

**PENGEMBANGAN ZONA KULINER HALAL, AMAN
DAN SEHAT (KHAS) JANGKAR SANDAR
KAWASAN MEGAMAS**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Nur Afni
20241040

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MANADO
1447 H /2025 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Nur Afni

NIM 20241040

Program : Sarjana (Strata 1)

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 17 Juni 2025

Saya yang menyatakan,

Nur Afni
NIM. 20241040

PENGESAHAN REVISI

Skripsi yang berjudul “Pengembangan Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat (KHAS) Jangkar Sandar Kawasan Megamas” yang disusun oleh Nur Afni, NIM. 20241040, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada 26 Juni 2025 dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 14 Juli 2025
18 Muharram 1447 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	Dr. Syarifuddin, S.Ag, M.Ag	()
Sekretaris	Sofyan Oktavian Tubagus, ST, M.Si	()
Munaqisy I	Dr. Nugraha Hasan, M.E	()
Munaqisy II	Fitria Ayu Lestari Niu, MSA., Ak	()
Pembimbing I	Dr. Syarifuddin, S.Ag, M.Ag	()
Pembimbing II	Sofyan Oktavian Tubagus, ST, M.Si	()

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Nugraha Hasan Jan, M.Si
NIP. 197009061998032001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Melihat data tersebut bahwa jumlah penduduk Islam di Indonesia semakin meningkat, hal ini menciptakan peluang besar bagi sektor industri halal untuk terus berkembang sehingga mendapatkan keuntungan dari sektor produk halal.¹ Dalam beberapa tahun terakhir, kuliner menjadi sorotan dan daya tarik bagi para wisatawan bahkan menjadi salah satu faktor penggerak wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata kuliner halal.²

Perkembangan industri halal telah mencuri perhatian bagi banyak negara seperti Thailand, Filipina, Singapura, Australia dan Amerika Serikat tentang pentingnya produk halal dan juga ingin memiliki kesempatan untuk menjadi produsen produk halal.³ Potensi pengembangan kuliner di Indonesia sangat bagus, karena Indonesia sudah terkenal dengan negara yang memiliki banyak rempah-rempah sehingga menghasilkan kuliner dengan kaya akan cita rasa, faktor inilah kuliner menjadi salah satu bidang pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia berpendapat bahwa cakupan halal bukan hanya tentang makanan halal, tetapi sudah memuat seluruh aspek kehidupan manusia yang ada di dalamnya, sebagai seorang muslim sebelum mengkonsumsi apapun wajib untuk memastikan status hukum makanan dan minuman yang dikonsumsi.

¹International Trade Center, *From Niche to Mainstream Halal Goes Global. Trade Impact for Good, Geneva ITC Conference*, 2015.

²Jesús Claudio Pérez Gálvez And Others, 'Gastronomy As An Element Of Attraction In A Tourist Destination: The Case Of Lima, Peru', *Journal Of Ethnic Foods*, 4.4 (2017), h.61 <<https://doi.org/10.1016/J.Jef.2017.11.002>>.

³Norngainy Mohd Tawil Et Al., "An Overview Of Foodpreneur Awareness Among Small And Medium-Sized Enterprises (SME) Of Halal Certification," *Asian Social Science*, 11.21 (2015), h.91–94 <<https://doi.org/10.5539/Ass.V11n21p91>>.

Konsep produk dan makanan halal sudah menjadi perhatian di seluruh dunia baik yang beragama Muslim maupun yang non Muslim, karena konsep dari makanan halal sudah menjadi tolak ukur dalam kebersihan, kesehatan, keamanan serta kualitas suatu produk.⁴ Bagi konsumen muslim, makanan dan minuman halal yaitu ketika makanan dan minuman telah memenuhi semua syarat yang ada di dalam hukum syariah, oleh karena itu, syariah islam sangat mengutamakan makanan dan minuman halal, aman dan sehat, oleh karenanya islam sangat mengutamakan dan memperhatikan makanan dan minuman apakah itu haram, halal dan meragukan.⁵ Seperti pada penelitian yang di lakukan oleh Aziz dan Chok di Malaysia menunjukkan bahwa masyarakat non-muslim juga menginginkan produk yang halal karena sudah terjamin dengan kebersihan, kesehatan serta kualitasnya.⁶

Munculnya kuliner halal, aman, dan sehat berdampak pada pertumbuhan ekonomi melalui kuliner halal. Terkait dengan hal ini, permintaan segmen pasar terus meningkat dan berkembang terkhususnya ekonomi syariah. Halal sangat berkaitan dengan konsumsi, maka salah satu yang harus dilakukan adalah memperluas bidang kuliner yang halal, aman dan sehat. Tempat kuliner, tidak hanya menjadi tempat makan, tetapi juga berkembang menjadi tempat wisata yang dapat menarik perhatian masyarakat lokal maupun internasional.⁷

⁴Abdul Raufu Ambali And Ahmad Naqiyuddin Bakar, 'People's Awareness On Halal Foods And Products: Potential Issues For Policy-Makers', *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 121.September 2012 (2014), h.3-25 <<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>>.

⁵Muchtar Ali, 'Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal', *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16.2 (2016), h.291. <<https://doi.org/10.15408/Ajis.V16i2.4459>>.

⁶Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2012). The Role Of Halal Awareness, Halal Certification, And Marketing Components In Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims In Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal Of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), h.10.

⁷Tutut Indra Wahyuni, 'Pedoman Zona Kuliner, Halal, Aman, Dan Sehat', *Komite Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2022.

Teknologi dan informasi yang berkembang semakin pesat berdampak pada globalisasi yang meningkatkan kompetensi internasional, sehingga makanan dan minuman halal lebih mudah di dapatkan. Pada saat ini muncul trend produksi makanan halal sehingga kemungkinan besar makanan halal dapat menjadi bisnis yang menguntungkan. Teknologi dan informasi yang sudah berkembang mempermudah untuk menyebarkan tempat dan produk yang telah menyediakan produk makanan halal sehingga industri makanan halal dapat di jangkau dan bisa bersaing secara global.⁸ Menurut data laporan keadaan Ekonomi Islam Global 2023, Indonesia berada pada peringkat pertama dalam sektor industri makanan halal. Dalam hal ini, Indonesia dapat meningkatkan dan menciptakan peluang besar untuk mengembangkan industri halal.

Kota Manado merupakan salah satu Kota yang memiliki sektor pariwisata yang strategis untuk dikembangkan serta memiliki potensi yang besar dalam pengelolaan, pemasaran, dan pengembangannya. Untuk mendukung terciptanya produk halal, pemerintah telah menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan produk halal⁹, dikarenakan banyaknya peluang investasi. Kota Manado memiliki banyak bidang yang dapat dikembangkan, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, dan wisata religi. Kota Manado terkenal dengan keberagaman budaya dan agama.¹⁰ Kuliner yang ada di Kota ini tidak selamanya memenuhi standar halal, hal tersebut merupakan salah satu ciri khas yang ada di Kota ini.

⁸ Ni'mah Izati Atiko Putri And Others, 'The Potential Of Halal Food Business In Asia And Europe With Majority Of Non-Muslim Communities', *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4.1 (2021), h.2.

⁹ State Of The Global Islamic Economy Report 2023/2024

¹⁰Fitridamayanti ., Razak, Benu Olfie L. Suzana, And Gene H. M. Kapantow, 'Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara', *Agri-Sosioekonomi*, 13.1A (2017), h.277 <<https://doi.org/10.35791/Agrosoek.13.1a.2017.16180>>.

