

SKRIPSI

**ANALISIS KESIAPAN UMKM ACEH MENERAPKAN
RANTAI NILAI HALAL
(STUDI UMKM DI BANDA ACEH)**



Disusun Oleh:

**MAULIDYA RAMLI
NIM. 190602186**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Maulidya Ramli
NIM : 190602186
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Agustus 2021
Yang Menyatakan,



Maulidya Ramli
Maulidya Ramli

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Kesiapan UMKM Aceh dalam Menerapkan Rantai Nilai Halal (Studi UMKM di Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Maulidya Ramli
NIM. 190602186

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



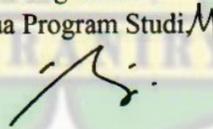
Dr. Fithriady, Lc., MA
NIP. 19800812206041004

Pembimbing II,



Jalaluddin, ST., MA
NIDN. 2030126502

Mengetahui
Ketua Program Studi



Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 19710372008012007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@arraniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Maulidya Ramli

NIM : 190602186

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : maulidyaramli@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

**Analisis Kesiapan UMKM Aceh Menerapkan Rantai Nilai Halal
(Studi UMKM di Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 15 Agustus 2021

Mengetahui,

Penulis

Maulidya Ramli

Pembimbing I

Dr. Fithriady, Lc., M.A.
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II

Jalaluddin, S.T., M.A.
NIDN. 2030126502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kerja Keras, Kerja Cerdas, Kerja Ikhlas, dan Kerja Tuntas”

"Barang siapa belum merasakan pahitnya belajar walau sebentar, maka akan merasakan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya" -

(Imam Syafi'i)

“Pembelajaran tidak didapat dengan kebetulan. Ia harus dicari dengan semangat dan disimak dengan tekun”- (Abigail Adams)

Bismillahirrahmanirrahim, dengan mengucap puji dan syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah berjuang serta saya persembahkan pula kepada keluarga tercinta, terima kasih semangat, doa, dan motivasi yang diberikan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Analisis Kesiapan UMKM Aceh Menerapkan Rantai Nilai Halal (Studi UMKM di Banda Aceh)**. Selawat beriring salam tidak lupa kita sanjungkan kepangkuan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., M.A, selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Analiansyah, M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, S.E, M.Si., Ak selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Mursalmina, M.E selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Fithriady, Lc., M.A selaku dosen pembimbing I dan Jalaluddin, ST., MA selaku dosen pembimbing II yang tak bosannya memberi arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Dr. Teuku Meldi Kesuma, S.E., M.M, selaku penguji I dan Seri Murni, S.E., M.Si, Ak selaku penguji II serta segenap dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Dr. Fithriady, Lc., M.A yang juga merupakan Penasehat Akademik (PA).
7. Orang tua tercinta Ayahanda Dr. Ramli Hasan, M.Sc dan Ibunda Erlina Johan, abang Harry Azhar Ramli, S.Pd, adik Muhammad Alfikri dan adik Muhammad Farid, atas setiap cinta, kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan kepada penulis.
8. Suamiku Moh. Mashudi Arif, S.E., M.Sc. yang selalu mencurahkan cintanya, semangat, motivasi dan turut serta membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabatku Rosi Silvana, Ida Karimuddin, Cut Hadhira, dan Cut Maisal Jannah serta seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya.

Banda Aceh, 15 Agustus 2021
Penulis,

Maulidya Ramli

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	Ḥ
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
 هول : *hauila*

3. **Maddah**

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َ / ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

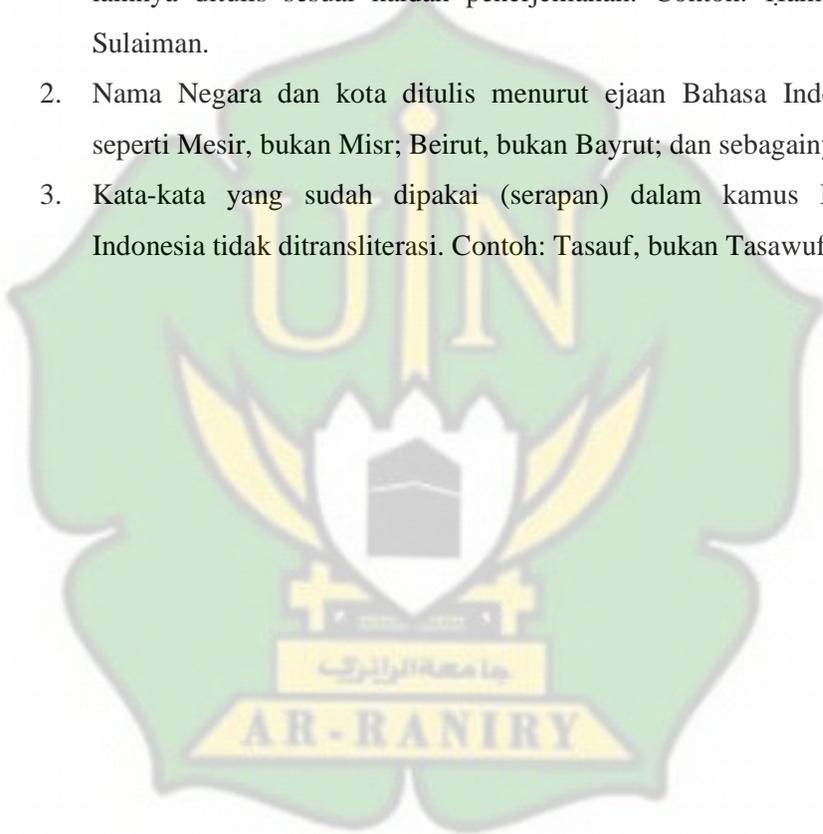
Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	:	<i>raudah al-atfāl/raudatulatfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	:	<i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	:	<i>Ṭalḥah</i>

