki interaksi langsung dengan pelanggan melalui media digital.

Dari sisi prinsip syariah, tantangan juga muncul karena tidak semua strategi pemasaran digital sesuai dengan nilai-nilai kejujuran dan keterbukaan. Beberapa pesaing misalnya melakukan promosi yang berlebihan (*overclaim*) atau menawarkan diskon yang menyesatkan. Dalam hal ini, Home Industry Mbah Anik harus berhati-hati agar tetap menjaga integritas dan prinsip halal-thayyib dalam setiap aktivitas bisnisnya, meskipun di sisi lain hal ini membuat strategi digital yang diterapkan cenderung lebih terbatas dibanding kompetitor yang tidak memperhatikan prinsip syariah.

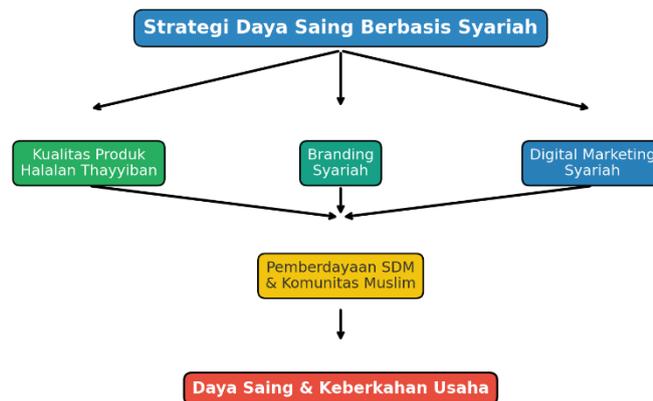
Dengan demikian, tantangan utama *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik dalam menghadapi persaingan di era digital mencakup:

- 1) Keterbatasan pemanfaatan *digital marketing* dibanding pesaing,
- 2) Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin digital dan visual-oriented,
- 3) Keterbatasan sumber daya manusia dan literasi digital dalam pengelolaan usaha, serta

- 4) Keharusan menjaga prinsip syariah dalam menghadapi praktik pemasaran modern yang sering kali tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Strategi Daya Saing Berbasis Syariah

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital, *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan perlu merumuskan strategi daya saing yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga berlandaskan pada prinsip syariah. Hal ini penting karena keunikan dari usaha ini justru terletak pada komitmen untuk menjaga kehalalan, kebersihan, serta keberkahan dalam setiap tahapan produksinya. Prinsip ini menjadi nilai diferensiasi yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus memperkuat daya saing jangka panjang.



Sumber: Hasil Observasi Lapangan, 2025

Gambar 4. 3 Strategi Pengembangan Bisnis *Home Industry* Tempe Kupas Mbah Anik

Salah satu strategi utama yang dapat diterapkan adalah meningkatkan kualitas produk secara konsisten. Dalam perspektif syariah, prinsip halalan thayyiban tidak hanya menekankan kehalalan bahan baku, tetapi juga kebersihan proses produksi, kejujuran dalam takaran, serta keterjaminan mutu. Dengan menjaga konsistensi kualitas, *Home Industry* Mbah Anik dapat mempertahankan loyalitas konsumen yang selama ini telah terbentuk. Hal ini juga sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pada ihsan (memberikan

yang terbaik) dalam setiap aktivitas. Menurut keterangan Ibu Anik selaku pemilik usaha saat diwawancarai (2025):

"Saya selalu menekankan pada kebersihan dan kejujuran dalam membuat tempe. Bagi saya, bukan hanya soal rasa enak, tetapi juga keberkahan dari Allah SWT. Kalau kualitas tetap terjaga, insyaAllah pelanggan akan percaya dan kembali lagi."

Selain itu, strategi lain adalah penguatan branding berbasis nilai syariah. Produk tempe dapat diposisikan bukan sekadar makanan sehari-hari, melainkan sebagai konsumsi yang sehat, bersih, dan penuh keberkahan. Branding ini bisa diperkuat dengan memberikan label halal, mencantumkan pesan moral Islami pada kemasan, serta menceritakan sejarah panjang usaha keluarga yang konsisten menjaga nilai-nilai Islam. Narasi ini dapat menjadi kekuatan emosional yang membedakan produk Mbah Anik dari kompetitor yang lebih modern tetapi tidak menekankan aspek spiritual dan nilai keberkahan. Seorang konsumen tetap, Bapak Hendra, juga menuturkan dalam wawancara:

"Saya lebih memilih tempe Mbah Anik karena ada rasa tenang. Kita tahu prosesnya bersih, ada label halal, bahkan di kemasannya ada pesan Islami. Rasanya berbeda dengan tempe lain yang mungkin lebih murah, tapi tidak jelas asal-usulnya."

Dari sisi pemasaran, strategi yang dapat ditempuh adalah pemanfaatan digital marketing yang sesuai dengan syariah. Media sosial dapat digunakan untuk menampilkan proses produksi yang transparan, testimoni konsumen, serta edukasi mengenai pentingnya mengonsumsi makanan halal dan thayyib. Berbeda dengan praktik pemasaran yang cenderung manipulatif, strategi digital syariah lebih menekankan pada kejujuran, keterbukaan, dan penyampaian informasi yang apa adanya. Dengan demikian, penggunaan media digital tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar, tetapi juga tetap menjaga integritas syariah.

