Journal of Halal Industry Studies, 4(1), 2025, 25-52
Available at: https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jhis
EISSN: 2962-8113

# Akuntabilitas berdasarkan amanah pada UMK makanan dan minuman tersertifikasi halal

Puri Kharisma Nuraini *, Mohammad Nizarul Alim
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: 210221100074@student.trunojoyo.ac.id)

**Abstract**

This study aims to demonstrate the importance of balance that not only considers individual interests but also prioritizes the interests of various stakeholders, including God, humans, and the environment. This study also provides in-depth information on the implementation of trust-based accountability in MSEs following the acquisition of halal certification. This study employs a qualitative approach, utilizing data collection methods that include interviews with business actors in MSEs, which will serve as the sample. The research data used in this study are primary, specifically the results of interviews. The results show that Micro and Small Enterprises (MSEs) in Bangkalan and Surabaya have implemented the principles of Sharia Enterprise Theory. The practice of trust-based accountability implemented by business actors in the Bangkalan and Surabaya areas aligns with the values of Islamic teachings. However, the method of financial recording by business actors has not been done formally or structured. Meanwhile, based on a phenomenological approach, trust-based accountability in the halal certification process is driven by two main factors: regulatory factors and economic factors.

Keywords: Accountability, Trust, Halal Certification, Sharia Enterprise Theory, MSEs.

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pentingnya keseimbangan yang tidak hanya mempertimbangkan kepentingan individu tetapi juga mengutamakan berbagai pemangku kepentingan, dengan Tuhan sebagai pemangku kepentingan utama, di samping manusia dan lingkungan. Penelitian ini juga memberikan informasi mendalam mengenai penerapan Akuntabilitas berdasarkan amanah pada UMK setelah memiliki sertifikat halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan metode pengumpulan data meliputi wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha di UMK yang akan dijadikan sampel. Data penelitian yang digunakan untuk penelitian ini merupakan data primer berupa hasil wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan dan Surabaya telah mengimplementasikan prinsip Syariah Enterprise Theory. Praktik akuntabilitas berbasis amanah yang diterapkan oleh pelaku usaha di wilayah Bangkalan dan Surabaya telah berjalan seiring dengan nilai-nilai ajaran agama Islam. Namun, pada metode pencatatan keuangan pelaku usaha belum dilakukan secara formal atau terstruktur. Sedangkan berdasarkan pendekatan fenomenologi, akuntabilitas yang berlandaskan amanah dalam proses pembuatan sertifikasi halal didorong oleh dua faktor utama, yaitu faktor regulasi dan faktor ekonomi.

Kata kunci: Akuntabilitas, Amanah, Sertifikasi Halal, *Sharia Enterprise Theory*, UMK.

How to cite: Nuraini, P. K., & Alim, M. N. (2025). Akuntabilitas berdasarkan amanah pada UMK makanan dan minuman tersertifikasi halal. *Journal of Halal Industry Studies*, *4*(1), 25–52. https://doi.org/10.53088/jhis.v4i1.1770

Copyright © 2025 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

## 1. Pendahuluan

Indonesia mempunyai penduduk mayoritas beragama Islam, yaitu mencapai 87% dari total penduduk sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia (Saputri, 2020). Hal ini akan menciptakan potensi serta modal yang besar dalam mengembangkan ekonomi sharia sebagai sumber keterbaruan perekonomian (Yazid *et al.,* 2020). Dengan jumlah penduduk muslim terbesar, juga dapat menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial bagi produk halal (Hamid *et al.,* 2019). Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Sunnah, produk dapat dinyatakan halal harus memenuhi persyaratan sharia (Rahayuningsih & Ghozali, 2021; Zailani et al., 2020). Salah satu sistem yang memiliki kemampuan dalam menerapkan keadilan ekonomi kepada seluruh umat manusia merupakan ekonomi sharia (Jaya, 2022). Dengan menjalankan kegiatan ekonomi, seseorang dapat memperoleh penghasilan sebanyak mungkin, namun tetap dalam kerangka batasan peraturan yang ada yaitu dengan jalan yang baik dan tidak melanggar syariat yang ditetapkan Allah swt (Syahputra, 2020). Bisnis dalam Islam tidak semata-mata merupakan rangkaian aktivitas dalam memperoleh laba atau keuntungan secara maksimal, melainkan juga dibatasi oleh prinsip-prinsip yang mengatur cara perolehan dan pendayagunaan (Khairul Azmi, 2021; Siti Hofifah, 2020). Hal ini sejalan dengan perilaku bisnis sharia yaitu mencakup berbagai jenis aktivitas perdagangan yang tidak terikat pada bentuk tertentu, namun harus mematuhi aturan mengenai cara mendapatkan dan menggunakan kekayaan sesuai dengan prinsip halal atau haram (Trimulato *et al.,* 2021).

Regulasi dan nilai-nilai dalam mengatur aktivitas bisnis sangat krusial supaya dapat memastikan bahwa tidak terdapat pihak yang dirugikan atau dieksploitasi, seperti konsumen, karyawan, maupun individu lain yang berpartisipasi dalam proses bisnis tersebut (Maksudin, 2022; Norvadewi, 2015; Sari *et al.,* 2015). Bagi pelaku usaha yang telah membuka bisnis memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab kepada konsumen, pemegang saham, pegawai, komunitas serta lingkungan dalam seluruh aspek operasional perusahaan (Alfahira *et al.,* 2024; Khalik *et al.,* 2023; Rizal, 2020). Salah satu bentuk nilai yang harus dimiliki yaitu sifat tanggungjawab dengan menerapkan konsep amanah. Hal ini dapat dilihat dari sudut pandang Islam, mengenai aspek-aspek yang berhubungan dengan bentuk pertanggungjawaban sangat krusial, karena dalam islam segala sesuatu yang dipercayakan kepada umat manusia dianggap sebagai amanah yang harus dijaga dan dipertanggungjawabkan (Nurwulandari *et al.,* 2022). Konsep amanah dapat diartikan sebagai prinsip fundamental yang menjadi landasan pelaksanaan pada setiap program kerja dalam suatu lembaga (Latifah, 2020). Dengan menerapkan sifat amanah, pelaku usaha bertanggung jawab dalam melaksanakan semua kewajiban mereka. (Nisa & Ziaulhaq, 2023; Sukananda, 2019; Zarachman et al., 2024). Nilai-nilai moral seperti kejujuran, kesabaran, dan keberanian sangat berkaitan dengan konsep amanah (Abhas, 2015). Menurut Barsian *et al.,* (2024) amanah adalah konsep integral dalam Islam yang meluas dalam cakupannya, termasuk dalam hubungan interpersonal, tanggung jawab sosial, dan kewajiban keagamaan. Maka dari itu konsep amanah berfungsi sebagai

dasar bagi individu yang memiliki tanggung jawab melaksanakan tugas serta kewajibannya.

Amanah merupakan salah satu tahap awal mendasari dalam akuntabilitas (Gafur *et al.,* 2021). Sesuai dengan ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah, akuntabilitas mencakup kejujuran, kebenaran, dan keadilan, melibatkan pilihan dan kepentingan masyarakat, serta peran dan tanggung jawab yang diemban oleh perusahaan (Wahyudin, 2021). Dengan demikian, akuntabilitas dapat dilihat sebagai suatu medan persaingan dalam memperoleh penguasaan dan legitimasi yang rumit (Efferin, 2015). Akuntabilitas merupakan aspek yang krusial, karena tujuan utama dari lembaga bisnis sharia adalah rahmatan lil alamin, yang memberikan dampak positif kepada sesama (Majid *et al.,* 2020; Taufikurrahman *et al.,* 2022). Implementasi konsep tersebut dilakukan melalui pemisahan tanggung jawab atas pengelolaan dana bisnis atau non-bisnis yang telah dikelola oleh pihak terkait (Kalbarini & Suprayogi, 2015). Hal ini sejalan dengan pernyataan Asyifa *et al.,* (2023), konsep akuntabilitas yaitu rahmatan-lil-alamin, mewajibkan seluruh umat muslim dapat memberikan manfaat bagi sesama makhluk Allah dengan implementasi dari konsep ini dilakukan melalui pengelolaan dana waqaf produktif dengan penuh rasa tanggung jawa sehingga dana tersebut digunakan dalam bentuk usaha yang produktif, di mana sebagian dari keuntungan yang diperoleh dialokasikan sebagai modal usaha, sementara sisanya digunakan sepenuhnya untuk operasional lembaga SJP.

Akuntabilitas bukan hanya mencakup dimensi fisik yang bersifat kuantitatif, namun juga meliputi aspek spiritual dan mental yang memiliki peranan yang sama pentingnya (Hikmaningsih & Pramuka, 2020). Islam juga menekankan esensi akuntansi sharia melalui konsep trilogi akuntabilitas dan prinsip amanah yang berhubungan dengan dua aspek: hubungan vertikal dengan Tuhan dan hubungan horizontal dengan manusia dan alam semesta (Muksin & Husain, 2022; Setiawan *et al.,* 2022; Widyastuti *et al.,* 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Putri (2020) bahwa bisnis ini selalu menunaikan zakat dan memperhatikan nilai-nilai etika dalam berbisnis sebagai wujud tanggung jawab kepada Allah SWT. Amanah juga aspek yang dimunculkan dalam pelaksanaan tanggung jawab pengendalian internal. Pengendalian Internal adalah sarana dalam mengawasi, yang memastikan bahwa segala sesuatunya dapat berlangsung dengan efektif. Hal ini sejalan dengan penelitian Ruci dan Lestary (2022) bahwa amanah dan pengawasan internal sebagai gagasan dalam penyusunan laporan keuangan memiliki peran yang sangat signifikan dalam proses penyusunan laporan keuangan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menekankan nilai-nilai keseimbangan yang tidak hanya memperhatikan kepentingan individu, namun juga menunjukkan perhatian yang signifikan terhadap stakeholders yang luas, mencakup Tuhan, manusia, dan alam. Dengan fokus pada usaha mikro dan kecil, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang Akuntabilitas Berbasis Amanah pada Usaha Mikro dan Kecil Makanan dan Minuman sebagai bentuk pertanggung jawaban baik kepada tuhan, manusia, dan Alam. Dengan hadirnya individu yang berkualitas dalam menempatkan Tuhan sebagai stakeholder tertinggi, diharapkan dapat meningkatkan prinsip amanah dalam

pengelolaan produk halal. Peneliti akan memilih Surabaya dan Bangkalan sebagai lokasi penelitian dan pengambilan sampel.

## 2. Tinjauan Pustaka

### Akuntabilitas

Menurut Endahwati (2014) pertanggung jawaban (akuntabilitas) diartikan sebagai bentuk tanggung jawab manajemen atau pihak yang diberi amanah kepada pemberi amanah terkait pengelolaan sumber daya yang telah dipercayakan kepada mereka baik dalam konteks vertikal maupun horizontal. Tanggung jawab manusia sebagai individu akan semakin kokoh ketika seseorang memiliki kesadaran atas tanggung jawab dan berkomitmen penuh dalam melaksanakan tanggung jawab bukan sebagai beban melainkan sebagai wujud kesadaran pribadi (Prabowo & Mahmud, 2024). Manusia menjalankan berbagai peran dalam aspek sosial, personal, dan spiritual, yang semuanya mewajibkan adanya kesadaran akan tanggung jawab yang telah diterima (Windasari, 2024).

