

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Halal

Umat muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan yang halal, karena setiap makanan yang dikonsumsi akan mendarah daging dalam tubuh dan menjadi sumber energi untuk kehidupan. Halal artinya diizinkan, lawannya adalah haram yang berarti dilarang atau tidak dibenarkan. Halal atau haramnya produk yang akan dikonsumsi sudah sangat jelas batas-batasnya pada Al-Quran dalam surat al-Baqarah:168 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata. (Q.S al-Baqarah: 168)<sup>17</sup>

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat konsumen, terutama umat muslim, semakin selektif dalam memilih produk yang berlabel halal. Lembaga Jaminan Produk Halal (BPJPH) muncul untuk memberikan kepastian bagi konsumen muslim mengenai kehalalan produk yang akan dikonsumsi atau digunakan. Sertifikat halal atau label halal pada produk makanan menjadi jaminan mutlak bahwa produk tersebut sesuai dengan syariat Islam, sehingga konsumen dapat lebih yakin dalam mengonsumsinya.

---

<sup>17</sup> Al-Quran Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahnya*, Jakarta :Lajnah Pentashihkah Mushaf Al-Quran, 2019.

## B. Sertifikat Halal

### 1. Pengertian sertifikat halal

Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat halal merupakan sebuah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengonsumsi suatu produk sesuai dengan aturan agama. Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintahan No 39 Tahun 2021 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal menyatakan bahwa Jaminan Produk Halal yang selanjutnya disingkat menjadi JPH adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikat halal.<sup>18</sup>

Sertifikat halal diperlukan untuk mengetahui validitas produk yang diolah, dikemas, dan diproduksi karena, konsumen mungkin membutuhkan produk dengan unsur tertentu atau menghindari produk dengan unsur tertentu pula.<sup>19</sup> Dengan adanya pemberian label halal akan melindungi konsumen muslim agar tidak ada keraguan untuk memilih produk yang akan dikonsumsinya.

Sertifikat halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat

---

<sup>18</sup> Peraturan Pemerintah, *Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*, 2021.

<sup>19</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Pertama (Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 142.

halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

## 2. Proses sertifikasi halal

Proses pengajuan sertifikat halal melibatkan 3 pihak yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pihak pertama, BPJPH memiliki tugas menetapkan regulasi, menerima dan memverifikasi pengajuan produk dari pelaku usaha yang ingin mengajukan sertifikasi halal, dan menerbitkan halal beserta label halal. Pihak kedua, LPH bertugas melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk yang diajukan untuk sertifikasi halal. Pemeriksaan ini biasanya dilakukan oleh pihak auditor halal yang dimiliki oleh LPH. Pihak ketiga, MUI berwenang menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal.

Alur proses pengajuan sertifikat halal sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Pendaftaran: Pelaku usaha melakukan permohonan sertifikasi halal dengan menyertakan dokumen ke lembaga sertifikasi yang terakreditasi.
- b. Pemeriksa dokumen: Lembaga sertifikasi meninjau dokumen-dokumen yang diajukan oleh pemohon, seperti formulir aplikasi, informasi produk, daftar bahan baku, dan proses produksi.
- c. Audit dan Inspeksi: melakukan audit dan inspeksi di lokasi produksi untuk memastikan bahwa proses produksi sesuai dengan standar halal yang ditetapkan, hal ini melibatkan pemeriksaan langsung terhadap fasilitas, bahan-bahan, dan proses produksi.

---

<sup>20</sup> Evrin Lutfika, Lia Amalia, and Mardiah, *Buku Panduan Pendamping PPH (Proses Produk Halal)* (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2023), 5.

- d. Pengujian Laboratorium: sampel produk diuji di laboratorium untuk memverifikasi kehalalannya, terutama jika ada ketidakpastian tentang bahan atau proses tertentu.
- e. Peninjauan dan Penetapan: lembaga sertifikasi melakukan peninjauan terhadap temuan mereka dan memutuskan apakah produk atau layanan tersebut memenuhi syarat untuk sertifikasi halal.
- f. Pemberian Sertifikat: jika produk atau layanan dinyatakan halal, lembaga sertifikasi akan mengeluarkan sertifikat halal yang sah.

Kemudahan sertifikat halal dapat melalui pernyataan pelaku UMKM atau jalur *self-declare*, sebagaimana diatur dalam pasal 79 PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal, yaitu bahwa kewajiban sertifikat halal bagi pelaku usaha UMKM.