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Maulidya Ramli
NIM : 190602186
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Kesiapan UMKM Aceh Menerapkan Rantai Nilai Halal (Studi UMKM di Banda Aceh)
Pembimbing I : Fithriady, Lc., M.A
Pembimbing II : Jalaluddin, S.T., M.A
Kata Kunci : Rantai Nilai Halal, Industri Halal, Psikografi Syariah pada UMKM, Halal Value Chain

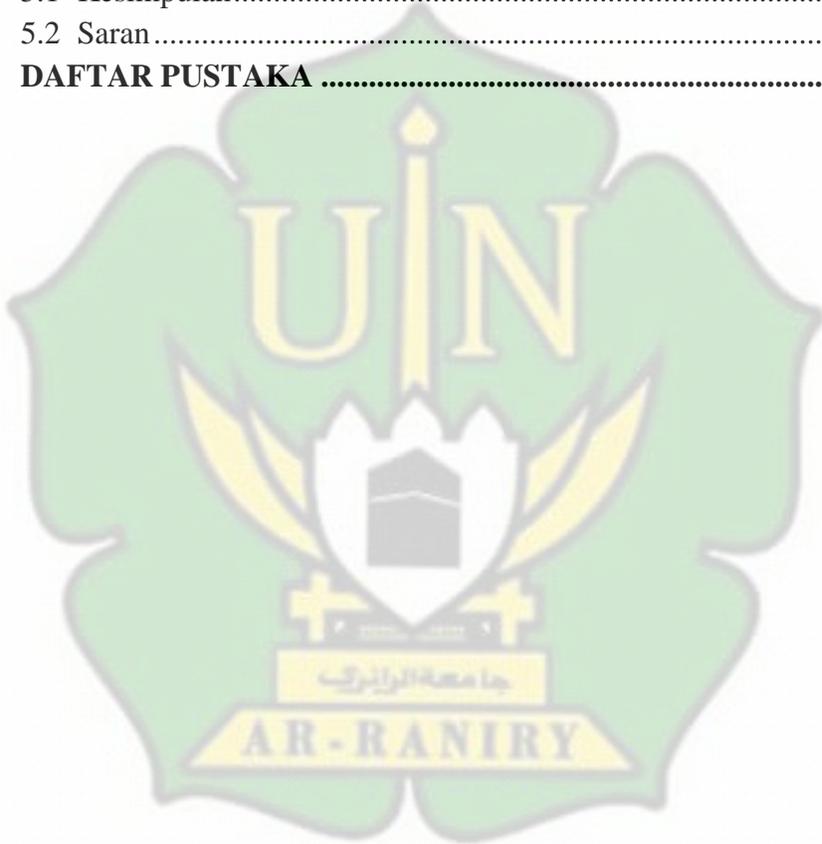
Aceh dengan mayoritas penduduk beragama Islam memiliki peluang yang besar untuk mengembangkan Industri halal. Penguatan industri halal in harus dilakukan dari hulu ke hilir dengan fokus pada sektor atau klaster yang dinilai potensial dan berdaya saing tinggi serta dengan melibatkan UMKM sebagai penggerak utama rantai nilai halal. Rantai Nilai Halal merupakan suatu rangkaian menciptakan nilai tambah pada produk barang dan jasa dimulai dari praproduksi hingga layanan purna jual yang sesuai dengan prinsip syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kesiapan UMKM Aceh dalam menerapkan rantai nilai halal serta memberi gambaran mengenai aspek psikografi syariah pada UMKM di Banda Aceh. Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksploratori dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan instrument kuesioner survei rantai nilai halal dan kuesioner aspek psikografi. Pertanyaan pada kuesioner tersebut ditujukan kepada 20 UMKM yang berdomisili di Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan pelaku UMKM yang terlibat dalam RNH, dari hulu hingga hilir, telah mengambil tanggung jawab individu maupun kolektif terhadap pengawasan dan pengecekan produk secara berkala. Selain itu, pelaku UMKM telah memiliki pengalaman dan pemahaman mumpuni mengenai literasi halal. Namun dalam pengelolaan keuangan, UMKM masih belum sepenuhnya optimal menggunakan akses permodalan yang terdapat pada lembaga keuangan Syariah. Jika dilihat dari strategi pemasaran, UMKM di Kota Banda Aceh dipandang telah berhasil dan memenuhi fungsi bisnis rantai nilai halal. Dari sisi psikografi Syariah, secara umum pelaku UMKM telah memiliki persepsi dan pemahaman yang baik mengenai penggunaan harta, keadilan dalam berbisnis, dan menjalankan bisnis sesuai ajaran Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	ii
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	9
1.3 Tujuan.....	9
1.4 Manfaat.....	9
1.4.1 Bagi Peneliti	9
1.4.2 Masyarakat	10
1.4.3 Bagi Lembaga Pendidikan.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Teori Produk Halal	12
2.1.1 Pengertian Halal	12
2.1.2 Produk Halal.....	15
2.1.3 Sertifikasi Produk Halal	15

2.1.4 Mekanisme Sertifikasi Halal	17
2.1.5 Industri Halal	21
2.2 Teori Rantai Halal	23
2.2.1 Rantai Nilai.....	23
2.2.2 Rantai Nilai Halal.....	24
2.2.3 Faktor Kesiapan Rantai Nilai Halal.....	27
2.2.4 Klaster Rantai Nilai Halal	29
2.3 Pengertian UMKM	33
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Instrumen Penelitian.....	41
3.3 Obyek, Lokasi, dan Waktu Penelitian	42
3.4 Sumber Data dan Informal (Populasi dan Sampel)	43
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.2 Teknik Analisis Data	44
3.4.3 Uji Kredibilitas Data	46
3.5 Tahapan Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Letak Geografis Kota Banda Aceh.....	48
4.1.2 Perekonomian Kota Banda Aceh	49
4.2 Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh.....	51
4.3 Analisis Deskriptif Objek Penelitian.....	53
4.4 Kesiapan UMKM Aceh Menerapkan Rantai Nilai Halal....	54
4.4.1 Kegiatan Produksi	55
4.4.2 Pengelolaan Sumber Daya Manusia.....	57
4.4.3 Pengelolaan Keuangan Syariah	59