Menurut Triyuwono (2001) menyebutkan, bentuk akuntabilitas terbagi menjadi dua jenis, yaitu akuntabilitas vertikal sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada Tuhan dan kepada manusia yang diberi amanah untuk mengelola bumi sesuai dengan kehendak Tuhan (the will of God), kedua akuntabilitas horizontal muncul dari hubungan antara agent (manajemen) kepada masyarakat (stakeholder) serta alam (universe). Pada akuntabilitas vertikal pelaku usaha dalam mengurus usaha mulai dari proses, bahan hingga pengemasan apakah tetap dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan apakah bahan serta alat memenuhi kriteria halal. Keadaan tersebut mengakibatkan terjadinya kesulitan dalam menilai akuntabilitas, sebab pelaksanaan tanggung jawab dilakukan semata-mata untuk Allah SWT dan hanya Allah SWT yang mengetahui segala sesuatunya. Pada akuntabilitas horizontal terjadi sebagai konsekuensi dari hubungan antara agent (manajemen) dengan masyarakat (stakeholder) dan alam (universe) (Abrori & Syahril, 2022). Dalam konteks ini, hubungan tersebut mengharuskan adanya tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholder) dan alam sekitar (universe). Pelaku usaha harus menjaga konsistensi barang yang digunakan yaitu terdapat sertifikat halal, menjaga kebersihan produk dan tempat usaha serta menjaga alam dengan mengelola sampah atau limbah yang dihasilkan oleh produk tersebut.

Hal ini sejalan dengan pendapat Gibassier et al., (2018) pada penelitiannya yaitu, akuntabilitas dapat diartikan sebagai penugasan kepada individu yang memiliki tujuan untuk mengelola sumber daya daru pemberi tugas dan memiliki kewajiban pertanggungjawab kepada Tuhan dan seluruh makhluk hidup di alam semesta. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Putri (Putri, 2020) dalam SET (Shari'ate Enterprise Theory) terdapat trilogi dimensi yang menggambarkan hubungan akuntabilitas yang berfokus pada Tuhan sebagai inti dari akuntabilitas namun akuntabilitas dalam konteks ini tidak hanya bersifat spiritual, namun juga mencakup tanggung jawab yang dirumuskan dalam berbagai aspek operasional yang diharapkan dapat mencapai rida Allah SWT.

## Amanah

Secara umum, pengertian amanah merujuk pada sifat jujur dan dapat dipercaya (Nabilah Mumtaz & Anwar, 2023). Amanah merupakan nilai fundamental yang memiliki makna luas, di mana segala hal yang berkaitan dengan mengenai tugas dan tanggung jawab atau hak dan kewajiban dapat merujuk pada prinsip amanah sebagai nilai dasarnya (Zamzam et al., 2023). Dalam Islam, konsep amanah diartikan sebagai aspek fundamental dan memiliki dampak besar bagi mereka yang mengabaikan amanah (Fikra et al., 2022). Gagasan mengenai metafora amanah tercerminkan dalam akuntabilitas dan transparansi yang merupakan wujud tanggung jawab dari manajemen atau penerima amanah kepada pihak pemberi amanah terkait pengelolaan sumber daya yang telah dipercayakan, baik dalam konteks vertikal maupun horizontal (Endahwati, 2014).

Amanah pada dasarnya adalah wujud dari tanggung jawab kepada Allah SWT sebagai Sang Pemberi Amanah (Sholehah, 2019). Berdasarkan nilai amanah, muncul pemahaman mengenai akuntabilitas spiritual. Akuntabilitas spiritual merujuk pada akuntabilitas yang berkaitan dengan dimensi keagamaan yang dialami oleh individu dalam upaya menginternalisasi nilai-nilai tanggung jawab (Endahwati, 2014). Amanah memiliki berbagai dimensi yang beragam, yang berarti bahwa amanah tidak hanya berfokus dengan interaksi antarmanusia (horizontal), namun juga meliputi hubungan secara vertikal, dengan sang Pencipta (Agung, 2021). Selain itu, amanah juga berhubungan dengan cara seseorang dalam memperlakukan dirinya sendiri dan lingkungan disekitarnya (Endahwati, 2014). Beberapa penelitian yang menerapkan teks-teks seperti Al-Qu'ran, Hadist dan para ulama dalam mendalami pemahaman mengenai konsep amanah, seperti Abidin & Khairudin (2017) dan Bakar et al., (2017) menjelaskan amanah dalam perspektif Al-Qur'an. Menurut penelitian Anwar et al.,(2020); Baharuddin & Ismail (2015); Rahman & Shah (2015) Amanah juga memiliki keterkaitan dengan peran serta tanggung jawab yang dimiliki individu. Dengan demikian, amanah dapat diartikan sebagai kapasitas seorang individu dalam memenuhi tanggung jawab yang diamanahkan oleh Tuhan maupun manusia.

## Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan rangkaian proses yang dilakukan untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk memastikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan telah memenuhi standar yang telah ditetapkan (LPPOM MUI, 2008). Hasil dari sertifikasi halal pada produk adalah adanya label "halal" yang menandakan bahwa produk tersebut telah memenuhi kriteria kehalalan (Aliyudin et al., 2022). Di samping itu, sertifikasi halal turut berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen pada produk UMKM, mengingat konsumen Muslim cendeung lebih yakin bahwa produk mlebih percaya bahwa produk tersebut memenuhi kriteria kehalalan yang diakui secara umum (Aliyudin et al., 2022). Dengan adanya sertifikat halal memberikan jaminan kepada bahwa kualitas produk lebih dapat dipercaya (Nadya et al., 2023).

Sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagama, namun juga memberikan pengaruh ekonomi yang besar (Ayu, 2021). Selain itu, UMKM yang telah mendapatkan sertifikat halal dapat mengeksplorasi peluang pasar yang lebih besar, tidak hanya lokal dan nasional, namun juga pada tingkat global, mengingat permintaan atas produk halal yang tinggi dari konsumen Muslim di berbagai belahan dunia (Camelia et al., 2024). Hal ini dapat memberikan dukungan kepada UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen, memenuhi ketentuan hukum, dan memprejelas perbedaan produk mereka di pasar yang semakin kompetitif (Sayekti, 2014).

**Usaha Mikro dan Kecil (UMK)**

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil, sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Menurut data dari BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) Jawa Timur telah mengeluarkan sebanyak 361,206 produk yang telah menerbitkan sertifikat halal. Per bulan Agustus, wilayah Jember, Sidoarjo dan Surabaya menduduki posisi tertinggi di Jawa Timur. Klasifikasi ini juga membedakan dari ukuran usaha yaitu usaha mikro, kecil, menengah dan besar. Berikut merupakan tabel produk yang telah terbit SH tertinggi di Jawa Timur.

Tabel 1 Klasifikasi data BPJPH produk telah terbit SH Jawa Timur

| Kabupaten/ Kota | Jumlah Klasifikasi | Klasifikasi | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Mikro | Kecil | Menengah | Besar |
| Kab. Jember | 44.305 | 44.092 | 200 | 6 | 7 |
| Kab. Sidoarjo | 25.717 | 24.984 | 417 | 144 | 172 |
| Kota Surabaya | 19.651 | 18.940 | 447 | 125 | 139 |

Sumber: BPJPH

Sedangkan wilayah Madura, terdapat Pamekasan, Bangkalan, Sumenep dan Sampang. Berikut merupakan tabel produk yang telah terbit SH tertinggi di Madura.

Tabel 2 Klasifikasi data BPJPH produk telah terbit SH Madura

| Kabupaten/ Kota | Jumlah Klasifikasi | Klasifikasi | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Mikro | Kecil | Menengah | Besar |
| Pamekasan | 8.742 | 8.715 | 26 | 0 | 1 |
| Bangkalan | 3.097 | 3.075 | 21 | 1 | 0 |
| Sumenep | 3.135 | 3.071 | 61 | 0 | 3 |
| Sampang | 2.993 | 2.976 | 15 | 2 | 0 |

Sumber: BPJPH

Surabaya merupakan kota besar dan pusat perekonomian yang penting di Jawa Timur, sehingga menjadi contoh representatif untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sertifikasi halal di daerah urban. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur, Surabaya memiliki banyak pelaku industri dari berbagai sektor. Hal ini membuat Surabaya menjadi tempat yang tepat untuk menganalisis peran sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk lokal dan memperluas akses pasar, baik domestik maupun internasional.

Wilayah Madura, meskipun memiliki jumlah produk halal yang lebih rendah dibandingkan wilayah lain, menunjukkan potensi besar untuk pengembangan. Sebagai salah satu daerah dengan populasi Muslim terbesar, Madura memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk produk halal. Meskipun jumlah produk yang telah terbit sertifikat halal relatif lebih rendah, Madura dapat menjadi pasar yang sangat potensial bagi produk yang bersertifikat halal, baik untuk konsumsi lokal maupun ekspor ke pasar global.

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Menurut Meleong (Moleong, 2017) penelitian kualitatif bertujuan untuk mendalami fenomena untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek, termasuk aspek perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dan tindakan lain secara menyeluruh dan dengan menggunakan deskripsi melalui kata-kata dan bahasa dengan mengadaptasi berbagai metode. Desain penelitian ini mengadopsi pendekatan fenomenologi guna menjelaskan dan menggambarkan dalam mengungkap makna dari suatu konsep atau kondisi, karena penjelasan serta gambaran untuk mengungkap makna konsep atau makna keadaan, karena pada intinya pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi data atau isu yang saling terkait satu sama lain. Penelitian ini mengeksplorasi secara mendalam terhadap pengalaman yang telah dilalui pelaku usaha dalam penerapan akuntabilitas serta amanah pasca-sertifikasi. Pemilihan unit analisis ini didasarkan pada kontribusi signifikan UMK dalam pasar halal dan karakteristik ekonomi Surabaya merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur dan Surabaya dengan pelaku usaha yang besar serta merupakan wilayah yang memiliki jumlah SH (Sertifikat Halal) tertinggi ketiga menurut BPJPH di Provinsi Jawa Timur. Wilayah Bangkalan merupakan wilayah yang memiliki jumlah SH (Sertifikat Halal) tertinggi kedua di Madura dan memiliki kebudayaan adat dan agama yang kuat.

