

**Management**

P-ISSN XXXX-XXXX, E-ISSN 3124-6354

Volume 2 Issue 1, January - June 2026

<https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/kasbuna>**Analisis Pengembangan Industri Sate Ayam Setono Ponorogo  
Perspektif Ekonomi Islam****Elisa Dwi Septiawanti<sup>1</sup>, Faruq Ahmad Futaqi<sup>2</sup>**<sup>1</sup> Universitas Negeri Islam Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia,  
[elisadwi08@gmail.com](mailto:elisadwi08@gmail.com)<sup>2</sup> Universitas Negeri Islam Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia,  
[futaqi@iainponorogo.ac.id](mailto:futaqi@iainponorogo.ac.id)

Article Info	Abstract
<p><b>Article history:</b> Received : 04 Mei 2026 Revised : 20 Mei 2026 Accepted : 26 Mei 2026 Available online : 27 Mei 2026</p> <hr/> <p>*Corresponding author email: <a href="mailto:futaqi@iainponorogo.ac.id">futaqi@iainponorogo.ac.id</a></p>	<p><b>Introduction:</b> This study aims to analyze development strategies, constraints, and impacts of the Setono Ponorogo Chicken Satay Industrial Center from an Islamic economic perspective. <b>Methods:</b> This study employs a descriptive qualitative approach. Data were collected through semi-structured interviews with six business operators and three government officials, direct observation, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model with source and method triangulation. <b>Result:</b> Development strategies rely on internal capital rotation, supplier partnerships (ta'awun-based credit), digital platform utilization, and intergenerational skill transfer. Key constraints include limited long-term capital, skilled labor shortages, damaged road infrastructure, and the absence of halal certification. Development impacts include improved product quality, an expanded customer base reaching international markets, and strengthened social capital through communal and religious activities. <b>Conclusion:</b> Industrial development has implicitly reflected Islamic values of al-'adl, maslahah, shiddiq, amanah, and ta'awun; however, a more conscious integration of Sharia principle especially mudharabah/musyarakah</p>
<p><b>Keywords:</b> Business Development, Setono Chicken Satay, Islamic Economics, SMEs</p>	

## INTRODUCTION

Pengembangan industri, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan penggerak ekonomi lokal. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2023) mencatat UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja Indonesia. Di tingkat daerah, sektor kuliner Kabupaten Ponorogo mencatat lebih dari 1,2 juta kunjungan wisata pada tahun 2022 (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Ponorogo, 2023) (Nugroho & Susilo, 2025). Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan industri harus berlandaskan pada prinsip keadilan sosial (*al-'adl*) dan kesejahteraan bersama (*maslahah*). Sentra Industri Sate Ayam Setono Ponorogo adalah contoh nyata dengan 95% dari 61 rumah berprofesi sebagai pedagang sate yang diwariskan turun-temurun sejak tahun 1878, menjadikannya salah satu sentra kuliner tertua di Jawa Timur. Meskipun berpotensi besar, sentra ini menghadapi berbagai kendala struktural seperti infrastruktur jalan yang rusak, sistem drainase yang buruk, minimnya dukungan dari pemerintah daerah, serta rendahnya adopsi teknologi digital di kalangan pelaku usaha. Kondisi ini secara langsung bertentangan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan yang diajarkan dalam Islam, di mana seharusnya negara hadir untuk memfasilitasi kesejahteraan rakyatnya.