Strategi berikutnya adalah pemberdayaan sumber daya manusia dan jejaring usaha berbasis komunitas Muslim. Pemilik usaha dapat melibatkan keluarga, tetangga, atau komunitas sekitar untuk berkontribusi dalam produksi maupun distribusi, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang adil dan saling

menguntungkan. Seorang tetangga yang ikut membantu produksi, Ibu Siti, mengungkapkan:

"Saya bersyukur bisa ikut membantu usaha ini. Selain dapat tambahan penghasilan, saya merasa dilibatkan dalam sesuatu yang bermanfaat. Bekerja bersama-sama di lingkungan ini membuat kami seperti keluarga besar."

Selain itu, kerja sama dengan koperasi syariah, lembaga zakat, maupun komunitas ekonomi Islam juga dapat membuka peluang permodalan dan pemasaran yang lebih luas tanpa harus terikat pada sistem konvensional yang bertentangan dengan prinsip syariah.

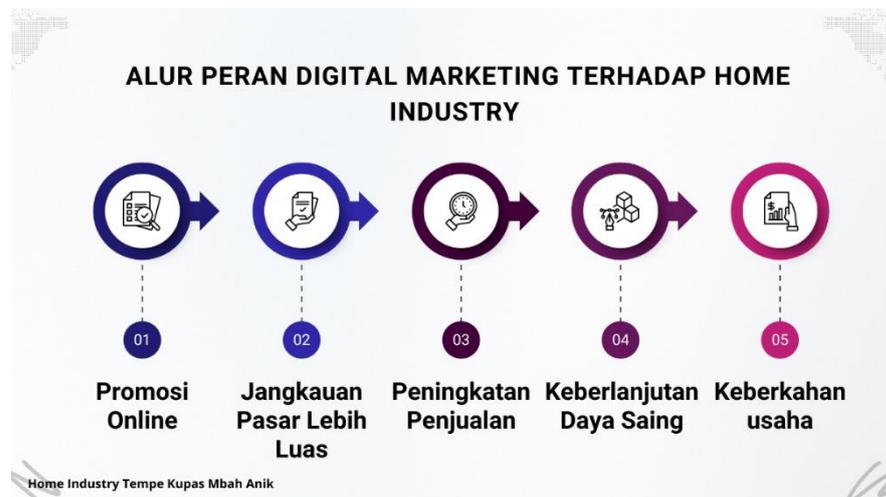
Dengan mengintegrasikan seluruh strategi tersebut, *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik tidak hanya mampu bersaing dengan usaha serupa yang lebih modern, tetapi juga menghadirkan model bisnis berbasis syariah yang memiliki nilai tambah spiritual dan sosial. Dengan demikian, keunggulan bersaing tidak hanya bertumpu pada aspek harga dan promosi, melainkan juga pada nilai keberkahan, kejujuran, dan keberlanjutan yang sesuai dengan prinsip Islam.

3. Peran Digital Marketing Bagi Home Industry Syariah

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Konsumen modern, khususnya generasi muda, semakin terbiasa menggunakan media sosial dan platform digital dalam mencari, membandingkan, serta membeli produk. Kondisi ini menjadikan digital marketing sebagai instrumen penting dalam menjaga eksistensi dan memperluas jangkauan pasar sebuah usaha, termasuk bagi home industry berbasis syariah seperti Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan.

Digital marketing berperan sebagai alat untuk memperluas jaringan pemasaran. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, usaha kecil dapat menampilkan produk dengan visual menarik dan menjangkau konsumen yang lebih luas di luar lingkungan sekitar. Bagi Mbah Anik, yang selama ini lebih mengandalkan pemasaran tradisional di pasar dan konsumen setempat, kehadiran digital marketing membuka peluang untuk memperkenalkan produknya hingga ke kalangan yang lebih modern dan *digital-oriented*.

Selain itu, digital marketing juga dapat digunakan sebagai sarana edukasi konsumen mengenai nilai syariah dalam produksi makanan. Misalnya, dengan menampilkan proses produksi tempe yang higienis, bahan baku yang halal, serta narasi kejujuran dalam pengelolaan usaha. Konten-konten semacam ini bukan hanya menjadi strategi promosi, tetapi juga membangun brand image bahwa produk Mbah Anik adalah produk yang halal-thayyib, penuh keberkahan, dan sesuai syariat Islam. Dengan demikian, digital marketing tidak sekadar memperbesar penjualan, tetapi juga memperkuat citra usaha yang berbasis nilai-nilai syariah.



Gambar 4. 4 Alur Peran Digital Marketing Terhadap Home Industry

Gambar di atas menjelaskan bagaimana digital marketing berperan penting dalam mendukung keberlangsungan bisnis Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik. Prosesnya dimulai dari Promosi Online (1), yaitu penggunaan media sosial, marketplace, maupun platform digital lain untuk memperkenalkan produk secara luas. Promosi ini kemudian menghasilkan Jangkauan Pasar yang Lebih Luas (2), karena produk tidak hanya dikenal di lingkungan sekitar, tetapi juga dapat diakses oleh konsumen di berbagai daerah.