4.4.4 Pemasaran Produk Halal	62
4.4.5 Pengembangan Usaha Syariah	64
4.5 Aspek Psikografi Rantai Nilai Halal	65
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rantai Nilai Industri Makanan dan Minum Halal.....	30
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Variabel Indikator Kesiapan Psikografi Syariah.....	44
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian	44
Tabel 4.1 Luas Wilayah Per Kecamatan Kota Banda Aceh.....	46
Tabel 4.2 Produk Domestik Bruto	47
Tabel 4.3 Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh	50
Tabel 4.4 Daftar UMKM Banda Aceh (2020)	52
Tabel 4.5 Skor Aspek Psikografi Syariah	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Alur Mekanisme Sertifikasi halal.....	18
Gambar 2.2	Rantai Nilai Halal.....	26
Gambar 2.3	Kerangka Pikir.....	39
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Analisis Aspek Psikografi	76
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup	92



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Populasi penduduk muslim dunia diperkirakan mengalami pertumbuhan tercepat dibandingkan dengan agama lain. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh dari lembaga kajian Amerika Serikat Pew Research Center, yang menyebutkan gabungan faktor keluarga muda dan tingginya tingkat kesuburan membuat bayi muslim yang lahir di tahun 2055-2060 sebanyak 232 juta jiwa mengalahkan agama Kristen yang saat ini menjadi agama dengan penganut terbanyak di dunia, sebanyak 226 juta jiwa. Hasil riset menyebutkan di tahun 2050 nanti Islam akan menjadi agama terbesar dengan pemeluk terbanyak sebesar 29 persen dari populasi penduduk dunia (BBC Indonesia, 2017).

Seiring dengan bertambahnya populasi muslim dunia, permintaan akan kebutuhan produk halal dan jasa keuangan syariah diproyeksikan semakin tinggi, terutama pada sektor bisnis utama meliputi makanan, pariwisata dan fesyen, media dan halal, farmasi dan kosmetika, serta keuangan. Pada tahun 2021, *consumer spending* masyarakat muslim untuk sektor makanan dan gaya hidup diproyeksikan akan mencapai USD 3 miliar. Sementara aset perbankan syariah diproyeksikan akan mencapai angka USD 3,5 miliar. Jumlah tersebut merupakan angka yang sangat besar mengingat peningkatannya mencapai 57 persen untuk sektor

makanan dan gaya hidup dan 75 persen untuk keuangan Islam jika dihitung dari tahun dasar 2015 (Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024).

Di Indonesia, Pemerintah RI berkomitmen mengembangkan ekonomi dan keuangan syariah agar Indonesia dapat menjadi rujukan ekonomi syariah global. Indonesia sebagai negara mayoritas beragama Islam memiliki potensi pengembangan ekonomi syariah yang sangat besar. Terbukti posisi Indonesia dalam *Global Islamic Economic Indicator Score* 2019 berada pada urutan kelima, setelah pada tahun 2017 berada pada urutan sepuluh. Posisi ini bertengger setelah Malaysia, Uni Emirat Arab, Bahrain, dan Arab Saudi. Faktor pendorong naiknya peringkat Indonesia secara global ini dipicu dari meningkatnya permintaan pada kategori keuangan syariah, busana muslim, makanan halal, media dan rekreasi. Selain itu, pemerintah pada tahun 2019 melalui Undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mewajibkan semua produk yang beredar di kawasan Republik Indonesia harus memiliki sertifikat halal, kecuali yang ada keterangan tidak halal di kemasannya. Kewenangan lain yang diterbitkan pemerintah adalah mengusung pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJH) untuk mengawasi jaminan produk halal, menerbitkan sertifikat halal, menetapkan kebijakan dan standar produk halal, mengakreditasi lembaga pemeriksa halal, dan mencabut sertifikasi halal yang tidak sesuai prosedur.

Di sektor perbankan, regulasi terkait perbankan syariah telah diterbitkan sejak satu dekade silam. Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menyebutkan prinsip kegiatan usaha perbankan syariah dengan berasaskan prinsip syariah, demokrasi, ekonomi, dan kehati-hatian. Guna mendorong akselerasi keuangan syariah di Indonesia, Pemerintah RI melalui Kementerian BUMN melakukan merger terhadap tiga bank, yakni Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah. Megamerger ini mulai beroperasi pada Februari 2021. Penggabungan ketiga bank syariah yang baru diharapkan dapat bersaing secara kompetitif di tingkat global.

Dukungan terhadap pengembangan ekonomi dan keuangan syariah secara komprehensif juga diperlihatkan di Provinsi Aceh. Implementasi lembaga keuangan syariah di Aceh diatur dalam rangka mewujudkan ekonomi masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan syariat Islam. Pembahasan secara komprehensif tertuang dalam Qanun No. 11 Tahun 2018 yang mewajibkan lembaga keuangan di Aceh beroperasi berdasarkan prinsip syariat paling lama tiga tahun sejak diundangkan.

Selanjutnya, pada Qanun Nomor 8 Tahun 2016 tentang sistem jaminan produk halal untuk melindungi masyarakat dari konsumsi barang haram. Pemerintah Aceh berkewajiban melindungi masyarakat dari makanan, minuman, dan obat-obatan serta penggunaan kosmetik, produk kimia biologi, dan produk rekayasa genetik yang tidak terjamin kehalalannya. Dalam Qanun ini,

lembaga yang diberikan kewenangan untuk melakukan sertifikasi produk halal adalah Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh (LPPOM MPU Aceh).