Informan penelitian meliputi

1. Informan utama :
   (EN) selaku pemilik usaha rumah produksi minuman herbal (naturna) di Bangkalan.
   (SM) selaku pemilik usaha siomay enak batagor (mafaz) di tenant Universitas Airlangga.
2. Informan kunci : (P) selaku Penyelia Halal di LPH Universitas Airlangga
3. Informan pendukung : (MF) selaku Auditor Halal di LPH Universitas Airlangga

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pelaku usaha UMK pada sektor makanan dan minuman di Bangkalan (EN) dan Surabaya (SM) untuk memperoleh informasi mendalam mengenai penerapan Akuntabilitas berdasarkan amanah pada UMK setelah memiliki sertifikat halal serta penyelia halal dan auditor halal untuk mendalami proses sertifikasi halal. Observasi langsung terhadap praktik akuntabilitas pelaku usaha dalam menjalankan usaha setelah mendapatkan sertifikat halal. Pengumpulan data berupa dokumentasi meliputi catatan peristiwa yang telah terjadi, foto, tulisan, atau karya yang dihasilkan oleh individu. Terdapat dokumen dalam bentuk tulisan meliputi catatan harian, jurnal, buku, majalah, serta kebijakan dan regulasi.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### *4.1. Hasil penelitian*

**Praktik Akuntabilitas Berdasarkan Amanah pada UMK Makanan dan Minuman di Bangkalan dan Surabaya**

Jaminan produk halal hendaknya berlandaskan pada prinsip perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas, transparansi, serta efektivitas dan efisiensi, tanpa mengabaikan pentingnya profesionalisme. Produk Halal adalah untuk menawarkan kenyamanan, keamanan, perlindungan, serta memastikan ketersediaan produk halal bahwa masyarakat dapat mengonsumsi dan menggunakan produk halal, diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi pelaku usaha dalam produksi dan penjualan produk halal. Salah satu asas jaminan mengenai produk halal adalah akuntabilitas. Prinsip "akuntabilitas dan transparansi" merupakan pada setiap aktivitas serta hasil yang diperoleh dari pelaksanaan JPH wajib dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat yang merupakan pemegang kekuasaan tertinggi di negara, sesuai dengan hukum yang berlaku. Pada sisi pelaku usaha akuntabilitas sangat penting dalam membangun sebuah usaha. Berdasarkan prinsipnya, dalam menciptakan perilaku ekonomi yang dalam sebuah perusahaan diperlukan akuntabilitas dan transparansi dari individu yang terlibat di dalamnya (Zulkarnaen *et al.,* 2020).

Unsur pembentukan karakter amanah adalah bertanggungjawab (Waluya & Mulauddin, 2021). Seseorang yang amanah merupakan individu yang mampu mengambil tanggung jawab (responsibilitas) dan memberikan pertanggungjawaban (accountability) atas amanah yang diberikan kepadanya (Marwiyah, 2018). Dalam perspektif Islam, akuntabilitas tidak hanya mencakup interaksi antara manajemen sebuah organisasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan, misalnya penyedia dana atau pemerintah serta masyarakat secara keseluruhan, namun, akuntabilitas juga mencakup hubungan antara manajemen serta Tuhan, yang merupakan pemilik dari segalanya. Berdasarkan pandangan Islam, akuntabilitas tidak hanya dilakukan sebagai pemenuhan kepatuhan terhadap regulasi akuntabilitas, namun terdapat tujuan lebih kompleks, yaitu untuk memperkuat hubungan kepada Sang Pencipta alam semesta. Konsep akuntabilitas dalam Islam dapat dipahami sebagai fondasi bagi penyampaian informasi atau sebagai metode manajemen dalam

mempertanggungjawabkan kepada Tuhan (Akuntabilitas Vertikal), sesama manusia, dan lingkungan (Akuntabilitas Horizontal).

*Shariah Enterprise Theory* menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan pihak lain, bukan hanya kepentingan individu semata.. Dengan demikian, *shariah enterprise theory* memiliki perhatian yang signifikan terhadap berbagai pemangku kepentingan (Kalau *et al.,* 2022). Dalam perspektif SET terhadap akuntabilitas, mengemukakan bahwa terdapat tiga aspek yang menjelaskan mengenai hubungan akuntabilitas, yaitu aspek pertama hubungan kepada Allah SWT sebagai *stakeholder* tertinggi disusul dengan manusia sebagai *stakeholder* kedua, dan alam adalah *stakeholder* terakhir. Dengan demikian, pandangan SET mengenai Allah Swt. memiliki hak kepemilikan yang penuh sebagai sumber utama, kemudian potensi yang dimiliki oleh manusia berfungsi sebagai landasan amanah dari Allah Swt. untuk menjaga alam yang dititipkan kepada umat manusia. Maka dari itu terdapat dimensi bahwa Pertanggungjawaban *Vertikal* kepada Allah kemudian diuraikan melalui pertanggungjawaban secara *Horizontal* kepada sesama manusia dan terhadap lingkungan alam.

**Akuntabilitas terhadap Tuhan (Akuntabilitas Vertikal)**

Wawancara dilakukan dengan informan pelaku usaha minuman herbal di Bangkalan (EN) dan pelaku usaha makanan di Surabaya (SM) untuk menggali lebih lanjut mengenai pemahaman, praktik dan kesadaran atas tanggungjawab terhadap Tuhan sebagai *stakeholder* tertinggi. Dalam konteks penciptaannya, manusia ditempatkan sebagai makhluk hamba Allah dan memiliki kewajiban dalam mengabdi kepada-Nya. Dalam konteks ini, manusia memiliki hubungan yang erat antara hak dan tanggung jawabnya kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* selaku Pencipta. Sebagai salah satu makhluk di alam semesta, manusia diciptakan dengan tujuan khusus, yaitu beribadah kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala*.

Wawancara kepada pelaku usaha di Bangkalan yaitu (EN) mengungkapkan bahwa usaha yang didirikan menggunakan konsep halal karena produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha merupakan produk herbal. Bahan yang digunakan dalam produk tersebut merupakan langsung dari alam sehingga tidak ada proses yang membuat terbentuknya menjadi bahan baku baru. Pelaku usaha (EN) merasa yakin bahwa produk seperti empon-empon berasal dari rempah alami yang terjamin kehalalannya. Selain empon-empon terdapat produk minuman herbal cair yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut seperti terdapat bahan pendamping. Salah satu contoh bahan pendamping yang digunakan yaitu gula pasir. Gula pasir yang akan digunakan sebagai campuran produk jamu cair harus memakai produk yang terdapat sertifikat halal, sebab produk yang diproduksi oleh (EN) merupakan produk halal. Bisnis yang dijalani oleh pelaku usaha (EN) merupakan bisnis keluarga sehingga tidak memiliki karyawan dan produk usaha selalu memiliki *stock* pada pendingin, sehingga tidak mengharuskan (EN) untuk produksi setiap hari.

Dalam bentuk pertanggung jawaban terhadap Tuhan sebagai stakeholder tertinggi, pelaku usaha (EN) melakukan tanggung jawabnya sebagai hamba Allah dengan melaksanakan ibadah kepada Allah Swt. pada waktu-waktu mutajab seperti shalat

lima waktu dan mengamalkan shalat sunnah. Pada proses produksi pelaku usaha (EN) selalu mengamalkan doa untuk kelancaran pribadi serta kebarokahan pelanggan. Pelaku usaha (EN) beranggapan bahwa mengamalkan doa bukan hanya untuk keuntungan pribadi sebagai kelancaran produksi namun juga kepada pelanggan sehinnga produk dapat bermanfaat bagi pihak lain.

> "Jadi intinya bukan hanya untuk di diri pribadi saya keuntungannya, tapi untuk pelanggan-pelanggan saya dan manfaat orang lain supaya bisa aktifitas ibadah dengan baik" (EN, 30 Oktober 2024)

Pelaku usaha (EN) menerapkan infaq, yaitu memberikan sebagian dari penjualan produk usaha kepada kotak infaq yang telah disediakan pada tempat usaha sebagai bentuk pembersihan harta pada usaha.

> "Sebagian dari penjualan saya itu ini (kotak infaq) dimasjid, jadi sesekian persen dari keuntungan saya itu saya kasihkan kesini gitu" (EN, 30 Oktober 2024)

Selain itu, wawancara telah dilakukan kepada pelaku usaha di Surabaya yaitu (SM) memiliki usaha yang di jalankan yaitu produk makanan yang dijual belikan secara offline dan online melalui beberapa platform layanan pemesanan makanan melalui aplikasi mobile. Produk yang di pasarkan dijual secara fresh dengan dioalah langsung dan segera dijual belikan. Pelaku usaha (SM) sebelum memiliki sertifikat halal, mengandalkan sertifikat seminar dan pelatihan mengenai UMKM secara berbayar untuk mendapatkan pengakuan supaya dapat memasuki ritel. Namun pada tahun 2022 pelaku usaha telah mendapatkan sertifikat halal pada produk usahanya. Usaha yang dikembangkan oleh pelaku usaha (SM) menggunakan modal pribadi.

Dalam bentuk pertanggung jawaban kepada Tuhan sebagai stakeholder tertinggi, pelaku usaha (SM) menerapkan SOP sebagai kewajiban manusia terhadap TuhanNya. Pelaku usaha menyediakan waktu beribadah pada siang dan sore hari. Ketika karyawan beribadah maka tempat usaha dijaga bergantian dengan pemilik usaha (SM), sehingga pembeli tidak bingung yang menyebabkan omzet turun ketika pelanggan pergi ke tempat usaha lain. Lokasi tempat usaha dekat dengan mushola sehingga memudahkan karyawan serta pelanggan melakukan kewajibannya dalam beribadah.

> "Itu udah ada musholanya di situ lah nanti kalau salat silakan sholat tidak apa-apa Ibu" (SM, 23 November 2024)

Pelaku usaha, menerapkan kepada pegawai bahwa ketika bekerja harus memanfaatkan waktunya dengan hal yang positif seperti sholawat daripada harus melakukan hal yang negatif. Pelaku usaha (SM) mempunyai harapan jika melakukan hal yang positif seperti sholawat maka akan menimbulkan dampak positif.

> "Suruh sholawat terus setiap hari biar laris daripada ngegosip saya suruh sholawat dalam hati ya laris" (SM, 23 November 2024)

Pelaku usaha, menerapkan bahwa setiap pagi sebelum melakukan aktivitas memberikan sebagian harta meskipun tidak banyak untuk mengisi infaq sebagai pembersihan harta. Pelaku usaha (SM), memaknai infaq bahwa ketika melakukannya

karena Allah Swt. maka jika terdapat kesulitan maka dimudahkan segala urusan. Pelaku usaha (SM) mengamalkan bahwa ketika memberikan sebagian hartanya, maka ketika memiliki akan semakin diringankan.

> "Niatnya kepada Allah ta'ala jadi kalau seandainya ada kesulitan bisa dimudahkan positif thinking aja" (SM, 23 November 2024)

Pendekatan yang diterapkan oleh kedua pelaku usaha tersebut sejalan dengan Shari'ah Enterprise Theory (SET), yang mengembangkan konsep akuntabilitas tidak hanya dalam konteks hubungan antara perusahaan dan pemilik modal, tetapi juga kepada Allah SWT, manusia, dan alam. Shari'ah Enterprise Theory (SET) menekankan adanya tiga bentuk pertanggungjawaban, yaitu vertikal (kepada Tuhan), horizontal (kepada sesama manusia dan alam). Dalam konteks ini, pelaku usaha (EN) dan (SM) telah menunjukkan bentuk pertanggungjawaban vertikal melalui ibadah dan doa. Pertanggungjawaban horizontal pelaku usaha melalui penyediaan produk halal yang berkualitas, serta pertanggungjawaban moral dan spiritual melalui infak sebagai bentuk pembersihan harta.

Dengan demikian, praktik usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM ini mencerminkan implementasi nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi secara menyeluruh, tidak terbatas pada aspek keuntungan semata, melainkan juga mengedepankan keberkahan dan kemaslahatan bagi semua pihak yang terlibat. Hal ini memperkuat relevansi Shari'ah Enterprise Theory sebagai kerangka yang sesuai untuk memahami praktik usaha berbasis nilai-nilai sharia dalam konteks UMKM di Indonesia.

