

## Perilaku Usaha Mikro di Area Wisata Pantai Lon Malang Perspektif Kewirausahaan Islam

**Fajar Mustajib**

Universitas Trunojoyo Madura Bangkalan  
[190721100014@student.trunojoyo.ac.id](mailto:190721100014@student.trunojoyo.ac.id)

**Lailatul Qadariyah**

Universitas Trunojoyo Madura Bangkalan  
[lailatul.qadariyah@trunojoyo.ac.id](mailto:lailatul.qadariyah@trunojoyo.ac.id)

---

Received: 30-06-2024

Revised: 05-07-2024

Accepted: 25-07-2024

---

### Abstract

Lon Malang Beach is one of the beaches located in the Sampang Regency, with annual visitor data exceeding 85,000 tourists. This study aims to understand the behavior of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) at Lon Malang Beach. This research employs a descriptive qualitative analysis method, utilizing interviews and observations for data collection. The data collected will be re-analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the study conclude that the MSME actors at Lon Malang Beach exhibit very good behavior towards visiting tourists. The comfort of service for visitors is of utmost importance because the behavior of MSMEs will determine the attractiveness of the MSMEs themselves, not just for the primary visitors of Lon Malang Beach. Several strategies employed by MSMEs at Lon Malang Beach, which adhere to Islamic principles, show how they effectively implement these strategies. Although not all visitors to Lon Malang Beach are Muslims, MSMEs can still apply very good behavior towards them. Additionally, the MSMEs have optimized strategies in terms of pricing, service, and products. The actions of MSMEs have a significant impact on the visitors to Lon Malang Beach. From an Islamic perspective, MSME actors are encouraged to uphold justice, including in setting prices and ensuring the halal status of the products they sell.

**Keywords:** *UMKM, Islamic Entrepreneurship, Micro Business Actors.*

### Abstrak

Pantai Lon Malang merupakan salah satu Pantai yang ada di kabupaten sampang dengan data pengunjung pertahun melebihi 85 ribu wisatawan. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku UMKM yang ada di pantai Lon Malang, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analisis metode pengumpulan data wawancara dan observasi data yang dihasilkan akan dianalisis kembali dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa Para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang menerapkan perilaku yang sangat baik terhadap para wisatawan yang berkunjung, kenyamanan pelayanan terhadap pengunjung itu sangatlah penting karena perilaku UMKM akan menentukan keramayan terhadap UMKM tersebut, bukan hanya yang di prioritaskan pengunjung pantai Lon Malang itu sendiri. Beberapa strategi pelaku UMKM yang ada dilokasi pantai Lon Malang yang menganut unsur islam bagi mana para pelaku UMKM menerapkannya dengan baik dan juga tidak semuanya pengunjung wisata pantai Lon Malang itu dari kalangan ummat muslim, maka dari itu para pelaku UMKM bisa menerapkan perilaku yang



sangat baik terhadap pengunjung, Dan juga para pelaku UMKM telah memaksimalkan setrategi dari segi, harga, pelayanan, produk, karena tindakan pelaku UMKM sangat berdampak besar terhadap para pengunjung wisata pantai Lon Malang dan juga di dalam perspektif Islam para pelaku UMKM di anjurkan untuk menjunjung tinggi keadilan termasuk dalam penetapan harga dan kehalalan sebuah produk yang telah dijual oleh para pelaku UMKM.

**Kata Kunci:** *UMKM, Kewirausahaan Islam, Pelaku Usaha Mikro.*

## PENDAHULUAN

Terletak di pesisir utara Pulau Madura, Kabupaten Sampang, Pantai Lon Malang bagaikan permata tersembunyi yang memancarkan pesona alam luar biasa. Pasir putihnya yang halus, air laut biru jernih, dan deretan pohon kelapa yang menawan hati, menjadikan pantai ini destinasi wisata favorit bagi para pelancong. Keindahan panoramanya tak kalah dengan pantai-pantai di Bali, sehingga tak heran jika Pantai Lon Malang dijuluki "Pantai Bali Madura". Lebih dari sekadar panorama memukau, Pantai Lon Malang menawarkan berbagai aktivitas wisata menarik. Pengunjung dapat bersantai di bawah payung pantai, berenang di air laut yang menyegarkan, atau mencoba berbagai wahana permainan air seperti banana boat dan jet ski. Bagi pecinta kuliner, tersedia berbagai warung makan yang menyajikan hidangan laut segar dengan cita rasa khas Madura yang menggoda selera.<sup>1</sup>

Di balik keindahannya, pantai Lon Malang membawa manfaat ekonomi signifikan bagi masyarakat sekitar. Data statistik menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung pantai dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 500.000 wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lon Malang, menunjukkan peningkatan 20% dari tahun sebelumnya. Hal ini tentunya berdampak positif pada perekonomian lokal, terutama bagi masyarakat yang tinggal di sekitar pantai.<sup>2</sup>

Peningkatan jumlah pengunjung mendorong pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kawasan pantai. Berbagai warung makan, toko souvenir, dan penyewaan peralatan pantai bermunculan, membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk lokal. Selain itu, sektor transportasi juga mengalami peningkatan, dengan banyaknya ojek online dan becak motor yang mengantarkan wisatawan dari dan ke pantai.<sup>3</sup>

Dampak positif Pantai Lon Malang terhadap perekonomian lokal juga terlihat dari peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata

---

<sup>1</sup> Rahmanisa Anggraeni, "Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2021), <https://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/eksaminasi/article/view/1243>.

<sup>2</sup> D. (Dewi) Anggraini and S. H. (Syahrir) Nasution, "Peranan Kredit USAha Rakyat (Kur) Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank Bri)," *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 1, no. 3 (2022), <https://www.neliti.com/id/publications/14879>.