Dengan meningkatnya jangkauan, secara langsung berdampak pada Peningkatan Penjualan (3). Penjualan yang semakin baik mendukung usaha untuk lebih stabil dalam produksi maupun distribusi. Selanjutnya, peningkatan penjualan ini memperkuat Keberlanjutan dan Daya Saing (4), karena home industry mampu bersaing dengan usaha serupa, bahkan yang sudah lebih

modern. Pada akhirnya, semua tahapan tersebut bermuara pada Keberkahan Usaha (Barakah) (5), yakni tercapainya tujuan bisnis tidak hanya dari segi materi, tetapi juga kebermanfaatan, keberlanjutan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah. Dengan demikian, digital marketing bukan hanya sekadar alat promosi, melainkan strategi penting untuk menjaga keberlangsungan sekaligus keberkahan bisnis.

Peran lain yang tidak kalah penting adalah meningkatkan interaksi dan kedekatan dengan konsumen. Melalui fitur komentar, pesan langsung, dan grup komunitas digital, pemilik usaha dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan, menerima masukan, serta menjaga loyalitas. Hal ini memberikan keuntungan kompetitif karena konsumen merasa lebih dekat dan memiliki hubungan emosional dengan brand. Bahkan, konsumen yang puas dapat menjadi agen promosi melalui word of mouth digital dengan membagikan pengalaman mereka ke jejaring yang lebih luas.

Lebih jauh, digital marketing juga memungkinkan adanya efisiensi biaya dan strategi pemasaran yang terukur. Promosi melalui media digital relatif lebih murah dibandingkan iklan konvensional seperti spanduk atau brosur, tetapi memiliki daya jangkau lebih luas. Pemilik usaha juga dapat memanfaatkan fitur analitik sederhana untuk mengetahui respons konsumen terhadap produk maupun promosi, sehingga strategi pemasaran bisa lebih tepat sasaran.

Dengan demikian, digital marketing bagi home industry syariah berperan dalam (1) memperluas jangkauan pasar, (2) memperkuat citra halal dan thayyib, (3) meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan (4) menciptakan strategi pemasaran yang lebih efisien dan terukur. Namun, pemanfaatannya tetap harus diarahkan sesuai dengan prinsip syariah, yaitu menghindari manipulasi, tidak menampilkan iklan yang menyesatkan, serta menekankan kejujuran dalam menyampaikan informasi produk.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan menghadapi sejumlah tantangan dalam

mempertahankan daya saing di era digital. Tantangan tersebut meliputi minimnya pemanfaatan digital marketing, persaingan dengan produsen modern, keterbatasan SDM serta literasi digital, hingga keharusan menjaga prinsip syariah dalam strategi pemasaran. Temuan ini sejalan dengan teori persaingan usaha yang dikemukakan oleh (Lesmana, 2024), bahwa daya saing bisnis ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap lingkungan eksternal, termasuk perkembangan teknologi dan perilaku konsumen. Dalam konteks penelitian ini, keterlambatan adaptasi digital menyebabkan posisi *Home Industry* Mbah Anik kurang kompetitif dibandingkan pesaing yang lebih responsif terhadap teknologi.

Pada aspek tantangan digitalisasi, kondisi ini memperlihatkan bahwa usaha berbasis tradisional menghadapi kesenjangan teknologi yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan pendapat (Rizkaprilisa et al., 2024) yang menyatakan bahwa transformasi digital menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan UMKM di era modern. Temuan ini juga didukung oleh penelitian (Lesmana, 2024) yang menemukan bahwa UMKM yang belum memanfaatkan digital marketing cenderung mengalami kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas dan berisiko kehilangan pelanggan muda yang lebih digital-oriented. Hal ini tampak nyata pada *Home Industry* Mbah Anik yang masih bergantung pada pemasaran konvensional di pasar tradisional.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan bahwa strategi daya saing *Home Industry* Mbah Anik justru berakar pada prinsip syariah, yang meliputi kehalalan bahan baku, kebersihan produksi, serta kejujuran dalam takaran dan mutu. Strategi ini sesuai dengan teori manajemen syariah yang menekankan pada prinsip halal dan thayyiban sebagai bentuk diferensiasi bisnis (Sinaga et al., 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Nurhayati, 2020) yang menyatakan bahwa penerapan prinsip syariah dapat meningkatkan loyalitas konsumen karena menghadirkan rasa aman, kepercayaan, dan keberkahan dalam setiap transaksi. Dalam konteks ini, *Home Industry* Mbah Anik mampu mempertahankan basis konsumennya meskipun menghadapi kompetisi yang ketat.