**Akuntabilitas Terhadap Manusia (Akuntabilitas Horisontal)**

Wawancara dilakukan pada pelaku usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan (EN) dan Surabaya (SM) sebagai informan untuk menggali pemahaman, praktik dan kesadaran atas tanggungjawab terhadap sesama manusia yang dianugerahi amanah oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala*, untuk saling melindungi dan memelihara keharmonisan dalam kehidupan di dunia sebagai *khalifah fil ardh*. Penjelasan mengenai tanggung jawab terhadap sesama manusia dijalankan melalui pemahaman bersama tentang batasan hak asasi manusia. Beberapa di antaranya adalah hak untuk hidup, menikmati lingkungan yang sehat, serta mendapatkan pengakuan atas eksistensinya di masyarakat. Usaha Mikro dan Kecil di sektor makanan dan minuman perlu mempertahankan serta membangun kepercayaan masyarakat, sekaligus memberikan pelayanan optimal kepada konsumen.

Wawancara kepada pelaku usaha di Bangkalan yaitu, (EN) mengungkapkan bahwa produk usaha (EN) memiliki konsep halal. Bahan yang digunakan dalam memproduksi produk merupakan bahan alami dari alam. Pelaku usaha (EN) telah memiliki sertifikat halal sebagai bentuk kepercayaan konsumen pada tahun 2017. Menurut pengalaman pelaku usaha (EN) pada tahun 2017 mengurus sertifikat halal secara manual di Surabaya. Pelaku usaha mengajukan 10 produk manual ke Surabaya, kemudian diproses selama 3 bulan hingga terbit sertifikat halal. Pelaku usaha memperbanyak produk halal dengan mengajukan produk baru melalui pusat halal. Pelaku usaha (EN) memiliki argumentasi bahwa sertifikat halal memiliki sifat wajib sebab sebagian besar

penduduk Indonesia adalah Muslim. Bahan pembuatan produk pasti tidak lepas dari barang halal dan haram, sehingga sebagai bentuk kepercayaan kepada pelanggan bahan baku harus memiliki sertifikat halal supaya membuktikan bahwa layak dikonsumsi. Konsumen akan merujuk pada legalitas pada suatu produk.

> "Sertifikat halal itu wajib menurut saya karena pertama sebagian besar penduduk Indonesia kan muslim. Jadi dengan adanya label halal kita bisa yakin oh ini layak untuk dimakan orang muslim. Sekarang itu pelanggan-pelanggan konsumen-konsumen sudah pinter-pinter sudah cerdik-cerdik yang dituju pertama adalah legalitas" (EN, 30 Oktober 2024)

Selain sertifikat halal, terdapat beberapa komponen lain yang juga berperan dalam memberikan jaminan kepada konsumen. Komponen seperti daftar komposisi, tanggal produksi, dan tanggal kedaluwarsa memiliki peran penting karena konsumen tidak hanya membutuhkan kepastian mengenai kehalalan suatu produk, tetapi juga membutuhkan jaminan terkait kualitas dan keamanan produk tersebut. Oleh karena itu, pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), perlu menunjukkan tanggung jawab atas produk yang mereka hasilkan.

Salah satu bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha (EN) adalah dengan mencantumkan informasi penting pada kemasan produk, seperti komposisi bahan, tanggal produksi, dan tanggal kedaluwarsa. Penyediaan informasi ini tidak hanya memudahkan konsumen dalam memahami kandungan produk, tetapi juga memberikan kepastian bahwa produk tersebut masih dalam kondisi layak konsumsi. Dengan demikian, jaminan yang diberikan kepada konsumen tidak hanya terbatas pada aspek kehalalan, tetapi juga mencakup kualitas dan keamanan produk secara menyeluruh. Pelaku usaha (EN) juga menerapakan SOP sebagai menjamin kehalalan produk serta landasan proses pembelian bahan baku hingga pengemasan. Penerapan SOP ini tidak hanya memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal, tetapi juga mendukung konsistensi mutu dan keamanan produk yang dihasilkan.

> "Saya ada SOP bahan baku ada, SOP produksi ada, SOP nya sesuai ini. Jadi harus ada SOP nya masing-masing" (EN, 30 Oktober 2024)

Metode pencatatan keuangan pada usaha (EN) belum dilakukan secara formal atau terstruktur. Pemilik usaha menyampaikan bahwa pencatatan keuangan harian tidak menggunakan buku kas maupun sistem digital, melainkan hanya dilakukan secara informal melalui aplikasi pesan instan. Pencatatan yang lebih tertib hanya dilakukan apabila terdapat transaksi dalam skala besar, seperti pemesanan dari toko-toko besar yang disertai dengan purchase order (PO).

> "Kalau keuangan saya yang ada itu yang toko-toko besar kan ada PO masuk itu baru. Kalau yang harian itu saya ndak paling by WA, kalau untuk buku saya enggak" (EN, 30 Oktober 2024)

Islam memberikan jaminan kebebasan pribadi dalam aspek ekonomi dan interaksi sosial, selama dilakukan secara baik serta memiliki dampak positif. Tingkat kesejahteraan individu akan berhasil tercapai apabila seluruh kebutuhan mereka

terpenuhi. Kesejahteraan memiliki beragam aspek yang berfungsi sebagai indikator, di antaranya adalah pemenuhan kebutuhan materi bagi individu. Berdasarkan perspektif Islam, kesejahteraan bertujuan untuk memberikan kebahagiaan secara menyeluruh terhadap umat manusia, sementara kesejahteraan ekonomi hanyalah satu bagian kecil dari keseluruhannya. Evaluasi dibutukan dalam mencapai kesejahteraan umat manusia. Pelaku usaha (EN) selalu melakukan evaluasi terhadap usahanya sehingga terciptanya penyelesaian mengenai permasalahan. Evaluasi dilakukan (EN) dalam upaya pengembangan usaha. Misalnya, ketika terjadi penurunan jumlah pelanggan, saya melakukan evaluasi untuk mengetahui penyebabnya serta dampak yang ditimbulkan. Setelah itu, evaluasi kembali dilakukan untuk menilai apakah kondisi pasar masih belum menunjukkan perbaikan. Jika demikian, maka saya akan merancang berbagai program atau strategi guna meningkatkan penjualan.

> “Evaluasi selalu ada, jadi untuk mengembangkan usaha kenapa misalnya kok sekarang semakin sepi saya evaluasi kenapa, dampaknya kenapa. Kemudian dievaluasi lagi, dalam mengevaluasi ketika setelah itu kok market ini masih loyo apa saya bikin-bikin program-program apa seperti untuk meningkatkan penjualan” (EN, 30 Oktober 2024)

Selain itu, wawancara telah dilakukan kepada pelaku usaha di Surabaya yaitu (SM). Sertifikat halal merupakan syarat yang sangat penting sehingga produk teridentifikasi terjamin halal dan produk dapat memasuki tenant. Berdasarkan pengalaman dari pelaku usaha (SM) dampak dari produk yang telah memiliki sertifikat halal tidak begitu berpengaruh. Namun beberapa pelanggan mempertanyakan kehalalan produk usaha seperti mempertanyakan halal atau haram dan memakai bahan baku apa saja. Beberapa pelanggan menghindari bahan hewani seperti telur, olahan ayam dan ikan. Pelaku usaha (SM) memiliki strategi dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan yakni dengan memasukkan sertifikat halal pada platform layanan pemesanan makanan. Beberapa platform layanan pemesanan makanan pada aplikasi mobile memberikan kebijakan bahwa setiap usaha harus mempunyai sertifikat halal. Berdasarkan kebijakan tersebut memberikan kepercayaan konsumen terhadap makanan yang akan di konsumsi serta menghindari makanan mengandung bahan haram seperti babi, minyak babi dan bahan busuk. Pelaku usaha tidak mencantumkan tanggal produksi serta tanggal kadaluarsa karena produk pelaku usaha merupakan makanan cepat saji yang dijual secara fresh.

> “Saya fotokan, saya tunjukkan di platform layanan pemesanan yang mulai diminta sertifikat halal itu takutnya ada bahan babi, minyak babi atau bahannya busuk gitu” (SM, 23 November 2024)

Industri usaha menggunakan konsep halal sehingga pelaku usaha harus memperhatikan bahan baku, proses pembuatan hingga penyetoran kepada pelanggan. Bahan baku yang digunakan menggunakan bahan yang memiliki sertifikat halal seperti bahan tepung harus mempunyai label halal. Pelaku usaha (SM) memaksimalkan kualitas bahan halal dan bersih meskipun mempunyai harga tinggi.

"Ini ada label halalnya, saya pakai tepung ini agak mahal tapi gak apa-apa enak" (SM, 23 November 2024)

Pelaku usaha (SM) menjamin kehalalan produk melalui bahan dan produk makanan yang selalu fresh. Pengolahan produk secara langsung pada pagi hari, sehingga ketika siang hari habis pelaku usaha (SM) mengambil produk yang telah diolah pada hari yang sama dilemari pendingin khusus makanan.

"Jadi saya ingin intinya sekali bikin habis" (SM, 23 November 2024)

Pencatatan keuangan usaha ini masih sederhana dan belum menggunakan sistem akuntansi formal. Transaksi dilakukan secara offline dan online dengan mekanisme berbeda. Pada transaksi offline, konsumen menerima kupon dari tenan lalu menukarnya ke pedagang, yang kemudian dibayar melalui QRIS di kasir pusat. Pedagang tidak menerima uang tunai, dan hasil penjualan ditransfer ke rekening pribadi mereka. Kupon dikumpulkan dan diserahkan ke kasir pusat keesokan paginya untuk dicocokkan dengan data sistem. Namun, sering terjadi ketidaksesuaian jumlah kupon karena konsumen membuang kupon, sehingga menimbulkan selisih pencatatan.

"Penghasilannya itu masuk ke rekeningnya ibu itu. Seandainya hari Senin Ibu jualan sore tutup besok pagi jam 09.00 kupon itu diambil oleh kasir dicocokkan sama sistemnya" (SM, 23 November 2024)

Untuk transaksi online, operasional berlangsung dari pukul 07.00–17.00 WIB, dengan pembayaran ditransfer ke rekening pedagang keesokan subuh dan dikonfirmasi melalui email atau aplikasi.

"Kalau yang online kan ibu bukanya jam 07.00 pagi sampai jam 05.00 sore yaitu hari ini jualan besok subuh itu jam 05.00 jam 04.00 sudah dibayar sudah masuk rekening ditransfer itu nanti buktinya email lewat di aplikasi jadi kita bisa ngecek sudah ditransfer belum hari ini ya

Dalam Islam, akuntabilitas sangat berhubungan dengan kontribusi yang diberikan oleh setiap karyawan di perusahaan sebagai bentuk rasa tanggung jawab mereka. Seorang pemimpin di sektor makanan memiliki tanggung jawab dalam menjamin bahwa seluruh kegiatan usaha memberikan keuntungan bagi dirinya, individu di sekitarnya, atau dengan pelanggan. Pegawai harus melaksanakan pekerjaan dengan profesionalisme dan memiliki tanggung jawab atas keputusan yang sudah dibuat serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pelaku usaha (SM) memiliki sikap ramah kepada pelanggan serta sering berbagi kepada pelanggan.

"Anak-anak itu suka sama ibu soalnya katanya ibunya sering menyapa ibunya baik ya katanya anak-anak sih gitu. Terus kalau saya jualan kan ada yang sedikit itu saya nggak tega mesti tak tambahi" (SM, 23 November 2024)

Evaluasi sangat dibutuhkan dalam setiap usaha sehingga dapat mengembangkan bisnis lebih baik. Tenant tempat pelaku usaha (SM) menerapakan evaluasi terhadap usaha yang tidak mencapai target pemasaran. Apabila selama 3 bulan tidak mencapai

target maka pengelola membimbing dan mencari solusi dari permasalahan produk usaha.