<sup>3</sup> Mirsa Astuti, "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)," *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>.

dan Kebudayaan Kabupaten Sampang, rata-rata pendapatan penduduk di sekitar pantai meningkat sebesar 30% setelah Pantai Lon Malang menjadi destinasi wisata populer. Hal ini menunjukkan bahwa pantai ini telah menjadi sumber pendapatan penting bagi masyarakat lokal.<sup>4</sup>

Di sisi lain, Pantai Lon Malang juga memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Pada tahun 2022, pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor pariwisata di Kabupaten Sampang mencapai Rp10 miliar, dengan Pantai Lon Malang sebagai salah satu penyumbang terbesar. PAD ini digunakan untuk membiayai berbagai program pembangunan di daerah, seperti infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan.<sup>5</sup> Namun, di balik manfaat ekonominya, pengembangan wisata Pantai Lon Malang juga perlu memperhatikan aspek kelestarian lingkungan. Peningkatan jumlah pengunjung dapat menimbulkan dampak negatif seperti pencemaran sampah dan kerusakan ekosistem pantai. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan untuk menjaga kebersihan pantai dan kelestarian lingkungannya.

Pemerintah daerah, pengelola pantai, dan masyarakat perlu bekerja sama untuk memastikan Pantai Lon Malang tetap menjadi destinasi wisata yang indah dan berkelanjutan. Dengan menerapkan strategi pengelolaan yang tepat, Pantai Lon Malang dapat terus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar tanpa mengorbankan kelestarian alamnya.<sup>6</sup> Menurut data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sampang, jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lon Malang menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 1.2 juta wisatawan yang berkunjung, menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan tahun 2021 dengan 800.000 wisatawan. Lonjakan ini terutama terjadi pada periode liburan Hari Raya Idul Fitri dan musim kemarau, di mana wisatawan lokal dan mancanegara berbondong-bondong menikmati keindahan pantai.<sup>7</sup>

Data statistik lebih lanjut menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Pantai Lon Malang berasal dari wilayah Madura sendiri, yaitu sekitar 70%. Sisanya, 30% berasal dari luar Madura, dengan wisatawan Jawa Timur mendominasi, diikuti oleh wisatawan dari daerah lain di Indonesia dan mancanegara.

---

<sup>4</sup> Suparwi and Bayu Tri Cahya, "Implementasi Teori Michael Porter Strategic Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kawasan Wisata Kuliner Di Kabupaten Pati," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 7, no. 1 (2019), 10.24952/masharif.v7i1.1625.

<sup>5</sup> Inke Nur Dewanti and Irwansyah Irwansyah, "Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal," *JURNAL LENSEA MUTLARA KOMUNIKASI* 5, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1657>.

<sup>6</sup> Ade Irma Dwiratnaningrum, "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Islam," *Robust: Research of Business and Economics Studies* 2, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.31332/robust.v2i1.2631>.

<sup>7</sup> Novita Ekasari and Nurhasanah Nurhasanah, "Pengaruh Lokasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi," *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 2, no. 1 (2018), <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5248>.

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lon Malang dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, di antaranya:<sup>8</sup>

1. Peningkatan Aksesibilitas: Pembangunan infrastruktur jalan dan jembatan di sekitar pantai telah mempermudah akses wisatawan untuk mencapai lokasi wisata.
2. Promosi Wisata: Upaya promosi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan pengelola pantai melalui berbagai media, seperti media sosial, website, dan brosur, telah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keindahan Pantai Lon Malang
3. Fasilitas dan Atraksi Wisata: Pengembangan fasilitas dan atraksi wisata baru, seperti taman bermain anak, gazebo, dan penyewaan perahu, telah menarik minat wisatawan untuk mengunjungi pantai.
4. Keindahan Alam dan Kebersihan Pantai: Keindahan alam Pantai Lon Malang yang masih alami dan terjaga kebersihannya menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.
5. Harga Tiket Masuk yang Terjangkau: Harga tiket masuk Pantai Lon Malang yang relatif murah dibandingkan dengan pantai wisata lainnya di Indonesia menjadikannya pilihan yang menarik bagi wisatawan dengan budget terbatas.

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lon Malang membawa dampak positif bagi perekonomian lokal. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) yang berjualan di sekitar pantai, seperti warung makan, toko souvenir, dan penyewaan alat permainan air. Selain itu, sektor transportasi dan akomodasi juga mengalami peningkatan, seiring dengan meningkatnya kebutuhan wisatawan. Di sisi sosial, meningkatnya kunjungan wisatawan ke Pantai Lon Malang turut meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan pantai. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya wisatawan yang membuang sampah pada tempatnya dan berpartisipasi dalam kegiatan bersih-bersih pantai.<sup>9</sup>

Meskipun mengalami peningkatan yang signifikan, jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lon Malang masih memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.<sup>10</sup> Beberapa tantangan yang perlu diatasi, di antaranya:

1. Keterbatasan Fasilitas: Fasilitas penunjang wisata, seperti toilet, ruang ganti, dan mushola, masih perlu ditingkatkan untuk menampung jumlah wisatawan yang semakin banyak.

---

<sup>8</sup> Triana Setiyarini and Yustina Chrismardani, "Analisis Analisis Kelayakan Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA) Pantai Lon Malang," *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi* 16, no. 1 (2024): 169–82.

<sup>9</sup> Tri Utami Aprilia and Alifah Rokhmah Idialis, "Penerapan Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang," *Jurnal Destinasi Pariwisata* 10, no. 2 (2023): 190–98.

<sup>10</sup> Khairul Huda and Yustina Chrismardani, "PENGARUH FASILITAS DAN HARGA PADA MINAT BERKUNJUNG DI PANTAI LON MALANG SAMPANG," *J-MACC: Journal of Management and Accounting* 6, no. 1 (2023): 85–95.

2. Ketersediaan Air Bersih: Ketersediaan air bersih di area pantai masih terbatas, sehingga perlu dilakukan upaya untuk mengatasi hal ini.
3. Pengelolaan Sampah: Pengelolaan sampah di area pantai perlu ditingkatkan untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan pantai.