Penelitian sebelumnya oleh (Nugroho & Susilo, 2025) menyoroti berbagai hambatan yang dihadapi UMKM secara umum, seperti akses permodalan yang terbatas dan rendahnya literasi digital. Sementara itu, (Hastuti dkk., 2023) menekankan pentingnya peran dukungan pemerintah dalam mengembangkan UMKM di wilayah pedesaan. Studi yang dilakukan oleh (Zainarti dkk., 2024) memang telah mengkaji strategi pengembangan UMKM dalam perspektif ekonomi Islam, namun kajian tersebut masih bersifat umum dan belum spesifik menyoroti industri kuliner dengan tantangan unik seperti pewarisan keahlian lintas generasi dan masalah infrastruktur yang khas. Dengan demikian, *research gap* dalam penelitian ini terletak pada tiga hal yang belum pernah diteliti secara spesifik: (1) belum adanya penelitian yang secara khusus menganalisis industri kuliner tradisional berbasis ekonomi Islam di Kabupaten Ponorogo, terutama Sate Ayam Setono yang memiliki keunikan warisan budaya lintas generasi sejak 1878; (2) penelitian terdahulu tentang UMKM berbasis ekonomi Islam masih bersifat umum dan belum mengintegrasikan secara empiris antara strategi pengembangan, kendala struktural, dan dampak sosial-ekonomi dalam satu kerangka syariah yang kohesif; dan (3) studi sebelumnya (Zainarti dkk., 2024) menggunakan metode SWOT namun pada konteks pedagang kaki lima umum, sehingga belum memberikan kontribusi spesifik terhadap industri kuliner dengan tantangan unik seperti pewarisan keahlian lintas generasi, sertifikasi halal, dan infrastruktur kawasan wisata kuliner. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi akademik baru berupa analisis mendalam dan terintegrasi mengenai pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo yang secara eksplisit mengaitkan prinsip-prinsip syariah ke dalam strategi, kendala, dan dampak pengembangannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi untuk menjawab tiga pertanyaan utama: pertama, bagaimana

strategi pengembangan industri yang dilakukan oleh para pelaku usaha Sate Ayam Setono Ponorogo? Kedua, apa saja kendala atau tantangan yang dihadapi dalam proses pengembangan industri tersebut? Dan ketiga, bagaimana dampak dari pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo jika dianalisis dari perspektif ekonomi Islam?

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada konsep pengembangan industri dan usaha, serta prinsip-prinsip fundamental ekonomi Islam. Pengembangan industri didefinisikan sebagai proses perubahan yang terencana dan disengaja untuk meningkatkan kemampuan, hasil, atau keadaan suatu usaha ke arah yang lebih baik, baik secara teknis, manajerial, maupun ekonomi (Bakhri, 2020). Sementara itu, pengembangan usaha dipahami sebagai proses sistematis dan bertahap yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan perusahaan agar dapat tumbuh dan berkelanjutan dalam jangka panjang (Siregar, 2021). Terdapat empat faktor utama yang mempengaruhi pengembangan UMKM, yaitu faktor modal yang mencakup finansial, fisik, manusia, sosial, dan intelektual; faktor akses pasar yang meliputi jangkauan lokal, regional, nasional, internasional serta saluran distribusi langsung, tidak langsung, dan digital; faktor kualitas sumber daya manusia yang mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kemampuan adaptasi; serta faktor dukungan pemerintah yang meliputi kebijakan, pelatihan, infrastruktur, perizinan, dan insentif (Fiona dkk., 2024). Indikator keberhasilan pengembangan usaha sendiri meliputi peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia, peningkatan jumlah pelanggan, serta peningkatan efektivitas promosi (Taqwa dkk., 2025). Dalam perspektif ekonomi Islam, pengembangan UMKM harus berlandaskan pada prinsip keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*maslahah*), kejujuran (*shiddiq*), amanah atau kepercayaan, tolong-menolong (*ta'awun*), serta pembiayaan berbasis bagi hasil seperti *mudharabah* dan *musyarakah*, dan juga sertifikasi halal (Ajustina & Nisa, 2024) (Putri & Yustati, 2024). Kerangka teori inilah yang menjadi pisau analisis untuk mengkaji secara mendalam strategi, kendala, dan dampak pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo.

## RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan jenis penelitian lapangan. Kehadiran peneliti berperan sebagai instrumen kunci yang hadir secara penuh di lokasi penelitian untuk mengamati, mewawancarai, dan mengumpulkan data secara langsung. Lokasi penelitian difokuskan pada Sentra Industri Sate Ayam Setono yang terletak di Desa Setono, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa kawasan ini merupakan pusat utama produksi sate ayam khas Ponorogo yang telah berlangsung turun-temurun sejak tahun 1878, sekaligus menjadi lokasi dengan konsentrasi aktivitas ekonomi yang tinggi namun menghadapi berbagai permasalahan struktural dalam pengembangannya.