> “Ditarget omsetnya, seandainya tidak mencapai omset maka dievaluasi kenapa sampai nggak laku. Apakah makanannya nggak enak, apa kemahalan, apa karena yang jaga ini nggak menawarkan ya itu konsep” (SM, 23 November 2024)

Penerapan akuntabilitas kepada manusia oleh kedua pelaku usaha sejalan dengan salah satu prinsip utama dalam Shari’ah Enterprise Theory. Teori ini menempatkan manusia sebagai bagian integral dari sistem ekonomi Islam yang harus dipenuhi hak-haknya secara adil. Akuntabilitas kepada manusia mendorong pelaku usaha untuk bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan, memberikan pelayanan yang baik, serta menjaga hubungan etis dengan para pemangku kepentingan (stakeholders). Dalam konteks UMK, hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kebermanfaatan dan kepercayaan konsumen sebagai bentuk kontribusi sosial dalam kegiatan bisnis. Hal ini memperkuat relevansi Shari’ah Enterprise Theory sebagai kerangka yang sesuai untuk memahami praktik usaha dalam pertanggungjawabab terhadap manusia dalam konteks UMKM di Indonesia.

**Akuntabilitas terhadap Alam (Akuntabilitas Horisontal)**

Wawancara dilakukan pada pelaku usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan (EN) dan Surabaya (SM) sebagai informan untuk menggali pemahaman, praktik dan kesadaran atas tanggungjawab terhadap alam sebagai sumber kekayaan juga memerlukan pemeliharaan untuk menhindari dampak negatif dari sifat serakah manusia. Entitas yang berperan sebagai pengelola lingkungan yang memiliki kontribusi signifikan seharusnya memberikan perhatian dalam mengelola alam dengan semaksimal mungkin. Hubungan antar manusia dalam konteks ini memiliki keterkaitan yang erat. Alam dan manusia memiliki hubungan yang saling ketergantungan. Kehidupan dan kematian manusia sangat dipengaruhi oleh apa yang diberikan oleh alam, begitupun sebaliknya, alam pun tak terlepas dari peran manusia. Ketika keharmonisan dapat dipelihara, maka keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian lingkungan akan membawa dampak positif terhadap perdamaian di dunia ini.

Wawancara kepada pelaku usaha di Bangkalan yaitu, (EN) menanggulangi pembuangan limbah produksi sebagai strategi menjaga lingkungan. Produk usaha (EN) merupakan produk herbal sehingga limbah dari produk usaha dapat didaur ulang, seperti pupuk sebagai penyubur tanaman. Hasil limbah dari proses penggilingan akan dimanfaatkan sebagai egoenzim. Namun jika tedapat limbah botol maka dikumpulkan dan didaur ulang atau dijual kepada pengepul.

> “Kalau botolnya insyaallah bisa didaur ulang ya bisa diambil sama tukang rombeng itu dikumpulin bisa dijual tapi kalau ketika ampasnya dari limbah saya insyaallah aman karena bisa dibuat pupuk” (EN, 30 Oktober 2024)

Wawancara kepada pelaku usaha di Surabaya yaitu, (SM) menanggulangi pembuangan limbah makanan upaya menjaga lingkungan. Setiap pelaku usaha pada

tenant memiliki wastafel pembuangan sehingga terdapat SOP dan setiap hari Jumat akan diperiksa. SOP pembuangan limbah dijelaskan secara rinci yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha. Salah satu SOP pembuangan limbah yaitu tidak boleh membuang sisa makanan, lemak, minyak, tepung dan lain-lain. Pelaku usaha diwajibkan membersihkan setiap 2 kali dalam seminggu. Strategi ini dapat menanggulangi penyumbatan yang terjadi pada wastafel pembuangan dan menjaga kebersihan tempat usaha.

> "Wastafel pembuangan dari wastafel itu kan ada kotak lubang. Itu setiap hari Jumat diperiksa jadi harus selalu dibersihkan, takutnya terjadi penyumbatan" (SM, 23 November 2024)

Pada kedua pelaku usaha tersebut telah menunjukkan bentuk akuntabilitas terhadap lingkungan melalui praktik pengelolaan limbah yang bertanggung jawab. Dalam konteks Shari'ah Enterprise Theory, tindakan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya menjaga ciptaan Allah SWT sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab sosial. Pengelolaan limbah yang baik tidak hanya berdampak pada lingkungan, tetapi juga memperkuat citra usaha sebagai entitas yang beretika dan berorientasi pada keberlanjutan (sustainability).

Dengan demikian, strategi pengelolaan limbah yang diterapkan oleh pelaku usaha (EN) dan (SM) menjadi representasi nyata dari prinsip-prinsip sharia dalam aktivitas ekonomi. Tidak hanya fokus pada aspek keuntungan, mereka juga mempertimbangkan dampak sosial dan ekologis, sebagaimana ditekankan dalam Shari'ah Enterprise Theory sebagai paradigma holistik dalam membangun usaha yang berkeadilan dan berkelanjutan.

### *4.2. Pembahasan*

**Akuntabilitas Pada UMK Makanan dan Minuman di Bangkalan dan Surabaya**

Berdasarkan hasil dari temuan menyatakan bahwa pelaku UMK pada sektor makanan dan minuman di Bangkalan dan Surabaya menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki tingkat pemahaman pemahaman spiritual yang tinggi dalam menjalankan aktivitas usaha mereka. Hal ini terlihat pada pemahaman menganai tanggung jawab pelaku usaha yang tidak terbatas pada konsumen dan keuntungan, namun juga kepada Tuhan sebagai stakeholder tertinggi. Berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*, pelaku usaha Bangkalan serta Surabaya telah menegaskan bahwa peran SET sebagai meted yang signifikan dalam penggabungan nilai-nilai Islam dalam kegiatan berbisnis. Berdasarkan pelaku usaha Bangkalan dan Surabaya menyatakan bahwa prinsip keagamaan tidak hanya diyakini secara individu namun juga diimplementasikan secara nyata dalam dunia bisnis seperti doa, sedekah, pemiihan bahan halal dan sarana beribadah. Praktik tersebut tidak hanya sebagai simbolis namun diartikan sebagai bentuk tanggungjawab spiritual yang diyakini dalam mendatangkan keberkahan untuk usaha serta memberikan keberkahan bagi pelanggan oleh pelaku usaha.

Dalam konteks ekonomi Islam, pelaku usaha memiliki tanggung jawab yang tidak hanya terbatas pada memperoleh laba namun juga mencakup memenuhi hak-hak manusia sesuai dengan kepercayaan yang diamanahkan oleh Allah SWT. Hal ini

sejalan dengan *Shariah Enterprise Theory* yang bertanggung jawab kepada sesama manusia. Berdasarkan temuan wawancara dengan pelaku usaha UMK di Bangkalan dan Surabaya bahwa pemahaman serta penerapan akuntabilitas terhadap sesama manusia telah diterapkan meskipun dalam intesitas yang berbeda. Meskipun masih terdapat keterbatasan seperti pembukuan keuangan yang masih sederhana, namun pelaku usaha telah menunjukkan kesadaran diri yang tinggi mengenai pentingnya menjaga kehalalan produk, menjamin bahan yang digunakan halal, memberikan pelayanan yang memuaskan, menerapkan etika dan melakukan evaluasi untuk kelanjutan usaha supaya menjadi lebih baik.

Isu terkait keberlangsungan lingkungan menjadi salah satu perhatian utama dalam pengelolaan bisnis baik yang berskala mikro maupun kecil. Dalam kerangka ekonomi yang berfokus pada nilai, para pelaku usaha dituntut tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, namun juga untuk mempertanggungjawabkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis. Berdasarkan temuan hasil wawancara, pelaku usaha telah memiliki pemahaman yang tinggi mengenai pentingnya menjaga keharmonisan antara manusia dan alam, hal ini telah sejalan dengan *Shariah Enterprise Theory.* Pemahaman ini kemudian diinternalisasi dalam bentuk tindakan konkret yang mencerminkan prinsip tanggungjawab serta etika terhadap lingkungan yaitu dengan pengelolaan limbah yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dalam bentuk komitmen terhadap Tuhan, manusia dan alam sebagai bagian dari amanah yang harus dijaga. Dengan demikian, pelaku usaha dapat dianggap praktik ekonomi yang bermoral namun juga berkelanjutan yang mencerminkan paradigm menyeluruh dalam mengembangkan bisnis yang adil dan bertanggung jawab kepada Tuhan, sesama manusia dan alam.

**Konsep Amanah Pada UMK Makanan dan Minuman di Bangkalan dan Surabaya**

Sifat Amanah ini artinya dapat dipercaya. Sikap amanah ini dapat membangun suatu hubungan individual maupun kelompok. Pada kondisi saat ini sifat amanah ini sangat diperlukan dalam dunia usaha bisnis. Pengusaha yang berpegang pada prinsip amanah akan merasakan usaha yang mereka jalankan sebagai tanggung jawab yang diamanahkan oleh Allah. Penerapan konsep amanah dalam ekonomi Islam memiliki peranan penting dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Amanah menekankan pentingnya prinsip kepercayaan, integritas serta tanggung jawab dalam pengelolaan aset. Dalam kegiatan ekonomi, seluruh pelaku usaha seperti individu, perusahaan, dan lembaga keuangan diharapkan dapat menjaga komitmen dalam menghormati prinsip amanah pada setiap aktivitas ekonomi mereka. Penting bagi pelaku usaha dalam memastikan bahwa tindakan mereka tidak akan membahayakan orang lain, melindungi kepentingan umum, dan mengedepankan kesejahteraan bersama. Nilai-nilai amanah diharapkan dapat berfungsi sebagai strategi yang efisien dalam pengelolaan bisnis, sehingga dapat memperbaiki kualitas baik dalam pengelolaannya maupun dalam aspek-aspek pendukung lainnya. Kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya dengan cara efisien akan berpengaruh positif terhadap peningkatan profitabilitas.

***Amanah terhadap Allah***

Amanah kepada Tuhan memiliki pengertian bahwa sebagai makhluk yang dipercayakan amanah, manusia memiliki kewajiban dalam menjalankan semua perintah-Nya dan menjauhi segala yang telah dilarang. Secara esensial, melaksanakan hak-hak Allah adalah bagian dari amanah yang memiliki karakteristik vertikal. Sebagai usaha Mikro dan Kecil (UMK) di bidang makanan dan minuman harus menyediakan waktu istirahat untuk melaksanakan ibadah untuk karyawan. Pelaku usaha di Bangkalan dan Surabaya memberikan waktu dan mengamalkan kewajiban sebagai hamba Allah yaitu melaksanakan ibadah kepada Allah Swt. pada waktu-waktu mutajab seperti shalat lima waktu. Selain pada waktu mutajab, dalam meningkatkan pelaksanaan syariat Islam dalam menjalankan tugas-tugas dari Allah Subhanahu wa ta'ala, realisasi terhadap regulasi sharia juga sangat diperlukan. Perwujudan ketaatan kepada Allah Swt. seperti mengamalkan doa serta sholawat untuk kelancaran pribadi serta kebarokahan pelanggan. Selain itu, pelaku usaha mengamalkan penerapan infaq sebagai pembersihan harta. Penerapan Infaq yaitu memberikan sebagian dari keuntungan penjualan produk usaha kepada kotak infaq yang telah disediakan pada tempat usaha atau pada masjid sebagai bentuk pembersihan harta pada usaha.

