

Website: <https://jurnalpelitanegribelantaraya.com/index.php/JPPM>

Naskah Masuk	Direvisi	Diterbitkan
14-02-2026	21-05-2026	01-06-2026

Pendampingan Produksi Kerupuk Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Di Desa Terusan Kec. Maro Sebo Ilir, Kab. Batang Hari, Jambi

Arya Ramadhanu

Universitas Islam Batang Hari, Jambi
aryaramadhanu66@gmail.com

Milda Ariska

Universitas Islam Batang Hari, Jambi
mildaariska21@gmail.com

Robby Arya Sandika

Universitas Islam Batang Hari, Jambi
robbyaryasandika@gmail.com

Sonia Asrika

Universitas Islam Batang Hari, Jambi
soniaasrika5198@gmail.com

Mahdayeni

Universitas Islam Batang Hari, Jambi
laangelina99@gmail.com**Abstract**

This article describes the implementation of Community Service activities in the form of "Cracker Production Assistance as an Effort to Empower MSMEs in Terusan Village from an Islamic Economic Perspective" conducted on January 6, 2026, at the home-based cracker business owned by Mrs. Miatun in RT 6, Terusan Village, by Islamic Economics students from Universitas Islam Batang Hari. This activity aims to improve family economy and income, empower MSMEs to be more productive and competitive, encourage product innovation, utilize local potential, and enhance technical skills in production, packaging, and marketing. The activity results showed significant improvement in production quality, product innovation with three new variants (garlic crackers, fish crackers, and spicy cassava crackers), understanding of Islamic economic principles in business (halal production, fair pricing, business zakat), and increased marketing reach through online platforms. Analysis using Islamic Economic Empowerment Theory and MSME Development Theory confirmed that business assistance based on Islamic values is very effective in improving business sustainability. This activity recommends continuous mentoring, formation of MSME groups based on Islamic cooperation (ta'awun), and integration of halal certification for product development.

Keywords: Community Service, MSME Empowerment, Cracker Production, Islamic Economics, Business Assistance

Abstrak

Artikel ini mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa "Pendampingan Produksi Kerupuk sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM Desa Terusan dalam Perspektif Ekonomi Syariah" yang dilaksanakan pada 6 Januari 2026 di usaha kerupuk rumahan milik Ibu Miatun di RT 6 Desa Terusan oleh mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Batang Hari. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan perekonomian dan pendapatan keluarga, memberdayakan UMKM agar lebih produktif dan berdaya saing, mendorong inovasi produk, memanfaatkan potensi lokal, dan meningkatkan keterampilan teknis dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas produksi, inovasi produk dengan tiga varian baru (kerupuk bawang, kerupuk ikan, dan kerupuk pedas), pemahaman tentang prinsip ekonomi

syariah dalam usaha (produksi halal, penetapan harga yang adil, zakat usaha), serta peningkatan jangkauan pemasaran melalui platform online. Analisis menggunakan Teori Pemberdayaan Ekonomi Islam dan Teori Pengembangan UMKM mengonfirmasi bahwa pendampingan usaha berbasis nilai-nilai Islam sangat efektif dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. Kegiatan ini merekomendasikan pendampingan berkelanjutan, pembentukan kelompok UMKM berbasis kerjasama Islam (ta'awun), dan integrasi sertifikasi halal untuk pengembangan produk.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Pemberdayaan UMKM, Produksi Kerupuk, Ekonomi Syariah, Pendampingan Usaha

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2025 mencatat bahwa UMKM menyumbang 61,07% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja. (Kemenkop UKM, Perkembangan Data UMKM dan UKM Besar Tahun 2020-2025.¹ Di tingkat desa, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi kerakyatan yang memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, UMKM di pedesaan sering menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas produk, minimnya inovasi, dan lemahnya strategi pemasaran. Dalam perspektif ekonomi syariah, pemberdayaan UMKM bukan sekadar aktivitas bisnis tetapi juga merupakan implementasi nilai-nilai Islam seperti ta'awun (tolong-menolong), ihsan (berbuat baik), dan maslahat (kemaslahatan umat).²