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan enam orang pelaku usaha yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria telah berjualan minimal sepuluh tahun, terlibat aktif dalam paguyuban, dan mewakili lintas generasi, serta tiga orang pejabat dari Dinas Perdagangan, Koperasi dan Usaha Mikro serta

Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo. Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen, buku, artikel jurnal, dan laporan resmi pemerintah yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara yang dikembangkan dari kerangka teori dan divalidasi melalui expert review oleh dosen pembimbing sebelum digunakan di lapangan untuk memastikan tidak ada pertanyaan yang bersifat mengarahkan atau bias. Pedoman wawancara mencakup empat tema utama yang mencerminkan fokus penelitian: strategi pengembangan, kendala yang dihadapi, dampak yang dirasakan, dan perspektif nilai syariah. Selain itu, teknik pengumpulan data juga mencakup observasi langsung terhadap proses produksi, kondisi infrastruktur, dan interaksi sosial antar pelaku usaha, serta dokumentasi berupa foto, catatan lapangan, dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

Teknik analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap. Tahap pertama adalah reduksi data, di mana seluruh data mentah dikode secara terbuka ('open coding') untuk mengidentifikasi unit-unit makna, kemudian dikategorisasikan ke dalam tema-tema yang relevan dengan kerangka teori. Proses coding dilakukan secara manual dengan mengelompokkan pernyataan kunci dari transkrip wawancara berdasarkan kesamaan makna dan relevansi terhadap tiga fokus penelitian: strategi, kendala, dan dampak pengembangan. Tahap kedua adalah penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis disertai matriks temuan untuk menunjukkan hubungan antar kategori. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan yang bersifat interpretatif berdasarkan penyajian data. Interpretasi dilakukan dengan mengaitkan temuan empiris ke dalam kerangka prinsip ekonomi Islam yang digunakan, kemudian divalidasi melalui triangulasi dan diskusi dengan pembimbing. Pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari pelaku usaha dan pejabat pemerintah, serta triangulasi metode, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan.

## **RESULT AND DISCUSSION**

### **Strategi Pengembangan Industri**

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh para pelaku usaha Sate Ayam Setono Ponorogo mencakup empat faktor utama yang saling terkait dan berkelanjutan, sesuai dengan kerangka Fiona dkk. (2024) yang mengidentifikasi modal, akses pasar, kualitas SDM, dan dukungan pemerintah sebagai determinan utama pengembangan UMKM. Faktor pertama adalah permodalan. Pelaku usaha mengandalkan tiga sumber modal yang saling melengkapi. Sumber pertama adalah modal sendiri yang diperoleh dari perputaran kas harian, di mana hasil penjualan pada hari tertentu langsung digunakan kembali untuk membeli bahan baku keesokan harinya. Sumber kedua adalah modal dari pemasok atau *supplier* dengan sistem hutang berbasis kepercayaan, di mana pembayaran dilakukan setelah penjualan, biasanya setiap satu minggu sekali atau setelah tiga kali periode penjualan. Sumber ketiga adalah pinjaman dari bank, meskipun porsinya relatif lebih kecil dibandingkan dua sumber sebelumnya. Keunikan dari strategi permodalan ini terletak pada dominasi modal

yang berasal dari *supplier* yang berfungsi sebagai instrumen pendanaan jangka pendek tanpa bunga, yang secara implisit mencerminkan nilai tolong-menolong atau *ta'awun* yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Selain modal finansial, pelaku usaha juga mengelola modal fisik berupa mesin selep bumbu, tempat produksi, kendaraan, dan alat-alat produksi lainnya, serta modal sosial yang terbangun melalui hubungan kepercayaan yang telah terjalin lama dengan para pemasok.

Faktor kedua adalah akses pasar. Pelaku usaha memanfaatkan berbagai saluran distribusi secara simultan. Pertama, penjualan langsung kepada konsumen di tempat yang masih menjadi andalan untuk pelanggan setia. Kedua, pemanfaatan *platform* digital seperti ShopeeFood, Grab, dan GoFood yang justru menjadi kontributor omzet terbesar bagi sebagian pelaku usaha, terutama dari kalangan generasi muda. Ketiga, penggunaan jasa travel untuk mengirimkan pesanan ke luar kota bahkan ke luar negeri, yang menunjukkan bahwa produk Sate Ayam Setono telah memiliki daya saing hingga ke pasar internasional meskipun skalanya masih terbatas. Strategi ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha telah beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, meskipun tingkat adopsi dan efektivitasnya masih sangat bervariasi antar generasi. Generasi muda cenderung lebih cepat beradaptasi dan menggunakan media sosial untuk promosi, sementara generasi tua masih bertahan dengan cara-cara konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut.