Namun, yang menarik perhatian masyarakat adalah dengan munculnya Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat) di Jangkar Sandar Kawasan Megamas. Hal tersebut dikarenakan Kota Manado merupakan Kota dengan mayoritas non-Muslim. Di Kota yang mayoritas penduduknya non-Muslim, konsep kuliner halal menjadi tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan kawasan Zona KHAS. Tantangan adalah bagaimana meyakinkan para pedagang dan konsumen bahwa kuliner halal bukan hanya untuk umat Muslim, tetapi juga menjamin kualitas, kebersihan, dan keamanan pangan bagi semua orang. Adapun peluang untuk mengembangkan Zona KHAS sebagai wisata kuliner halal yang dapat menarik perhatian bagi wisatawan Muslim, mancanegara serta masyarakat Kota Manado, karena menawarkan makanan yang halal, aman dan sehat untuk dikonsumsi. Pemerintah Indonesia, KNEKS dan para pihak yang terlibat telah mendirikan Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat) sebagai tempat bisnis kuliner.

Salah satu pusat wisata kuliner adalah jangkar sandar yang berlokasi di Kawasan Megamas Kota Manado yang banyak menarik perhatian bagi para wisatawan yang secara langsung berdekatan pantai dengan sejuta pemandangan terletak ditempat yang strategis. Usaha yang ada di Jangkar Sandar Kawasan Megamas Kota Manado tidak lepas dari dunia persaingan serta harus bisa beradaptasi dengan lingkungan eksternal dan internalnya, dimana lingkungan ini dapat berpengaruh negatif maupun positif terhadap perkembangan usaha. Persaingan yang begitu ketat dan hadirnya para pesaing-pesaing baru dalam dunia kuliner membuat Zona KHAS Jangkar Sandar harus menghadirkan inovasi-inovasi baru untuk menarik perhatian bagi para wisatawan dan masyarakat agar usaha tersebut tetap bertahan dan mampu bersaing dengan usaha yang ada di lingkungan tersebut. Maka dari itu, setiap pengelola usaha harus mampu dan bisa menganalisa setiap kondisi yang bisa memengaruhi usahanya, seperti usaha tersebut mempunyai keunggulan yang tidak dimiliki oleh usaha

lainnya, bisa menganalisa hambatan dan kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usaha tersebut. Kondisi ini membuat pengelola usaha untuk terus mengembangkan usaha menjadi lebih besar, lebih maju dan lebih banyak dimintai oleh masyarakat setempat maupun para wisatawan.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan bahwasannya permasalahan yang ada pada Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas dalam pengembangannya memiliki banyak pesaing-pesaing yang ada di wilayah tersebut, seperti rumah makan coto Makassar, rumah makan bakso Solo, rumah makan bakso Surabaya, KFC, McDonalds, dukungan dari pemerintah belum optimal dari segi fasilitas yang ada di Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas, Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas belum memenuhi syarat-syarat dari Zona KHAS terdapat pajangan seperti patung yang ada di Jangkar Sandar, dimana dalam Zona KHAS tidak diperbolehkan. Melihat permasalahan yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengembangan Zona KHAS di Jangkar Sandar. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Pengembangan Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan sehat) di Jangkar Sandar Kawasan Megamas Kota Manado untuk terus mengembangkan usahanya ditengah banyaknya pesaing yang ada. Penelitian menyajikan informasi baru yang belum ada sebelumnya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas yang telah diraikan, maka identifikasi masalah pada penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Dalam pengembangan Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas Kota Manado memiliki banyak pesaing-pesaing yang berada di Kawasan tersebut.

2. Dukungan dari pemerintah belum optimal dari segi fasilitas yang ada di Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas.
3. Zona KHAS di Jangkar Sandar Kawasan Megamas Kota Manado belum memenuhi syarat-syarat dari Zona KHAS.
4. Terdapat pajangan seperti patung yang ada di jangkar sandar, dimana dalam Zona KHAS dilarang.

C. Batasan Masalah

Penerapan batasan masalah dalam penelitian ini agar peneliti dapat melakukan penelitian lebih terarah sehingga tidak menimbulkan pelebaran pokok-pokok masalah untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Adapun batasan permasalahan dalam penelitian ini yaitu, Luas lingkup penelitian ini hanya mencakup tentang pengembangan Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas?
2. Bagaimana peluang dan tantangan dalam pengembangan Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk mendorong perkembangan Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas.
2. Untuk mengetahui peluang dan tantangan dalam pengembangan Zona KHAS Jangkar Sandar Kawasan Megamas.

F. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat akademis maupun praktis:

1. Secara Teoritis

a. Untuk Penulis

Untuk mengimplementasikan pengetahuan dan wawasan yang didapatkan selama menjadi mahasiswa dan juga meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana produk halal, sertifikat halal, kuliner halal, aman dan sehat, yang sesuai dengan prinsip syariah.

b. Untuk Akademis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam. Selain itu penelitian ini juga di harapkan dapat menjadi referensi kedepannya bagi para akademisi dalam penelitian yang sejenisnya. Penelitian ini bertujuan untuk sebagai sumber tambahan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan bagi peneliti dalam memahami pengembangan zona Khas (kuliner halal, aman dan sehat).

2. Secara praktis

a. Bagi Pedagang

Agar memahami tentang syarat-syarat produk halal yang sesuai dengan prinsip syariah dan manfaat sertifikat halal bagi produk yang dibuat agar para pelaku usaha lebih memperhatikan dan memiliki sertifikat halal.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pihak yang terkait khususnya bagi masyarakat Muslim yang bermukim di Kota Manado agar dapat mengetahui bagaimana proses produk halal, aman dan sehat yang baik.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional dicantumkan untuk memudahkan proses analisis terhadap data yang dihasilkan. Hal ini memudahkan penelitian untuk menguraikan dan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini adalah definisi operasional dalam penulisan ini:

1. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu upaya yang bertujuan untuk melakukan perbaikan secara konseptual dan teoritis sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Pengusaha memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan bisnis mereka di masa depan dengan membutuhkan bantuan berupa motivasi dan inovasi. Pengembangan diartikan sebagai suatu proses, metode dan tindakan yang bertujuan untuk mengembangkan usaha dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas suatu produk.

Berikut ini adalah beberapa indikator dalam pengembangan usaha:

- a. Peningkatan penghasilan atau pendapatan.
- b. Peningkatan jumlah pelanggan.
- c. Peningkatkan kualitas produk.
- d. Peningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).

2. Zona Kuliner Halal Aman Sehat (KHAS)

Zona KHAS merupakan proyek yang sedang dikembangkan oleh pemerintah. Zona KHAS adalah sebuah kawasan khusus yang dikembangkan untuk menyediakan produk yang telah memenuhi standar kehalalan, keamanan pangan, dan kesehatan yang bertujuan untuk memberikan jaminan kepada para konsumen terutama bagi para Muslim bahwa makanan yang dikonsumsi telah memenuhi standar kehalalan. Zona KHAS tidak hanya menjadi tempat kuliner, tetapi menjadi destinasi wisata yang menarik perhatian untuk mendukung

pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan daya tarik daerah, serta menjadi kawasan yang mendukung kesejahteraan masyarakat.

3. Jangkar Sandar

Jangkar Sandar adalah salah satu tempat populer di Kawasan Megamas Kota Manado. Tempat ini berada di tepi laut yang memberikan pemandangan yang indah. Jangkar Sandar dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai lokasi dari Zona kuliner halal, aman dan sehat untuk melakukan aktivitas penjualan. Kawasan ini mulai beroperasi pada sore hari jam 16.00 -21.00 WITA.

H. Penelitian Terdahulu

Untuk memudahkan proses analisa data yang didapatkan, maka Penelitian sebelumnya merupakan upaya peneliti untuk membandingkan dan memahami posisi riset yang sedang dijalankan pada hasil penelitian atau jurnal sebelumnya yang memiliki topik serupa yang bertujuan untuk menghindari tindakan plagiarisme dari penelitian sebelumnya serta mencari ide-ide baru untuk penelitian saat ini. Selain itu, penelitian terdahulu membantu peneliti untuk mendapatkan referensi.