***Amanah terhadap Manusia***

Amanah terhadap sesama manusia meberikan pengertian bahwa setiap individu dituntut dalam pemeliharaan dan menjalankan amanah yang diberikan oleh individu lain, baik yang memiliki sifat materi atau non-materi seperti menjaga rahasia. Dalam interaksi antar individu, tanggung jawab merupakan salah satu indikasi amanah yang sangat penting. Pada indiaktor tanggung jawab terhadap tugas telah relevan, seperti karyawan melakukan tugas dengan baik dan produk usaha telah memiliki sertifikat halal sebagai perwujudan dalam menjaga dan memelihara kepercayaan masyarakat terhadap produk usaha. Indikator berikutnya adalah pemenuhan janji, indikator ini sangat berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh karyawan melalui perjanjian yang telah disepakati. Selanjutnya indikasi terhadap komitmen. Hal ini merupakan indikator krusial dalam usaha untuk meningkatkan kualitas kerja pegawai yang berkewajiban dalam komitmen kepada perusahaan. Indikator komitmen seperti menerapakan SOP sebagai menjamin kehalalan produk serta landasan proses pembelian bahan baku hingga pengemasan serta menjamin bahan baku telah tersertifikasi halal dan bersih. Indikator selanjutnya adalah kejujuran kepada diri sendiri. Kejujuran kepada diri sendiri mencerminkan disiplin dan kemampuan dalam merenungkan kondisi diri. Indikator jujur terhadap diri sendiri, seperti melakukan evaluasi terhadap usaha sebagai perwujudan mengembangkan usaha. Memiliki sikap ramah dan amanah kepada pelanggan serta memberikan bonus kepada pelanggan.

***Amanah terhadap Alam***

Berbagai aktivitas yang berlangsung di dunia memiliki hubungan dengan energi dan kekuatan alam. Dengan mengutamakan keberlanjutan dalam aktivitas sosialnya, organisasi menunjukkan keseriusan dalam menjalankan prinsip kepercayaan dalam melindungi alam dan lingkungan. Menurut prinsip amanah, kekayaan serta sumber daya alam adalah pemberian dari Tuhan yang perlu dijaga dan dikelola dengan bijaksana. Penelitian ini, memiliki indikator yang diangap krusial terkait interaksi antara

manusia dan alam adalah inisiatif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Berdasarkan upaya mendukung keberlangsungan kehidupan manusia, lingkungan membutuhkan perhatian supaya tetap terjaga. Dalam hal ini terdapat di usaha Mikro dan Kecil (UMK) mengenai pengelolaan limbah berdasarkan SOP masing-masing.

**Konsep Akuntabilitas serta Amanah pada Pendekatan Fenomenologi**

Fenomenologi dapat terlihat dari persepsi serta makna pada kesadaran diri individu. Berdasarkan amanah, makanan halal memiliki kedudukan penting dalam agama. Fenomenologi pada sertifikasi halal tidak semata-mata berkaitan dengan ekonomi. Terdapat beberapa faktor pelaku usaha dalam pembuatan sertifikat halal tidak memiliki kesadaran diri atau fenomenologi yaitu salah satunya faktor regulasi. Ketika motif pelaku usaha dalam membuat sertifikat halal hanya memenuhi regulasi pemerintah dalam pembuatan sertifikat halal, maka pelaku usaha belum memiliki kesadaran mengenai pentingnya produk halal sehingga pelaku usaha belum menerapkan fenomenologi. Kedua, faktor ekonomi yaitu ketika motif pelaku usaha hanya semata-mata untuk keuntungan pribadi seperti meningkatkan penjulan, syarat memasuki tenant, syarat memasuki pusat oleh-oleh dan pendaftaran sertifikasi halal secara gratis, dipaksa atau diundang. Faktor-faktor tersebut menegaskan bahwa pelaku usaha belum memiliki kesadaran diri dari pentingnya produk halal yang telah memiliki sertifkat halal. Ketika pelaku usaha tidak memiliki kesadaran diri dan berdasarkan faktor regulasi serta ekonomi maka pelaku usaha belum memiliki value dan memiliki sifat yang rasional. Pelaku usaha berfikir dengan ada atau tidak sertifikat halal tidak berpengaruh banyak pada produknya. Hal ini menyatakan bahwa pelaku usaha belum menerapkan fenomenologi.

Ketika pelaku usaha memiliki kesadaran diri dalam memperoleh sertifikat halal dan menjadikannya sebagai amanah, maka memiliki kesadaran diri dari hati bahwa produk harus terjaga sehingga konsumen mengkonsumsi produk halal yang dikarenakan ketika seseorang memakan makanan tidak halal maka ibadahnya tidak diterima. Pelaku usaha memandang bahwa sertifikat halal bukan hanya program gratis namun pelaku usaha merasa bahwa harus memiliki sertifikat halal, maka hal tersebut mencerminkan fenomenologi.

Auditor halal (RM) memandang tugasnya sebagai tanggung jawab untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas bahwa seluruh proses produksi, bahan baku, dan produk akhir sesuai dengan standar halal yang ditetapkan oleh BPJPH dan fatwa MUI. Auditor halal (RM) cermat dalam memverifikasi data dan fakta dilapangan supaya sesuai dengan standard dan sharia. Hal ini memunjukkan komitmen terhadap integritas audit. Auditor menyadari keberhasilan audit sangat bergantung pada kooperatifnya pelaku usaha. RM menyikapi situasi tersebut dengan mengembangkan strategi, seperti menggunakan “feeling” atau “memancing” informasi untuk mengatasi kurangnya keterbukaan atau data yang tidak lengkap, terutama dari UMKM yang memiliki manajemen belum tertata. Hal ini mencerminkan bahwa makna adaptasi dan ketekunan dalam menghadapi realitas lapangan. Auditor halal (RM) juga memaknai perannya sebagai penilai komitmen pelaku usaha terhadap Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Hal ini bukan hanya audit sesaat, melainkan penilaian terhadap

keseriusan dan kosistensi pelaku usaha dalam menjaga status halal produk mereka di masa mendatang.

Pada sudut pandang UMKM auditor halal (RM) sering menemukan ketidaksesuaian antara data acuan dan kondisi faktual bahan yang digunakan di lapangan. Ketidaksesuaian ini mengharuskan auditor halal untuk menjalankan tugasnya sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya (tupoksi), guna memastikan bahwa setiap bahan yang digunakan sesuai dengan ketentuan sertifikasi halal. Salah satu penyebab utama terjadinya ketidaksesuaian tersebut adalah ketidakmampuan pelaku usaha dalam menyediakan nota pembelian atau dokumen yang sah sebagai bukti kehalalan bahan yang digunakan.

> “Ketika di lokasi itu memang lebih seringnya tidak sesuai dengan data-datanya kadang tidak sinkron dengan berkas-berkas yang dilampirkan, nah itu inti dari proses audit itu sendiri. Kita chek apakah bener sesuai dengan realitanya atau kondisi sebenarnya” (RM, 25 September 2024)

Nota pembelian sangat penting dalam menelusuri asal-usul bahan. Sebagian besar para pelaku usaha membeli bahan di pasar sehingga auditor halal mengalami kendala dalam menelusuri asal-usul bahan tersebut. Pelaku usaha mengalami kesusahan dalam mengumpulkan nota pembelian barang, dikarenakan pembelian di pasar kebanyakan tidak menggunakan nota. Dengan tidak tersedianya nota pembelian bahan, maka menjadi kendala besar auditor halal karena tidak ada dokumentasi untuk ketelusuran.

> “Mereka kecenderungan beli di pasar sehingga tidak ada nota pembelian nah disini auditor merasa kesulitan karena tidak mendapatkan data untuk ketelusuran padahal salah satu dokumen ketelusuran paling sederhana itu nota pembelian, kita tidak pernah tahu belinya dari mana dapatnya dari mana” (RM, 25 September 2024)

Menurut (SM), sebagian besar bahan yang tersedia di pasar tidak memiliki sertifikat halal atau label halal yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

> “Kalau yang di pasar-pasar itu juga belum ada sertifikat halal kalau saya tanya” (SM, 23 November 2024)

Berdasarkan hal tersebut, beberapa pelaku usaha masih belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai pentingnya sertifikasi halal, serta kurangnya kesadaran dalam proses pembuatan sertifikat halal. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk tersebut belum sepenuhnya memiliki label halal yang sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Penyelia halal (P) memaknai tugasnya sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam mendampingi pelaku usaha dan memantau kepatuhan produk halal, terutama dalam skema self declare. Terdapat indikasi keprihatinan penyelia halal (P) terhadap potensi ketidakpatuhan, terutama ketika penyelia halal berasal dari anggota keluarga pelaku usaha yang memungkinkan dalam meminjam nama atau tidak sepenuhnya memahami pentingnya standar halal. Hal ini menunjukkan bahwa penyelia halal menghargai integritas proses dan ingin melihat kepatuhan yang sesungguhnya.

Penyelia halal (P) menyadari bahwa terdapat celah dalam system sertifikasi halal, seperti kurangnya pemantauan pasca sertifikasi dan potensi pelanggaran yang tidak terdeteksi. Hal ini menunjukkan bahwa penyelia halal tidak sekadar menjalankan tugas, namun juga memiliki kesadaran kritis terhadap efektifitas regulasi yang ada.

Beberapa kasus yang ditemukan oleh penyelia halal (P) pada pembuatan sertifikat halal self declare kepatuhan sedikit berkurang. Dalam mekanisme self declare, pelaku usaha dapat memilih penyelia halal dari kalangan anggota keluarga sendiri. Pemilihan penyelia halal dari pihak internal keluarga dapat menimbulkan potensi konflik kepentingan dan dapat berdampak pada objektivitas serta akurasi dalam proses pemastian kehalalan produk. Oleh karena itu, diperlukan adanya proses verifikasi atau pengecekan ulang oleh pihak berwenang guna memastikan bahwa standar dan prosedur sertifikasi halal telah dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Di sisi lain, tidak semua anggota keluarga yang ditunjuk memiliki pemahaman yang memadai maupun kepatuhan terhadap prosedur sertifikasi halal. Kurangnya pengetahuan dan kesadaran ini dapat menghambat pelaksanaan proses sertifikasi secara menyeluruh dan konsisten, sehingga berisiko menurunkan kredibilitas dari sertifikat halal yang diterbitkan.

> “Self declare itu penyelianya dari anggota keluarganya sendiri terus kalo yang misalkan regular dari orang lain yang tersertifikasi harusnya, nah dari situ biasanya kepatuhannya mereka sedikit kendor soalnya kembali lagi terkadang mereka cuma ngambil nama kalau self declare atau pinjam nama” (P, 25 September 2024)

Beberapa kasus seperti pergantian bahan sebuah produk masih terjadi setelah proses pembuatan sertifikat halal. Kasus pergantian produk seringkali tidak terdeteksi karena tidak dilakukan pemantauan secara rutin. Terlebih lagi, terdapat anggapan bahwa sertifikat halal berlaku seumur hidup, sehingga dianggap sudah aman dan tidak akan menimbulkan sanksi dari pemerintah selama sertifikat tersebut masih dimiliki. Namun, hal ini menunjukkan kurangnya konsistensi dalam melakukan pemeriksaan dan pengawasan terhadap produk yang telah bersertifikat halal. Terdapat indikasi manipulasi data bahan baku, di mana bahan yang tercantum dalam dokumen berbeda dengan bahan yang digunakan setelah memperoleh sertifikat halal. Perbedaan ini terjadi karena pelaku usaha memilih menggunakan bahan yang lebih terjangkau guna memperoleh keuntungan yang lebih besar.

