



PENERAPAN NILAI-NILAI SYARIAH DALAM STUDI KELAYAKAN USAHA MARTABAK TELUR SEBAGAI UMKM HALAL

APPLICATION OF SHARIAH VALUES IN THE FEASIBILITY STUDY OF EGG MARTABAK BUSINESS AS A HALAL UMKM

Iche Nurjannah¹, Memey Silvia², Nelvatina³, Eci Tamara⁴

¹⁻⁴ Universitas Islam Negeri Fatah Palembang

Email: ichenurjannah@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 28-04-2025

Revised : 30-04-2025

Accepted : 02-05-2025

Published : 04-05-2025

Abstract

This study aims to examine the application of sharia values in the feasibility study of a martabak telur business as a form of micro, small, and medium enterprise (MSME) with a halal orientation. The approach used in this study includes five main aspects of business feasibility: market, technical, managerial, financial, and sharia. The results of the analysis show that the martabak telur business has a feasible and promising prospect for development, supported by high market demand and ease of production. From the sharia perspective, the application of principles such as the use of halal ingredients, honest and transparent transactions, avoidance of riba (usury), and adherence to Islamic work ethics serve as essential pillars in establishing MSMEs that are not only economically profitable but also spiritually responsible and blessed. The conclusion of this study affirms that integrating sharia values into all aspects of business can create a sustainable, competitive business model in line with the principles of Islamic economics.

Keywords: *Halal MSMEs, Business Feasibility Study, Martabak Telur*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan nilai-nilai syariah dalam studi kelayakan usaha martabak telur sebagai salah satu bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berorientasi halal. Pendekatan yang digunakan dalam kajian ini mencakup lima aspek utama studi kelayakan usaha, yaitu: aspek pasar, teknis, manajemen, keuangan, dan syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha martabak telur memiliki prospek yang layak dan potensial untuk dikembangkan, didukung oleh tingginya permintaan pasar dan kemudahan dalam proses produksi. Dari sisi syariah, penerapan prinsip seperti penggunaan bahan halal, transaksi yang jujur dan transparan, penghindaran riba, serta etika kerja Islami menjadi pilar penting dalam membentuk UMKM yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkah dan bertanggung jawab secara spiritual. Kesimpulan dari kajian ini menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai syariah dalam seluruh aspek usaha mampu menciptakan model bisnis yang berkelanjutan, kompetitif, dan selaras dengan prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci: *UMKM Halal, Studi Kelayakan Usaha, Martabak Telur*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya mengonsumsi produk halal semakin meningkat. Tidak hanya dalam sektor makanan dan minuman, tetapi juga dalam tata kelola bisnis secara menyeluruh. Hal ini mendorong pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk tidak hanya berfokus pada aspek keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai syariah dalam menjalankan usahanya. Salah satu bidang usaha yang



memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai UMKM halal adalah usaha kuliner, khususnya martabak telur.

Martabak telur merupakan makanan yang sangat populer dan memiliki permintaan pasar yang stabil, terutama di wilayah perkotaan maupun pinggiran. Kepraktisan, rasa yang khas, serta bahan yang mudah diperoleh menjadikan usaha ini menarik untuk dikembangkan. Namun, agar usaha ini dapat dikategorikan sebagai UMKM halal berbasis syariah, diperlukan pengelolaan yang tidak hanya memperhatikan aspek teknis dan finansial, tetapi juga nilai-nilai Islam dalam seluruh lini kegiatan usahanya.

Studi kelayakan usaha yang berbasis syariah tidak hanya mencakup analisis pasar, teknis, manajemen, dan keuangan semata, tetapi juga harus mengkaji kesesuaian kegiatan usaha dengan prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan produk, keadilan dalam transaksi, transparansi, penghindaran riba, serta etika bisnis Islam. Dalam konteks ini, penerapan nilai-nilai syariah menjadi instrumen penting untuk menjamin keberlanjutan dan keberkahan usaha.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian atau kajian ini menjadi penting untuk mengkaji sejauh mana nilai-nilai syariah dapat diterapkan dalam studi kelayakan usaha martabak telur dan bagaimana penerapannya dapat mendukung martabak telur sebagai UMKM halal yang tidak hanya layak secara bisnis tetapi juga sesuai dengan prinsip Islam.