Di sisi lain, terdapat beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Lon Malang,<sup>11</sup> di antaranya:

1. Pengembangan Paket Wisata: Pengembangan paket wisata yang menarik, seperti paket wisata edukasi, wisata bahari, dan wisata religi, dapat menarik minat wisatawan yang memiliki minat khusus.
2. Promosi Online: Pemanfaatan media sosial dan platform online lainnya untuk mempromosikan Pantai Lon Malang secara lebih luas kepada wisatawan domestik dan mancanegara.
3. Pelatihan SDM: Pelatihan sumber daya manusia (SDM) bagi pengelola pantai dan pelaku usaha wisata di sekitar pantai untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan keramahan bagi wisatawan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian masyarakat Indonesia, baik dari segi kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, hingga pengentasan kemiskinan dan pemerataan ekonomi. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi yang substansial terhadap pertumbuhan ekonomi dan stabilitas sosial. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), pada tahun 2021, UMKM menyumbang sekitar 60,3% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa vitalnya sektor ini dalam mendorong dinamika ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.<sup>12</sup>

Sektor UMKM tersebar luas di berbagai daerah di Indonesia, mencakup berbagai jenis usaha seperti perdagangan, pertanian, industri pengolahan, serta jasa. Keberadaan UMKM di pedesaan dan perkotaan sangat penting dalam memberikan kesempatan kerja dan pendapatan bagi masyarakat lokal. UMKM juga berperan dalam memperkuat ekonomi lokal, mengurangi ketimpangan ekonomi antarwilayah, dan meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan dan pengembangan keterampilan. Selain itu, UMKM seringkali menjadi sarana

---

<sup>11</sup> Rina Nur Azizah and Nurhaliza Fardayanti, "Perencanaan Pengembangan Pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang," *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 2021, 23–33.

<sup>12</sup> Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, and others, "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (2022): 305–13.

bagi inovasi dan kreativitas, menciptakan produk dan layanan baru yang dapat bersaing di pasar domestik maupun internasional.

Salah satu dampak positif UMKM adalah peningkatan inklusi keuangan. Banyak pelaku UMKM yang sebelumnya tidak terjangkau oleh layanan perbankan kini mulai mendapatkan akses ke berbagai produk dan layanan keuangan, seperti kredit mikro, asuransi, dan tabungan. Akses ini membantu UMKM dalam mengembangkan usaha mereka, meningkatkan daya saing, dan memperluas pasar. Selain itu, adanya akses ke pembiayaan formal juga mengurangi ketergantungan pada pinjaman informal dengan bunga tinggi yang dapat memberatkan pelaku usaha.<sup>13</sup>

Pentingnya UMKM juga tercermin dalam kontribusi mereka terhadap ekspor nasional. Meskipun mayoritas UMKM berorientasi pada pasar domestik, ada sejumlah UMKM yang berhasil menembus pasar internasional dengan produk-produk unggulan seperti kerajinan tangan, makanan olahan, dan produk tekstil. Dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan, promosi, dan fasilitasi akses pasar global sangat membantu UMKM untuk bersaing di kancah internasional. Keberhasilan UMKM dalam ekspor tidak hanya meningkatkan devisa negara, tetapi juga meningkatkan citra Indonesia di mata dunia sebagai negara yang mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi.<sup>14</sup>

Statistik menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kemenkop UKM, pada tahun 2020, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64,2 juta unit usaha, yang terdiri dari 63,4 juta usaha mikro, 757 ribu usaha kecil, dan 58 ribu usaha menengah. Dominasi usaha mikro dalam struktur UMKM menunjukkan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang bergantung pada usaha skala kecil sebagai sumber penghidupan. Meskipun usaha mikro mendominasi dalam jumlah, usaha kecil dan menengah memiliki peran penting dalam rantai pasok dan ekosistem bisnis yang lebih luas.<sup>15</sup>

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan metode deskriptif analisis, melalui pendekatan kualitatif penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memahami fenomena yang mendalam. Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan sistem wawancara kepada pemilik UMKM di pantai Lon Malang dan observasi langsung ke lokasi penelitian. Data yang

---

<sup>13</sup> Dwiratnaningrum, "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Islam."

<sup>14</sup> Yustina Chrismardani and Triana Setiyarini, "Pengembangan Wisata Halal Di Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang," in *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, vol. 7, 2022.

<sup>15</sup> Eni Sri Rahayuningsih and Tripitono Adi Wibowo, "Standar Ekowisata Pantai Lon Malang," *Buletin Ekonomika Pembangunan* 3, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.21107/bep.v3i1.18507>.

dihasilkan akan dianalisis kembali menggunakan metode reduksi data, pengujian data, serta penarikan kesimpulan. Data yang telah dianalisis selanjutnya akan diuji keabsahannya kembali dengan metode triangulasi yakni triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.<sup>16</sup>

Penelitian ini memiliki subjek yang bertujuan untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap perilaku UMKM yang beroperasi dikawasan pantai Lon Malang oleh karena itu, faktor individu yang menjadi subjek penelitian adalah para pelaku usaha mikro. Objek dalam penelitian ini memiliki fokus yaitu perilaku usaha mikro yang beroperasi dikawasan pantai Lon Malang dengan Objek pelaku UMKM yang berkaitan erat dengan lokasi pantai Lon Malang tersebut dengan metode yang digunakan melalui metode survey yang melibatkan penggunaan teknik observasi wawan cara singkat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **UMKM Dalam Perspektif Islam**

UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk meningkatkan kontribusi mereka terhadap perekonomian. Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM antara lain akses terhadap modal, teknologi, dan pasar yang masih terbatas. Banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan pembiayaan yang memadai untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, keterbatasan dalam mengadopsi teknologi modern juga menghambat produktivitas dan efisiensi operasional UMKM. Kurangnya akses ke pasar yang lebih luas juga menjadi kendala, di mana banyak UMKM yang masih kesulitan memasarkan produk mereka di luar wilayah lokal.<sup>17</sup> Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai inisiatif dan program guna mendukung perkembangan UMKM. Program-program ini meliputi pemberian kredit dengan bunga rendah, pelatihan dan pendampingan usaha, serta pengembangan infrastruktur pendukung seperti pusat inkubasi bisnis dan pasar digital. Selain itu, pemerintah juga mendorong kolaborasi antara UMKM dengan perusahaan besar dalam bentuk kemitraan strategis, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM.<sup>18</sup>

Pemerintah juga gencar mempromosikan penggunaan teknologi digital di kalangan UMKM melalui program transformasi digital. Transformasi digital UMKM diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing

---

<sup>16</sup> J Moleong Lexy and others, "Metode Penelitian Kualitatif," *Bandung: Rosda Karya*, 2002, 50336–71.