Faktor ketiga adalah kualitas sumber daya manusia. Pengembangan SDM di sentra industri ini dilakukan melalui pewarisan keahlian secara turun-temurun dari generasi tua kepada generasi muda dalam lingkup keluarga dan lingkungan terdekat. Proses pembelajaran informal ini berlangsung secara alami sejak usia dini, di mana anak-anak belajar membuat sate dengan cara mengamati, membantu, dan kemudian menggantikan peran orang tua mereka dalam proses produksi. Selain itu, pelaku usaha juga secara konsisten memberdayakan tenaga kerja lokal yang berasal dari warga sekitar Kampung Setono, dengan pertimbangan bahwa mereka telah memiliki pemahaman dasar tentang proses produksi karena tumbuh dalam lingkungan yang sama. Strategi ini secara jelas mencerminkan prinsip keadilan dan pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi Islam, di mana manfaat usaha tidak hanya dirasakan oleh pemilik modal tetapi juga oleh masyarakat luas melalui terbukanya lapangan kerja dan terjaganya ikatan persaudaraan. Namun, kelemahan dari strategi ini adalah terbatasnya jumlah tenaga kerja terampil dan tidak adanya pelatihan formal yang terstruktur, sehingga terjadi kesenjangan kemampuan teknologi antar generasi.

Faktor keempat adalah dukungan pemerintah. Secara konseptual, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata telah mengakui potensi besar Sate Ayam Setono sebagai destinasi wisata kuliner unggulan di Ponorogo. Pemerintah bahkan telah memasukkan sentra industri ini ke dalam peta destinasi wisata kuliner daerah dan sedang mengusulkannya sebagai Warisan Budaya Tak Benda Indonesia. Namun, implementasi dukungan di lapangan masih sangat minim. Para pelaku usaha mengakui bahwa mereka jarang mendapatkan pembinaan intensif, pendampingan perizinan, atau program pelatihan berkelanjutan dari pemerintah. Program-program seperti Kredit Usaha Rakyat pun dijalankan secara individual tanpa fasilitasi dari pemerintah, dan sebagian besar pelaku usaha belum memiliki Nomor Induk Berusaha

maupun sertifikasi halal karena minimnya sosialisasi dan pendampingan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara pengakuan potensi oleh pemerintah dan realitas dukungan yang dirasakan di lapangan.

### **Kendala Pengembangan Industri**

Kendala yang dihadapi dalam pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo bersifat multidimensi dan saling terkait satu sama lain. Kendala pertama berkaitan dengan akses permodalan. Meskipun para pelaku usaha tidak mengalami kesulitan dalam hal prosedur untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal, mereka menghadapi keterbatasan modal jangka panjang yang diperlukan untuk ekspansi usaha, seperti membuka cabang baru di area strategis atau membeli mesin-mesin modern guna meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi. Keterbatasan ini menyebabkan berbagai rencana pengembangan terpaksa ditunda atau bahkan dibatalkan.

Kendala kedua adalah kualitas sumber daya manusia. Jumlah tenaga kerja yang terampil sangat terbatas karena keahlian membuat sate ayam Setono hanya diwariskan dalam lingkup keluarga dan warga lokal. Akibatnya, ketika permintaan pasar meningkat, pelaku usaha kesulitan merekrut tenaga kerja tambahan dari luar. Selain itu, sistem produksi yang mengandalkan tenaga kerja lokal terbatas menyebabkan kesulitan dalam pembagian waktu, di mana satu orang tenaga kerja harus melayani beberapa pelaku usaha secara bergantian. Kendala lain yang tidak kalah penting adalah kesenjangan kemampuan teknologi antar generasi, di mana generasi muda lebih cepat beradaptasi dengan pemasaran digital sementara generasi tua masih bertahan dengan cara konvensional, sehingga potensi sinergi antar generasi belum tergarap secara optimal.