Tidak semua pelaku usaha dapat mengajukan sertifikasi halal produknya melalui skema *self declare*. Berdasarkan Keputusan Kepala BPJPH nomor 150 tahun 2022 dan Keputusan Kepala BPJPH nomor 22 tahun 2023, persyaratan pelaku usaha yang dapat mengajukan *self declare* yaitu: <sup>21</sup>

- a. Produk yang dapat didaftarkan melalui skema *self declare* merupakan produk tidak berisiko atau produk yang menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya.
- b. Bahan yang digunakan tidak berbahaya dan dapat dipastikan kehalalannya yaitu dibuktikan dengan sertifikat halal atau termasuk dalam daftar bahan yang dikecualikan dari kewajiban bersertifikat halal. Bahan hewan hasil sembelihan harus berasal dari produsen atau rumah potong hewan/

---

<sup>21</sup> Lutfika, Amalia, and Mardiah, 2–4.

Panduan Pendamping PPH 3 rumah potong unggas yang sudah bersertifikat halal dan bahan bukan berupa daging giling.

- c. Proses produksi dilakukan secara sederhana dan dapat dipastikan kehalalannya, proses pengawetan produk sederhana dan tidak menggunakan kombinasi lebih dari 1 metode pengawetan.
- d. Pelaku usaha memiliki lokasi, tempat, dan alat proses untuk produk halal yang terpisah dengan lokasi, tempat dan alat proses untuk produk tidak halal.
- e. Pelaku usaha harus memiliki NIB yaitu nomor identitas yang diberikan kepada Pelaku Usaha dalam menjalankan usaha sesuai dengan bidang usahanya.
- f. Pelaku usaha memiliki hasil penjualan tahunan (omset) maksimal Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) yang dibuktikan dengan pernyataan mandiri.
- g. Pelaku usaha memiliki atau tidak memiliki surat izin edar (PIRT/MD), Sertifikat Laik Higiene Sanitasi (SLHS) untuk produk makanan/minuman dengan daya simpan kurang dari 7 (tujuh) hari, atau izin industri lainnya atas produk yang dihasilkan dari dinas/instansi terkait.
- h. Pelaku usaha telah diverifikasi kehalalannya oleh pendamping PPH
- i. Pelaku usaha harus melengkapi dokumen pengajuan *self declare* secara online melalui SIHALAL. Dokumen pengajuan yang perlu disiapkan antara lain dokumen penyelia halal (salinan KTP dan surat pengangkatan), data produk, foto produk, data bahan baku dan dokumen izin edar (jika ada).

Mekanisme sertifikasi halal melalui mekanisme *self declare* adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

- a. Pelaku usaha dibantu oleh pendamping proses produk halal (PPH)
  - 1) Membuat akun melalui [ptsp.halal.go.id](https://ptsp.halal.go.id)
  - 2) Mempersiapkan data permohonan sertifikat halal dalam memilih pendamping PPH
  - 3) Melengkapi data permohonan bersama pendamping PPH
  - 4) Mengajukan permohonan sertifikat halal dengan pernyataan pelaku usaha melalui SIHALAL
- b. Pendamping PPH melakukan verifikasi dan validasi (verval) atas pernyataan pelaku usaha
- c. BPJPH melakukan verifikasi dokumen secara otomatis di SIHALAL dan penerbitan Surat Tanda Terima Dokumen (STTD).
- d. Komite Fatwa Produk Halal menerima laporan hasil pendamping proses produk halal yang telah ter verifikasi secara sistem oleh BPJPH dan melakukan sidang fatwa untuk menetapkan kehalalan produk.
- e. BPJPH menerima ketetapan kehalalan produk dan menerbitkan sertifikat halal.
- f. Pelaku usaha mengunduh sertifikat halal melalui SIHALAL dan mengunduh label halal nasional untuk dicantumkan pada produk.