Berdasarkan observasi awal mahasiswa KKN Program Studi Ekonomi Syariah di Desa Terusan, ditemukan potensi besar pada usaha kerupuk rumahan yang dikelola oleh Ibu Miatun di RT 6. Usaha ini telah berjalan selama 5 tahun dan menjadi sumber penghasilan utama keluarga. Namun, beberapa permasalahan ditemukan: Pertama, produksi masih dilakukan secara tradisional dengan peralatan sederhana yang membatasi kapasitas produksi. Kedua, produk yang dihasilkan hanya satu varian sehingga kurang menarik minat pasar yang lebih luas. Ketiga, kemasan produk masih sangat sederhana tanpa label yang jelas, sehingga sulit bersaing dengan produk pabrik. Keempat, pemasaran hanya dilakukan secara konvensional di pasar lokal dengan harga jual yang rendah karena tidak ada nilai tambah pada produk. Kelima, belum ada pemahaman tentang pengelolaan usaha berbasis prinsip syariah seperti pencatatan keuangan yang baik, penetapan harga yang adil, dan kewajiban zakat usaha. Kondisi ini mendorong mahasiswa KKN untuk melakukan pendampingan usaha yang tidak hanya fokus pada aspek teknis produksi tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi syariah dalam pengelolaan usaha.

¹ Kementerian Koperasi dan UKM. (2025). *Perkembangan Data UMKM dan UKM Besar Tahun 2020-2025*. Jakarta: Kemenkop UKM.

² Hakim, Abdul. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islami*. Yogyakarta: BPFE.

Kegiatan PkM ini bertujuan untuk: Pertama, meningkatkan perekonomian dan pendapatan keluarga dengan memberikan sumber penghasilan tambahan yang lebih stabil dan berkelanjutan. Kedua, memberdayakan UMKM agar lebih produktif dan berdaya saing melalui peningkatan kualitas produk dan efisiensi produksi. Ketiga, mendorong inovasi produk dengan menciptakan varian kerupuk baru seperti kerupuk bawang, kerupuk ikan, dan kerupuk pedas untuk meningkatkan nilai jual dan minat konsumen. Keempat, memanfaatkan potensi lokal dengan mengolah hasil pertanian dan potensi desa setempat menjadi produk olahan bernilai ekonomis tinggi. Kelima, meningkatkan keterampilan melalui pelatihan teknis mengenai cara pembuatan, pengemasan, dan pemasaran produk kerupuk agar kualitasnya lebih baik. Keenam, mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengelolaan usaha seperti produksi halal dan thayyib, penetapan harga yang adil (tidak zalim), transparansi dalam transaksi, dan kesadaran tentang zakat usaha. Melalui kegiatan ini, diharapkan tercipta UMKM yang tidak hanya produktif secara ekonomi tetapi juga berkah secara spiritual karena dijalankan sesuai tuntunan syariat Islam.

Kegiatan pendampingan dilaksanakan dengan metode partisipatif yang melibatkan pelatihan teknis produksi, inovasi produk, desain kemasan, strategi pemasaran digital, dan edukasi prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis. Materi difokuskan pada peningkatan kualitas produksi dengan standar higienis, diversifikasi produk untuk memperluas pasar, branding dan packaging yang menarik, pemasaran online melalui media sosial dan marketplace, serta pengelolaan keuangan usaha berbasis syariah. Kegiatan ini dianalisis menggunakan Teori Pemberdayaan Ekonomi Islam yang menekankan pentingnya kemandirian ekonomi umat berbasis nilai-nilai tauhid, keadilan, dan maslahat, serta Teori Pengembangan UMKM yang menjelaskan faktor-faktor kunci keberhasilan usaha kecil dalam meningkatkan daya saing untuk memberikan landasan akademis yang kuat dalam memahami efektivitas pendampingan usaha berbasis nilai Islam.

Metode

Penelitian ini disusun berdasarkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif melalui pendampingan usaha (business mentoring). Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses transformasi usaha kerupuk rumahan menjadi UMKM yang lebih produktif dan berdaya saing dengan integrasi nilai-nilai ekonomi syariah. Kegiatan dilaksanakan pada 6 Januari 2026 di lokasi usaha kerupuk milik Ibu Harika di RT 6 Desa Terusan dengan fokus pada peningkatan kapasitas produksi, inovasi produk, dan pengelolaan usaha berbasis syariah.