Jika dilihat dari kondisi masyarakat beserta daerahhnya, Aceh memiliki peluang untuk mengembangkan industri halal, di bidang makanan, pariwisata, keuangan, fesyen, dan UMKM. Peluang tersebut sangat besar mengingat mayoritas penduduk di Aceh beragama Islam, sehingga semakin memperkuat kedudukan industri halal. Prestasi Aceh di bidang Industri halal juga diakui secara nasional, terbukti dengan meraih peringkat kedua sebagai destinasi wisata halal unggulan Indonesia tahun 2019 dari 10 provinsi di Indonesia dalam program *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) 2019. Bahkan pada tahun 2016, Aceh memenangkan Penghargaan Wisata Halal Dunia atau *World Halal Tourism Awards 2016* untuk dua kategori. Kedua kategori itu adalah Aceh sebagai *World's Best Halal Cultural Destination* dan Bandara Sultan Iskandar Muda (SIM) Blang Bintang, Aceh Besar sebagai *World's Best Airport for Halal Travellers*. Majunya pariwisata di Aceh membuka gerbang bagi pengembangan potensi industri halal lainnya. Hal ini juga tak terlepas dari dukungan dan kesadaran masyarakat Aceh untuk menjadikan industri halal bagian dari manifestasi agama dan sosial budaya masyarakat.

Salah satu unsur penting dalam penciptaan ekosistem industri halal adalah implementasi *halal value chain* atau lebih dikenal

dengan sebutan rantai nilai halal. Rantai nilai halal merupakan serangkaian kegiatan untuk menghasilkan nilai tambah pada produk barang dan jasa yang sudah melalui proses pengolahan hingga siap didistribusikan ke masyarakat dengan memenuhi nilai dan prinsip syariah (Bank Indonesia).

Sebagai prasyarat terwujudnya rantai nilai halal yang dapat menjadi komponen penting dalam mendorong perkembangan ekonomi syariah dan perekonomian nasional, ekosistem yang baik, integratif dan efisien sangat penting untuk dikembangkan. Ekosistem yang dimaksud adalah sistem yang menyambungkan rantai nilai halal secara menyeluruh, seperti adanya edukasi publik, sumber daya manusia, riset dan pengembangan, serta fatwa, regulasi dan tata kelola (Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024). Komponen penting lainnya dari ekosistem halal adalah memiliki sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan etika bisnis yang seharusnya dijalankan produsen sebagai jaminan halal bagi konsumen. Selain sebagai jaminan halal terhadap konsumen, label halal memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen diantaranya: (1) Meningkatkan kepercayaan konsumen karena terjamin kehalalannya, (2) Memiliki USP (*Unique Selling Point*), (3) Mampu menembus pasar halal global, (4) Meningkatkan *marketability* produk di pasar, (5) Investasi yang murah jika dibandingkan dengan pertumbuhan *revenue* yang dapat dicapai (Ramlan dan Nahrowi 2014). Beberapa persyaratan sertifikasi yang dilalui oleh perusahaan untuk mendapatkan sertifikasi halal, antara lain kebijakan halal

berupa komitmen perusahaan, pembentukan tim manajemen halal, pelatihan dan pendidikan, pemilihan bahan, produk, fasilitas produksi, prosedur tertulis untuk aktivitas kritis, kemampuan telusur, penanganan terhadap produk yang tidak memenuhi kriteria, audit internal, dan kaji ulang manajemen.

Penguatan industri halal dilakukan dari hulu ke hilir dengan fokus pada sektor atau klaster yang dinilai potensial dan berdaya saing tinggi serta dengan melibatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai penggerak utama rantai nilai halal. Pemerintah Aceh dalam hal ini bertanggung jawab dalam penataan dan pengawasan sistem jaminan produk halal (SPJH) terhadap pelaku usaha UMKM dengan mengawasi bahan baku yang digunakan sampai pada pemasaran produk halal. Hal ini bertujuan agar produk makanan, minuman, obat, kosmetika yang beredar dalam wilayah hukum Aceh terbebas dari produk nonhalal. Akan tetapi, saat dijumpai di lapangan masih banyak produk yang belum memiliki sertifikat halal yang beredar di toko-toko, dan ini berseberangan dengan amanah Qanun Nomor 8 Tahun 2016 di atas. Menurut Gubernur Aceh, Nova Iriansyah, salah satu instrumen penting yang belum maksimal mendapat perhatian di Aceh, tetapi sangat esensial yaitu menyediakan label melalui sertifikasi makanan halal. Selain itu, pemerintah kabupaten/kota diharapkan lebih responsif dalam menyahuti perkembangan teknologi makanan saat ini, dengan mengedepankan prinsip kehati-hatian dalam menerima

dan memberi izin kepada perusahaan luar yang belum mengantongi sertifikat halal (Aceh Trend, 2019).

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Aceh, jumlah total UMKM di Aceh sebanyak 74.810 yang tersebar di 23 kabupaten/kota di Aceh (Data KUMKM, 2019). Namun, baru sekitar 559 UMKM yang mendaftarkan diri untuk mendapatkan sertifikasi halal, terhitung sejak tahun 2016-2019 (MPU, 2020). Angka ini masih sangat sedikit dibanding total keseluruhan UMKM di Aceh. Padahal untuk membangun industri halal dibutuhkan dorongan yang kuat dari seluruh pihak, termasuk UMKM.