Pada aspek branding, penelitian ini juga menemukan bahwa penguatan citra produk berbasis nilai syariah merupakan strategi penting. Narasi mengenai sejarah

panjang usaha keluarga, keterjaminan halal, serta komitmen menjaga keberkahan menjadi nilai tambah yang tidak dimiliki kompetitor modern. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Kamil & Rilo, 2024) yang menunjukkan bahwa branding berbasis nilai Islami mampu meningkatkan emotional attachment konsumen terhadap produk. Dengan demikian, diferensiasi berbasis spiritualitas dapat menjadi strategi unggulan untuk menghadapi kompetisi pasar.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing berperan strategis dalam memperluas jangkauan pasar, memperkuat citra halal, meningkatkan interaksi konsumen, serta menciptakan efisiensi biaya promosi. Tahapan peran digital marketing yang ditemukan dalam penelitian ini, mulai dari promosi online, peningkatan jangkauan pasar, peningkatan penjualan, keberlanjutan daya saing, hingga keberkahan usaha, sesuai dengan model pemasaran digital yang dikemukakan oleh (Kamil & Rilo, 2024), yaitu bahwa digital marketing tidak hanya sekadar alat promosi, tetapi juga instrumen penting dalam membangun hubungan dengan konsumen dan menciptakan nilai tambah. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Nurhayati, 2020) yang membuktikan bahwa UMKM yang menerapkan digital marketing mengalami peningkatan penjualan hingga 30% dibandingkan yang hanya mengandalkan strategi konvensional.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa meskipun *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik menghadapi tantangan besar di era digital, penerapan strategi berbasis syariah dan pemanfaatan digital marketing yang sesuai prinsip Islam dapat menjadi jalan keluar. Konsistensi dalam menjaga kualitas produk, penguatan branding Islami, serta pemanfaatan teknologi digital secara jujur dan transparan dapat meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberkahan usaha. Kesamaan temuan ini dengan berbagai penelitian terdahulu memperkuat bahwa model pengelolaan usaha berbasis syariah relevan diterapkan oleh UMKM, khususnya dalam menghadapi perubahan pola konsumsi masyarakat modern.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai **“Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis dalam Menjalankan Bisnis Home Industry dengan Prinsip Syariah (Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan)”**, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tantangan yang dihadapi oleh Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan adalah persaingan dengan usaha sejenis yang telah mengadopsi digital marketing, keterbatasan modal dan literasi digital, serta rendahnya inovasi kemasan dan distribusi yang masih konvensional sehingga akses pasar menjadi terbatas.
2. Strategi pengembangan usaha dilakukan dengan menjaga kualitas produk sesuai prinsip *halalan thayyiban*, memperkuat branding Islami melalui label halal dan pesan moral Islami pada kemasan, serta membangun jejaring usaha berbasis komunitas Muslim melalui keterlibatan keluarga, masyarakat sekitar, koperasi syariah, dan lembaga zakat. Strategi ini mampu memperkuat daya saing sekaligus menjaga nilai keberkahan.
3. Peran digital marketing sangat penting dalam membantu Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan menghadapi perubahan pola konsumsi masyarakat. Melalui media sosial dan platform digital, usaha dapat menampilkan transparansi proses produksi, testimoni konsumen, serta edukasi tentang pentingnya konsumsi makanan halal-thayyib. Pemasaran digital berbasis syariah juga menekankan nilai kejujuran, keterbukaan, dan integritas, sehingga mampu membangun kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian **“Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis dalam Menjalankan Bisnis Home Industry dengan Prinsip Syariah:**

Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan”, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Usaha (Home Industry Mbah Anik)
 - a) Perlu meningkatkan pemanfaatan digital marketing seperti media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran.
 - b) Mempertahankan konsistensi kualitas produk dengan prinsip *halalan thayyiban* sebagai nilai utama dalam membangun kepercayaan konsumen.
 - c) Melakukan inovasi kemasan yang lebih menarik dan informatif tanpa mengurangi kesederhanaan serta nilai Islami produk.
2. Bagi Karyawan dan Masyarakat Sekitar
 - a) Diperlukan pelatihan keterampilan produksi higienis dan pemasaran digital untuk meningkatkan profesionalisme kerja.
 - b) Keterlibatan masyarakat sekitar dalam proses produksi dan distribusi perlu terus diperkuat sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.
3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung UMKM Syariah
 - a) Memberikan dukungan dalam bentuk program pelatihan literasi digital dan keuangan syariah bagi pelaku UMKM.
 - b) Menyediakan akses pembiayaan berbasis akad syariah yang mudah dijangkau oleh pelaku usaha kecil.
 - c) Memfasilitasi pameran atau bazaar UMKM halal secara berkala agar produk lokal semakin dikenal masyarakat luas.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a) Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengkaji lebih lanjut efektivitas digital marketing berbasis syariah dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan tradisional.
 - b) Perlu dilakukan penelitian komparatif dengan UMKM lain di sektor makanan halal untuk melihat perbedaan strategi dan tantangan di berbagai daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 5(2), 352–365. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9505](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9505)
- Akhyar, Y. (2023). At Tajir. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 1–8.
- Amalia, A., Butary, B. Al, Yusuf, M. A., Diliyani, M., & Andriani, S. (2021). Pelatihan Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19 Di Desa Sementara Pantai Cermin Serdang Bedagai – Provinsi Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1–7.
- Amalia, A., & Handayani. (2023). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Islami Dalam Pengelolaan Kelembagaan Pada LAZISMU Kota Medan. ... *Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 4(July), 1–23. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ebma/article/view/4484%0Ahttps://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ebma/article/download/4484/3361>
- Amsari, S., Anggara, W., & Suparmin, S. (2023). Point Of View Islam Terhadap Fenomena Celebrity Endorsement Sebagai Daya Jual Produk Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1849. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8383>
- Amsari, S., Hayati, I., & Afandi, A. (2022). Pelatihan Peningkatan Ekonomi Mustahik Melalui Program Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Pasca Pandemi Covid-19 Pada Lazismu Kota Medan. *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 974–981.
- Aswana, N., Rahman, N. A., & Khairiyah, K. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Proses Produksi UMKM Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Di Kecamatan Medan Deli. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(4), 209–217.
- Blongkod, H., & Rasjid, H. (2021). Effectiveness Of Home Industry Activities In Building The Economy Of The Community In Indonesia. *International Journal Of Management Studies And Social Science Research*, 3(6), 139–