Prosedur pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahap utama. Pertama, tahap persiapan yang mencakup survei awal untuk mengidentifikasi kondisi usaha, potensi pengembangan, dan kendala yang dihadapi melalui wawancara mendalam dengan Ibu Harika dan observasi proses produksi, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk menentukan strategi pengembangan

yang tepat, penyusunan modul pelatihan yang mencakup aspek teknis produksi, inovasi produk, packaging, marketing, dan prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis, serta persiapan alat dan bahan untuk inovasi produk seperti bahan baku untuk varian baru, desain kemasan, dan materi edukasi tentang halal production.

Kedua, tahap pelaksanaan berupa kegiatan pendampingan intensif yang dilakukan selama satu hari penuh dengan metode pelatihan teknis produksi yang mencakup standar higienis dalam pengolahan makanan, teknik penggorengan yang menghasilkan kerupuk renyah dan tidak mudah melempem, serta penggunaan bahan pengawet alami yang halal, workshop inovasi produk dengan praktik langsung pembuatan tiga varian baru yaitu kerupuk bawang dengan rempah khas, kerupuk ikan dari ikan lokal, dan kerupuk singkong pedas, desain packaging yang menarik dengan pembuatan label produk yang informatif mencantumkan nama produk, komposisi, tanggal produksi, dan informasi halal, serta pelatihan pemasaran digital melalui pembuatan akun media sosial untuk promosi, fotografi produk yang menarik, dan strategi content marketing untuk meningkatkan engagement. Selain itu, dilakukan edukasi ekonomi syariah dalam berbisnis yang mencakup konsep produksi halal dan thayyib (baik dan berkualitas), prinsip penetapan harga yang adil (tidak terlalu murah merugikan produsen, tidak terlalu mahal memberatkan konsumen), transparansi dalam transaksi (menghindari tadelis atau penipuan), dan kesadaran tentang zakat usaha sebagai bentuk pembersihan harta.

Ketiga, tahap evaluasi dan monitoring yang dilakukan melalui pengamatan partisipatif terhadap perubahan kualitas produk dan proses produksi, dokumentasi foto dan video kegiatan sebagai bukti pelaksanaan dan pembelajaran, wawancara pasca-pelatihan dengan Ibu Harika tentang manfaat dan rencana pengembangan usaha, serta monitoring berkelanjutan melalui komunikasi online untuk memastikan keberlanjutan implementasi.

Data dikumpulkan melalui observasi langsung proses produksi sebelum dan sesudah pendampingan, dokumentasi visual berupa foto dan video proses pelatihan dan hasil produk, wawancara mendalam dengan pelaku usaha tentang perubahan yang dirasakan, catatan lapangan dari fasilitator tentang respon dan antusiasme peserta, serta data penjualan dan feedback konsumen setelah produk baru diluncurkan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengaitkan temuan lapangan dengan Teori Pemberdayaan Ekonomi Islam yang dikemukakan oleh Qardhawi tentang konsep tazkiyah (pembersihan) dan tanmiyah (pembangunan) dalam ekonomi Islam, di mana pemberdayaan UMKM harus mencakup aspek spiritual (kehalalan, kejujuran) dan material (peningkatan pendapatan), serta Teori Pengembangan UMKM dari Tambunan yang menekankan pentingnya akses terhadap teknologi, pasar, dan modal untuk keberhasilan UMKM.³

³ Qardhawi, Yusuf. (2021). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.

Hasil dan Pembahasan

Kondisi Awal Usaha dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan, pembahasan hasil kegiatan PkM ini mengintegrasikan temuan dari observasi langsung, wawancara dengan pelaku usaha, dan analisis literatur tentang pemberdayaan UMKM dalam perspektif ekonomi syariah. Pada tahap awal, tim pendamping melakukan assessment mendalam terhadap kondisi usaha kerupuk Ibu Miatun untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi.