Beberapa permasalahan dihadapi UMKM sebelum memutuskan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Penelitian yang dilakukan oleh Puspaningtyas et al. (2019) di Kabupaten Blitar, Jawa Timur diidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi, antara lain: (1) Masih banyak UMKM yang belum memiliki sertifikat produk industri rumah tangga (P-IRT) dan sertifikasi halal, (2) Kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang pentingnya sertifikasi halal, (3) Keterbatasan dana untuk mendaftarkan sertifikasi halal.

Permasalahan di atas, menjadi bukti bahwa pelaku UMKM belum sepenuhnya sadar akan pentingnya sertifikasi halal. Padahal produk yang sudah mendapatkan sertifikasi halal lebih terjamin dari segi mutu dan kualitas, proses, alat yang digunakan, higienitasnya, kemasannya, dan manfaat bagi yang mengonsumsinya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Asriah (2013), terdapat pengaruh antara label halal dan keputusan pembelian pada produk makanan,

dan keberadaan label halal pada makanan dapat memberikan nilai positif dan memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan membeli konsumen.

Perubahan dan perkembangan gaya hidup halal ini harus mampu dilayani oleh sektor industri halal dengan baik, yaitu dengan menjaga kualitas rantai pasok produk halal mulai dari kepastian bahan baku halal, proses produksi sampai dengan konsumen mendapatkan produk, semuanya harus terjamin kehalalannya (Asna, 2019). Tujuan akhirnya tidak sekadar dapat dinikmati masyarakat, namun juga menjaga dan mempertahankan esensi hadirnya produk halal.

Maka oleh karena itu, pengembangan UMKM dalam menerapkan industri halal secara penuh sangat penting dilakukan untuk mengukuhkan posisi Aceh sebagai daerah syariat Islam. Berdasarkan latar belakang inilah, peneliti ingin mengkaji lebih dalam permasalahan ini dalam penelitian berjudul **“Analisis Kesiapan UMKM Aceh menerapkan Rantai Nilai Halal (Studi UMKM di Banda Aceh).”**

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian terhadap latar belakang di atas, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penting yang akan dieksplorasi dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat kesiapan UMKM Aceh dalam mengimplementasikan rantai nilai halal?
2. Bagaimana gambaran kesiapan UMKM ditinjau dari aspek psikografi syariah?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini secara umum antara lain untuk mengetahui kesiapan UMKM Aceh dalam menerapkan rantai nilai halal.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara praktis maupun teoritis. Berikut merupakan beberapa manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini, antara lain:

1.4.1 Bagi Peneliti

Menambah wawasan peneliti tentang rantai nilai halal dan penerapannya di Aceh. Serta hasil penelitian ini merupakan tahapan akhir bagi peneliti untuk melengkapi tugas dan syarat penyelesaian gelar Strata 1 di Program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry.

1.4.2 Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih keilmuan dan wawasan bagi masyarakat luas terutama sekali masyarakat Kota Banda Aceh, sehingga dengan adanya penelitian ini, masyarakat bertambah pengetahuannya mengenai rantai nilai halal serta menggerakkan para pelaku usaha UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal.

1.4.3 Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi khazanah keilmuan dalam lembaga pendidikan serta dapat menjadi bahan acuan untuk para peneliti berikutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

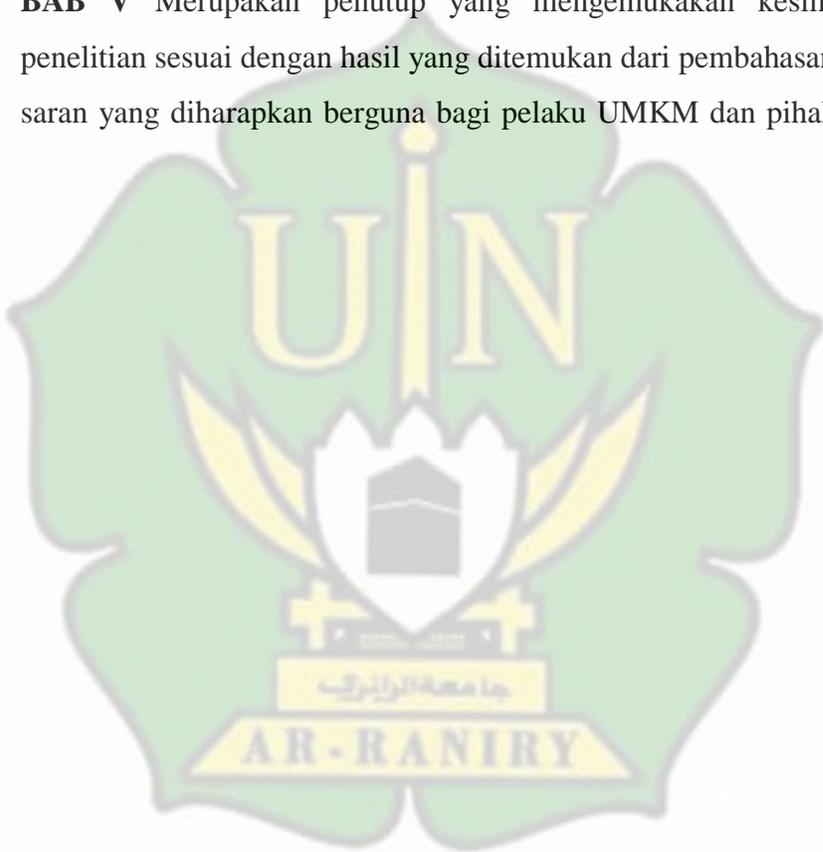
BAB I Merupakan pendahuluan yang di dalamnya berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II Merupakan telaah pustaka yang berisi kajian teori yang mencakup teori halal, produk halal, konsep rantai nilai, rantai nilai halal, industri halal, klaster rantai nilai halal, sertifikasi produk halal, pengertian UMKM, kemudian bahasan peningkatan ekonomi melalui perspektif ekonomi Islam dan paparan tentang kerangka pemikiran serta penelitian terdahulu.