1. Anas Safitri (2022) Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Saung Enggal Kota Gajah (Di Desa Rejo Basuki Kota Lampung Tengah). Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pengembangan serta hambatan yang dihadapi oleh pemilik rumah makan dalam mengembangkan usahanya.¹¹

Persamaan penelitian yang ditulis oleh Ahmad Rojali dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha dan penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kualitatif. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rojali dengan penelitian saat ini

¹¹ Anas Safitri, 'Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Saung Enggal Kota Gajah' (IAIN Metro, 2022).

yaitu terdapat pada lokasi penelitian dan fokus penelitian karena penelitian terdahulu fokus pada rumah makan sedangkan penelitian saat ini berfokus pada Wilayah Zona kuliner halal aman dan sehat.

2. Ahmad Rojali (2019) Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai. Penelitian ini membahas tentang kendala dalam pengembangan UMKM, serta untuk mengetahui proses pengembangan UMKM.¹²

Persamaan penelitian yang ditulis oleh Ahmad Rojali dengan penelitian saat ini sama-sama membahas tentang strategi pengembangan usaha. Penelitian Ahmad Rojali berbeda dengan penelitian ini karena penelitian sebelumnya difokuskan pada restoran, sedangkan penelitian ini difokuskan pada kawasan kuliner halal, aman dan sehat. Serta penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan menggunakan penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan, sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada analisis SWOT.

3. Muhammad Rico Septa Putra (2023) Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Ekonomi Islam Pada Monbeiku Palembang (2023). Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pengembangan bisnis pada monbeiku melalui media sosial dan pembahasan ini dikaitkan dengan prespektif ekonomi syariah.¹³

Kesamaan penelitian yang ditulis oleh Muhammad Rico Septa Putra dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu pada lokasi penelitian serta penelitian terdahulu menggunakan prespektif Ekonomi Syariah

¹² Ahmad Rojali, 'Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai' (UIN Sumatra Utara Medan, 2019).

¹³ Muhammad Rico Septa Putra, 'Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Ekonomi Islam Pada Monbeiku Palembang' (UIN Raden Fatah Palembang 2023).

sedangkan penelitian saat ini hanya membahas mengenai pengembangan Zona Kuliner halal aman dan sehat.

4. Tri Wangiyanti (2020) Strategi Pengembangan Usaha Olahan Nanas Muda Di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Pada penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha olahan nanas muda dalam proses pengembangan usaha dan bagaimana kondisi lingkungan internal dari usaha olahan nanas.¹⁴

Persamaan penelitian yang ditulis Tri Wulandari dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan usaha. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terdapat pada lokasi dan fokus penelitian. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada pengembangan usaha melalui strategi pemasaran sedangkan penelitian saat ini hanya berfokus bagaimana strategi dalam pengembangan Zona Kuliner halal, aman dan sehat.

5. Laila Wulandari (2021) Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan. Penelitian ini mengkaji lebih dalam mengenai strategi pengembangan dari bisnis sahara cake dan bakery dalam meningkatkan pendapatan para karyawan yang ada.¹⁵

Persamaan penelitian yang ditulis oleh Laila Wulandari dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai strategi pengembangan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu terdapat pada lokasi penelitian dan fokus penelitian, karena penelitian terdahulu berfokus bagaimana cara mengembangkan bisnis untuk meningkatkan pendapatan para karyawan, sedangkan penelitian saat ini berfokus pada pengembangan Zona Kuliner halal, aman dan sehat.

¹⁴ Tri Wangiyanti, 'Strategi Pengembangan Usaha Olahan Nanas Madu Di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang' (Universitas Negeri Semarang, 2020).

¹⁵ Laila Wulandari, 'Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan' (IAIN Metro 2021).

6. Bahrul Ulum Ilham Dirwan, Alfa Randa, Rafiqah (2023) Pengembangan UMKM terpadu berbasis Zona KHAS di Kawasan Lego-Lego Makassar. Penelitian ini membahas tentang pengembangan Zona KHAS yang ada di Lego-Lego Makassar melalui peran UMKM dan mengkaji lebih tentang bagaimana implementasi Zona KHAS yang ada di Lgo-Lego Makassar.¹⁶

Persamaan penelitian yang ditulis oleh Fera Bahrul Ulum Ilham Dirwan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan Zona KHAS. Adapun perbedaan penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian. Penelitian Bahrul Ulum Ilham Dirwan melakukan penelitian di Lego-Lego Makassar dan lebih berfokus pada implementasi Zona KHAS melalui peran UMKM, sedangkan yang peneliti teliti hanya berfokus pada Pengembangan Zona KHAS di Jangkar Sandar Kawasan Megamas.

7. Isti Fatonah, Agus Trihartono, Abubakar Eby Hara (2023) Industri Makanan Halal: Perbandingan Indonesai dan Malaysia. Penelitian ini membahas mengenai eksplorasi dan membandingkan industri makanan halal Indonesia dan Malaysia.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Isti Fatonah, Agus Trihartono, Abubakar Eby Hara dengan penelitian saat ini yaitu sama- sama membahas tentang kuliner halal. Perbedaan penelitian yaitu terletak pada tempat penelitian, dan penelitian terdahulu membahas mengenai perbandingan mengenai *halal food* antara Indonesia dan Malaysia.¹⁷

8. Dafa Murdhanian (2002) Implementasi Gastrodiplomasi Tahiland dalam mempererat hubungan dengan negara Muslim Dunia Menggunakan Halal Food. Penelitian ini membahas mengenai implementasi gastrodiplomasi

¹⁶ Bahrul Ulum Ilham And Others, 'Pengembangan UMKM Terpadu Berbasis Zona KHAS (Kuliner Halal Aman Dan Sehat) Di Kawasan Wisata Lego-Lego Makassar', *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9.2 (2023).

¹⁷ Dafa Murdhanian, " *Implementasi Gastrodiplomasi Tahiland dalam mempererat hubungan dengan negara Muslim Dunia Menggunakan Halal Food*", *Jurnal OF halal Indistry Stidoes*, 1(2), 2022, 91-100.

yang dilakukan oleh pemerintah Thailand untuk mempererat hubungan Negara Muslim dunia.¹⁸

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu mengkaji mengenai kuliner halal yang menjadi tren dimasa kini. Perbedaan penelitian saat ini dan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu mengkaji *halal food* untuk mempererat hubungan dengan Negara Muslim, sedangkan penelitian saat ini hanya membahas mengenai strategi, peluang dan tantangan.

9. Amelia Puspa Tamara, Ajeng Puspa Marinda (2023) Diploma Gastro-Makanan Halal Korea Selatan Terhadap Umat Wisatawan 2009-2022 (Studi Kasus: Wisatawan Muslim Di Korea Selatan). Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Korea Selatan untuk mengembangkan gastro diploma makanan halal terhadap wisatawan.¹⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang pengembangan kuliner halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu pada tempat penelitian, penelitian terdahulu melakukan penelitian di Korea Selatan, dan penelitian saat ini di Kota Manado.

10. Fadilla Oktavian dan Syarif Hidayat (2024) Penggunaan dan Penerimaan Aplikasi Makanan halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Korea Selatan. Penelitian ini membahas tentang aplikasi makanan halal yang paling umum digunakan oleh mahasiswa Muslim di Korea Selatan.²⁰

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu sama-sama mengenai makanan halal. Perbedaan penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terdapat pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu

¹⁸ Isti, Agus, Trihartono, "Industri Makanan Halal: Perbandingan Indonesia dan Malaysia". Jember Univesity, 2023

¹⁹ Amelia Puspa Tamara, Ajeng Puspa Marlinda, " Diploma Gastro-Makanan Halal Korea Selatan Terhadap Umat Wisatawan 2009-2022 (Studi Kasus: Wisatawan Muslim Di Korea Selatan). *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Indonesia*, 2023.

²⁰ Fadilla Oktavian dan Syarif Hidayat, " Penggunaan dan Penerimaan Aplikasi Makanan halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Korea Selatan. 2024

membahas mengenai penggunaan aplikasi makanan halal sedangkan penelitian saat ini hanya membahas mengenai pengembangan makanan halal.