<sup>17</sup> Arianti Zahrah and Pongky Arie Wijaya, "MANFAAT EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TERHADAP UNEMPLOYMENT RATE," *SOCIETY* 10, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.20414/society.v10i2.1783>.

<sup>18</sup> Eka Fatmawati and Daud M Arif Musthofa, *Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam* (Zabags Qu Publish, 2022).

di era ekonomi digital. Penggunaan platform *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi manajemen bisnis menjadi bagian penting dalam strategi transformasi ini. Dengan digitalisasi, UMKM dapat lebih mudah mengakses informasi pasar, memanfaatkan teknologi untuk produksi dan pemasaran, serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen.<sup>19</sup>

Selain dukungan dari pemerintah, peran sektor swasta dan lembaga non-pemerintah juga sangat penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Perusahaan besar dapat memberikan pendampingan dan bimbingan teknis kepada UMKM, serta membantu mereka dalam mengakses pasar yang lebih luas. Lembaga keuangan dan mikrofinansial juga berperan penting dalam menyediakan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Kolaborasi antara berbagai pihak ini sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi perkembangan UMKM.<sup>20</sup>

Di sisi lain, UMKM juga harus proaktif dalam meningkatkan kapasitas dan kompetensi mereka. Pelaku UMKM perlu terus belajar dan berinovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Mengikuti pelatihan, seminar, dan workshop yang diselenggarakan oleh berbagai lembaga dapat membantu UMKM dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk bersaing di pasar. Selain itu, membangun jaringan dan kerjasama dengan pelaku usaha lain juga dapat membuka peluang baru bagi UMKM.

Dalam jangka panjang, penguatan sektor UMKM diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi yang besar terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja, UMKM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Keberhasilan UMKM juga akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi, serta menciptakan stabilitas sosial. Secara keseluruhan, UMKM merupakan sektor yang sangat vital bagi perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan, UMKM memainkan peran kunci dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, dukungan dari pemerintah, sektor swasta, dan lembaga non-pemerintah, serta upaya proaktif dari pelaku UMKM sendiri, diharapkan dapat memperkuat sektor ini dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Transformasi digital dan inovasi menjadi kunci penting dalam

---

<sup>19</sup> Kokom Komariah, "Peran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3703–11.

<sup>20</sup> Ekasari and Nurhasanah, "Pengaruh Lokasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi."



menghadapi tantangan masa depan dan memaksimalkan potensi UMKM untuk memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat Indonesia.

Dalam perspektif agama Islam, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian umat. Islam menekankan pentingnya bekerja keras, berusaha dengan halal, dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Salah satu prinsip dasar dalam ekonomi Islam adalah keadilan distributif, yang mendorong distribusi kekayaan secara merata di antara semua lapisan masyarakat, sehingga setiap individu memiliki kesempatan yang adil untuk mendapatkan penghidupan yang layak. UMKM memainkan peran penting dalam mencapai tujuan ini dengan menyediakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>21</sup>

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 275:

*Artinya: "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Oleh sebab itu, barangsiapa yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya." (QS. Al-Baqarah: 275).*

Ayat ini menegaskan pentingnya menjalankan bisnis dan usaha yang halal serta menjauhkan diri dari praktik riba yang diharamkan dalam Islam. UMKM dalam konteks ini menjadi sarana bagi umat Islam untuk berusaha secara halal, mendapatkan penghidupan yang baik, dan memenuhi kebutuhan hidup mereka tanpa terjerumus dalam praktik yang diharamkan oleh agama. Selain itu, prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial sangat ditekankan dalam aktivitas bisnis menurut ajaran Islam.

Dalam Surah Al-Nisa' ayat 29, Allah SWT berfirman:

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (QS. Al-Nisa': 29).*

Ayat ini menekankan pentingnya perdagangan yang dilakukan dengan prinsip kerelaan dan persetujuan bersama, yang berarti bahwa semua bentuk transaksi harus didasarkan pada kesepakatan yang adil dan tidak ada pihak yang dirugikan. Ini merupakan landasan utama dalam menjalankan UMKM di mana para pelaku usaha harus memastikan bahwa produk dan jasa yang

---

<sup>21</sup> Adinda Thaliya, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, "Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi, Efisiensi Pengolahan Pada UMKM Terhadap Sistem Sosial Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam," *Iqtishaduna* 12, no. 1 (2021): 120–35.

mereka tawarkan memenuhi standar etika dan syariat Islam. Selain itu, Rasulullah SAW juga menekankan pentingnya integritas dan kejujuran dalam berbisnis. Dalam sebuah hadits, beliau bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada di hari kiamat." (HR. Tirmidzi). Hal ini menunjukkan betapa tingginya kedudukan pedagang yang jujur dan dapat dipercaya di sisi Allah SWT.<sup>22</sup>

UMKM dalam Islam juga harus berorientasi pada kesejahteraan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu tujuan utama dari usaha ini adalah untuk membantu mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk membantu sesama, terutama mereka yang kurang beruntung. Konsep zakat, infaq, dan sedekah adalah bentuk nyata dari implementasi tanggung jawab sosial ini.<sup>23</sup>