BAB III Memuat metode penelitian yang digunakan, yang terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan **sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.**

BAB IV Mengenai hasil dan analisis yang menjelaskan mengenai deskripsi obyek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil untuk menjawab permasalahan penelitian yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan data dan landasan teori yang relevan.

BAB V Merupakan penutup yang mengemukakan kesimpulan penelitian sesuai dengan hasil yang ditemukan dari pembahasan serta saran yang diharapkan berguna bagi pelaku UMKM dan pihak lain.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Produk Halal

2.1.1 Pengertian Halal

Halal berasal dari kata: *halla, yahillu, halalan* yang berarti dihalalkan atau diizinkan dan dibolehkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan kata halal berarti diizinkan (tidak dilarang oleh syarak) yang diperoleh atau diperbuat dengan sah. Dalam Al-Qur'an, kata halal dan haram juga diungkapkan dengan kata lain, yaitu *tayyiban*. Para ahli tafsir ketika menjelaskan kata *tayyiban* dalam konteks perintah makan mengatakan bahwa ia berarti makanan yang tidak kotor dari segi zatnya atau rusak (kedaluwarsa), atau dicampuri benda najis. Ada juga yang mengartikannya sebagai makanan yang mengundang selera bagi yang akan memakannya dan tidak membahayakan fisik dan akalnya. Produk halal mengacu pada produk-produk yang memenuhi syarat *syar'i* yang mencegah keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya maupun selain zatnya (Burhanuddin 2011). Menurut Al-Ghazali (2007), yang mengakibatkan makanan (benda) bisa menjadi haram karena jenisnya yang haram, seperti khamar, babi, dan sebagainya, termasuk di dalamnya produk-produk dari turunannya (alkohol, gelatin, dan lainnya), dan haram karena cara memperolehnya yang termasuk di dalamnya adalah harta untuk memperolehnya dan proses membuatnya. Di dalam Alquran Surat Al-Maidah Ayat 88, Allah menyebutkan:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي ۤ أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ
(88: المائدة)

Artinya: "Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya" (QS. al-Ma'idah [5]: 88).

Ayat tersebut mengisyaratkan bahwa makanan yang dikonsumsi adalah makanan yang secara syar'i dibolehkan, tetapi harus berdampak baik bagi jiwa dan raga manusia. Bagi umat Islam, salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam membuat keputusan ekonomi adalah mengenai kehalalan. Kehalalan tidak hanya mengacu pada materi (dzat) nya, tetapi juga posesnya. Begitu juga hakikatnya produk halal. Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, dari Abu 'Abdillah Nu'man bin Basyir Radhiyallahu anhum, ia pernah mendengar Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda:

الْحَلَالُ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ، لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ،
فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ... (رواه مسلم)

Artinya: "Yang halal itu sudah jelas dan yang haram pun sudah jelas; dan di antara keduanya ada hal-hal yang musytabihat (syubhat, samar-samar, tidak jelas halal haramnya), kebanyakan manusia tidak mengetahui hukumnya. Barang siapa hati-hati (menjauhkan diri) dari perkara syubhat, sungguh ia telah menyelamatkan agama dan harga dirinya..." (HR. Muslim, 2006: 750. Hadis no. 1599).

Hadis ini menunjukkan bahwa yang halal itu sudah jelas dan yang haram pun sudah jelas. Akan tetapi, dalam hadis itu pun disebutkan cukup banyak pula hal yang samar samar (*syubhat*), yang status hukumnya diragukan.

Produk-produk olahan, baik makanan, minuman, obat maupun kosmetika perlu ditindak lanjuti legalisasi halalnya, apalagi jika produk tersebut berasal dari luar negeri. Sebab, tidak tertutup kemungkinan dalam proses pembuatannya tercampur atau menggunakan bahan-bahan yang tidak suci dan/atau haram. Bagi umat Islam hal tersebut jelas bukan merupakan persoalan sederhana, tetapi merupakan persoalan besar dan serius (Muchith A. Karim, 2013)

Oleh karena itu, umat Islam hendaknya meneliti terlebih dahulu produk yang akan dikonsumsi. Karena dengan bijak dan selektif dalam menggunakan produk halal akan sangat berdampak pada kesehatan dan ketenangan jiwa. Hal ini dikarenakan, produk yang sudah memperoleh label halal lebih terjamin dari segi mutu dan terkontrol kualitasnya. Selain dapat memenangkan persaingan di pasar umat Islam, keunggulan lainnya yang dimiliki produk halal adalah *value* atau nilai atas produk tersebut. Sebelum diedarkan, produk halal telah melalui proses produksi hingga distribusi yang ketat, bahkan pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor juga dilakukan secara menyeluruh. Kehalalan suatu produk juga dapat mendorong tingkat penjualan produk secara signifikan sebab sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Itu berarti akan

menaikkan nilai ekonomis produk dan mendorong pertumbuhan ekonomi ke arah yang lebih baik (Nur Fatimah, 2020). Dan yang paling penting mengonsumsi produk halal merupakan salah satu cara untuk meningkatkan ketaqwaan dan keimanan kepada Allah SWT.

2.1.2 Produk Halal

Secara umum dapat diartikan bahwa produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam (Ahmad Yusro Arifin, 2011), yaitu :

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran, dan lain sebagainya.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, dan transportasinya
5. Tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur dalam syariat Islam.
6. Semua makanan yang tidak mengandung khamr.

2.1.3 Sertifikasi Produk Halal

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan halal menyebutkan negara menjamin setiap pemeluk agama untuk

beribadah dan menjalankan ajaran agamanya. Dalam klausa tersebut, negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Sejak diundangkan, Semua produk yang beredar di wilayah NKRI wajib menyertakan sertifikat halal, kecuali produk yang tidak halal.