11. Nurdeg Deuraseh (2020) Tinjauan Standar Pangan Halal PB24: 2007 di Negara Brunei Darussalam terhadap Mutu dan Keamanan Pangan. Penelitian ini membahas mengenai pedoman umum, aturan dan kebijakan produksi makanan halal berdasarkan standar makanan halal PB24:2007 dan kontribusinya terhadap kualitas dan keamanan pangan global.²¹

Persamaan penelitian saat ini dan penelitian terdahulu yaitu mengenai produk halal. Perbedaan penelitian saat ini dan penelitian terdahulu pada tempat penelitian dan penelitian terdahulu membahas mengenai pedoman, aturan dan kebijakan sedangkan penelitian saat ini hanya sebatas tentang pengembangan.

²¹ Nurdeg Deuraseh, " Tinjauan Standar Pangan Halal PB24: 2007 di Negara Brunei Darussalam terhadap Mutu dan Keamanan Pangan. Jurnal Internasional ICHIEH tentang Islam, Ekonomi dan indutri. 2020

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Teori Pengembangan

1. Pengertian Pengembangan usaha

Pengertian pengembangan dalam kamus besar Bahasa Indonesia adalah kata dasar dari kembang yang artinya berkembang.²²

Pengembangan adalah suatu proses yang dilaksanakan secara sadar, terarah, tersusun, teratur dan bertanggung jawab untuk memperkenalkan, menumbuhkan dan megarahkan. Pengembangan dalam pengertian umum ialah pertumbuhan, perubahan. Kegiatan pengembangan memiliki tiga (3) tahapan yaitu merencanakan, melaksanakan serta mengevaluasi yang diiringi dengan menyempurnakan sehingga didapatkan hasil yang dianggap memadai.²³

Menurut Brown dan Patrello bahwa pengembangan usaha merupakan suatu lembaga yang memproduksi barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat.²⁴ Ketika permintaan masyarakat mengenai barang dan jasa meningkat, maka perkembangan usaha juga bisa meningkat sekaligus mendapat keuntungan.

Pengembangan usaha ialah segala sesuatu yang dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekarang maupun kinerja dimasa depan memberi arahan, informasi, aturan dalam mengembangkan usaha. Usaha adalah pekerjaan yang didalamnya terdiri kegiatan produksi dan distribusi

²² Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ,(Jakarta: Balai Pustaka, 2017), h.725.

²³ Enny Widayati , Haswan Yunaz, "*Manajemen Bisnis, Dan Inovasi, Dengan Menciptakan Wirausaha Baru Dan Mandiri*" , 6.2 (2019), h.100.

²⁴ Aghnia, A. F., Ummah, R. I., Pratama, T., & Sadiqin, A. (2023) "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Produk Cokelat Almond Pada Kewirausahaan Mahasiswa'. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis Dan Sosial (Embis)*, 3 (h. 138-144).

yang membutuhkan tenaga kerja, pemikiran untuk mencapai suatu tujuan.²⁵

Pengembangan usaha merupakan tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha untuk melihat kedepannya yang harus dilakukan untuk menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala yang lebih menengah bahkan menjadi lebih besar. Wirausaha harus memiliki ide yang cemerlang agar dapat mengembangkan usahanya, seperti memiliki kreativitas dan motivasi untuk membuat usahanya dikenal di kalangan masyarakat.²⁶

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 19 menyatakan bahwa upaya yang harus dilakukan untuk mengembangkan usaha khususnya UMKM yaitu dengan cara mengembangkan sumber daya manusia dengan cara memasyarakatkan, membudayakan kewirausahaan dan membentuk serta mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, motivasi, kreativitas bisnis dan menciptakan wirausaha yang baru. Dalam Undang-undang ini menjelaskan dan mengatur tentang pengembangan usaha yang lebih teratur dan terarah melalui peningkatan produksi, mengelola, memasarkan, kreativitas dan teknologi, serta fasilitas untuk biaya dan kemitraan usaha.²⁷

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan proses untuk mendapatkan peluang dalam pertumbuhan usaha dengan memperbaiki kinerja sekarang maupun kinerja untuk pengembangan diri dan dapat berkontribusi untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang dicapai dalam perusahaan.

²⁵ Misni Saifuddin “*Strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada rumah makan purnama raya h. salsabila lebak bandung jelutung*”, (2024. h.216.

²⁶ Alya Ilham Rizky, “*Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan Pada UMKM di Kecamatan Cigugur*” (2022), h.36.

²⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah, h.11.

2. Indikator Pengembangan Usaha

Berikut ini beberapa indikator pengembangan usaha yang terdiri atas:²⁸

a. Peningkatan penghasilan atau pendapatan

Peningkatan penghasilan merupakan keahlian suatu usaha dalam menggunakan semua sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu serta bisa meningkatkan pendapatan serta usaha tersebut mengalami perkembangan yang positif.

b. Peningkatan jumlah pelanggan

Pelanggan ialah setiap individu yang memanfaatkan barang dan jasa yang ada dimasyarakat, baik untuk kebutuhan pribadi, orang lain, keluarga dan bukan untuk tujuan perdagangan. Oleh karena itu, jumlah pelanggan merujuk pada total mbeli yang bertransaksi untuk barang dan jasa yang disediakan. Dalam hal ini jika jumlah pelanggan terus meningkat berdampak pada penjualan produk yang terus menerus meningkat.

c. Peningkatkan kualitas produk

Peningkatan suatu produk berkaitan dengan pengelolaan mutu atau standar produk yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen. Dalam hal ini semakin bagus produk yang dihasilkan mengakibatkan peningkatan jumlah keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

d. Peningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia

Suatu usaha yang mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas tinggi mampu berkontribusi positif terhadap kinerja dan

²⁸ Fathorrahman, T.A, "Kajian Tentang Faktor Internal dan Eksternal Yang Mebdukung Pengembangan Usaha Produk Unggulan Lokal Sulam dan Bordir Kabupaten Malang" (2022).

keberhasilan usaha. Suatu usaha jika memiliki kualitas sumber daya manusia yang mampu bekerja secara efektif dan efisien serta memberikan kinerja yang terbaik maka membuat perusahaan merasa puas sehingga mampu mewujudkan visi dan misi perusahaan.

3. Upaya-upaya dalam pengembangan usaha

Pada pasal 14 UU mengenai usaha kecil dijelaskan bahwa pemerintah, pelaku usaha serta masyarakat berperan dalam pembinaan serta pengembangan usaha kecil dalam aspek: a. Produksi dan pengolahan, b. distribusi atau pemasaran, c. sumber daya manusia, d. Teknologi.²⁹

Dalam pasal 17 UU mengenai usaha kecil, diatur langkah-langkah untuk pembinaan dan pengembangan dalam aspek sumber daya manusia dengan langkah-langkah sebagai berikut:³⁰

- a. Mempromosikan dan membudayakan jiwa kewirausahaan.
- b. Meningkatkan kemampuan teknis dan majerial.
- c. Mendirikan dan mengembangkan institusi pendidikan, pelatihan, serta konsultan untuk usaha kecil.
- d. Menyediakan tenaga pembinaan dan konsultan bagi usaha kecil.

Dalam pasal 17 juga dijelaskan tentang menanamkan dan mengembangkan jiwa, semangat, serta jiwa kewirausahaan. Hal tersebut ditandai dengan:³¹

- a. Keinginan dan kemampuan untuk bekerja dengan semangat kemandirian.
- b. Keinginan dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah serta mengambil keputusan secara sistematis, termasuk berani dalam mengambil risiko usaha.