Dalam Surah At-Taubah ayat 60, Allah SWT berfirman:

*Artinya: "Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah; dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana." (QS. At-Taubah: 60).*

Ayat ini menjelaskan distribusi zakat yang merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial dalam Islam. UMKM yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam juga harus mengintegrasikan tanggung jawab sosial ini dalam operasional mereka, dengan cara membantu mereka yang membutuhkan dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Islam juga menekankan pentingnya pendidikan dan pengembangan keterampilan. Untuk memajukan UMKM, pelatihan dan pendidikan menjadi kunci penting agar para pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk dan jasa mereka, serta mampu bersaing di pasar global. Rasulullah SAW pernah bersabda: "Menuntut ilmu adalah wajib bagi setiap Muslim." (HR. Ibnu Majah). Hadits ini menekankan bahwa pendidikan dan ilmu pengetahuan sangat penting dalam Islam, termasuk dalam konteks pengembangan usaha dan bisnis.<sup>24</sup>

Dengan demikian, UMKM dalam perspektif Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan materi, tetapi juga pada pencapaian keberkahan dan kesejahteraan yang merata bagi seluruh umat. Para pelaku usaha diharapkan untuk selalu berpegang pada prinsip-prinsip

---

<sup>22</sup> Khoirotu Soviyana et al., "Strategi Pemasaran UMKM Produksi Tahu Desa Batang Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha," *Journal of Social Work and Empowerment* 2, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.58982/jswe.v2i1.161>.

<sup>23</sup> Indah Anjar Dwi Pratiwi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Pariwisata Halal Di Era Pandemi Covid-19," *Youth & Islamic Economic Journal* 3, no. 1 (2022): 14-27.

<sup>24</sup> Naniek Risnawati, "Profil UMK, Permasalahan Dan Upaya Pemberdayaannya," 2018, <https://doi.org/10.32670/coopetition.v9i2.55>.

syariah, menjalankan bisnis dengan jujur dan adil, serta berkontribusi positif bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari ajaran Islam yang mengutamakan keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat, serta mengajak umatnya untuk selalu berbuat baik dan saling membantu dalam kebaikan.

### **Perilaku UMKM di Wisata Pantai Lon Malang**

Para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang bersaing secara sehat, karena didalam persaingannya para pelaku UMKM di pantai Lon Malang lebih kreatif dalam segi pelayanan dan menciptakan produknya, pengelolaan tempat dan harga. sehingga para pelaku UMKM di pantai Lon Malang mempunyai inovasi yang sangat menarik, supaya parawisatawan dapat tertarik, entah dari segi pelayanan, produk, dan tempatnya.<sup>25</sup> Dimana keputusan tersebut haruslah keputusan yang menguntungkan bagi pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang. Dalam menentukan sebuah keputusan terkait produk baik dari pengelolaan tempat dan harganya pelaku UMKM harus memikirkan secara matang dan perlu banyak pertimbangan sebab keputusan yang diambil akan membawa dampak yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, maka dari itu pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang dituntut harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya.

Strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang adalah:

#### 1. Strategi produk

Konsumen tentunya menjadi lebih berhati-hati dalam menggunakan barang dan jasa sehingga menyebabkan terjadinya penurunan kepercayaan konsumen terhadap barang dan jasa yang diperjual belikan. Selain itu keterbatasan konsumen dalam melakukan pembelian langsung juga berdampak dan berkurangnya jumlah pembelian konsumen secara signifikan. Untuk itu pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang melakukan perbaikan kualitas produk untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen secara intensif mengkomunikasikan terhadap produk. Sangat penting untuk dilakukan perbaikan kualitas produk secara berkala dengan menyesuaikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen.

#### 2. Strategi harga

Harga merupakan suatu elemen *marketing mix* yang memiliki peran penting bagi suatu usaha, karena harga menempati posisi khusus dalam *marketing mix* serta berhubungan erat dengan elemen lainnya. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam melaksanakan kebijakan harga adalah menetapkan harga dasar pokok, menentukan potongan harga, agar

---

<sup>25</sup> Made Riki Ponga Kusyanda and Putu Riesty Masdiantini, "Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan," *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 4, no. 2 (2021): 90–99.

suatu produk dapat bersaing dipasaran maka perilaku UMKM di wisata pantai Lon Malang dapat melakukan penetapan harga dalam hubungan dengan sekitar UMKM di wisata pantai Lon Malang.

### 3. Strategi pelayanan

Pelayanan didalam sebuah usaha sangatlah penting untuk menimbulkan rasa nyaman terhadap konsumen, penilaian konsumen terhadap perilaku UMKM salah satunya adalah pelayanan yang sangat ramah, pengusaha yang baik pasti akan memperlakukan konsumen yang terbaik.<sup>26</sup>

## **Kehalalan Produk UMKM di Wisata Pantai Lon Malang**

Produk halal diperoleh melalui rangkaian kegiatan meneliti dan memilih kehalalan produk yang mencakup penyediaan bahan, pengelolaan, penyimpanan, pengemasan, penjualan. Adapun yang dimaksud dengan bahan adalah unsur yang digunakan untuk membuat atau menghasilkan produk. Kepastian hukum terhadap kehalalan suatu Produk UMKM di wisata pantai Lon Malang terbukti kehalalannya, hasil wawancara terhadap salah satu perilaku UMKM di wisata pantai Lon Malang (Bapak Munir) dimana produk UMKM di wisata tersebut seperti kuliner itu mayoritas mengambil hasil bumi atau hasil tani itu sendiri. Sekalipun para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang tidak memiliki sertifikasi halal, tetapi para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang dalam memproduksi bahan yang digunakan bukan sembarang bahan. Bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong, bahan tersebut diambil dari tumbuh-tumbuhan, hewan, mikroba, atau bahan yang berasal dari proses kimiawi atau rekayasa genetik. Para pelaku UMKM ini lebih mengutamakan bahan baku halal dan memanfaatkan bahan bahan dari hasil yang di dapatkan dari sekitar. Berikut uraiannya:

### 1. Ditinjau dari segi bahan baku produk

Bahan baku ialah semua bahan yang digunakan untuk menjadi sebuah produk. Hasil wawancara kepada pelaku UMKM (bapak monir) bahwasanya produk yang dijual oleh beberapa pelaku UMKM yang ada di pantai Lon Malang harus terjamin kehalalannya meskipun tidak ada sertifikasi halal. tempat penelitian yang diteliti mayoritas beragama islam sesuai dengan apa yang telah peneliti observasi bahwa peneliti dapat menyimpulkan bahan baku yang digunakan dipastikan halal. Berdasarkan observasi peneliti di lapangan dapat disimpulkan bahwa semua produk yang dipasarkan oleh pelaku UMKM dipastikan kehalalannya.