147. [Www.Ijmsssr.Org](http://www.ijmsssr.org)

- Harjoni, & Rahmawati. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Industri Tempe Di Kota Lhokseumawe Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal At-Tijarah*, 1(2), 91–107.
- Hasanah, U., Sihotang, M. K., Munardi, B., & Hisan, K. (2021). Implementation Of Management Function In Deli Serdang Small Businesses In Marketing Muslim Products In North Sumatera. *Proceeding International Seminar On Islamic Studies Medan*, 2(1), 735–740. https://www.academia.edu/download/98970873/Pdf_223.pdf
- Hayati, I., & Utami, C. (2019). Penguatan Manajemen Keuangan Syariah Bagi UMKM Dengan Menggunakan Metode Door To Door Di Desa Kotasari. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(2), 180–191. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/Ihtiyath/article/view/1783>
- Hidayat, T., Hukum, D., Nasional, K., & Syariah, K. (2019). *Strategi Pengembangan Ekonomi Dan Keuangan Syariah Indonesia*.
- Imamsyah, I., Rafli, M., & Nurbaiti, N. (2022). Penerapan E-Business Terhadap Proses Pengembangan Home Industry Sektor Kuliner Di Kota Medan. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)*, 4(2), 71–79. <https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i2.449>
- Iqbal Irfany, M. (2022). Challenges In Developing Integrated Halal Industry In Indonesia. *Halal Tourism And Pilgrimage*, 2(1). <https://doi.org/10.58968/htp.v2i1.114>
- Itsaini, F., Rahman, T., Murni, S. R., Hai, N., Mila, D., Puli, K., Mangkok, K., Makan, R., Murni, S. R., Hai, N., Mila, D., Puli, K., Usaha, P., & Halal, S. (2024). *ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM PASCA SERTIFIKASI HALAL (STUDI PELAKU UMKM MAKANAN DAN MINUMAN) DI KABUPATEN PAMEKASAN*. 06(02), 1–9.
- Jannah, M., & Malahayati. (2024). Analisis Tantangan Dan Peluang Industri Halal Di Indonesia. *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam*, 14(2), 55–64.
- Kamil, M. A., & Rilo, M. R. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing Pada UMKM Industri Halal. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1),

- 166–177. [https://doi.org/10.25299/Syarikat.2024.Vol7\(1\).13543](https://doi.org/10.25299/Syarikat.2024.Vol7(1).13543)
- Kasus, S., & Manonjaya, C. (2024). *PERANAN HOME INDUSTRY DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT Upaya-Upaya Sangatlah Berinovasi Dalam Kreativitasnya Membuat Suatu Produk Pesat Di Karnakan Sumber Daya Alam Di Sekitarnya Sangat Relevan Untuk Home Industry : Krupuk Bawang , Berbagai Mak.* 5(1), 250–266.
- Kholik, A., Fatmasari, D., & Suharto, T. (2023). Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah. *Inkubis : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 175–186. <https://doi.org/10.59261/Inkubis.V5i1.68>
- Khotimah, K., & Ula, D. M. (2023). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Sosialisasi Aksi Sosial Donor Darah BSI Maslahat Di Wisma Mandiri Jakarta Pusat. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(11), 40–50.
- Lesmana, C. I. (2024). Strategi Pemasaran Sosial Syariah Mendorong Kemajuan Ekonomi Dan Sosial. *Iltizam : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 13–20. <https://doi.org/10.35316/Iltizam.V1i2.3973>
- Manajemen, J., Bisnis, D., & Barat, K. J. (2024). *Transformasi Digital Dan Kewirausahaan Syariah Di Era Modernitas : Peluang Dan Tantangan Dalam Ekonomi Syariah Di Indonesia.* 2(2).
- Maulida, Novita, & Siti Femilivia Aisyah. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Hukum Dan Syariah*, 6, 49–61. <https://doi.org/10.24252/El-Iqthisady.Vi.46740>
- Melianti, J. (2023). *Dampak Pemberdayaan Masyarakat Oleh Pemerintah Melalui Home Industry Di Desa Tanjung Jati Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat* (Vol. 13, Issue 1). Universitas Malikussaleh.
- Mie, S., & Kang, B. (2024). *ANALISIS MANAJEMEN BISNIS SYARIAH.* III(Mei).
- Mulyani, I., Koni, A., & Kurniawan, W. (2024). Analisis Home Industry Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 63–76. <https://doi.org/10.57171/Jesi.V3i1.117>
- Muntashir Jihad, F., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Pengembangan