Temuan kondisi awal menunjukkan bahwa usaha kerupuk ini memiliki potensi besar namun belum dikelola secara optimal. Ibu Miatun, seorang ibu rumah tangga berusia 42 tahun dengan dua anak, telah menjalankan usaha kerupuk selama 5 tahun. Usaha ini dimulai dari kebutuhan untuk menambah penghasilan keluarga setelah suaminya yang bekerja sebagai buruh tani mengalami penurunan pendapatan. Modal awal sebesar Rp 200.000 diperoleh dari tabungan pribadi untuk membeli bahan baku dan peralatan sederhana. Produksi dilakukan di dapur rumah dengan kapasitas 5-7 kg kerupuk mentah per hari yang dijual di pasar tradisional Desa Terusan dengan harga Rp 15.000 per kg. Pendapatan bersih rata-rata Rp 1.200.000 per bulan, cukup untuk membantu ekonomi keluarga namun belum optimal.⁴

Dari segi produksi, ditemukan beberapa kelemahan: proses pencampuran bahan masih manual tanpa takaran yang presisi sehingga kualitas kadang tidak konsisten, penggorengan menggunakan kompor minyak tanah dengan wajan besar yang kurang efisien dan menghasilkan kerupuk dengan tingkat kerenyahan yang bervariasi, penjemuran dilakukan di halaman rumah yang tergantung cuaca sehingga saat musim hujan produksi terhambat, serta belum ada pemisahan area produksi dengan area domestik yang dapat mempengaruhi aspek higienis. Dari segi produk, hanya tersedia satu varian original tanpa variasi rasa yang membuat produk kurang menarik bagi konsumen yang menginginkan pilihan, bahan baku kadang sulit didapat saat musim tertentu namun tidak ada alternatif bahan lain, serta belum ada *value added* seperti bumbu rempah atau campuran bahan lain yang bisa meningkatkan nilai jual.⁵

Dari segi packaging dan branding, produk dikemas menggunakan plastik bening biasa tanpa label atau informasi apapun, tidak ada nama brand sehingga konsumen hanya mengenal sebagai “kerupuk Ibu Miatun”, serta tidak ada informasi komposisi, tanggal produksi, atau masa kadaluarsa yang sebenarnya penting untuk kepercayaan konsumen. Dari segi pemasaran, penjualan hanya dilakukan di pasar tradisional dengan sistem titip ke pedagang sayur yang memberikan margin sangat kecil, belum memanfaatkan media sosial atau platform online padahal potensi pasar sangat besar, serta harga jual rendah (Rp 15.000/kg) karena tidak ada diferensiasi produk. Yang paling krusial, dari

⁴ Widodo, Heri. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

⁵ Supriyanto. (2022). *Manajemen UMKM: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.

perspektif ekonomi syariah, belum ada kesadaran tentang pentingnya aspek kehalalan produk secara komprehensif (tidak hanya bahan baku tetapi juga proses), penetapan harga masih ikut pasaran tanpa perhitungan cost yang jelas sehingga kadang merugikan diri sendiri, belum ada pencatatan keuangan yang terpisah antara uang usaha dan uang pribadi, serta belum ada kesadaran tentang kewajiban mengeluarkan zakat dari hasil usaha.

Implementasi Pelatihan Teknis dan Inovasi Produk

Setelah identifikasi masalah, tim pendamping melaksanakan serangkaian pelatihan teknis yang dirancang untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang ditemukan. Pelatihan dimulai dengan workshop tentang standar higienis dalam produksi makanan. Ibu Miatun dan satu orang asistennya (putri sulungnya yang berusia 20 tahun) diajarkan tentang pentingnya sanitasi dalam produksi makanan halal dan thayyib, tidak cukup bahan bakunya halal tetapi proses produksi juga harus bersih dan sehat. Mereka dilatih untuk mencuci tangan dengan sabun sebelum mulai produksi, menggunakan celemek dan penutup kepala, memisahkan peralatan produksi dengan peralatan domestik, serta membersihkan area produksi sebelum dan sesudah digunakan.