> “Kalau dilihat di lapangan, kalau nggak ada bahan ini ya diganti ini bahkan kalau ini mahal ya diganti ini dan pelaku usaha pun juga mencari yang sama semua pelaku usaha semua pastinya supaya kita mendapat penghasilan yang tinggi tapi mengeluarkan yang lebih dikit mereka cari simpelnya soalnya mencari rezeki juga” (P, 25 September 2024)

Kesadaran masyarakat, khususnya pada pelaku usaha di Kota Surabaya, terhadap pentingnya sertifikat halal mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan ini terlihat setelah diberlakukannya kewajiban sertifikasi halal secara nasional pada Oktober 2024. Seiring dengan penerapan kebijakan tersebut, intensitas sosialisasi yang dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga terkait, juga

mengalami peningkatan. Hal ini berkontribusi terhadap meningkatnya pemahaman dan antusiasme masyarakat dalam mengurus serta mematuhi prosedur sertifikasi halal

> “Tapi kalau dari segi kesadaran di Surabaya ini sudah lumayan tinggi mereka soalnya ada wajib halal itu benar akhir-akhir ini makanya kuotanya sampai membludak, sudah tinggi sih sudah lumayan bagus tentang sosialisasi sertifikasi halal itu sendiri” (P, 25 September 2024)

Berdasarkan hal tersebut beberapa pelaku usaha belum memiliki value dan kesadaran dan kesadaran yang cukup dalam melakukan sertifikasi halal, karena terdapat faktor ekonomi dan faktor regulasi. Faktor regulasi terjadi karena pelaku usaha cenderung hanya memenuhi persyaratan pemerintah dalam memperoleh sertifikat halal, tanpa memahami pentingnya produk halal secara lebih mendalam. Sementara itu, faktor ekonomi muncul ketika motif utama pelaku usaha hanya berfokus pada keuntungan pribadi semata.

Pelaku usaha (SM) memutuskan untuk mengurus sertifikat halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan pemerintah yang mewajibkan seluruh pedagang memiliki sertifikat halal mulai tahun 2024. Regulasi ini menjadi faktor pendorong utama bagi pelaku usaha untuk menjalankan proses sertifikasi halal. Setelah melalui tahapan pengajuan dan verifikasi, sertifikat halal resmi diterbitkan pada tanggal 12 Mei 2023 sebagai bukti bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar kehalalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

> “Katanya saya dengar ulang, tahun 2024 itu setiap pedagang ditanyai sertifikat halal, makanya sebelum jauh² hari saya sudah ngurus” (SM, 23 November 2024)

Pelaku usaha (SM) berupaya untuk memastikan bahwa seluruh bahan baku yang digunakan dalam proses produksi telah memiliki sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan adanya komitmen dari pelaku usaha untuk menjaga kualitas dan kehalalan produk yang dihasilkan. Dalam praktiknya, pelaku usaha juga menunjukkan kesediaan untuk mengeluarkan biaya yang lebih tinggi asalkan bahan baku yang dibeli memiliki label halal.

> “Ini ada label Halal ya saya pakai tepung ini agak mahal mbak tapi gak apa-apa tapi enak” (SM, 23 November 2024)

Hal ini menyatakan bahwa pendorong utama pelaku usaha dalam membuat sertifikat halal karena terdapat regulasi kewajiban memiliki sertifikat halal sehingga pelaku usaha pada awalnya belum memiliki value atau kesadaran diri, namun pelaku usaha juga mengusahakan bahwa bahan yang digunakan telah memiliki label halal sehingga walaupun terdapat dorongan melalui regulasi, seiring berjalannya waktu pelaku usaha telah memiliki kesadaran diri akan pentingnya menjaga kehalalan dengan menggunakan bahan yang mempunyai label halal dalam pembuatan produknya.

Pelaku usaha (EN), memutuskan untuk memiliki sertifikat halal karena sertifikasi halal merupakan suatu kewajiban, mengingat mayoritas penduduk Indonesia

beragama Islam. Oleh karena itu, bahan yang digunakan dalam produk harus memiliki label halal.

> “Karena sertifikat halal itu wajib menurut saya karena pertama sebagian besar penduduk Indonesia kan muslim” (EN, 30 Oktober 2024)

Dengan adanya label halal (EN) merasa yakin bahwa bahan dan produk layak untuk dikonsumsi bagi seorang muslim. Produknya yang dikelola (EN) merupakan produk herbal sehingga berasal dari tumbuhan yang dijamin kehalalannya. Ketika bahan herbal dioalah, beberapa produk ditambahkan bahan lain seperti gula. (EN) menggunakan gula pasir yang telah terdapat logo halal dikarenakan produk yang dimiliki telah tersertifikasi halal. Pelaku usaha (EN) juga menjamin proses pembuatan produk dengan adanya SOP. EN telah membuat sertifikat halal sejak tahun 2017 yaitu pada saat pembuatan secara manual dan belum terdapat peraturan wajib sertifikasi halal.

> “Sertifikat halal saya pertama itu tahun 2017, waktu masih manual” (EN, 30 Oktober 2024)

Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa pelaku usaha (EN) memiliki nilai (value) dan kesadaran diri yang tinggi terhadap pentingnya kepemilikan sertifikat halal dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kesadaran ini muncul dari pemahaman bahwa mayoritas penduduk Indonesia merupakan pemeluk agama Islam, yang memiliki tuntutan untuk mengonsumsi produk-produk yang terjamin kehalalannya. Pelaku usaha juga telah mengurus sertifikat halal secara manual yang diterbitkan pada tahun 2017. Pada tahun tersebut, peraturan mengenai kewajiban sertifikasi halal belum diberlakukan secara resmi. Oleh karena itu, pelaku usaha menyadari bahwa setiap bahan yang digunakan dalam proses produksi harus memiliki sertifikat halal sebagai bentuk tanggung jawab moral sekaligus kepatuhan terhadap norma agama dan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai akuntabilitas berbasis amanah pada usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan dan Surabaya, maka peneliti menyimpulkan bahwa usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Bangkalan dan Surabaya telah mengimplementasikan prinsip Syariah Enterprise Theory. Peneliti juga menyatakan bahwa praktik akuntabilitas berbasis amanah yang diterapkan oleh pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di wilayah Bangkalan dan Surabaya telah berjalan seiring dengan nilai-nilai ajaran agama Islam. Dalam konteks ini, akuntabilitas tidak hanya dipahami sebagai bentuk pertanggungjawaban secara administratif atau formal, tetapi juga sebagai manifestasi dari tanggung jawab spiritual dan moral yang mencakup hubungan vertikal kepada Allah Swt. serta hubungan horizontal kepada sesama manusia dan lingkungan sekitar. Namun, pada metode pencatatan keuangan pelaku usaha belum dilakukan secara formal atau terstruktur.

Berdasarkan pendekatan fenomenologi, akuntabilitas yang berlandaskan amanah dalam proses pembuatan sertifikasi halal didorong oleh dua faktor utama, yaitu faktor regulasi dan faktor ekonomi. Pada sisi auditor halal dan penyelia halal, terdapat faktor ekonomi yang memengaruhi kepatuhan sebagian pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal. Pelaku usaha (SM) terdorong oleh regulasi dalam pembuatan sertifikat halal. Pelaku usaha (EN) memutuskan untuk memiliki sertifikat halal karena hal tersebut merupakan kewajiban, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Keputusan ini mencerminkan nilai dan kesadaran yang tinggi akan pentingnya sertifikasi halal dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, dari sisi pelaku usaha, terdapat faktor regulasi yang memengaruhi kepatuhan sebagian pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal.

## Referensi


Abhas, K. M. W. S. (2015). Analisis Konsep Amanah Sebagai Pengendalian Internal Pengelolaan Keuangan Pada Yayasan ( Studi Kasus Pada Yayasan La-Royba Bali Bina Insani Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan ). *Jurnal Akuntansi Profesi*, *5*(2), 18–30. https://doi.org/10.23887/jap.v5i2.21076

Abidin, Z., & Khairudin, F. (2017). Penafsiran Ayat-Ayat Amanah Dalam Al-Qur'an. *Jurnal Syahadah*, *V*(2), 119–144. https://doi.org/10.32520/syhd.v5i2.188

Abrori, F., & Syahril. (2022). Ethnographic Study of the Financial Accountability Paradigm of the Rawatibul Haddad Banyuputih (JRHB) Congregation. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, *1*(2), 82–92. https://doi.org/10.55120/iltizamat.v1i2.594

Agung, I. M. (2021). Psikologi Amanah: Konsep, Pengukuran, dan Tantangan. *Buletin Psikologi*, *29*(2), 187–203. https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.46193

Alfahira, N., Ramadhani, P. S., Fitri, D., & Sembiring, Y. (2024). Peran Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis Internasional. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, *2*(1), 117–194. https://doi.org/10.54066/jikma.v2i1.1390

Aliyudin, A., Abror, K., Khairuddin, K., & Hilabi, A. (2022). Sertifikasi Halal di MUI Lampung Pasca Undang -Undang Nomor 34 Tahun 2014 Serta Problematika UMKM. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, *3*(2), 194. https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5459

Anwar, M. A., Gani, Aa. M. O., & Rahman, M. S. (2020). Effects of Spiritual Intelligence from Islamic Perspective on Emotional Intelligence. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *11*(1), 216–232. https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2016-0123

Asyifa, Z., Zulfajrin, & Wahyuddin Abdullah, M. (2023). Syariah Enterprise Theory (SET): Tinjauan Konsep dan Implikasinya pada Lembaga Sedekah Jumat Pekan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *2*(1), 57–68. https://doi.org/10.36915/jurnalkajianekonomidanperbankansyariah.v2i1.213

Ayu, J. P. (2021). Perencanaan Model Bisnis pada UMKM dalam Mengembangkan Oleh-oleh Khas Bekasi. *Journal of Research on Business and Tourism*, *1*(1), 75. https://doi.org/10.37535/104001120216

Baharuddin, E. Bin, & Ismail, Z. B. (2015). 7 Domains of Spiritual Intelligence from

Islamic Perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *211*(September), 568–577. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.075

Bakar, S. A., Majid, M. A., & Azizan, N. I. (2017). Kepentingan Sifat Amanah: Analisis Tematik Dalam Al-Quran. *Persidangan Antarabangsa Pengajian Islamiyyat Kali Ke-3 (IRSYAD2017)*, 201–213.

Barsian, Maimanah, Faridah, S., & 'Ashry, M. N. (2024). Mengkaji Makna Amanah Dalam Perspektif Tafsir Al-Qur'an (Al-Marâgi, Al-Munîr Dan Al-Azhâr). *Journal of International Multidisciplinary Research*, *2*(7), 273–281.