- Bisnis Syariah Di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1157–1168. <https://doi.org/10.53625/Jcijurnalcakrawalailmiah.V2i3.4148>
- Norvadewi. (2015). BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif) Norvadewi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 33–46.
- Novitasari, E. (2022). *PERAN HOME INDUSTRY PEMBUATAN TEMPE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Home Industry Pembuatan Tempe Di 29 Banjarsari Kecamatan Metro Utara Kota Metro)* (Vol. 9). IAIN Metro.
- Nurhayati. (2020). *Peran Pembinaan UMKM Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Pada Rumah Kreatif BUMN BRI Cabang Semarang)* (Issue 2). UIN Walisongo Semarang.
- Puspita, G. (2022). Journal Of Hulanthalo Service Society (JHSS). *Journal Of Hulanthalo Service Society*, 2(1), 1–7.
- Rachmawati, E. N., Manik, N., Rizky, F. Al, & Syariah, P. (2025). *TITIAN RESAK KECAMATAN SIBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU*. 2(1), 68–76. <https://doi.org/10.25299/Ijtima.2024.21756>
- Rahmah, S. (2020). Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Dalam Bisnis. *Ar-Ribh : Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2). <https://doi.org/10.26618/Jei.V3i2.4253>
- Rifani, J. (2022). PERANAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM PENYERAPAN TENAGA KERJA DI KOTA AMUNTAI KAB. HSU (Studi Kasus Pada UMKM Furniture Kayu Bpk. H. Majid). *Inovatif*, 4(1), 27–34.
- Rijal, F. (2023). *Home Industry Tahu Meurandeh Alue : Analisis Strategi Pemasaran Tahu Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Konsumen Di Kecamatan Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya Menurut Ekonomi Syariah*. 0, 82–94.
- Rizkaprilisa, W., Paramastuti, R., Anggraeni, N., Hapsari, M. W., & Murti, P. D. (2024). Difficulties Experience Of Halal Product Process Assistant During Halal Certification Process. *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry* ISSN:, 4810, 159–174. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/20335>

- Santoso, S. (2022). *Integrasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Kewirausahaan Dan Pemasaran : Studi Literatur Tentang Motivasi , Pembiayaan , Dan Strategi Bisnis Berkelanjutan*. 6(2), 124–137. <https://doi.org/10.22236/Alurban>
- Sari, M., Hanum, S., & Rahmayati, R. (2022). Analisis Manajemen Resiko Dalam Penerapan Good Corporate Governance : Studi Pada Perusahaan Perbankan Di Indonesia. *Owner*, 6(2), 1540–1554. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i2.804>
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Sharzia Adewirza, & Isra Hayati. (2024). Pengaruh Penggunaan Layanan Financial Technology Terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM: Studi Kasus UMKM Kecamatan Medan Marelan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5323–5333. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i6.2711>
- Siahaan, R. N., Rialdy, N., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2024). *Manajemen Bisnis Syariah : Prinsip Dan Implementasi*. 2(4), 39–43.
- Sinaga, A. F., Lubis, A. A., Sinaga, D. L., Tinambunan, F. U., Amelia, R., Saragi, S. L., & Sitio, V. (2024). Analisis Minat Masyarakat Dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *As-Syirkah : Islamic Economics & Financial Journal*, 3, 1–16. <https://doi.org/10.56672/Assyirkah.V3i2.145>
- Soleh, A. (2015). Pertumbuhan Ekonomi Dan Kemiskinan Di Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 197–209. <https://doi.org/10.37676/Ekombis.V2i2.15>
- Subkhi Mahmasani. (2020). *View Metadata, Citation And Similar Papers At Core.Ac.Uk*. 274–282.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta (Ed.); 2nd Ed.).
- Suhandi, A. (2023). Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal Of Islamic Economics*,

1(1), 44–55. <https://doi.org/10.61553/Abjoiec.V1i1.22>

Suhartini, A., & Syariah Bengkalis Jl Poros -Sei Alam -Selatbaru -Kabupaten Bengkalis, S. (2024). *Strategi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Syari'ah: Antara Peluang Dan Tantangan*. 21(01), 364–384. <https://doi.org/10.46781/AI-Mutharahah.V21i01.823>

Talib, A., Paturochman, I. R., Ansyori, A., & ... (2024). Challenges And Opportunities In Implementing Sharia Principles In Business Management. ... *Journal Of Sharia ...*, 3(1), 1–8.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.