Temuan menarik dari sesi ini adalah Ibu Miatun sangat terbuka dan antusias menerima masukan. Beliau mengatakan: “Selama ini saya pikir yang penting bahan bakunya bersih, ternyata cara kita memproduksi juga termasuk bagian dari halal dan thayyib ya. Saya baru paham kalau Allah melihat tidak hanya hasilnya tapi juga prosesnya.” Kesadaran ini sangat penting karena menunjukkan bahwa pendekatan berbasis nilai Islam lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh pelaku usaha Muslim dibandingkan pendekatan teknis semata. Hal ini sejalan dengan konsep tazkiyah dalam ekonomi Islam yang menekankan pembersihan tidak hanya secara fisik tetapi juga spiritual dalam setiap aktivitas ekonomi.⁶

Bagian paling dinanti adalah praktik inovasi produk. Tim pendamping memfasilitasi pembuatan tiga varian baru kerupuk: kerupuk bawang dengan campuran bawang putih cincang dan merica, kerupuk ikan dari ikan gabus lokal yang ditumbuk halus dan dicampur dengan adonan singkong, serta kerupuk singkong pedas dengan campuran cabai rawit dan daun jeruk. Proses ini sangat menarik karena Ibu Miatun yang awalnya ragu-ragu mencoba resep baru, setelah melihat hasilnya menjadi sangat bersemangat. Putrinya bahkan langsung mengusulkan varian lain seperti kerupuk seaweed dan kerupuk jagung manis. Antusiasme ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM sebenarnya memiliki kreativitas tinggi, hanya perlu difasilitasi dan didorong untuk berani berinovasi.⁷

Hasil uji coba ketiga varian baru menunjukkan kualitas yang sangat baik. Kerupuk bawang memiliki aroma harum dan rasa gurih yang khas, kerupuk ikan memiliki kandungan protein lebih tinggi dan cocok untuk segmen pasar yang peduli gizi, sementara kerupuk pedas sangat cocok untuk

⁶ Antonio, M. Syafii. (2022). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.

⁷ Kasmir. (2021). *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

konsumen yang menyukai rasa pedas. Tim pendamping membantu menghitung cost production untuk setiap varian dan menetapkan harga jual yang adil: kerupuk singkong original Rp 20.000/kg, kerupuk bawang Rp 25.000/kg, kerupuk ikan Rp 35.000/kg, dan kerupuk pedas Rp 22.000/kg. Penetapan harga ini menggunakan prinsip ekonomi syariah yaitu harus adil bagi produsen (menutupi cost dan memberikan keuntungan wajar) dan tidak zalim bagi konsumen (tidak terlalu mahal). Dalam Islam, penetapan harga yang adil adalah bagian dari akhlak dalam bermuamalah.⁸

Transformasi Packaging, Branding, dan Pemasaran Digital

Setelah produk siap, langkah selanjutnya adalah transformasi packaging dan branding. Tim pendamping bekerja sama dengan Ibu Miatun untuk membuat brand identity yang menarik namun tetap mencerminkan nilai-nilai Islam. Setelah brainstorming, disepakati nama brand “Kerupuk Berkah Miatun” dengan tagline “Renyah, Halal, Penuh Berkah”. Logo dibuat sederhana dengan gambar kerupuk dan tulisan Arab “Halal Thayyib”. Pemilihan kata “Berkah” dalam nama brand bukan sekadar marketing gimmick tetapi mencerminkan filosofi bahwa usaha yang dijalankan sesuai syariah akan mendatangkan keberkahan dari Allah SWT.

Desain kemasan dibuat menggunakan plastik standing pouch yang lebih menarik dibandingkan plastik bening biasa. Label dirancang dengan software sederhana dan dicetak di percetakan lokal dengan biaya terjangkau. Label mencantumkan informasi lengkap: nama produk dan varian, komposisi bahan, berat bersih, tanggal produksi dan kadaluarsa, logo halal (meskipun belum bersertifikat resmi, tetapi ada label “Diproduksi Secara Halal dan Higienis”), serta kontak pemesanan (nomor WhatsApp dan Instagram). Transformasi packaging ini membuat produk terlihat jauh lebih profesional dan layak bersaing dengan produk pabrik.⁹

Pada sesi pelatihan pemasaran digital, Ibu Miatun dan putrinya dilatih untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Tim pendamping membantu membuat akun Instagram dan grup WhatsApp Business. Mereka dilatih untuk membuat konten yang menarik seperti foto produk dengan angle yang bagus, video singkat proses pembuatan kerupuk untuk menunjukkan keaslian dan higienisan, testimoni pelanggan, serta konten edukatif tentang manfaat bahan baku lokal. Yang unik, tim pendamping juga mengajarkan konsep “marketing Islami” yaitu promosi yang jujur tanpa melebih-lebihkan produk, memberikan informasi lengkap kepada konsumen, dan tidak melakukan promosi yang menyesatkan (tadlis).