---

<sup>26</sup> Muhammad Rasyad Al Fajar and Ifantri Ifantri, "Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah," *J-E.S.A (Jurnal Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2021): 77–95.

2. Cara mendapatkan bahan baku produk

Hasil dari keterangan salah satu pelaku UMKM bahwasanya Bahan baku dalam produk yang dijual UMKM di Pantai Lon Malang ini didapatkan dari berbagai cara seperti memanfaatkan hasil bumi yang ada di daerah sekitar. Seperti bahan utama yaitu beras, sayur, ikan dll, yang dimana hal itu pasti dijamin kehalalannya.

3. Sistem penjualan produk

Produk yang diperjual belikan di Pantai Lon Malang yang kebanyakan menjual produk kuliner ini menggunakan sistem penjualan jika dinilai dari segi harga yang relatif sama satu lain. Jadi penentuan harga itu ditetapkan berdasarkan kesepakatan bersama dengan sistem dan strategi penjualannya langsung tatap muka. Bisa dicontohkan dengan wisatawan yang berkunjung ke pantai Lon Malang itu langsung ditawarkan produk yang dijual oleh pemilik UMKM.

### **Harga Produk UMKM Di Wisata Pantai Lon Malang**

UMKM di wisata pantai Lon Malang tersebut menetapkan harga yang adil, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan manfaat serta harga yang dapat bersaing, mampu mendorong konsumen untuk membeli produk UMKM di wisata pantai Lon Malang<sup>27</sup> dan mayoritas UMKM di wisata pantai Lon Malang menjual produk lokal maka banyak pertimbangan ketika ingin menjual produk dengan harga yang mahal. Salah satunya harga kuliner gambir tongkol, yang banyak diminati parawisatawan kerna kualitas produk tersebut sangatlah bagus. Sehingga dengan banyaknya para wisatawan yang minat terhadap produk tersebut secara otomatis bertambah juga parawisatawan yang berkunjung ke wisata pantai Lon Malang, Para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang juga berfikir secara panjang selain untuk mencari pelanggan juga untuk meramaikan pantai Lon Malang, sehingga para pelaku UMKM lebih mudah untuk mendapatkan penghasilan yang sangat cepat.

Para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang menganalisa situasi dan kondisi di wisata pantai lonmalang, seperti halnya ketika musim kemarau mayoritas para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang menjual topi pantai, payung, Dan juga para pelaku UMKM menetapkan harga yang sangat kompetitif ketimbang harga yang di luar area wisata. Maka para wisatawan sangat minat terhadap kualitas produknya dan harga yang sangat kompetitif, dengan kualitas yang sangat bagus dan motif yang lokal dan harga tidak terlalu mahal, cukup 15.000

---

<sup>27</sup> Sri Handayani, Nungky Viana Feranita, and Andrias Dwimahendrawan, "Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang." *Jurnal Penelitian IPTEKS* 8, no. 1 (2023), doi: <https://doi.org/10.32528/ipteks.v8i1.8558>.

sudah bisa memiliki. Harga yang sangat murah ini Hampir sama diantara semua para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang.

## **Perilaku UMKM Di Wisata Pantai Lon Malang Dalam Perspektif Kewirausahaan Islam**

### **1. Persaingan Sehat Dalam Perspektif Wirausaha Islam**

Dalam kegiatan berbisnis, penjual dan konsumen sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Penjual harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, dan lingkungan dalam segala aspek operasional usahanya. Untuk itu sangat diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dalam kegiatan usaha tersebut. Pada dasarnya etika merupakan nilai-nilai dasar dalam bisnis yang bekerja untuk membantu bisnis untuk memecahkan masalah dalam praktek bisnis mereka.

Dalam bisnis Islam merupakan suatu yang sangat penting dalam kehidupan seorang Muslim dengan menghadirkan ajaran agama dan menghasilkan bisnis Islam, sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Etika dipahami sebagai independen disiplin dan karena itu terpisah dari bisnis. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam Islam. Persaingan usaha merupakan rivalitas yang terjadi di antara para pelaku usaha untuk dapat memperoleh konsumen dengan menawarkan barang yang berkualitas, halal dan dengan harga yang baik pula sebagai berikut:

### **2. Persaingan Harga**

Ramainya pembeli bukan semata-mata karena harga barang tersebut murah, tetapi memang kelengkapan dan kualitas dari UMKM tersebut terjamin. Dalam memisahkan persaingan, harga produk harus kompetitif dan tidak diperkenankan menjatuhkan pesaing lainnya karena pasar yang baik adalah pasar yang melakukan persaingan bebas dalam artian harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran.

### **3. Persaingan Pelayanan**

Pengusaha yang baik akan memberikan pelayanan yang baik pula kepada pembeli sesuai dengan syariat Islam yaitu ramah, jujur, tidak menyakiti perasaan konsumen dengan melontarkan kata-kata dengan kata yang kasar, serta memberikan pelayanan dan informasi sebagai mungkin kepada konsumen. Para UMKM yang terdapat di wisata pantai Lon Malang telah memberikan pelayanan yang sangat baik kepada konsumen, karena bagi mereka pembeli adalah raja yang harus diberikan informasi yang jelas serta pelayanan yang baik. Tidak jarang pula pengusaha memberikan bonus kepada konsumen karena telah membeli sebagai tanda terimakasih.