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. penelitian kualitatif menjadi dominan dalam studi-studi ilmu sosial kontemporer karena kesadaran bahwa temuan-temuan pada studi-studi kualitatif lebih menjawab persoalan sebenarnya dari pada sekadar angka-angka.

Penelitian kualitatif ini menurut peneliti sangat relevan, karena bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dalam Studi Kelayakan Usaha Martabak Telur Sebagai Umkm Halal. Dan ada beberapa pertimbangan peneliti sehingga menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini, yaitu mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Moleong berikut ini:

Informan kunci dalam Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dalam Studi Kelayakan Usaha Martabak Telur Sebagai Umkm Halal yang menjadi informan kunci adalah pedagang/pemilik usaha martabak telur. Informan pendukung dalam penelitian ini yakni karyawan martabak telur.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengumpulan data kualitatif dilakukan kepada para informan dengan menggunakan pedoman wawancara sesuai dengan tujuan penelitian agar memperoleh informasi yang valid dan reliabel digunakan alat bantu perekam suara dan ditambah dengan pencatatan. Analisis data difokuskan pada pokok permasalahan yang diteliti, khususnya pada makna yang terdapat dalam wawasan dan pemahaman responden. Setelah mengumpulkan data, penulis menganalisis dan menjelaskan data tersebut. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni melalui langkah-langkah pengumpulan data, penyajian data, verifikasi serta penarikan kesimpulan.



Untuk mengatasi kelemahan tersebut, peneliti memilih triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari sumber dengan berbagai cara, metode dan berbagai waktu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Nilai-Nilai Syariah Dalam Aspek Produksi, Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia Pada Usaha Martabak Telur

Usaha martabak telur merupakan salah satu jenis usaha kuliner yang cukup populer di Indonesia. Dalam mengelola usaha ini sesuai prinsip syariah, pelaku usaha harus memperhatikan aspek-aspek bisnis yang sejalan dengan ajaran Islam, seperti kejujuran, keadilan, kebersihan, dan keberkahan. Tujuannya adalah menciptakan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga mendapat ridha Allah SWT.

1. Aspek Produksi

Penerapan Nilai Syariah:

- a. Halal dan *Thayyib*: Bahan baku yang digunakan (telur, daging, sayuran, minyak, dan bumbu) harus dipastikan halal dan dalam kondisi baik (*thayyib*), tidak kadaluarsa atau membahayakan konsumen.
- b. Kebersihan: Tempat produksi dijaga kebersihannya, baik alat masak, tempat penyimpanan, maupun lingkungan sekitar.
- c. Tidak Menimbun Bahan Pokok: Tidak melakukan penimbunan bahan saat harga murah untuk keuntungan berlebih saat harga naik (*ihtikar*), yang dilarang dalam Islam.

Penerapan nilai-nilai syariah dalam produksi meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga keberkahan usaha. Konsumen cenderung lebih loyal terhadap produk yang dijamin halal dan bersih.

2. Aspek Pemasaran

Penerapan Nilai Syariah:

- a. Kejujuran (*Shidq*)
Informasi yang disampaikan dalam promosi harus sesuai dengan kenyataan (tidak dilebih-lebihkan atau menipu).
- b. Tidak Mengandung Unsur Maksiat: Iklan dan strategi promosi tidak menggunakan musik, gambar, atau narasi yang bertentangan dengan nilai Islam.
- c. Menghindari *Gharar* (Ketidakjelasan): Produk yang dijual harus jelas ukuran, harga, dan bahan yang digunakan.

Dengan menerapkan pemasaran yang jujur dan transparan, martabak telur syariah mampu membangun citra positif dan meningkatkan nilai tambah dibanding pesaing yang hanya fokus pada keuntungan.