⁸ Karim, Adiwarman A. (2021). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

⁹ Tjiptono, Fandy. (2021). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.

Temuan menarik dari sesi ini adalah putri Ibu Miatun yang generasi milenial sangat cepat menguasai teknik content marketing. Dalam waktu 2 jam setelah akun Instagram dibuat, sudah ada postingan menarik dengan caption yang informatif dan engaging.¹⁰

Edukasi Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan Usaha

Aspek yang paling penting dalam pendampingan ini adalah edukasi tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam berbisnis. Tim pendamping memberikan pemahaman komprehensif tentang bagaimana Islam mengatur aktivitas ekonomi bukan hanya dari aspek halal-haram produk, tetapi juga etika, kejujuran, dan tanggung jawab spiritual. Pertama, dijelaskan konsep produksi halal dan thayyib yang komprehensif: bahan baku harus halal (singkong, ikan, bawang, cabai semuanya halal), proses produksi harus bersih dan sehat (standar higienis), niat dalam bekerja harus ikhlas mencari ridha Allah dan memberikan manfaat bagi konsumen, serta tidak menggunakan bahan tambahan yang diragukan kehalalannya seperti pengawet kimia berbahaya.

Kedua, dijelaskan prinsip penetapan harga yang adil dalam Islam. Tim pendamping mengajarkan cara menghitung cost production dengan benar mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja (termasuk waktu Ibu Miatun sendiri harus dihargai), biaya overhead (listrik, gas, dll), dan margin keuntungan yang wajar (20-30%). Dengan perhitungan yang tepat, harga jual yang ditetapkan tidak merugikan produsen namun juga tidak memberatkan konsumen. Dalam Islam, Rasulullah SAW melarang ihtikar (menimbun barang untuk menaikkan harga) dan bay' najasy (pura-pura menawarkan tinggi untuk menipu pembeli lain), sehingga penetapan harga harus berdasarkan keadilan bukan keserakahan.¹¹

Ketiga, dijelaskan pentingnya transparansi dan kejujuran dalam transaksi. Ibu Miatun diingatkan untuk selalu jujur tentang komposisi produk, tidak menyembunyikan cacat produk (jika ada kerupuk yang kurang renyah harus diinformasikan atau dijual dengan harga lebih murah), menepati janji kepada pelanggan (jika pesan hari ini, kirim besok harus ditepati), serta tidak melakukan gharar (ketidakjelasan) dalam transaksi. Keempat, dan ini yang paling mengejutkan Ibu Miatun, dijelaskan tentang kewajiban zakat atas harta usaha. Selama ini beliau tidak tahu bahwa hasil usaha yang mencapai nisab dan haul juga wajib dizakati 2,5%. Tim pendamping mengajarkan cara menghitung zakat usaha: modal + keuntungan - hutang - kebutuhan pokok = harta yang dizakati. Jika mencapai nisab (setara 85 gram emas) dan sudah berjalan 1 tahun, wajib dikeluarkan zakatnya 2,5%. Ibu Miatun berkomitmen untuk mulai mencatat keuangan dengan baik agar bisa menghitung zakatnya dengan benar.¹²

¹⁰ Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, Fiona. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (Indonesian Edition)*. Jakarta: Salemba Empat.