²⁹ UU Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang “*usaha kecil*”. h. 10

³⁰ UU Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang “*usaha kecil*”. h.11

³¹ UU Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang “*usaha kecil*”. h.12

- c. Keinginan dan kemampuan untuk bertindak dan berpikir dengan cara inovatif dan kreatif.
 - d. Keinginan dan kemampuan untuk bekerjasama dengan menerapkan etika bisnis yang sehat.
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Keberhasilan dan kegagalan dalam dunia usaha ditentukan oleh beberapa faktor. Menurut David Bang, kemajuan atau sukses dalam berbisnis tidak hanya diukur dengan seberapa keras wirausaha bekerja, melainkan dapat dilihat dengan seberapa pintar dan cerdas mereka dalam merancang dan melaksanakan strategi.

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha:³²

a. Faktor Peluang

Faktor peluang merupakan kombinasi yang ideal dan tepat antara keterampilan dalam berwirausaha dan pasar. Peluang usaha memiliki beberapa aspek diantaranya, keadaan transportasi, kondisi persaingan, lokasi usaha, dan situasi masyarakat disekitar lokasi tersebut. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut, maka faktor peluang bisa memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan usaha. Adanya peluang usaha yang bisa sesuai dengan kemampuan dengan wirausaha, pasar, dan usaha lebih mempermudah dalam pengembangan usaha.

b. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan salah satu aspek penting dan tidak bisa dipisahkan dengan organisasi dan perusahaan. Sumber daya manusia berfungsi sebagai kunci utama dalam pengembangan perusahaan. Mudijarto menyatakan bahwa sebuah bisnis dianggap berkembang jika terdapat peningkatan total pekerja pada

³² Nurpuji, Sitti Rahayu, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar* (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat).” Energies 2018.

perusahaan, sejak usaha tersebut berdiri, memiliki tenaga kerja yang berkualitas, kompeten, bisa bertanggung jawab, serta sumber daya manusia yang beroperasi sesuai dengan rencana dan sasaran yang ditetapkan.³³ Dengan demikian, sumber daya manusia memiliki kemampuan untuk membawa pengaruh pada perkembangan usaha. Dalam hal ini, semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki mampu mendukung kemajuan usaha. Oleh sebabnya keberadaan sumber daya manusia dalam perusahaan sangat penting sebagai elemen kemajuan usaha.

c. Faktor Laporan Keuangan dan Administrasi

Laporan keuangan dan administrasi yang efektif adalah salah satu elemen yang dapat memengaruhi pengembangan usaha. Dengan laporan keuangan dan pengelolaan administrasi, pengusaha bisa menetapkan kebijakan secara tepat dan terstruktur. Laporan keuangan dan administrasi yang tidak dapat dipercaya dipandang sebagai penghalang dalam memperluas usaha. Hal tersebut karena laporan keuangan dan administrasi berfungsi sebagai sumber utama bagi para calon investor untuk memberikan modal atau pinjaman.

d. Faktor Organisasi

Organisasi adalah kumpulan individu yang bekerja sama dalam meraih tujuan yang sama. Oleh sebab itu, dalam mencapai kemajuan dalam pengembangan usaha yang dijalankan, diperlukan adanya pembagian tugas yang lebih jelas dan akurat dalam struktur organisasi.

e. Faktor Perencanaan

Perencanaan bisa dipahami sebagai alat panduan dalam memudahkan pencapaian sasaran. Dalam hal ini, perencanaan

³³ Mudijarto, “Pengaruh Faktor Kemampuan Terhadap Kinerja UMKM Peserta Program PKT Di Wilayah Kebayoran Lama, Jakarta Selatan”. (Jurnal Manajemen 2020). h. 2

merupakan langkah dalam menentukan tujuan yang ingin dicapai dimasa depan.

f. Faktor Pengelolaan Usaha

Pengelolaan usaha ialah proses pengaturan serta pengelolaan aktivitas usaha yang dilakukan dengan semua jenis aktivitas dalam mencapai tujuan serta pengelola adalah elemen kunci dari perusahaan.

5. Unsur Pengembangan Usaha

Dalam pengembangan usaha ada 2 (dua) unsur yang diperhatikan dalam mengembangkan usaha. Berikut ini adalah unsur dalam pengembangan usaha:³⁴

- a. Unsur yang berasal dari dalam perusahaan (pihak internal)
 - 1) Mempunyai niat untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar dan lebih baik.
 - 2) Mengetahui teknik yang digunakan dalam memproduksi barang, seperti berapa banyak barang yang diproduksi dan apa yang digunakan agar usaha bisa berkembang.
 - 3) Membuat anggaran untuk mengetahui berapa pemasukkan dan pengeluaran produk.
- b. Unsur yang berasal dari eksternal (pihak luar)
 - 1) Mengikuti informasi mengenai perkembangan usaha dari luar usaha.
 - 2) Menghasilkan uang tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti mendapatkan pinjaman dari luar.
 - 3) Melihat, mengetahui dan mengikuti kondisi lingkungan sekitar yang baik, kondusif untuk usaha.
 - 4) Kualitas dan harga merupakan strategi yang paling umum digunakan.

³⁴ Amang, Mulyadi, *Strategi Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta, 2023).

5) Cakupan jajaran produk.

B. Strategi pengembangan Usaha

1. Definisi Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan langkah untuk menganalisis pasar yang digunakan untuk mencapai pemasaran. Strategi pengembangan usaha ialah rencana untuk menjabarkan ekspektasi perusahaan dalam berbagai aktivitas atau kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk melihat apakah produk tersebut sudah tepat sasaran dalam memasarkannya. Dalam pengembangan usaha pasti memiliki strategi-strategi untuk mengembangkan usaha agar dapat bersaing dengan usaha lainnya.³⁵

Menurut Hendro ada beberapa strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha, sebagai berikut:³⁶

a. Mengembangkan pasar dari sisi produk

Mengembangkan pasar dari sisi produknya merupakan langkah awal yang harus dilakukan, karena produk telah dikenal, sehingga persoalan tentang keuntungan dan kualitas produk sudah dikenal dipasar. Contoh mengembangkan pasar dari segi produknya yaitu dengan cara memperbanyak variasi produk, membuat produk baru yang sesuai dengan pasar yang baru, menghasilkan produk yang sesuai dengan fungsinya dan meningkatkan kualitas produk.

b. Mengembangkan pasar dari segi sistem penjualan

Harga ialah sejumlah nilai yang dibayar oleh konsumen untuk membeli produk barang atau jasa. Penentuan harga suatu produk salah satu yang menyebabkan laku dan tidak lakunya produk yang ditawarkan. Dalam strategi harga harus menentukan terlebih

³⁵ Istiqamah dan Irsyad, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis", (2022), h.370.

³⁶ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2021).

dahulu harga yang dipasarkan agar tidak menentukan harga sembarangan atau seenaknya. Strategi mengembangkan pasar dari segi penjualannya bisa dilakukan dengan, mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam seperti mengembangkan usaha sendiri, mengembangkan usaha bersama dengan orang lain, memperluas jaringan pemasaran, mengembangkan pasar dengan cara menggabungkan dengan usaha yang lain dalam satu industri.

c. Mengembangkan pasar dengan strategi integritas (menyatukan)

Dalam integritas memiliki 2 strategi pengembangan yaitu sebagai berikut:

a) Integritas vertikal (hulu ke hilir dari *flow industry*)

Integritas vertikal atau penggabungan vertikal dilakukan dengan membeli perusahaan dalam seperti konsultan, pemasok, produsen ataupun membeli perusahaan keluar menuju konsumen seperti grosir, distribusi dan gerai.

b) Integritas horizontal (antar produk, antar kategori)

Penggabungan ini melibatkan perusahaan yang melibatkan barang yang berbeda, tetapi saling mendukung dalam keberhasilan.

d. Mengembangkan pasar dengan cara sinergisme

Mengembangkan pasar melalui sinergisme dengan melakukan perjanjian kerjasama antara perusahaan satu dengan perusahaanlainnya yang mempunyai pasar berbeda dengan tujuanswap market atau pertukaran pasar untuk memperkuat usaha karena kedua memiliki keistimewaan yang berbeda.