Wijananto, B., Basri, Y. Z., Mahfudz, A. A., & Suraji, A. (2021). Problems Of Islamic Home Financing In Indonesia: A Tahwidi String Relation (Tsr) Exposition. *Tazkia Islamic Finance And Business Review*, 14(1), 46–64. <https://doi.org/10.30993/Tifbr.V14i1.213>

LAMPIRAN

Lampiran 1**DOKUMENTASI**

Gambar 5.1 Observasi di Pabrik Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

INSTRUMEN PENELITIAN

TANTANGAN DAN STRATEGI PERKEMBANGAN BISNIS DALAM MENJALANKAN BISNIS HOME INDUSTRY DENGAN PRINSIP SYARIAH

(Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan)

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pemilik, Karyawan, dan Konsumen

Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Dengan hormat,

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersama ini saya:

Nama : **Khasanah Khairiyah**
NPM : **2101280069**
Semester : **VIII**
Fakultas : **Agama Islam**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**

Mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dengan judul "*Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis Home Industry Dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan.*"

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, serta peran digital marketing dalam mendukung daya saing Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan wawancara berikut dengan jujur sesuai kondisi sebenarnya. Semua jawaban akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Khasanah Khairiyah

NPM. 2101280069

Tabel 5. 1 Draft Wawancara di Rumah Produksi Tempe Kupas Kulit Mbah Anik

Kode	Responden	Pertanyaan Wawancara
<i>W-P1</i>	Pemilik Usaha	Sejak kapan usaha tempe kupas kulit ini berdiri dan bagaimana perkembangannya hingga sekarang?
<i>W-P2</i>	Pemilik Usaha	Apa saja tantangan yang Bapak/Ibu hadapi dalam mempertahankan usaha, terutama di era digital saat ini?
<i>W-P3</i>	Pemilik Usaha	Bagaimana Bapak/Ibu menerapkan prinsip syariah dalam proses produksi dan pemasaran?
<i>W-P4</i>	Pemilik Usaha	Apa strategi yang digunakan untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen?
<i>W-P5</i>	Pemilik Usaha	Apakah Bapak/Ibu sudah memanfaatkan digital marketing? Jika ya, bagaimana pengaruhnya terhadap usaha?
<i>W-K1</i>	Karyawan	Bagaimana sistem kerja dan pembagian tugas dalam proses produksi tempe kupas kulit?
<i>W-K2</i>	Karyawan	Apakah ada penerapan prinsip syariah seperti kejujuran, kebersihan, dan keadilan dalam pekerjaan sehari-hari?
<i>W-K3</i>	Karyawan	Menurut Bapak/Ibu, apa tantangan terbesar dalam proses produksi tempe kupas kulit?
<i>W-K4</i>	Karyawan	Bagaimana hubungan kerja antara pemilik dan karyawan, apakah ada prinsip kekeluargaan dan keadilan?
<i>W-C1</i>	Konsumen	Apa alasan Bapak/Ibu memilih produk tempe kupas kulit Mbah Anik dibandingkan produk lain?
<i>W-C2</i>	Konsumen	Apakah kualitas produk yang diterima konsisten dari waktu ke waktu?
<i>W-C3</i>	Konsumen	Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai harga, kemasan, dan rasa produk ini?
<i>W-C4</i>	Konsumen	Menurut Bapak/Ibu, apakah label halal dan narasi Islami pada produk memengaruhi keputusan pembelian?
<i>W-C5</i>	Konsumen	Apakah Bapak/Ibu pernah mengetahui produk ini melalui media sosial atau promosi digital?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK-BAN-PT/Akre-PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umstu.ac.id> fai@umstu.ac.id [f](#) umsumedan [ig](#) umsumedan [fb](#) umsumedan [yt](#) umsumedan

Bila menandatangani surat ini agar disebutkan
 Nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

16 Rajab 1446 H
 16 Januari 2024 M

Di -
 Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khasanah Khairiyah
 NPM : 2101280069
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumulatif : 3,76



Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis dalam Menjalankan Bisnis Home Industry dengan prinsip syariah : Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan			<i>[Signature]</i> 22-1-2025	<i>[Signature]</i> 1/25	<i>[Signature]</i>
2	Strategi Pemasaran Syariah untuk Peningkatan Daya Saing pada Usaha Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan	-	-	-	-	-
3	Analisis Pengaruh Elastisitas Harga Kedelai Impor dan Permintaan Pasar terhadap Keberlanjutan Bisnis Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan Dalam Perspektif Syariah	-	-	-	-	-

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

[Signature]
 Khasanah Khairiyah

Keterangan:

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk ketua/Sekretaris Program Studi yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Program Studi pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Unggah Cerdas Terpercaya
 Bisa menjangkau ke mana saja
 Nomor dan langguanya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, S.Pd., M.Si.
 Dosen Pembimbing : Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

Nama Mahasiswa : Khasanah Khairiyah
 Npm : 2101280069
 Semester : 7 (Tujuh)
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Tantangan Dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan
 Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah: Studi Kasus *Home
 Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
23 Januari 2025	Arahan pembuatan Latar belakang	Il	
7 Maret 2025	- Latar belakang masalah berantakan - Perbaiki kerangka segitiga latar belakang	Il	
14 Mei 2025	Arahan membuat BAB Ij	Il	
10 Juni 2025	- perhatikan spasi - ratakan justify	Il	
19 Juni 2025	- pinteri dosen umsu - buat ulang kerangka pemikiran	Il	
23 Juni 2025	- buat persamaan dan perbedaan peneliti terdahulu ACC.	Il	