Jaminan terhadap produk halal menjadi penting di tengah perkembangan zaman yang serba cepat dalam mengadopsi teknologi ilmu pengetahuan. Secara sengaja maupun tidak, percampuran antara yang halal dan haram tak dapat dipungkiri terjadi pada sektor industri. Perkembangan ilmu pengetahuan dapat berpengaruh secara nyata pada pergeseran pengolahan dan pemanfaatan bahan baku untuk mengolah produk konsumsi masyarakat, seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika, produk kimiawi, produk biologi, dan produk rekayasa genetik. Pada pasal 20, disebutkan bahwa bahan yang berasal dari mikroba dan bahan yang dihasilkan dari proses kimiawi, biologi atau proses rekayasa genetik, diharamkan jika proses pertumbuhan, pembuatannya, terkandung dan terkontaminasi dengan bahan yang diharamkan. Begitu pula jika lokasi, alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pendistribusian, pengemasan, penyajian produk, dilakukan secara tidak terpisah dengan produk nonhalal, maka juga diharamkan pelaksanaannya.

Negara dalam hal ini berkomitmen melindungi dan menjamin warga negaranya terbebas dari produk nonhalal dengan pendirian sebuah lembaga penjamin kehalalan. Label halal suatu produk

dicantumkan pada kemasan berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI pusat maupun daerah. Sertifikat halal merupakan dokumen yang diterbitkan berdasarkan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Tujuan diterbitkan sertifikasi halal adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengonsumsinya. Bagi muslim, lambang halal menandakan produk tersebut memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh hukum syariah, sehingga layak dikonsumsi. Sedangkan untuk non-muslim, logo halal mewakili simbol kebersihan, kualitas, kemurnian dan keamanan (Ambali & Bakar, 2013).

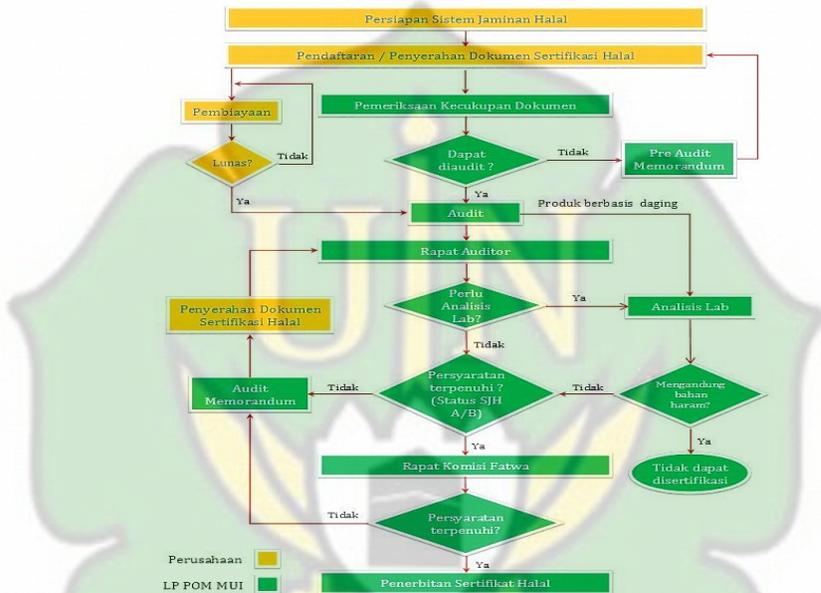
Proses sertifikasi halal mengandalkan informasi dan pelaku usaha untuk mempercepat proses penerbitan logo halal. Sejalan dengan ini, Khairil Anwar et. al (2006) menyarankan *Manufacturers Self Evaluation Support System (MAHSESS)* yang berpotensi meningkatkan proses sertifikasi Halal. MAHSESS merupakan sistem informasi berbasis web yang diharapkan dapat membantu produsen dalam melakukan evaluasi diri status halal produk mereka sebelum mengajukan aplikasi. Sistem ini juga diharapkan memberikan saran bahan alternatif halal dari produsen bersertifikat.

2.1.4 Mekanisme Sertifikasi Halal

Di Aceh, segala pengurusan sertifikasi halal diatur oleh LPPOM di bawah naungan Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh. Persyaratan pengurusan sertifikat halal pun tak jauh berbeda dengan

yang dilaksanakan oleh pusat. Alur penanganan sertifikasi halal dapat dideskripsikan dalam bentuk bagan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Diagram Alur Pengurusan Sertifikasi Halal



Dilansir dari situs resmi MPU Aceh, proses pengajuan sertifikasi halal dilakukan secara bertahap, berikut mekanisme permohonan sertifikasi halal bagi pelaku usaha:

1. Mengajukan permohonan sertifikasi halal

Pelaku usaha yang ingin memperoleh sertifikasi halal, terlebih dahulu mengisi informasi data diri dan jabatan dalam perusahaan, dilanjutkan dengan mengisi keterangan produk, seperti jenis produk, nama produk/ jenama, kelompok produk, nama perusahaan, dan alamat perusahaan.