Menurut Karyoto strategi pengembangan usaha adalah kumpulan dari tujuan, prosedur dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, komunitas serta organisasi yang bertujuan untuk menemukan peluang bisnis dipasar guna menjaga keberlangsungan

usaha dan meraih keberhasilan dalam berbisnis. Strategi tersebut mencakup tentang strategi produk, penjualan, pasar dan distribusi. Adapun penjelasan mengenai beberapa strategi dapat dilihat sebagai berikut:³⁷

a. Strategi Produk

Produk adalah hasil akhir dari proses produksi yang telah dilaksanakan Tujuan dari implementasi produk ialah untuk meraih pasar dan mencapai segmen yang sudah ditargetkan agar bisa bersaing dengan produk lainnya. Strategi produk dalam usaha bertujuan untuk peningkatan mutu suatu produk. Produk yang berkualitas ketika telah memenuhi keinginan konsumen, karena kualitas merupakan hubungan antara produsen dan konsumen. Dalam hal ini, konsumen menetapkan standar produk, sedangkan produsen berusaha untuk memenuhi serta mencapai kualitas produk selama proses produksi terjadi.³⁸

b. Strategi penjualan

Penjualan merupakan suatu aktivitas dimana pihak pembeli dan penjual bertemu disuatu tempat dan melakukan transaksi antara satu sama lain dengan cara menukar barang dan jasa atau dengan uang. Rencana penjualan dilakukan untuk memasarkan produk kepada orang lain dengan cara menawarkan dan mempromosikannya. Dalam strategi penjualan harus bisa menarik perhatian pada segmen pasar yang dituju, mempertahankan mutu produk, membangun hubungan dengan klien, menetapkan fokus pada sasaran yang dituju.³⁹

³⁷ Karyoto, Proses Pengembangan Usaha, (Batang: Karyoto, 2012).

³⁸ Septian, Zulkifka Sabir, "Strategi Pengembangan Usaha Produk HNI-HPAI di Kota Timika (Studi Kasus Usaha Milik Ibu Ayu). Jurnal Kritis Volume (2023). h.128.

³⁹ Karyoto, Proses Pengembangan Usaha, (Batang: Karyoto, 2012).

c. Strategi pasar

Strategi pemasaran adalah usaha untuk mempromosikan produk baik jasa maupun barang, melalui metode maupun cara-cara agar meningkatkan penjualan. Peran strategi pemasaran sangat penting karena memiliki fungsi untuk penentuan nilai harga, termasuk harga suatu barang dan jasa. Strategi pemasaran merupakan rencana untuk menjangkau pelanggan serta meningkatkan ketertarikan pada usaha. Dalam strategi pemasaran mempunyai indikator yang menjadi tolak ukur agar bisa mengevaluasi strategi pemasaran yang efektif yang diterapkan.⁴⁰

d. Strategi distribusi

Strategi distribusi adalah pendekatan dan cara untuk mendistribusikan produk yang dibuat kepada konsumen. Untuk meraih keuntungan dalam usaha dan juga menjaga para pelanggan yaitu dengan menerapkan cara distribusi yang efektif. Strategi distribusi penting dilakukan karena tidak semua pelanggan berada dekat dengan lokasi usaha. Untuk para konsumen yang dekat lebih terjangkau dalam berbelanja, tetapi bagi konsumen yang berada jauh dari lokasi kesulitan untuk mendapatkannya. Maka hal itu penting dilakukan distribusi karena mempermudah konsumen untuk menjangkau serta memperoleh produk tersebut.⁴¹

C. Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, Sehat)

1. Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman, Sehat)

Kemunculan zona kuliner halal, aman, sehat adalah salah satu faktor yang mendukung perkembangan perekonomian di Indonesia. Keberadaan kawasan kuliner, halal, aman, sehat dapat memberikan

⁴⁰ Karyoto, Proses Pengembangan Usaha, (Batang: Karyoto, 2012).

⁴¹ Karyoto, Proses Pengembangan Usaha, (Batang: Karyoto, 2012).

jaminan bahwa makanan dan minuman yang dikonsumsi sudah memenuhi standar kehalalan. Zona kuliner halal, aman, sehat bukan hanya menjadi tempat makan, tetapi juga menjadi tempat wisata. Zona kuliner halal, aman, sehat dikatakan sebagai zona KHAS karena memiliki area yang strategis untuk melakukan aktivitas seperti memasak, menjual makanan dan minuman yang halal sesuai dengan standar kehalalan yang sudah ditentukan.⁴²

Zona KHAS ialah tempat kawasan kuliner dengan jumlah minimal 10 kedai yang berkaitan dengan makanan sehari-hari dan didukung dengan sarana, prasarana dan infrastruktur yang memadai. Kawasan Zona KHAS harus memiliki tempat ibadah (Mushollah), ataupun dekat dengan mesjid dengan maksimum 500 meter. Bukan hanya itu, Zona KHAS harus tersedia toilet bersih yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, fasilitas untuk mencuci tangan, serta area untuk merokok.⁴³

Wakil Presiden Republik Indonesia, Ma'ruf Amin, memberikan arahan bahwa Zona KHAS menjadi tempat program prioritas Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah (KNEKS). Arahan ini disampaikan pada saat rapat pleno KNEKS pada bulan Mei 2022. Dalam mewujudkan Zona KHAS diperlukan keterkaitan antar pihak, termasuk KNEKS, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), Kementerian Kesehatan (Kemenkes).⁴⁴

Dalam penerapan Zona KHAS, para pelaku UMKM membutuhkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Fungsi NIB sendiri adalah sebagai syarat utama untuk proses pengajuan sertifikat halal. Untuk

⁴² Tutut Indra Wahyuni, *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat* (Jakarta: KNEKS, 2022), h. 4.

⁴³ KNEKS, *Insight Islamic Economy Bulletin, Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat*, (Jakarta, KNEKS, 2022), h. 4.

⁴⁴ Bahrul Ulum Ilham and Others, 'Pengembangan UMKM Terpadu Berbasis Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat) di Kawasan Wisata Lego-Lego Makassar', *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9.2 (2023), h.31.

mendapatkan sertifikat halal dilakukan oleh BPJPH yang memiliki 2 jenis pengajuan, yaitu *Self-Declare* dan reguler. *Self-Declare* sendiri adalah pernyataan status halal produk usaha mikro kecil oleh pelaku usaha, berbeda dengan *self-Deglare*, pada saat proses pengajuan sertifikasi halal reguler itu sendiri dikenakan biaya sesuai dengan ketentuan standar dan dukungan oleh Lembaga Pedamping Halal (LPH).⁴⁵

Keberadaan zona kuliner halal, aman dan sehat mempunyai tujuan yaitu:⁴⁶

- a. Untuk mewujudkan zona kuliner halal, aman, sehat bagi masyarakat.
- b. Tersedianya tempat kuliner halal, aman, sehat dengan infrastruktur yang memenuhi standar jaminan produk halal sehingga aman, sehat dan bersih untuk dikonsumsi.
- c. Terselenggaranya pengelolaan Zona kuliner halal, aman dan sehat yang memenuhi standar ketentuan jaminan produk halal yang berkelanjutan.
- d. Terwujudnya sifat dan perilaku para pengusaha kuliner, pengelolaan dan pengunjung dalam menjamin kehalalan produk, pola hidup yang sehat dan bersih.

2. Syarat Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat)

Zona kuliner halal, aman, dan sehat yang dibentuk harus memenuhi syarat dan kriteria, sebagai berikut.⁴⁷

- a. Mempunyai izin usaha sebagai kawasan kuliner yang halal, aman dan sehat.

⁴⁵ KNEKS, *Insight Islamic Economy Bulletin, Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat*, (Jakarta, KNEKS, 2022), h.5.

⁴⁶ Tutut Indra Wahyuni, *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat* (Jakarta: KNEKS, 2022), h.5.