Pasal 42 UU Nomor 33 Tahun 2014 menjelaskan bahwa, Sertifikat Halal memiliki masa berlaku selama 4 (empat) tahun sejak tanggal

---

<sup>22</sup> Muhammad Anas dkk., "*Buku Pedoman Pelatihan Pendamping PPH (Proses Produk Halal)*" (Kota Bandung - Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2023), 181, <https://Repository.Um-Surabaya.Ac.Id>

diterbitkan, kecuali terdapat perubahan komposisi bahan pada produk tersebut. Pelaku Usaha diwajibkan untuk melakukan pembaruan Sertifikat Halal sebelum masa berlakunya habis. Permohonan pembaruan harus diajukan paling lambat 3 (tiga) bulan sebelum masa berlaku Sertifikat Halal berakhir. Ketentuan ini bertujuan agar status kehalalan produk tetap terjamin secara hukum dan tidak mengalami kekosongan status sertifikasi.<sup>23</sup>

Setelah memperoleh sertifikat halal, pelaku usaha tidak serta-merta terbebas dari kewajiban dalam menjaga kehalalan produknya. Sertifikat halal memiliki masa berlaku dan mengharuskan pelaku usaha untuk secara konsisten menjalankan sistem jaminan produk halal (SJPH) secara berkelanjutan. Salah satu bentuk pengawasan dan pengendalian terhadap pelaksanaan SJPH adalah dengan dilaksanakannya audit internal halal oleh Tim Auditor Halal Internal.

Audit internal ini merupakan proses evaluasi yang dilakukan secara mandiri dan berkala untuk meninjau apakah seluruh kegiatan operasional, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga penyajian produk, telah berjalan sesuai dengan prinsip dan standar kehalalan yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tim Auditor Halal Internal bertugas memastikan bahwa tidak terdapat penyimpangan atau pelanggaran terhadap prosedur halal yang telah ditetapkan dalam dokumen SJPH.

Pelaksanaan audit internal minimal dilakukan satu kali dalam setahun dan menjadi salah satu syarat mutlak dalam proses perpanjangan sertifikat

---

<sup>23</sup> Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Jakarta, 2014), 18.

halal. Melalui audit ini, pelaku usaha tidak hanya menjaga keberlangsungan status halal produknya, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab terhadap pentingnya implementasi halal secara menyeluruh dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, audit internal halal merupakan bagian integral dari sistem jaminan halal yang berorientasi pada peningkatan mutu dan kepercayaan konsumen.

### 3. Indikator Sertifikasi Halal

Sertifikat halal di jadikan sebagai sebuah jaminan keamanan, agar konsumen dapat mengonsumsi sebuah produk makanan tanpa kekhawatiran. Indikator sertifikasi halal menurut Sahri dan Arifin dalam Unung adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

- a. Pemahaman tentang logo halal
- b. Pemilihan produk halal sesuai lembaga yang berstatus legal.
- c. Pemilihan bahan produk berdasarkan sertifikat halal
- d. Pengetahuan mengenai perbedaan logo halal dan logo palsu
- e. Pemahaman produk yang memakai sertifikat halal dari negara lain

## C. Penjualan

### 1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah menyerahkan bahan/barang dan jasa kepada konsumen dan mendapat pengembalian imbalan (jasa). Penjualan dalam pengertian umum adalah pemindah tanganan hak atas bahan atau barang dan jasa. Basu Swastha menjelaskan bahwa, penjualan adalah interaksi antar

---

<sup>24</sup> Sahri dan Arifin dalam Unung Triana, "Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang 202," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb* Vol 9, No. No 2 (2021), <https://doi.org/10.32476/Ajl.V7i2.352>.

individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.<sup>25</sup>

Penjualan menurut Wijaya dalam Irda Yanti adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar.<sup>26</sup> Penjualan adalah suatu kegiatan dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk bertransaksi, saling mempengaruhi, dan bertujuan untuk menukarkan barang atau jasa dengan uang.

Definisi penjualan dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu proses pertukaran antara penjual dan pembeli. Penjual memberikan barang atau jasa kepada pembeli, sedangkan pembeli memberikan imbalan berupa uang atau kewajiban untuk membayar.

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.

Penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat meningkatkan aktivitas usaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha adalah:<sup>27</sup>

### a. Kondisi Dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan penjual merupakan keahlian dan ketrampilan penjual dalam berkomunikasi, meyakinkan, dan memahami kebutuhan konsumen agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang berkaitan, yakni:

---

<sup>25</sup> Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, 10.

<sup>26</sup> Irdha Yanti Musyawarah and Desi Idayanti, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju" 1, no. 1 (2022): 5.

<sup>27</sup> Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi 3*, 129–31.