Kendala ketiga adalah akses pasar dan promosi. Strategi promosi yang diterapkan masih bersifat personal dan belum terintegrasi secara kolektif melalui paguyuban. Media sosial milik paguyuban tidak dikelola secara aktif karena kesibukan masing-masing pelaku usaha yang lebih fokus pada urusan dagangan pribadi. Selain itu, pelaku usaha juga menghadapi kendala dalam menjalin kerja sama dengan saluran distribusi modern seperti restoran, hotel, atau usaha katering besar. Beberapa tawaran kerja sama terpaksa ditolak karena kapasitas produksi yang terbatas dan masih bersifat manual, yang menunjukkan adanya ketimpangan antara peluang pasar yang tersedia dengan kemampuan produksi yang dimiliki.

Kendala keempat adalah infrastruktur fisik dan teknologi. Kondisi jalan yang rusak parah di beberapa titik menjadi keluhan utama para pelaku usaha karena menyulitkan akses kendaraan dan memperlambat proses distribusi bahan baku maupun produk jadi. Sistem drainase yang kurang memadai juga menjadi persoalan serius, terutama saat musim hujan, di mana air sering tergenang dan menimbulkan ketidaknyamanan serta mengganggu kebersihan lingkungan produksi. Sementara itu, dari sisi infrastruktur teknologi digital, akses internet di lokasi sentra industri sebenarnya cukup lancar. Namun, pemanfaatan teknologi untuk sistem manajemen usaha seperti pencatatan keuangan digital atau manajemen persediaan *online* masih sangat terbatas. Sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan

cara-cara manual yang diwariskan secara turun-temurun, yang rawan kesalahan dan tidak efisien.

Kendala kelima adalah standarisasi dan sertifikasi produk. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki sertifikasi halal dan Nomor Induk Berusaha karena minimnya pengetahuan tentang prosedur pengurusan serta kurangnya pendampingan dari pihak terkait. Para pelaku usaha mengakui bahwa mereka tidak paham cara mengurus sertifikasi karena prosesnya dianggap rumit, memakan waktu, dan memerlukan perjalanan bolak-balik ke berbagai instansi. Akibatnya, produk Sate Ayam Setono mengalami keterbatasan dalam memasuki pasar-pasar modern yang mensyaratkan kelengkapan dokumen tersebut. Padahal secara substansi, para pelaku usaha meyakini bahwa produk mereka halal karena bahan baku yang digunakan jelas berasal dari *supplier* terpercaya dan proses produksinya dijaga kebersihannya.

Kendala keenam adalah regulasi dan kebijakan pemerintah. Kendala utama bukan terletak pada aturan yang memberatkan, melainkan pada minimnya sosialisasi dan pendampingan dari pemerintah. Para pelaku usaha mengakui bahwa secara normatif peraturan-peraturan yang ada tidak menimbulkan kesulitan, namun masalah muncul ketika mereka tidak mendapatkan informasi yang cukup tentang cara memenuhi berbagai persyaratan administratif. Selain itu, dampak dari program pemerintah pusat seperti Makan Bergizi Gratis justru secara tidak langsung memberatkan pelaku usaha karena menyebabkan kenaikan harga bahan baku yang cukup signifikan melalui mekanisme peningkatan permintaan agregat.

Kendala ketujuh adalah persaingan dan iklim usaha. Antar sesama pelaku usaha di Kampung Sate, persaingan yang terjadi tergolong sehat dan terkendali karena adanya aturan tidak tertulis yang telah disepakati bersama mengenai jarak antar tempat penjualan. Aturan ini berfungsi untuk mencegah terjadinya rebutan lokasi yang dapat memicu konflik antar personal. Namun, tantangan justru datang dari faktor eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku yang tidak dapat dikendalikan oleh pelaku usaha, serta perubahan kebijakan pemerintah yang seringkali tidak mempertimbangkan dampaknya terhadap usaha mikro kecil. Rangkuman atas temuan strategi dan kendala dapat disajikan dalam kerangka analisis SWOT: Kekuatan (Strengths): warisan budaya yang kuat, loyalitas pelanggan lintas generasi, dan sistem kemitraan pemasok berbasis kepercayaan. Kelemahan (Weaknesses): keterbatasan modal jangka panjang, ketiadaan sertifikasi halal dan NIB, serta ketergantungan pada tenaga kerja keluarga. Peluang (Opportunities): potensi wisata kuliner daerah, pengembangan pasar internasional melalui platform digital, serta kebijakan UMKM pemerintah. Ancaman (Threats): fluktuasi harga bahan baku, infrastruktur rusak yang menurunkan aksesibilitas, serta persaingan dari sentra kuliner modern yang lebih terstandarisasi. Kerangka SWOT ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan masih sangat besar, namun memerlukan intervensi terstruktur melalui penguatan kelembagaan paguyuban dan dukungan pemerintah yang lebih konkret.