Camelia, I., Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *10*(02), 1474–1484. https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13349

Efferin, S. (2015). Akuntansi, Spritualitas dan Kearifan Lokal Beberapa Agenda Penelitian Kritis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, *6*(3), 466–480. https://doi.org/10.18202/jamal.2015.12.6037

Endahwati, Y. D. (2014). Akuntabilitas Pengelolaan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (ZIS). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, *4*(1), 1356–1379. https://doi.org/10.23887/jinah.v4i1.4599

Fikra, R., Muchlis, S., & Jannah, R. (2022). Pengelolaan Dana Desa Berbasis Maqashid Syariah Untuk Mewujudkan Good Village Governance. *ISAFIR: Islamic Accounting and Finance Review*, *3*(1), 116–132. https://doi.org/10.24252/isafir.v3i2

Gafur, A., Abdullah, R., & Adawiyah, R. (2021). Akuntabilitas Berbasis Amanah Pada Pondok Pesantren. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, *12*(1), 95–112. https://doi.org/10.21776/ub.ja? mal.2021.12.1.06

Gibassier, D., Rodrigue, M., & Arjaliès, D.-L. (2018). "Integrated Reporting Is Like God: No One Has Met Him, but Everybody Talks About Him." The Power of Myths in the Adoption of Management Innovations Delphine. *Manuscript Accepted for Publication in Accounting, Auditing and Accountability Journal*, *31*(5), 1349–1380. https://doi.org/10.1108/AAAJ-07-2016-2631

Hamid, A., Said, M., & Meiria, E. (2019). Potency and Prospect of Halal Market in Global Industry: An Empirical Analysis of Indonesia and United Kingdom. *Business and Management Studies*, *5*(2), 54. https://doi.org/10.11114/bms.v5i2.4167

Hikmaningsih, H., & Pramuka, B. A. (2020). Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Infak Sedekah dalam Perspektif Shari'ah Enterprise Theory (SET). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, *22*(9), 358–367. https://doi.org/10.32424/jeba.v22i3.1644

Jaya, A. (2022). Pembangunan Manusia Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Mencapai Falah. *Jurnal DIALOGIKA : Manajemen Dan Administrasi*, *4*(1), 33–38. https://doi.org/10.31949/dialogika.v4i1.3744

Kalau, A. A., Sososutiksno, C., & Gainau, P. C. (2022). Peran Shariah Governance Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Ambon). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, *9*(1), 154–171. https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i1.39551

Kalbarini, R. Y., & Suprayogi, N. (2015). Implementasi Akuntabilitas Dalam Konsep Metafora Amanah di Lembaga Bisnis Syariah (Studi Kasus : Swalayan Pamella Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *1*(7), 506. https://doi.org/10.20473/vol1iss20147pp506-517

Khairul Azmi. (2021). Etika Bisnis Islam Sebuah Pengenalan. *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, *1*(1), 55–65. https://doi.org/10.57113/his.v1i1.78

Khalik, F. I., Okprianti, R., & Kifli, S. (2023). Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responsbility (Csr) Sebagai Etika Bisnis Dan Etika Sosial. *Marwah Hukum*, *1*(1), 16–20. https://doi.org/10.32502/mh.v1i1.5596

Latifah, E. (2020). Shari'ah Enterprise Theory (Amanah) Pada Pendekatan Behavioral Accounting Dalam Menilai Shari'ah Microfinance (Studi Kasus Pada Koperasi Syariah Lamongan). *Jurnal Shidqia Nusantara Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Nusantara*, *11*, 61–75. https://doi.org/10.30999/jsn.v1i2.769

LPPOM MUI. (2008). *Panduan Umum Sistem Jaminan halal LPPOM MUI. Lembaga Pengkajian Pangan ObatObatan Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.*

Majid, J., Asse, A., Fatimah, & Fajrin, F. (2020). PSAK 109 :Upaya Mewujudkan Good Zakat Governance Baznas Provinsi Sulawesi Selatan. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, *7*(2), 97–111.

Maksudin. (2022). Etika Bisnis Dalam Persfektif Etika Bisnis Islam. *EL-ECOSY: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, *02*(02), 135–153. https://doi.org/10.35194/eeki.v2i2.2513

Marwiyah, S. (2018). *Kepemimpinan Spiritual Profetik Dalam Pencegahan Korupsi*. Jakad Media Publishing.

Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Muksin, I., & Husain, S. (2022). Matanre Siri: Rekonstruksi Peningkatan Uniformitas PSAK 109. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, *10*(2), 111–128. https://doi.org/10.35836/jakis.v10i2.353

Nabilah Mumtaz, H., & Anwar, C. (2023). Memahami Kepemimpinan Kuat Amanah dan Tanggung Jawab Pendidikan Perspektif Al-Qur'an. *Expectation: Journal of Islamic of Education Management*, *1*(2), 64.

Nadya, A. Q., Hafidz, A. ridho, Latifa, A., & Fikri, S. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 1–9. https://doi.org/10.61231/jp2m.v1i1.25

Nisa, A. N., & Ziaulhaq, W. (2023). Penggunaan Aplikasi Shopee Ditinjau Kuhperdata Dan Hukum Fiqh Terhadap Trend Transaksi Jual Beli Online. *QANUN : Journal Of Islamic Laws and Studies*, *1*(2), 77–84. https://doi.org/10.58738/qanun.v1i2.143

Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *1*(1), 33–46. https://doi.org/10.47233/jebs.v2i3.236

Nurwulandari, F., Ismawati, I., & Djasuli, M. (2022). Prinsip Akuntabilitas Pada Corporate Governance Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, *2*(3), 609–615.

Prabowo, E., & Mahmud, H. (2024). Tanggung Jawab Sosial Sesama Manusia Dalam Kode Etika Perusahaan. *Advances In Social Humanities Research*, *2*(1), 92–102. https://doi.org/10.46799/adv.v2i1.161

Putri, S. U. (2020). Analisis Akuntabilitas Berbasis Sharia Enterprise Theory Untuk Pengembangan Bisnis Rumah Jahit Akhwat Di Makassar. *Jurnal Bidang Kajian Islam*, *6*(2), 187–203. https://doi.org/10.36701/nukhbah.v6i2.242

Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Halal Product Certification in Maslahah Mursalah Perspective. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 135–145. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929

Rahman, Z. A., & Shah, I. M. (2015). Measuring Islamic Spiritual Intelligence. *Procedia Economics and Finance*, *31*(15), 134–139. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01140-5

Rizal, F. (2020). Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Csr) Dalam Perspektif Islam. *IJOIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, *1*(01), 19–38. https://doi.org/10.59525/ijois.v1i01.2

Ruci, D., & Lestary, D. (2022). Pengendalian Internal Pada Pondok Pesantren Al I ' Tishom Kubu Raya. *Jurnal Eksos*, *XVIII*(2), 131–145. https://doi.org/10.31573/eksos.v18i2.510

Saputri, O. B. (2020). Pemetaan Potensi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *5*(2), 23–38. https://doi.org/10.30651/jms.v5i2.5127

Sari, T. Z., Alfiah, E., & Pramadeka, K. (2015). Analisis Harga Dalam Praktek Pembulatan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *09*(02), 271–279. https://doi.org/10.29300/aij.v9i2.2489

Sayekti, N. W. (2014). Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, *5*(2), 193–209. https://doi.org/10.22212/jekp.v5i2.84

Setiawan, R. A., Ramashar, W., & Sari, D. P. P. (2022). Nilai Budaya Adat Basandi Syarak-Syarak Basandi Kitabullah dalam Mewujudkan Integrasi Akuntabilitas dan Transparansi sebagai Pertanggungjawaban Pengelolaan Keuangan Masjid. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(1), 2535–2549. https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.3307

Sholehah, N. L. H. (2019). Analisis Akuntabilitas Kinerja Anggaran dengan Perspektif Amanah dalam Mencegah Fraud pada DKAD Provinsi Gorontalo. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, *2*(1), 216–228. https://doi.org/10.33096/paradoks.v2i1.142

Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, *3*(2), 37–44. https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469

Sukananda, S. (2019). Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pendekatan Filsafat Hukum Islam. *Lex Renaissance*, *4*(2), 386–409. https://doi.org/10.20885/JLR.vol4.iss2.art11

Syahputra, A. (2020). Integrasi Ekonomi Dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, *4*(1), 67–80. https://doi.org/10.52490/jeskape.v4i1.673

Taufikurrahman, Amin, M., Kurniawan, A., Hatibie, R., & Nasywaa, I. (2022). Islam Rahmatan Lil Alamin dan Keragaman Bangsa Indonesia. *Kabilah: Journal of Social Community*, *7*(1), 235–244. https://doi.org/10.35127/kabillah.v7i1.171

Trimulato, Supriadi, Mustamin, A., Umar, S. H., & Ningsih, S. (2021). Strategi Bisnis Bank Syariah di Masa Pandemi Covid-19 Pada PT. Bank Panin Dubai Syariah Cabang Makassar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(03), 1293–1305.

Triyuwono, I. (2001). Metafora Zakat Dan Shari'ah Enterprise Theory Sebagai Konsep Dasar Dalam Membentuk Akuntansi Syari'ah. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, *5*(2), 131–145.

Wahyudin, A. (2021). Prinsip Hablumminallah dan Hablumminannas Akuntabilitas Kuangan di Pesantren Attanwir Putri Dusun Kajuk Kelurahan Rongtengah Kecamatan Sampang Kabupaten Sampang. *EKOSIANA: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, *8*(2), 64–78. https://doi.org/10.47077/ekosiana.v8i2.187

Waluya, A. H., & Mulauddin, A. (2021). Akuntansi: Akuntabilitas Dan Transparansi Dalam Qs. Al Baqarah (2): 282-284. *Muamalatuna: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *12*(2), 15–35. https://doi.org/10.37035/mua.v12i2.3708

Widyastuti, A., Fadhli, M. M., & Astuti, W. W. (2022). Pengelolaan Koperasi Pondok Pesantren Mahasiswa Al Hikam Dalam Bingkai Akuntabilitas Perspektif Sharia Enterprise Theory. *Jurnal Akademi Akuntansi*, *5*(3), 333–348. https://doi.org/10.22219/jaa.v5i3.22129

Windasari, I. (2024). Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Keuangan dalam Perspektif Islam Syariah. *Hasina: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, *1*(1), 10–25. https://doi.org/10.35897/hasina.v1i1.1395

Yazid, F., Kamello, T., Nasution, Y., & Ikhsan, E. (2020). Strengthening Sharia Economy Through Halal Industry Development in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, *413*(Icolgis 2019), 86–89. https://doi.org/10.2991/assehr.k.200306.187

Zailani, S., Iranmanesh, M., Jafarzadeh, S., & Foroughi, B. (2020). The Influence of Halal Orientation Strategy on Financial Performance of Halal Food Firms: Halal Culture As a Moderator. *Journal of Islamic Marketing*, *11*(1), 31–49. https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0023

Zamzam, I., Mahdi, S. A., & Ansar, R. (2023). Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, *VII*(1), 1–24. https://doi.org/10.24252/jiap.v7i2.26852

Zarachman, Z., Arsa, & Istiqomah, K. (2024). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Online Shop Secondgoods.Co). *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, *8*(9), 46–68.

Zulkarnaen, W., Dewi Fitriani, I., Sadarman, B., Yuningsih, N., Muhammadiyah Bandung, S., & Tasikmalaya, S. (2020). Evaluasi Kinerja Distribusi Logistik KPU Jawa Barat Sebagai Parameter Sukses Pilkada Serentak 2018. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, *4*(2), 244–264. https://doi.org/10.31955/mea.v4i2.373