3. Aspek Keuangan

Penerapan Nilai Syariah:



- a. Menghindari Riba: Tidak mengambil pinjaman berbunga dari lembaga keuangan konvensional. Jika memerlukan pembiayaan, lebih baik menggunakan skema syariah seperti mudharabah atau musyarakah.
- b. Zakat dan Sedekah: Menyisihkan sebagian keuntungan untuk zakat dan sedekah sebagai bentuk tanggung jawab sosial.
- c. Transparansi: Pembukuan keuangan dilakukan secara jujur dan terbuka.

Keuangan yang dikelola sesuai syariah menjauhkan usaha dari unsur riba dan memberikan ketenangan batin serta potensi keberkahan yang lebih besar dalam usaha.

4. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Penerapan Nilai Syariah:

- a. Upah yang Adil dan Tepat Waktu: Memberikan gaji yang layak dan sesuai perjanjian, tidak menunda pembayaran.
- b. Lingkungan Kerja Islami: Mendorong pekerja untuk melaksanakan ibadah tepat waktu, menjaga akhlak dan etika kerja.
- c. Rekrutmen Berbasis Integritas: Memilih karyawan yang jujur, bertanggung jawab, dan memiliki etika kerja yang baik, tidak semata-mata karena keterampilan teknis.

Penerapan nilai syariah pada SDM menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan penuh keberkahan. Karyawan merasa dihargai dan cenderung lebih loyal terhadap usaha.

Kelayakan Usaha Martabak Telur dari Aspek Pasar, Teknis, Manajemen Keuangan, dan Syariah

Martabak telur adalah salah satu makanan jajanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan. Usaha ini termasuk dalam kategori usaha mikro atau kecil yang dapat dijalankan dengan modal relatif terjangkau, dan sangat potensial untuk berkembang terutama jika dikelola secara profesional dan sesuai prinsip syariah.

1. Aspek Pasar

Martabak Talur menawarkan martabak tahu dan telur dengan tambahan keju dan kornet, cita rasa gurih dan pedas yang menarik konsumen. Pemasaran dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram*, *official line*, dan penyebaran brosur, serta lokasi strategis di depan pasar untuk menjangkau pelanggan dengan harga bersaing.

- a. Segmentasi Pasar: Usaha martabak telur menyasar konsumen dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar, pekerja, hingga keluarga.
- b. Permintaan Pasar: Tinggi, terutama pada malam hari dan akhir pekan. Martabak telur juga sering dijadikan pilihan makanan ringan atau lauk tambahan.
- c. Persaingan: Cukup banyak, namun peluang tetap besar karena martabak adalah produk yang umum, dengan potensi diferensiasi (rasa, bahan, pelayanan).



Usaha ini layak dari aspek pasar karena permintaan yang tinggi dan terus berlanjut, serta fleksibilitas dalam variasi produk. Strategi pemasaran yang tepat dapat memperkuat posisi usaha meskipun terdapat kompetitor.

2. Aspek Teknis

Produksi dilakukan secara rumahan dengan bahan baku berkualitas dan proses yang efisien. Kebutuhan bahan per bulan meliputi tahu, telur, keju, kornet, minyak goreng, cabai, kulit lumpia, gas, dan daun bawang dengan total modal kerja sekitar Rp 2.354.000 per bulan.

- Lokasi Usaha: Bisa dilakukan di pinggir jalan strategis, depan minimarket, atau area food court.
- Kebutuhan Alat dan Bahan: Peralatan sederhana seperti wajan datar, spatula, kompor gas, serta bahan baku yang mudah didapat.
- Proses Produksi: Tidak rumit, bisa dilakukan oleh 1–2 orang dengan pelatihan singkat.
- Skalabilitas: Usaha bisa dengan mudah ditingkatkan (misalnya dengan membuka cabang atau sistem franchise).

Usaha ini layak dari sisi teknis karena mudah dijalankan, tidak memerlukan teknologi canggih, dan bisa dimulai dengan modal kecil serta tempat terbatas.

3. Aspek Manajemen

Usaha dijalankan oleh pemilik tanpa merekrut karyawan, sehingga biaya gaji hanya untuk pemilik sebesar Rp 3.500.000 per bulan. Biaya operasional lain termasuk sewa tempat, listrik, brosur, air, internet, dan transportasi sekitar Rp 540.000 per bulan.