## **Dampak Pengembangan Industri**

Dampak pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo meliputi empat indikator utama yang saling memperkuat. Pertama, peningkatan kualitas produk yang diwujudkan melalui dua strategi utama. Strategi menjaga konsistensi rasa secara turun-temurun berhasil menciptakan loyalitas pelanggan yang sangat tinggi, di mana konsumen merasa yakin dan percaya terhadap cita rasa khas yang tidak berubah dari generasi ke generasi. Pelanggan setia Sate Ayam Setono bahkan cenderung fanatik dan tidak mau berpindah ke tempat lain karena telah terbangun ikatan emosional yang kuat. Temuan ini mendukung teori Taqwa dkk. (2025) bahwa peningkatan kualitas produk merupakan indikator utama keberhasilan pengembangan usaha, sekaligus mengonfirmasi bahwa loyalitas berbasis kepercayaan generasi lebih tahan terhadap kompetisi dibandingkan loyalitas berbasis harga semata. Sementara itu, strategi diversifikasi kemasan memberikan dampak pada produk yang lebih praktis, menarik secara visual, serta memiliki nilai tambah di mata konsumen, terutama untuk pesanan oleh-oleh atau acara-acara khusus. Kemasan yang bervariasi mulai dari styrofoam, besek, hingga kemasan vakum memberikan fleksibilitas bagi pelanggan dan meningkatkan daya saing produk.

Kedua, peningkatan kualitas sumber daya manusia terlihat dari meningkatnya etos kerja dan disiplin para tenaga kerja lokal yang terlibat dalam proses produksi. Meskipun belum pernah mengikuti pelatihan formal, para pekerja mengalami peningkatan produktivitas karena semakin ahli dan terampil dalam menjalankan tugasnya seiring dengan pengalaman yang terus bertambah. Temuan ini sedikit berbeda dengan pandangan Fiona dkk. (2024) yang menekankan pentingnya pelatihan terstruktur sebagai salah satu faktor pengembangan SDM UMKM; pada kasus Sate Ayam Setono, model pembelajaran informal berbasis *\*apprenticeship\** ternyata terbukti efektif dalam konteks usaha warisan budaya, meskipun rentan ketika menghadapi perubahan teknologi yang cepat. Lebih lanjut, berkembangnya usaha ini juga berdampak pada terciptanya lapangan kerja baru bagi warga sekitar, terutama ketika terjadi peningkatan permintaan atau menjelang musim-musim tertentu seperti hari raya, di mana pelaku usaha membutuhkan tenaga tambahan untuk memenuhi pesanan yang melonjak.

Ketiga, peningkatan jumlah pelanggan yang berasal dari dua sumber yang saling melengkapi. Di satu sisi, pemanfaatan *platform* digital seperti ShopeeFood, Grab, dan GoFood berhasil menjangkau pasar yang lebih luas, mulai dari konsumen lokal hingga internasional. Platform-platform ini terbukti memberikan kontribusi omzet terbesar bagi sebagian pelaku usaha, terutama dari kalangan generasi muda yang lebih melek teknologi. Di sisi lain, strategi rekomendasi dari mulut ke mulut yang didorong oleh kepuasan pelanggan tetap terbukti efektif membangun loyalitas pelanggan tanpa mengeluarkan biaya promosi yang besar. Pelanggan yang puas secara sukarela menjadi agen promosi yang menyebarkan informasi positif kepada saudara, teman, dan tetangga mereka.