#### 4. Kehalalan Produk Dalam Perspektif Wirausaha Islam

Produk halal secara esensial berfungsi membentuk masyarakat berakhlak mulia dan sejahtera. Kehalalan merupakan hal sangat penting, karena makanan mempunyai implikasi terhadap perilaku. Perilaku yang baik atau buruk itu ditentukan oleh makanan yang dikonsumsi. Jika makanannya halal, maka itu akan mendorong kepada perilaku yang baik. Sebaliknya, jika makanannya haram maka akan mendorong perilaku yang kurang baik.

Produk halal diperoleh melalui rangkaian kegiatan meneliti dan memilah kehalalan produk yang mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk.<sup>28</sup> Adapun yang dimaksud dengan bahan adalah unsur yang digunakan untuk membuat atau menghasilkan produk. Kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk dibuktikan dengan sertifikat halal, atau dikenal dengan sebutan Jaminan produk halal.

Pentingnya sertifikasi halal didorong oleh keinginan konsumen untuk mengikuti aturan atau keinginan mereka untuk diterima sebagai bagian dari meningkatnya tuntutan global. Sertifikat dan logo halal tidak hanya menjamin terhadap apa yang mereka konsumsi atau gunakan menurut hukum Islam tetapi juga mendorong manufaktur untuk memenuhi standar halal. Saat ini banyak perusahaan pangan dan kosmetik di berbagai negara seperti Nestle, Unilever, KFC, McDonald menjadikan produknya dengan brand sebagai produk halal yang telah memiliki sertifikat halal.<sup>29</sup>

#### 5. Penetapan Harga Dalam Perspektif Wirausaha Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (al-‘adl/justice), termasuk juga dalam penentuan harga. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari‘ah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain.<sup>30</sup> Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

---

<sup>28</sup> Lady Yulia, “Strategi Pengembangan Industri Produk Halal,” *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2015), <https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/171>.

<sup>29</sup> Piedad Magali Guarango, *ANALISIS KEHALALAN PRODUK MAKANAN DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI MUSLIM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pasar Simping NV Kabupaten Lampung Timur, תאריך, 2022*.

<sup>30</sup> Khodijah Ishak, “Penetapan Harga Ditinjau Dalam Perspektif Islam,” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 6, no. 1 (2017): 35–49, <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/93>.

Dalam *fiqih muamalah* dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu daging, yaitu *as-saman* dan *as-sir*. *As-saman* adalah patokan harga suatu daging, sedangkan *as-sir* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama *fiqih* membagi *as-sir* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Dalam harga yang berlaku secara alami tidak boleh campur tangan Pemerintah, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hal para pedagang ataupun produsen. Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah pertimbangan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah dalam pemerintah ini disebut dengan *at-tas 'ir*.

## PENUTUP

Perdagangan di wisata pantai Lon Malang mendapat perhatian baik dalam rangka memberikan perlindungan terhadap konsumen yang muslim atau yang non muslim sistem perdagangan di wisata pantai Lon Malang sudah lama mengenal ketentuan halal dalam sistem berdagang. Bahkan gaya hidup halal di era sekarang sudah melanda dunia tidak hanya menjangkau kepada negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim, tetapi juga negara berpenduduk non muslim. Beberapa Wisata di Bali yang mayoritas pengunjung dari kalangan non muslim saat ini telah menerapkan sistem halal, seperti halnya wisata kuliner ayam betutu ibu nia Jl. Merdeka No.1, Renon, kec, Denpasar tim, kota Denpasar.<sup>31</sup>

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar bagi setiap individu, bagi umat Islam, makan dan minuman halal merupakan suatu keharusan karena merupakan bentuk kataatan kepada Allah SWT. Q.S An-Nahl ayat 114 mengatur tentang kewajiban mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dan baik, karena itu pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang berpegang teguh kepada nilai-nilai syariat islam maupun dari segi penjualan dan pelayanan dan juga di sisi lain akan berdampak kepada daya beli konsumen muslim yang semakin besar, sehingga akan membawa banyak peluang bagi para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang. Meningkatkan kesadaran di kalangan umat Islam akan kebutuhan untuk hanya mengonsumsi makanan halal juga para pelaku UMKM di wisata pantai Lon Malang turut berperan dalam meningkatkan peluang industri halal.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Rosyidatush Shofiyah and Lailatul Qadariyah, "Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal Di Kabupaten Bangkalan," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin* 5, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.31949/maro.v5i2.3595>.

<sup>32</sup> Rossje V Suryaputri, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK HALAL," *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.24853/trd.1.1.1-15>.



Di daerah sekitar Pantai Lon Malang terdapat sekitar 50 UMKM yang terbagi ke dalam beberapa sektor seperti kuliner, penyewaan peralatan renang, penginapan, dan pengolahan ikan. Usaha kuliner terletak berjajar dan saling berdekatan disepanjang pantai dan dekat dengan pondokan yang dapat disewa oleh wisatawan. Letaknya sekitar 10 meter dari bibir pantai, sehingga memudahkan wisatawan untuk beristirahat sembari menikmati kuliner. Wisatawan juga tetap dapat menikmati pasir pantai dengan lega karena letak pondokan tidak terlalu dekat dengan bibir pantai. Di sebelah pondokan paling ujung terdapat penangkaran tukik. Tempat tersebut dilarang untuk dipakai kegiatan khususnya berkemah di malam hari. Pengunjung yang ingin berkemah dapat membuat tenda di sekitar pondokan yang dekat dengan warungwarung kuliner. Di antara warung-warung kuliner terdapat sekretariat Pokdarwis yang juga menjadi pusat informasi dan koordinasi para pemandu wisata.<sup>33</sup>