- Struktur Organisasi: Bisa dikelola pemilik langsung dibantu oleh 1–2 karyawan.
- Pengelolaan SDM: Fokus pada kedisiplinan, kebersihan, dan pelayanan pelanggan.
- Sistem Operasional: Jam operasional disesuaikan dengan waktu ramai (umumnya sore hingga malam).
- Pencatatan: Perlu pembukuan sederhana untuk mencatat modal, pendapatan, dan pengeluaran.

Usaha martabak telur layak secara manajerial, terutama jika manajemen sederhana diterapkan secara disiplin. Untuk skala kecil, manajemen bisa dijalankan langsung oleh pemilik.

4. Aspek Keuangan

Analisis keuangan menunjukkan usaha ini layak dijalankan dengan kebutuhan modal kerja dan biaya operasional yang terjangkau. Total biaya operasional dan modal kerja memungkinkan usaha menghasilkan keuntungan yang stabil dengan prospek pengembangan usaha yang baik.

- Modal Awal: Rp 5.000.000 (peralatan, bahan awal, sewa/lapak)
- Harga Jual: Rp 15.000-Rp 25.000 per porsi
- Biaya Operasional Harian: ± Rp 150.000 (bahan baku dan operasional)
- Pendapatan Harian (estimasi): ± Rp 300.000-Rp 600.000



BEP (*Break Even Point*) bisa tercapai dalam waktu 1–2 bulan tergantung volume penjualan. Usaha ini layak secara finansial, karena margin keuntungan cukup tinggi dan modal bisa kembali dengan cepat.

5. Aspek Syariah

Meskipun data spesifik mengenai aspek syariah pada usaha martabak telur ini tidak tersedia, studi kelayakan bisnis lain di sektor makanan menunjukkan bahwa usaha yang menjalankan prinsip keadilan dalam transaksi dan tanpa unsur riba serta sesuai dengan etika bisnis Islam dapat dinyatakan layak secara syariah.

- a. Produk Halal dan Thayyib: Bahan baku halal, bersih, dan tidak membahayakan.
- b. Transaksi Transparan: Harga dan produk jelas, tidak ada penipuan.
- c. Etika Bisnis Islami: Kejujuran, tidak curang, tidak mengambil keuntungan berlebihan, serta adil terhadap pekerja.
- d. Keuangan Syariah: Menghindari riba, serta menyisihkan keuntungan untuk zakat/sedekah.

Usaha ini sangat layak secara syariah, terutama jika pengelolaan dilakukan dengan niat ibadah dan mengikuti prinsip muamalah Islam.

Mengidentifikasi Kendala dan Solusi Dalam Pengembangan Usaha Martabak Telur Sebagai UMKM Halal Berbasis Syariah

Pengembangan usaha martabak telur sebagai UMKM halal berbasis syariah memang memiliki tantangan, namun semua kendala tersebut dapat diatasi dengan strategi yang tepat, sinergi dengan lembaga keuangan syariah, edukasi berkelanjutan, dan penerapan nilai Islam secara konsisten. Usaha ini berpeluang besar menjadi ikon kuliner halal yang bukan hanya menguntungkan, tetapi juga membawa keberkahan.

1. Kendala

- a. Persaingan ketat antar pelaku usaha martabak yang sudah merata dan sulit menciptakan inovasi rasa unik.
- b. Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha dan pemasaran digital.
- c. Sulitnya mencari karyawan terampil yang sesuai standar dan pelatihan SDM yang kurang memadai.
- d. Lokasi usaha yang kurang strategis dan kurangnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi.
- e. Persepsi konsumen terhadap martabak sebagai makanan berkalori tinggi, sehingga perlu inovasi produk yang lebih sehat.
- f. Manajemen keuangan yang belum optimal dan kurangnya tekad kuat dalam berwirausaha.
- g. Tantangan penerapan prinsip syariah, seperti memastikan kehalalan bahan dan transaksi yang sesuai syariah, belum banyak dioptimalkan.