Medan, 29 Juni 2025



Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M.Si

Pembimbing Proposal

Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/RAN-PT/Akre/PE/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Kita menyalakan surat ini agar diselesaikan
 Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Kamis, 26 Juni 2025 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Khasanah Khairiyah
 Npm : 2101280069
 Semester : 8 (Delapan)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Tantangan dan Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	1. Perbaiki Daftar isi.
Bab I	
Bab II	1. Kesimpulan setiap kutipan. 2. Perbaikan perbandingan & perbedaan penelitian terdahulu dengan yang akan dikeliti!
Bab III	1. Perbaikan gambar kerangka berfikir. 2. Perbaikan tabel jadwal penelitian
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 26-6-2025

Tim Seminar

Ketua

Dr. Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Sekretaris

Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si

Pembimbing

Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

Pembahas

Dr. Isra Hayati, S.Pd, M.Si



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK.BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari **Kamis, 26 Juni 2025** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Khasanah Khairiyah
Npm : 2101280069
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Tantangan dan Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 26 - 6 - 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Sekretaris Program Studi

Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si

Pembimbing

Alfi Amalia, S.E.I., M.E.I

Pembahas

Dr. Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Zilani, MA



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fal.umsu.ac.id> fa@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Nomor : 504/II.3/UMSU-01/F/2025
 Lamp : -
 Hal : Izin Riset

22 Muharram 1447 H
 17 Juli 2025 M

Kepada Yth :
 Mbah Anik Medan
 di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Khasanah Khairiyah
 NPM : 2101280069
 Semester : VIII
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Tantangan dan Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis Home Industry Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus Home Industry Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,

Wakil Dekan I



Pertinggal



USAHA RUMAHAN (*HOME INDUSTRY*)
TEMPE KUPAS KULIT MBAH ANIK
 Jalan Mangan I GG.Ali Lingkungan XI, Kelurahan Mabar Hilir, Kecamatan Medan
 Deli Kota Medan, Sumatera Utara

Medan, 20 Juli 2025

Nomor : 02/SK-IR/VIII/2025

Lamp : -

Hal : Izin Riset

Kepada Yth,
Pimpinan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 di

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Berdasarkan surat nomor 504/II.3/UMSU-01/F/2025 dibenarkan kepada *home industry Mbah Anik Tempe Kupas Kulit* mengenai pelaksanaan izin riset, dengan ini menyatakan bahwa mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berikut atas:

Nama : Khasanah Khairiyah

NPM : 2101280069

Diizinkan dan telah melakukan riset yang berkenaan dengan judul skripsi "Tantangan dan Strategi Perkembangan Bisnis Dalam Menjalankan Bisnis *Home Industry* Dengan Prinsip Syariah : Studi Kasus *Home Industry* Tempe Kupas Kulit Mbah Anik Medan"

Demikian surat ini kami sampaikan,atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Hormat Kami

Siti Nurhayani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Khasanah Khairiyah
 Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 10 Agustus 2002
 Alamat : Jl.Mangaan I Gg. Hj.Maryam Link.IX
 Mabar Hilir
 Email : khasanahkhairiyah15@gmail.com
 NomorTelepon : 0895385523877

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. SDIT Al-Fityan School Medan, Tahun2008-2014
2. SMPIT Al-Fityan School Medan, Tahun 2014-2017
3. MAN 1 MEDAN,Tahun2017-2020
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Tahun 2021-2025.

III. PENGALAMANORGANISASI

1. OSIS MAN 1 MEDAN(Ketua Bidang Olahraga2018-2019)
2. Panitia Acara Workshop Tari Zapin Selendang, Sergai (Desember 2023)
3. Panitia Acara Pekan Budaya Daerah Sergai (November 2023)
4. Panitia Acara Perayaan HUT ke-20 Kabupaten Sergai (7 Januari 2024)
5. Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Gusta, Dusun III Blok Gading, Kec Sunggal, Kab Deli Serdang Tahun 2024

IV. PENGALAMAN PROFESIONAL

1. Guru Mengaji di Yayasan Al- Furqan An-Nadzira(2022-2025)
2. MBKM DISPORAPARBUD Kabupaten Serdang Bedagai (2023-2024)
3. Magang Mandiri Disperindag ESDM Sumut (2024)

V. PENELITIAN DAN PUBLIKASI

1. Artikel Jurnal: "Implementasi Nilai-Nilai Syariah dalam proses Produksi UMKM Tempe Kupas Kulit Mbah Anik di Kecamatan Medan Deli"
2. Artikel Jurnal: "Strategi Penguatan UMKM dan Literasi Keuangan Syariah di Desa Tanjung Gusta melalui Promosi Digital"
3. Skripsi: "Strategi Peningkatan Penjualan Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Halal Food (Studi Kasus RM. Nurmala Baru Co Medan) "

VI. USAHA DAN KEWIRAUSAHAAN

1. Founder Dimsum Delight

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 04 September 2025



Khasanah Khairiyah