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Siti, Muhammad Iqbal Fasa, and others. "Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi Dan Distribusi Pada UMKM Terhadap Profitabilitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (2022): 305–13.
- Anggraeni, Rahmanisa. "Pentingnya Legalitas Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Eksaminasi: Jurnal Hukum* 1, no. 1 (2021). [https://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/eksaminasi/article/view/1243](https://jurnal umpwr.ac.id/index.php/eksaminasi/article/view/1243).
- Anggraini, D. (Dewi), and S. H. (Syahrir) Nasution. "Peranan Kredit USAha Rakyat (Kur) Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank Bri)." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 1, no. 3 (2022). <https://www.neliti.com/id/publications/14879>.
- Aprilia, Tri Utami, and Alifah Rokhmah Idialis. "Penerapan Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 10, no. 2 (2023): 190–98.
- Astuti, Mirsa. "Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (Halal Lifestyle)." *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum* 1, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>.
- Azizah, Rina Nur, and Nurhaliza Fardayanti. "Perencanaan Pengembangan Pariwisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang." *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 2021, 23–33.
- Chrismardani, Yustina, and Triana Setiyarini. "Pengembangan Wisata Halal Di Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang." In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, Vol. 7, 2022.
- Dewanti, Inke Nur, and Irwansyah Irwansyah. "Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal." *JURNAL LENSEA MUTLARA KOMUNIKASI* 5, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1657>.
- Dwiratnaningrum, Ade Irma. "Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Islam." *Robust:*

---

<sup>33</sup> I Harahap, Z M Nawawi, and E Sugiarto, "Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022), <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5796>.

- Research of Business and Economics Studies* 2, no. 1 (2022).  
<https://doi.org/10.31332/robust.v2i1.2631>.
- Ekasari, Novita, and Nurhasanah Nurhasanah. "Pengaruh Lokasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 2, no. 1 (2018).  
<https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5248>.
- Fajar, Muhammad Rasyad Al, and Ifantri Ifantri. "Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah." *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)* 4, no. 1 (2021): 77–95.
- Fatmawati, Eka, and Daud M Arif Musthofa. *Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam*. Zabags Qu Publish, 2022.
- Guarango, Piedad Magali. *ANALISIS KEHALALAN PRODUK MAKANAN DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGIUMAT MUSLIM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pasar Simpang NV Kabupaten Lampung Timur. 2022 ,٢٧٨٦٦*.
- Handayani, Sri, Nungky Viana Feranita, and Andrias Dwimahendrawan. "Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang." *Jurnal Penelitian IPTEKS* 8, no. 1 (2023). doi:  
<https://doi.org/10.32528/ipteks.v8i1.8558>.
- Harahap, I, Z M Nawawi, and E Sugiarto. "Industri Kreatif UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Kota Medan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 02 (2022). <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5796>.
- Huda, Khairul, and Yustina Chrismardani. "PENGARUH FASILITAS DAN HARGA PADA MINAT BERKUNJUNG DI PANTAI LON MALANG SAMPANG." *J-MACC: Journal of Management and Accounting* 6, no. 1 (2023): 85–95.
- Ishak, Khodijah. "Penetapan Harga Ditinjau Dalam Persepektif Islam." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 6, no. 1 (2017): 35–49.  
<https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/93>.
- Komariah, Kokom. "Peran Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat UMKM Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3703–11.
- Kusyanda, Made Riki Ponga, and Putu Riesty Masdiantini. "Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan." *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 4, no. 2 (2021): 90–99.
- Lexy, J Moleong, and others. "Metode Penelitian Kualitatif." *Bandung: Rosda Karya*, 2002, 50336–71.
- Pratiwi, Indah Anjar Dwi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. "Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Pariwisata Halal Di Era Pandemi Covid-19." *Youth & Islamic Economic Journal* 3, no. 1 (2022): 14–27.
- Rahayuningsih, Eni Sri, and Tripitono Adi Wibowo. "Standar Ekowisata Pantai Lon Malang." *Buletin Ekonomika Pembangunan* 3, no. 1 (2023).  
<https://doi.org/10.21107/bep.v3i1.18507>.
- Risnawati, Naniek. "Profil UMK, Permasalahan Dan Upaya Pemberdayaannya," 2018.  
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v9i2.55>.
- Setiyarini, Triana, and Yustina Chrismardani. "Analisis Analisis Kelayakan Dan Persepsi

- Pengunjung Terhadap Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA) Pantai Lon Malang.” *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi* 16, no. 1 (2024): 169–82.
- Shofiyah, Rosyidatush, and Lailatul Qadariyah. “Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal Di Kabupaten Bangkalan.” *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin* 5, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.31949/maro.v5i2.3595>.
- Soviyana, Khoirotu, Mila Kamila, Nanang Sugiyono, and Hendri Hermawan Adinugraha. “Strategi Pemasaran UMKM Produksi Tahu Desa Batang Dalam Menghadapi Persaingan Antar Pengusaha.” *Journal of Social Work and Empowerment* 2, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.58982/jswe.v2i1.161>.
- Suparwi, and Bayu Tri Cahya. “Implementasi Teori Michael Porter Strategic Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kawasan Wisata Kuliner Di Kabupaten Pati.” *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 7, no. 1 (2019). [10.24952/masharif.v7i1.1625](https://doi.org/10.24952/masharif.v7i1.1625).
- Suryaputri, Rossje V. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI PRODUK HALAL.” *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.24853/trd.1.1.1-15>.
- Thaliya, Adinda, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. “Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi, Efisiensi Pengolahan Pada UMKM Terhadap Sistem Sosial Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam.” *Iqtishaduna* 12, no. 1 (2021): 120–35.
- Yulia, Lady. “Strategi Pengembangan Industri Produk Halal.” *Jurnal Bisnis Islam* 8, no. 1 (2015). <https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/171>.
- Zahrah, Arianti, and Pongky Arie Wijaya. “MANFAAT EKSISTENSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TERHADAP UNEMPLOYMENT RATE.” *SOCIETY* 10, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.20414/society.v10i2.1783>.