⁴⁷ Tutut Indra Wahyuni, *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat* (Jakarta: KNEKS, 2022), h.12.

- b. Sudah memiliki pengelola dan manajemen puncak yang menjalankan usaha pengelola Zona KHAS yang telah professional.
- c. Mempunyai SDM halal, yang dimaksud SDM disini pada zona kuliner halal, aman dan sehat paling sedikit terdiri dari:
 - 1) Satu manajer atau penanggung jawab terhadap perencanaan, implementasi, evaluasi dan perbaikan sistem jaminan halal diperusahaan
 - 2) Satu penyelia halal yang memiliki peran penting dalam menjalankan proses sertifikasi produk halal diperusahaan.
- d. Proses pembuatan produk halal dilakukan ditempat yang jauh dari peternakan babi, sehingga tidak dapat menimbulkan kontaminasi terhadap karyawan dan peralatan
- e. Lokasi pembangunan Zona KHAS tidak berdekatan dengan area yang dapat menimbulkan pencemaran atau terdapat tindakan yang dapat dilakukan untuk menghilangkan dan mencegah pencemaran.
- f. Tidak menjual makanan dan minuman yang tidak memenuhi persyaratan sebagai halal
- g. Memiliki tempat ibadah (Masjid) yang dilengkapi dengan peralatan yang bersih dan baik serta tempat berwudhu, atau memiliki tempat ibadah minimal 500 meter dari tempat tersebut.
- h. Tidak menyiapkan sarana hiburan yang mengandung unsur kemusyrikan, pornografi, maksiat ataupun perbuatan yang bertentangan dengan prinsip syariah.
- i. Dalam area Zona KHAS tidak boleh ada pajangan patung yang menyerupai manusia maupun hewan untuk mempercantik kawasan.

- j. Mempunyai UMKM dengan usaha yang produktif sesuai dengan standar dari Zona KHAS serta siap dalam pendampingan legalitas usaha dan sertifikat halal bagi para pelaku usaha.

3. Kriteria Zona KHAS (Kuliner Halal, Aman dan Sehat)

Zona KHAS yang dibuat atau dikembangkan harus memenuhi kriteria sebagai berikut:⁴⁸

- a. Pemimpin harus memiliki komitmen untuk tetap menjalankan usaha Zona KHAS sesuai dengan standar dan prinsip manajemen syariah.
- b. Sebagian lokasi yang ditempatkan untuk pelaku usaha yang memiliki produk kuliner halal, aman dan sehat sedang dalam proses mendapatkan sertifikasi halal.
- c. Telah memiliki sarana dan prasarana yang terletak dalam satu tempat dengan kegiatan menghasilkan produk kuliner halal, aman dan sehat.
- d. Memiliki minimal 10 (sepuluh) pelaku usaha UMKM berupa kedai untuk kawasan yang dikhususkan bagi masyarakat umum, serta minimal 5 (Lima) pelaku UMKM untuk kawasan kuliner yang bersifat terbatas seperti kantin, rumah sakit.

4. Sarana dan prasarana Zona KHAS

Sarana dan prasarana yang ada di Zona kuliner halal, aman dan sehat yaitu:⁴⁹

- a. Terdapat Kantor pengelola Zona KHAS.
- b. Mempunyai Mushollah atau setidaknya berdekatan dengan tempat ibadah (Mesjid).
- c. Menyediakan sumber air bersih.

⁴⁸ Tutut Indra Wahyuni, *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat* (Jakarta: KNEKS, 2022), h. 14.

⁴⁹ Tutut Indra Wahyuni, *Buku Saku Pedoman Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat* (Jakarta: KNEKS, 2022), h. 15.

- d. Memiliki tempat pengolahan, tempat penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan menyajikan sesuai dengan standar ketentuan dari Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH).
- e. Memiliki tempat mengolah, menyimpan, pengemasan, mendistribusikan, menjual dan menyajikan yang sesuai dengan persyaratan higienis sanitasi pangan.
- f. Terdapat sarana dan prasarana seperti toilet yang terpisah antara wanita dan laki-laki, tempat mencuci tangan, memiliki lokasi atau area tersendiri untuk merokok.
- g. Ruang untuk beribadah/mushollah memiliki tempat wudhu serta alat perlengkapan sholat lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Megamas, Jl. Laksada John Lie No. 8, Titiwungan Selatan., Kota Manado, Sulawesi Utara. Waktu Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2025.

B. Rancangan Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana metode kualitatif ialah suatu pendekatan yang mengarahkan penelitian untuk mengeksplorasi keadaan sosial yang diteliti secara mendalam dan menyeluruh. Lexy J. Moleong berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, seperti kata-kata yang tertulis dan sikap yang diamati.⁵⁰ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab masalah yang ada dilapangan yang memerlukan pengetahuan dalam situasi serta waktu yang bersangkutan, dikerjakan secara wajar dan sesuai dengan kondisi yang ada dilapangan tanpa memanipulasi data.⁵¹ Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan strategi dalam penelitian kualitatif dengan lebih mengkaji sebuah aktivitas, kejadian, proses, individu secara mendalam dan terikat dengan tempat.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan. Data yang

⁵⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2017).

⁵¹ Nugraha Hasan, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Depok, PtT Grafindo Persada 2024).

digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, data didapatkan ketika melakukan observasi pertama kali pada tempat penelitian.

b. Data sekunder

Data sekunder pada penelitian yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung diberikan kepada peneliti, misalnya melalui orang lain. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder yaitu buku, jurnal, artikel yang berkaitan secara langsung dengan topik yang peneliti lakukan.⁵²

D. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dimana instrumen penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Berhubung instrumen dalam penelitian yaitu peneliti itu sendiri, maka dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung kelapangan dengan membawa diri sendiri untuk mengumpulkan data dan dibantu dengan pedoman wawancara yang telah disusun berdasarkan teori-teori yang digunakan dalam penelitian, alat perekam serta kamera.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data adalah langkah awal yang paling strategis dalam penelitian. Adapun tujuan utama dari penelitian ialah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti sulit untuk menemukan data yang memenuhi dengan standar data yang sudah ditetapkan.

⁵² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2017)

Penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.⁵³

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan proses pengamatan langsung dilapangan untuk mengumpulkan data tentang subjek penelitian. Peneliti ada ditempat itu untuk memperoleh bukti-bukti yang fakta. Nasution menyatakan bahwa observasi merupakan dasar ilmu pengetahuan. Observasi merupakan pengamatan fakta dan sengaja terhadap fenomena social dalam lingkungan social yang bertujuan untuk memperoleh data yang aktual.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, yaitu percakapan antara dua belah pihak yaitu pewawancara dan orang yang terwawancara. Tujuan wawancara ini untuk mengidentifikasi dan menemukan permasalahan. Peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih akurat melalui wawancara ini. Wawancara dilakukan dengan para pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara untuk memecahkan masalah secara terbuka dengan meminta narasumber untuk menyuarakan pendapat dan ide-idenya.

3. Dokumentasi

Proses pengumpulan data dan informasi berupa tulisan, buku ataupun gambar untuk mendukung penelitian disebut dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti juga mengumpulkan bukti-bukti ataupun catatan-catatan penting mengenai subjek penelitian. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data berupa rekaman suara, foto untuk mendukung hasil penelitian.

⁵³ Ridwan, Fransisca, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta, Yayasan Sahabat Alam Rafflesia, 2024).

F. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis dan pengelolaan data, data mentah yang sudah didapatkan sebelumnya menjadi berguna. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif sudah jelas. Dalam penelitian kualitatif, analisis data membantu memecahkan masalah dalam penelitian. Data tambahan diperoleh dari hasil observasi, wawancara, studi pustaka serta dokumentasi dalam penelitian ini. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu:⁵⁴

1. *Data Reduction* (Reduksi Data).