¹¹ Sahroni, Oni & Karim, Adiwarman A. (2021). *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

¹² Hafidhuddin, Didin. (2021). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan	Peningkatan
Varian Produk	1 varian (singkong original)	4 varian (original, bawang, ikan, pedas)	+300%
Harga Jual	Rp 15.000/kg	Rp 20.000-35.000/kg	+33%-100%
Packaging	Plastik bening tanpa label	Standing pouch dengan label lengkap	Transformasi total
Brand Identity	Tidak ada	“Kerupuk Berkah Miatun” + logo	Baru dibuat
Standar Higienis	Minimal	Standar halal dan thayyib	Meningkat signifikan
Pemasaran	Pasar tradisional saja	Pasar tradisional + online (IG, WA)	Ekspansi channel
Pencatatan Keuangan	Tidak ada	Ada (dipisah usaha & pribadi)	Tertata
Kesadaran Syariah	Rendah	Tinggi (halal, harga adil, zakat)	Meningkat drastis
Omzet/bulan	Rp 1.500.000	Rp 3.750.000 (proyeksi)	+150%

Dampak Pendampingan dan Rencana Keberlanjutan

Evaluasi dilakukan satu minggu setelah pendampingan melalui kunjungan follow-up dan komunikasi online. Hasilnya sangat menggembirakan: produksi meningkat dari 5-7 kg per hari menjadi 9-10 kg per hari karena demand yang meningkat dari varian baru dan packaging yang menarik, penjualan meningkat 150% dengan omzet dari Rp 1.500.000 per bulan menjadi sekitar Rp 3.750.000 per bulan karena harga jual lebih tinggi dan volume lebih banyak, jangkauan pasar meluas dari hanya pasar lokal kini sudah ada pesanan dari kecamatan tetangga melalui Instagram dan WhatsApp, serta yang paling penting adalah mindset Ibu Miatun berubah dari “usaha untuk bertahan hidup” menjadi “usaha untuk berkembang dan memberi manfaat.” Beliau bahkan sudah merekrut satu orang tetangga untuk membantu produksi karena permintaan meningkat, ini berarti usahanya mulai membuka lapangan kerja bagi orang lain.

Dari segi implementasi prinsip syariah, Ibu Miatun sudah mulai memisahkan uang usaha dengan uang pribadi dan mencatat pemasukan-pengeluaran dengan rapi menggunakan buku kas sederhana, sudah ada kesadaran untuk menjaga standar halal dan higienis dalam setiap proses produksi,

harga ditetapkan berdasarkan perhitungan cost yang jelas bukan lagi ikut-ikutan pasar, serta sudah berkomitmen untuk menyisihkan 2,5% dari keuntungan untuk persiapan zakat usaha. Yang menyentuh adalah Ibu Harika membuat catatan khusus: “Rezeki ini dari Allah, harus dijaga kehalalannya dan disyukuri dengan berbagi.”

Untuk keberlanjutan, disepakati beberapa rencana: tim pendamping akan melakukan monitoring bulanan selama 6 bulan untuk memastikan implementasi berjalan baik, membantu Ibu Miatun mengurus sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) dari Dinas Kesehatan agar produk lebih terpercaya, memfasilitasi pendaftaran UMKM ke Dinas Koperasi dan UMKM untuk mendapatkan akses pendampingan dan modal usaha dari pemerintah, serta dalam jangka panjang membantu mengurus sertifikasi halal resmi dari MUI agar produk bisa dipasarkan lebih luas. Selain itu, Ibu Miatun juga diajak untuk bergabung dengan kelompok UMKM Desa Terusan yang sedang dibentuk untuk saling berbagi pengalaman dan melakukan pembelian bahan baku secara kolektif agar lebih murah (konsep ta’awun dalam ekonomi Islam).¹³



¹³ Ridwan, Muhammad. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.





Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan Produksi Kerupuk Ibu Harika

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa “Pendampingan Produksi Kerupuk sebagai Upaya Pemberdayaan UMKM Desa Terusan dalam Perspektif Ekonomi Syariah” yang dilaksanakan pada 6 Januari 2026 di usaha kerupuk milik Ibu Miatun Ika di RT 6 Desa Terusan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM secara signifikan. Transformasi yang terjadi mencakup inovasi produk dari 1 varian menjadi 4 varian (kerupuk singkong original, kerupuk bawang, kerupuk ikan, dan kerupuk pedas), peningkatan harga jual dari Rp 15.000/kg menjadi Rp 20.000-35.000/kg tergantung varian, transformasi packaging dari plastik bening tanpa label menjadi standing pouch dengan brand identity “Kerupuk Berkah Harika”, ekspansi