Keempat, dampak sosial dan lingkungan yang juga turut dirasakan oleh masyarakat sekitar. Penguatan modal sosial tampak dari tingginya semangat gotong royong dan kerja bakti rutin yang dilakukan oleh warga Kampung Setono. Praktik keagamaan seperti zakat, sedekah, dan pengajian rutin juga berjalan dengan baik sebagai wujud kepedulian sosial antar

sesama. Setiap tahun, para pelaku usaha mengeluarkan zakat, dan secara berkala mereka juga mengirimkan bantuan ke panti asuhan. Selain itu, terdapat iuran jimpitan yang digunakan untuk membantu warga yang sakit atau meninggal, sehingga biaya penguburan dan bantuan lainnya ditanggung secara bersama. Kesadaran lingkungan juga mulai terbangun melalui sistem pengelolaan limbah yang melibatkan petugas khusus berbayar untuk mengangkut dan membersihkan sampah-sampah hasil produksi, serta kerja bakti rutin yang dilakukan secara gotong royong.

### Analisis Perspektif Ekonomi Islam

Dari perspektif ekonomi Islam, praktik pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo telah mencerminkan beberapa nilai syariah secara implisit meskipun belum disadari dan terstruktur dengan baik. Dalam kerangka maqashid syariah, terdapat kesesuaian antara praktik yang ada dengan perlindungan harta (*hifz al-mal*) melalui pengelolaan modal yang prudent, perlindungan akal (*hifz al-'aql*) melalui pewarisan keahlian, perlindungan keturunan (*hifz al-nasl*) melalui keberlanjutan usaha lintas generasi, dan perlindungan agama (*hifz al-din*) melalui kegiatan keagamaan yang dibiayai dari hasil usaha. Prinsip keadilan atau *al-'adl* tercermin dari pemberdayaan tenaga kerja lokal yang membuat manfaat ekonomi dirasakan secara merata oleh masyarakat sekitar, bukan hanya terakumulasi pada pemilik modal saja—sejalan dengan teori distribusi Islam yang menekankan pemerataan kekayaan dan menolak penumpukan (*kanz al-mal*). Prinsip kemaslahatan atau *maslahah* terwujud melalui dampak positif yang luas, mulai dari terciptanya lapangan kerja, menggerakkan rantai pasok ekonomi lokal, hingga kegiatan keagamaan seperti zakat, sedekah, dan pengajian rutin yang berjalan secara berkelanjutan. Prinsip kejujuran atau *shiddiq* dan prinsip amanah tercermin dari komitmen pelaku usaha menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk dari generasi ke generasi, serta sikap amanah dalam hubungan kemitraan dengan pemasok yang didasarkan pada kepercayaan tanpa ikatan formal yang rumit—praktik ini selaras dengan prinsip *bay' al-mu'ajjal* (jual beli dengan pembayaran tertunda) yang diakui dalam fiqh muamalah. Prinsip tolong-menolong atau *ta'awun* terlihat jelas dalam sistem kemitraan dengan pemasok yang memberikan kelonggaran pembayaran, serta dalam kegiatan sosial seperti iuran jimpitan untuk membantu warga yang sakit atau meninggal, dan kerja bakti rutin yang dilakukan secara gotong royong.

Meskipun demikian, masih diperlukan integrasi prinsip syariah secara lebih sadar dan terstruktur dalam beberapa aspek. Dalam perspektif sistem bisnis syariah secara konseptual, terdapat tiga instrumen yang belum dimanfaatkan secara optimal. Pertama, pemanfaatan pembiayaan bagi hasil atau *mudharabah* dan *musyarakah* dari lembaga keuangan syariah masih sangat terbatas karena minimnya informasi dan kurangnya literasi keuangan syariah di kalangan pelaku usaha. Dalam fiqh muamalah, akad *mudharabah* (*shahibul maal* menyediakan modal, *mudharib* mengelola usaha, keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati) dan akad *musyarakah* (kemitraan modal bersama dengan pembagian risiko dan keuntungan proporsional) merupakan instrumen pembiayaan yang paling sesuai untuk karakteristik UMKM kuliner dengan arus kas harian. Skema ini lebih adil karena risiko

ditanggung bersama, berbeda dengan kredit konvensional yang tetap mewajibkan pembayaran bunga meskipun usaha merugi. Kedua, pengurusan sertifikasi halal secara kolektif melalui paguyuban dapat menjadi solusi atas kendala prosedur yang rumit dan memakan waktu, sekaligus memenuhi kewajiban syariah dalam menyampaikan informasi yang jujur dan transparan kepada konsumen—prinsip yang dikenal sebagai *'iffah* (menjaga kehormatan) dalam etika bisnis Islam. Ketiga, peningkatan literasi keuangan syariah dan etika bisnis Islam bagi para pelaku usaha perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui program pelatihan dan pendampingan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan lembaga keuangan syariah.