Dalam hal ini, proses reduksi data diperlukan karena data lapangan yang sangat besar harus dicatat secara cermat. Reduksi data ialah merangkum, memilih hal-hal pokok-pokok, memfokuskan hal-hal yang terpenting. Dengan demikian, data yang diperoleh memberikan gambaran yang lebih jelas dan terpercaya. Dengan adanya mereduksi data maka peneliti mampu merangkum, mengambil data yang paling penting dan data pokok pada penelitian yang dilakukan. Dalam mereduksi data peneliti menggunakan panduan dari teori dan tujuan yang dicapai. Adapun tujuan dari reduksi data dalam penelitian kualitatif adalah pada temuan.

2. *Data Display* (Penyajian Data).

Setelah data direduksi, maka yang dilakukan selanjutnya yaitu mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dengan menguraikan bagan, diagram maupun hubungan antar kategori. Dalam penelitian kualitatif yang sering digunakan dalam menyajikan data ialah teks yang bersifat naratif. Tujuan dalam penyajian data yaitu untuk memudahkan dalam memahami hal yang terjadi.

⁵⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2017).

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi).

Langkah selanjutnya dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang diteliti dan sebelumnya masih remang-remang atau gelap dan setelah diteliti menjadi jelas dan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghnia, A. F., Ummah, R. I., Pratama, T., & Sadiqin, A. (2023). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Produk Cokelat Almond Pada Kewirausahaan Mahasiswa*. Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis Dan Sosial (Embis).
- Ahmad Rojali. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima Pada Pajak Inpres Pasar 3 Kecamatan Medan Denai*. (UIN Sumatra Utara Meda).
- Ali M. (2016). *Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal*, AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah, 16.2 .
- Alya Ilham Rizky. (2022). *Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan Pada UMKM di Kecamatan Cigugur*.
- Amang, Mulyadi. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*, (Yogyakarta).
- Ambali A. A, & Bakar, N. A. (2014). *People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers*. Procedia - Social and Behavioral Sciences.
- Amelia Puspa Tamara, Ajeng Puspa Marlinda, (2023). *Diploma Gastro-Makanan Halal Korea Selatan Terhadap Umat Wisatawan 2009-2022 (Studi Kasus: Wisatawan Muslim Di Korea Selatan)*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Indonesia*
- Anas Safitri. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Saung Enggal Kota Gajah* (IAIN Metro).
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2012). *The Role Of Halal Awareness, Halal Certification, And Marketing Components In Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims In Malaysia: A Structural Equation*.
- Dapartemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (2017).
- Deuraseh N, (2020). *Tinjauan Standar Pangan Halal PB24: 2007 di Negara Brunei Darussalam terhadap Mutu dan Keamanan Pangan*. Jurnal Internasional ICHIEH tentang Islam, Ekonomi dan indutri.
- Fathorrahman, T.A. (2022). *Kajian Tentang Faktor Internal dan Eksternal Yang Mebdukung Pengembangan Usaha Produk Unggulan Lokal Sulam dan Bordir Kabupaten Malang*.
- Fitridamayanti & Razak, Benu Olfie L. Suzana & Gene H. M. Kapantow. (2017). *Strategi Pengembangan Wisata Bahari Pantai Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara*, Agri-Sosioekonomi.

- Galvez j. C. P (2017). Gastronomy As An Element Of Attraction In A Tourist Destination: The Case Of Lima, Peru', *Journal Of Ethnic Foods*, 4.4.
- Grastia, Agnes & Leonardus. (2018). Dampak Pembangunan Kawasan Megamas Manado Terhadap Kondisi Masyarakat di Kelurahan Wenang Selatan.
- Hasan N. (2024). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. (Depok, PtT Grafindo Persada).
- Hendro. (2021). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga).
- Ihlan B. U. (2023). *Pengembangan UMKM Terpadu Berbasis Zona KHAS (Kuliner Halal Aman Dan Sehat) Di Kawasan Wisata Lego-Lego Makassar'*, *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9.2.
- International Trade Center, From Niche to Mainstream Halal Goes Global. Trade Impact for Good, Geneva ITC Conference, 2015.
- Isti, Agus & Trihartono. (2023). *Industri Makanan Halal: Perbandingan Indonesia dan Malaysia*. (Jember Univesity).
- Istiqamah dan Irsyad (2022). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis.
- Karyoto. (2012). *Proses Pengembangan Usaha*, (Batang: Karyoto).
- KNEKS. (2022). *Insight Islamic Economy Bulletin, Zona Kuliner Halal, Aman dan Sehat*, (Jakarta, KNEKS).
- Kotler P & Lane K. (2009). *Manajemen Pemasaran*" Edisi 13, (Erlangga, Jakarta).
- Moleong L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya).
- Mudijarto. (2020). *Pengaruh Faktor Kemampuan Terhadap Kinerja UMKM Peserta Program PKT Di Wilayah Kebayoran Lama, Jakarta Selatan*". (*Jurnal Manajemen* 2020).
- Murdhanita Dafa. (2022). *Implementasi Gastrodiplomasi Tahiland dalam mempererat hubungan dengan negara Muslim Dunia Menggunakan Halal Food*", *Jurnal OF halal Indistry Stidoes*, 1(2).
- Nurpuji, Rahayu S. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Abu Bakar* (Studi Kasus Abu Bakar Konveksi 22 Hadimulyo Barat, Metro Pusat).
- Oktavian F dan Hidayat S. (2024). *Penggunaan dan Penerimaan Aplikasi Makanan halal di Kalangan Mahasiswa Muslim di Korea Selatan*. 2024.
- Philip K. & Keller K. (2016). *Manajemen Pemasaran*". (Erlangga: Jakarta).

- Putra M. R. S (2023). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Ekonomi Islam Pada Monbeiku Palembang'* (UIN Raden Fatah Palembang).
- Putri N. I. A. (2021). The Potential Of Halal Food Business In Asia And Europe With Majority Of Non-Muslim Communities. Al-Kharaj : *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4.1.
- Rahmawati, Al-hasby, Mardiyah. (2024). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Kinerja Karyawan.*” (Jurnal Manajemen Pendidikan islam).
- Ridwan, Fransisca. (2024). Metodologi Penelitian, (Yogyakarta, Yayasan Sahabat Alam Rafflesia).
- Saifuddin M. (2024). *Strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada rumah makan purnama raya h. salsabila lebak bandung jelutung.*
- Septian, Sabir R. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Produk HNI-HPAI di Kota Timika* (Studi Kasus Usaha Milik Ibu Ayu). Jurnal Kritis Volume.
- State Of The Global Islamic Economy Report 2023/2024
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, (Bandung, Alfabeta).
- Syarifuddin & Tubagus M & Radlyah H. J & Jamal R. (2024). *Pendampingan dan Penyuluhan Literasi Makanan Halal dan Standar Sertifikat Halal bagi Masyarakat Muslim Kelurahan Kampung Jawa Tomohon Sulawesi Utara.* Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol4, 2.
- Tawil N. M. (2025). An Overview Of Foodpreneur Awareness Among Small And Medium-Sized Enterprises (SME) Of Halal Certification,” *Asian Social Science*, 11.21 (2015). <<https://doi.org/10.5539/ass.v11n21p91>>.
- Tjiptono F. (2008). Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Andi).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah,
- UU Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang “usaha kecil”.
- Wahyuni T. I. (2022). Pedoman Zona Kuliner, Halal, Aman, Dan Sehat’, Komite Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 2022.
- Wangiyanti T. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Olahan Nanas Madu Di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang'* (Universitas Negeri Semarang).

Widayati E & Yunaz. H (2019). *Manajemen Bisnis, Dan Inovasi, Dengan Menciptakan Wirausaha Baru Dan Mandiri*, 6.2.

Wulandari L. (2021). *Strategi Pengembangan Bisnis Sahara Cake dan Bakery. Untuk Meningkatkan Pendapatan Karyawan'* (IAIN Metro