- 1) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- 2) Harga produk
- 3) Syarat penjualan, seperti pembayaran dan pengiriman.

b. Kondisi Pasar

Pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Kelompok pembeli atau sebagai pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat mempengaruhi kegiatan penjualan.

c. Modal

Modal merupakan sumber daya finansial yang digunakan oleh individu, perusahaan, atau organisasi untuk menjalankan dan mengembangkan usaha. Penjual akan kesulitan menjual barangnya apabila, barang yang dihasilkan belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus mempromosikan produk agar lebih dikenal oleh konsumen. Modal merupakan poin penting untuk mengembangkan usaha baik dari segi produksi maupun pemasaran, dengan adanya modal dapat mempromosikan produk agar lebih dikenal oleh konsumen.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Kondisi organisasi pada perusahaan besar, bagian penjualan dipegang oleh ahli di bidang penjualan. Berbeda dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi- fungsi lain. Biasanya, masalah penjualan ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e. Faktor Lain

Faktor- faktor lain seperti periklanan, peragaan, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan, karena diharapkan dengan adanya faktor tersebut pembeli akan membeli barang yang sama.

3. Indikator Penjualan

Kenaikan penjualan dalam kegiatan pemasaran merupakan suatu ukuran yang efisiensi, meskipun tidak kenaikan penjualan diikuti dengan kenaikan laba. Menurut Basu Swastha terdapat beberapa dari meningkatnya penjualan yaitu: <sup>28</sup>

a. Mencapai target penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

b. Mendapatkan laba

Laba adalah selisih antara pendapatan penjualan dengan biaya produksi dan operasional, menjadi indikator penting kesehatan keuangan perusahaan. Laba memungkinkan perusahaan terus beroperasi, mengembangkan produk baru, serta memberikan keuntungan bagi pemilik modal.

c. Menunjang Pertumbuhan Usaha

Kemampuan perusahaan untuk menjual produknya akan meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Menunjang pertumbuhan perusahaan adalah proses yang melibatkan berbagai strategi yang

---

<sup>28</sup> Swastha, 80.

berkontribusi pada peningkatan kinerja, pendapatan, dan ekspansi perusahaan.

#### **D. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)**

##### **1. Pengertian UMKM**

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat hal ini, terbukti saat terjadi krisis moneter pada tahun 1998 banyak usaha usaha besar yang berjatuhan namun UMKM tetap bertahan dan bahkan jumlahnya bertambah banyak.<sup>29</sup>

Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 1, menyatakan pengertian UMKM sebagai berikut<sup>30</sup>:

- a. Usaha Mikro adalah usaha ekonomi produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yang telah diatur dalam Undang Undang.
- b. 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 usaha kecil menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini

---

<sup>29</sup> Salman Al Farisi, Fasa Muhammad Iqbal, And Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9 (2022).

<sup>30</sup> Republik Indonesia, *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah* (Jakarta, 2008).

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan 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 sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dengan adanya pernyataan Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang UMKM pasal 1, yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil, dan menengah adalah unit usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

## 2. Kriteria UMKM

Kriteria UMKM dalam Pasal 6 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Kriteria UMKM sebagai berikut:<sup>31</sup>

### a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

### b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

---

<sup>31</sup> Republik Indonesia, *Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah* (Jakarta, 2008).

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### 3. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi yang melekat pada usaha atau perilaku pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Sektor usaha UMKM memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>32</sup>

#### a. Usaha mikro

- 1) Jenis barang/ komoditi tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berubah
- 2) Tempat usaha tidak selalu menetap, selalu dapat pindah tempat
- 3) Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun
- 4) Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha
- 5) SDM belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai

#### b. Usaha kecil

- 1) Jenis barang/ komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah

---

<sup>32</sup> . Lathifah Hanim, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-bentuk Usaha*, 1st Ed. (Universitas Islam Sultan Agung: Unissula Press, 2018).

- 2) Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak pindah-pindah
- 3) Sudah melakukan administrasi keuangan secara sederhana
- 4) Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga
- 5) Sumber daya manusia memiliki pengalaman dalam berwirausaha

c. Usaha menengah

- 1) Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik
- 2) Sudah memiliki persyaratan legalitas
- 3) Telah melakukan manajemen keuangan dengan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk *auditing* dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan
- 4) Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan.
- 5) Memiliki SDM yang terlatih dan terdidik