2. Solusi

- a. Mengembangkan varian martabak sehat dan inovatif dengan bahan baku lokal yang halal dan sesuai syariah untuk menarik segmen pasar baru.
- b. Memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran efektif dan efisien, seperti media sosial dan marketplace halal.
- c. Pelatihan dan pengembangan keterampilan karyawan agar kualitas produk dan layanan meningkat.
- d. Memilih lokasi strategis dan membangun kemitraan dengan pemasok lokal yang terpercaya dan halal.
- e. Menerapkan manajemen keuangan yang baik dan transparan sesuai prinsip syariah untuk menjaga keberlanjutan usaha.
- f. Meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang bisnis halal dan syariah kepada pelaku UMKM agar sesuai dengan kaidah syariah dalam produksi dan pemasaran.
- g. Dengan mengatasi kendala tersebut dan menerapkan solusi berbasis syariah, UMKM Martabak Telur dapat berkembang secara berkelanjutan dan memenuhi kebutuhan pasar halal yang terus meningkat.

KESIMPULAN

Penerapan nilai-nilai syariah dalam studi kelayakan usaha martabak telur sebagai UMKM halal menunjukkan bahwa aspek spiritual dan etika Islam dapat berjalan selaras dengan prinsip-prinsip bisnis modern. Usaha martabak telur memiliki prospek yang layak dan potensial dilihat dari berbagai aspek, yaitu pasar, teknis, manajerial, keuangan, serta syariah. Tingginya minat masyarakat terhadap makanan cepat saji yang halal memberikan peluang besar untuk mengembangkan usaha ini secara berkelanjutan.

Dari sisi syariah, penerapan prinsip-prinsip seperti kehalalan bahan baku, kejujuran dalam transaksi, kebersihan proses produksi, penghindaran riba dalam keuangan, serta perlakuan yang adil terhadap tenaga kerja menjadi elemen penting dalam menciptakan UMKM yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkah dan bertanggung jawab secara moral.

Dengan mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam setiap aspek studi kelayakan usaha, maka martabak telur dapat dikembangkan menjadi model usaha halal yang profesional dan amanah, serta menjadi bagian dari penguatan ekonomi umat yang berbasis nilai-nilai Islam.

Saran

Bagi pelaku usaha: disarankan untuk secara aktif menerapkan prinsip syariah dalam seluruh aktivitas usaha, mulai dari pemilihan bahan baku halal, proses produksi yang bersih, hingga transaksi yang jujur dan adil.

Bagi pemerintah dan lembaga pendukung: pemerintah daerah dan lembaga keuangan syariah sebaiknya memperkuat dukungan terhadap umkm halal melalui pelatihan, akses pembiayaan bebas riba, serta pendampingan menuju sertifikasi halal.



Bagi peneliti dan akademisi: disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan terkait pengaruh penerapan nilai-nilai syariah terhadap keberhasilan dan daya saing umkm halal di berbagai sektor.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R. (2015). *Manajemen Bisnis Syariah: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arsyad, L. (2017). *Ekonomi Islam dan Pembangunan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Badriyah, M. & Nugraha, A. (2019). *Studi Kelayakan Usaha untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). (2018). *Pedoman Umum Sertifikasi Halal Produk*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia.
- Hassan, M.K. & Rahman, A.R. (2017). *Islamic Economics and Finance: A Glossary*. London: Edward Elgar Publishing.
- Murtaza, A. & Hidayat, R. (2020). *Penerapan Prinsip Syariah dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jurnal Ekonomi Syariah, 12(3), 45-57.
- Muhammad, A. (2015). *Fiqh Muamalah: Perspektif Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rachmawati, S. & Dwi, H. (2021). *Analisis Kelayakan Usaha pada UMKM: Pendekatan Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, 8(2), 112-126.
- Tariq, M. & Fatah, I. (2018). *Keuangan Mikro Syariah untuk UMKM: Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yunus, M. (2016). *Teori dan Praktek Bisnis Syariah dalam UMKM*. Jakarta: Kencana.