## **CONCLUSION**

Penelitian ini menyimpulkan tiga hal utama. Pertama, strategi pengembangan industri Sate Ayam Setono Ponorogo dilakukan melalui optimalisasi modal sendiri dan kemitraan dengan *supplier*, pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, pewarisan keahlian turun-temurun, serta pemberdayaan tenaga kerja lokal. Temuan ini sejalan dengan kerangka Fiona dkk. (2024) yang menegaskan bahwa keempat faktor bersifat saling melengkapi; namun dukungan pemerintah masih menjadi titik lemah yang menghambat optimalisasi faktor lainnya. Kedua, kendala pengembangan bersifat multidimensi, meliputi keterbatasan modal jangka panjang untuk ekspansi, minimnya tenaga kerja terampil, infrastruktur jalan rusak dan drainase buruk, belum adanya sertifikasi halal dan Nomor Induk Berusaha, minimnya sosialisasi dan pendampingan pemerintah, serta dampak program nasional yang menaikkan harga bahan baku. Temuan ini memperkuat argumentasi Nugroho dan Susilo (2025) mengenai hambatan struktural UMKM, dengan menambahkan dimensi baru berupa kesenjangan literasi syariah dan ketiadaan sertifikasi halal pada industri kuliner tradisional. Ketiga, dampak pengembangan meliputi peningkatan kualitas produk yang berdampak pada loyalitas pelanggan, peningkatan kualitas SDM berupa etos kerja dan produktivitas serta terbukanya lapangan kerja baru, peningkatan jumlah pelanggan hingga ke pasar internasional, serta penguatan modal sosial dan kegiatan keagamaan seperti zakat, sedekah, dan gotong royong. Dari perspektif ekonomi Islam, praktik pengembangan telah mencerminkan nilai-nilai syariah secara implisit, terutama prinsip keadilan (*al-'adl*), kemaslahatan (*maslahah*), kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan tolong-menolong (*ta'awun*). Namun demikian, diperlukan integrasi prinsip syariah yang lebih sadar dan terstruktur, khususnya dalam pemanfaatan pembiayaan bagi hasil (*mudharabah/musyarakah*), pengurusan sertifikasi halal kolektif, dan peningkatan literasi keuangan syariah bagi pelaku usaha.

## **REFERENCES**

**Journal**

- Ajustina, F., & Nisa, F. L. (2024). Implementasi Prinsip Ekonomi Syariah Terhadap Pengembangan Ekonomi Umat Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 626–637.
- Hastuti, R. V., Zain, F., Putri, R., & Putri, N. R. (2023). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pematang Kuala, Serdang Bedagai. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4, No. 4.
- Nugroho, A. W., & Susilo, A. (2025). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 19(1), 575. <https://doi.org/10.35931/aq.v19i1.4322>
- Putri, A. T. N., & Yustati, H. (2024). Peran Ekonomi Syariah dalam Pengelolaan UMKM Berbasis Media Sosial. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(6), 38–49. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.969>
- Taqwa, F. R. A.-K. L., Sarita, B., & sujono. (2025). Analisis Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Usaha (Pada UD. Pandan Jaya Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari). *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Zainarti, Panjaiatan, C. N., Tanjung, D. A. A., & Syahputra, R. A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Tuasan dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1, No. 3.

### **Books**

- Bakhri, S. (2020). *Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan IKM (Industri Kecil dan Menengah)*. Penerbit K-Media.
- Fiona, F., Salim, M., Hadi, E. D., & Hayu, R. S. (2024). *Orientasi Kewirausahaan dan Kebijakan Pemerintah Mempengaruhi Pemasaran Digital pada Kineja UMKM di Indonesia*. Media Sains Indonesia.

### **Thesis**

- Siregar, D. S. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Yanti Ulos Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan*. IAIN Padangsidimpuan.

### **Internet**

- Kominfo Pemerintah Kabupaten Ponorogo. (2019). Sentra Industri Sate Ayam Setono. Retrieved from <https://ponorogo.go.id/2019/07/14/warga-setono-pecahkan-rekor-sate-ayam-raksasa/>