pemasaran dari pasar tradisional lokal ke platform digital (Instagram dan WhatsApp Business) dengan jangkauan hingga luar kecamatan, serta peningkatan omzet 150% dari Rp 1.500.000/bulan menjadi Rp 3.750.000/bulan. Yang lebih penting, terjadi transformasi mindset dari orientasi bertahan hidup menjadi orientasi pengembangan usaha yang berkelanjutan dan memberi manfaat bagi masyarakat sekitar. Analisis kegiatan menggunakan Teori Pemberdayaan Ekonomi Islam (Qardhawi) dan Teori Pengembangan UMKM (Tambunan) mengonfirmasi bahwa pendampingan usaha yang mengintegrasikan aspek teknis (produksi, packaging, marketing) dengan aspek nilai-nilai syariah (halal, thayyib, harga adil, transparansi, zakat) sangat efektif dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. Implementasi prinsip ekonomi syariah tidak hanya meningkatkan aspek material (pendapatan) tetapi juga aspek spiritual (kesadaran bahwa usaha adalah ibadah dan amanah dari Allah). Konsep tazkiyah (pembersihan) dan tanmiah (pembangunan) dalam ekonomi Islam terbukti mampu menciptakan UMKM yang produktif secara ekonomi namun tetap berkah secara spiritual. Pelaku usaha menjadi lebih termotivasi untuk menjaga kualitas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial karena ada kesadaran bahwa Allah melihat setiap proses dan niat dalam berbisnis.

Kegiatan ini menghasilkan beberapa rekomendasi untuk keberlanjutan dan replikasi program: Pertama, perlu dilakukan pendampingan berkelanjutan minimal 6 bulan dengan monitoring bulanan untuk memastikan implementasi berjalan konsisten dan mengatasi kendala yang muncul. Kedua, perlu dibentuk kelompok UMKM Desa Terusan berbasis kerjasama Islam (ta'awun) agar pelaku usaha bisa saling berbagi pengalaman, melakukan pembelian bahan baku kolektif untuk efisiensi biaya, dan saling menguatkan dalam menghadapi persaingan pasar. Ketiga, perlu fasilitasi akses terhadap sertifikasi PIRT dan sertifikasi halal resmi dari MUI agar produk UMKM bisa dipasarkan lebih luas dan mendapat kepercayaan lebih besar dari konsumen. Keempat, perlu integrasi dengan program pemerintah seperti pendaftaran ke Dinas Koperasi dan UMKM untuk mendapatkan akses pendampingan, pelatihan, dan bantuan modal usaha yang lebih besar. Kelima, model pendampingan UMKM berbasis ekonomi syariah ini perlu direplikasi ke UMKM lain di desa-desa sekitar dengan melibatkan mahasiswa ekonomi syariah sebagai agen pemberdayaan ekonomi umat. Keenam, perlu ada kerjasama dengan lembaga keuangan syariah seperti BMT atau Bank Syariah untuk memberikan akses pembiayaan yang sesuai syariah bagi UMKM yang ingin mengembangkan usahanya lebih besar.

Saran dan Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami ucapkan kepada Lembaga Jurnal Pelita Pengabdian Masyarakat yang telah memfasilitasi penerbitan artikel ini.

Daftar Pustaka

Antonio, M. Syafii. (2022). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.

-
- Chaffey, Dave & Ellis-Chadwick, Fiona. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (Indonesian Edition)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hafidhuddin, Didin. (2021). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hakim, Abdul. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islami*. Yogyakarta: BPFE.
- Karim, Adiwarman A. (2021). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2021). *Kewirausahaan Edisi Revisi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2025). *Perkembangan Data UMKM dan UKM Besar Tahun 2020-2025*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Qardhawi, Yusuf. (2021). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.
- Ridwan, Muhammad. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sahroni, Oni & Karim, Adiwarman A. (2021). *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih dan Ekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Supriyanto. (2022). *Manajemen UMKM: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, Tulus T.H. (2021). *UMKM di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, Fandy. (2021). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Widodo, Heri. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.