2. Mengisi komponen sistem jaminan halal

Komponen sistem jaminan halal merupakan bagian dari komitmen perusahaan untuk memproduksi produk halal secara konsisten dalam penggunaan dan pengadaan bahan baku, bahan tambahan, bahan penolong, sesuai dengan persyaratan sertifikasi halal LPPOM MPU Aceh. Komponen ini terdiri dari:

a. Kebijakan halal

Penetapan kebijakan halal oleh perusahaan dilakukan usai membangun komitmen dengan LPPOM MPU Aceh.

b. Memiliki tim manajemen halal

Penunjukan tim manajemen halal dilakukan oleh manajemen tertinggi perusahaan. Tim manajemen halal diberikan kewenangan untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam melaksanakan proses produksi halal, termasuk mengambil tindakan tegas jika terjadi penyimpangan.

c. Pelatihan dan pendidikan

Perusahaan yang mengajukan sertifikat halal harus mengikuti pelatihan dan bimbingan yang dilaksanakan oleh LPPOM MPU Aceh.

d. Bahan

Perusahaan membuat daftar bahan yang mencantumkan semua bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong serta bebas dari unsur haram dan najis.

e. Produk

Selain menyiapkan daftar bahan, perusahaan harus membuat diagram alir proses produksi untuk produk yang bersertifikasi halal.

f. Fasilitas Produksi

Semua fasilitas produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk, baik milik perusahaan maupun yang di sewa, harus didaftarkan dan menjadi ruang lingkup implementasi sistem jaminan halal.

g. Prosedur tertulis untuk aktivitas kritis

Prosedur ini mengatur mengenai pembuatan produk baru, permohonan izin penggunaan bahan baku pada produk baru, pembelian bahan sesuai daftar yang disetujui LPPOM, proses produksi, dan memastikan produk halal terdistribusi dengan baik.

h. Kemampuan telusur

LPPOM MPU Aceh selanjutnya akan membuat sistem administrasi pembukuan dan dokumentasi untuk mempermudah penelusuran kembali jika terjadi permasalahan dalam pelaksanaan produksi halal.

i. Penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria

Produk yang berasal dari bahan dan fasilitas produksi yang tidak memenuhi kriteria harus dipisahkan dan tidak dijual.

j. Audit Internal Halal

Audit Internal Halal bertujuan untuk menilai secara mandiri pelaksanaan Sistem Jaminan Halal (SJH) di perusahaan. Audit

internal akan dilaksanakan secara berkala setiap 6 bulan sekali.

k. Kaji ulang manajemen

Evaluasi pelaksanaan Sistem Jaminan Halal di perusahaan akan dilakukan setiap satu tahun sekali atau sering jika dibutuhkan.

Logo halal dicantumkan setelah perusahaan menjalankan segala ketentuan dan persyaratan yang ditetapkan oleh LPPOM MPU Aceh.

2.1.5 Industri Halal

Industri halal umumnya diketahui sebagai suatu usaha yang menghasilkan produk baik berupa barang dan jasa yang sesuai dengan ketentuan agama Islam. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Sedangkan halal memiliki makna diizinkan atau tidak dilarang oleh syarak, sehingga industri halal diartikan sebagai kegiatan memproses barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang sesuai dengan syariah. Industri halal hadir di tengah masyarakat untuk menjawab kebutuhan konsumen muslim akan produk pangan yang halal, seiring dengan besarnya kesadaran umat Islam akan pentingnya mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam kehidupan.

Disebutkan pada UU 33, pasal 1, Produk halal adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, sesuai dengan syariat Islam. Proses produk halal selanjutnya disebutkan mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk untuk dimanfaatkan masyarakat. Untuk menciptakan kawasan industri halal, penguatan diperlukan mulai dari produsen, layanan perbankan, *ware house*, tempat uji halal, distribusi hingga siap menghasilkan produk halal untuk konsumen dalam negeri dan diekspor (Bank Indonesia, 2020).

Meningkatnya preferensi masyarakat secara umum terhadap produk halal, menjadikan keragaman produk halal yang beredar di pasaran juga semakin beragam, demikian dengan diversifikasi produknya. Saat ini cakupan industri halal juga merambah pada industri gaya hidup yang juga dibutuhkan, seperti fesyen, pariwisata, keuangan, kecantikan, kesehatan, layanan amal. Perkembangan sektor ini telah memberikan dampak atau efek *multiplier* pada sektor lain, tidak lain adalah sektor riil, yang ditandai dengan perkembangan produk halal (Nasrullah, 2018).

Lebih lanjut, peluang untuk mengembangkan industri halal meliputi: a) tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam; b) tingginya permintaan dan daya beli produk halal Indonesia; c) terbukanya peluang ekspor ke negara OKI maupun non-OKI; d)

kebijakan substitusi produk impor; e) terbentuknya Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) menjadi Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS); dan f) dan berlakunya Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan terbentuknya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Bank Indonesia, 2020).

2.2 Teori Rantai Halal

2.2.1 Rantai Nilai

Analisis *value chain* atau rantai nilai menjadi penting bagi suatu perusahaan karena dapat meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) alias memiliki sumber daya dan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Strategi *value chain* menginginkan adanya integrasi dari input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi hasil akhir produk. Kesemuanya harus menunjukkan nilai syariah tidak boleh bercampur dengan makanan tidak halal. Dalam hal pembiayaan pun harus menggunakan keuangan syariah. Asuransinya juga syariah untuk meminimalisasi risiko usaha (Subianto, 2018).

Dengan menerapkan *value chain*, perusahaan akan mampu menargetkan strategi keberhasilan jangka panjang, dimulai dari manajemen biaya produksi hingga pelayanan purna jual yang terkontrol kualitasnya. Rantai nilai ini mencakup aktivitas yang terjadi karena hubungan dengan pemasok (*Supplier Linkages*), dan hubungan dengan konsumen (*Consumer Linkages*). Aktifitas ini

merupakan kegiatan yang terpisah tapi sangat tergantung satu dengan yang lain. (Porter, 2001).

Selanjutnya Porter (1985) menjelaskan, analisis *value chain* merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif, untuk mengidentifikasi dimana *value* pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/*supplier*, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri. Apabila diterapkan dalam industri, rantai nilai memainkan aspek penting untuk mengubah komoditas tertentu menjadi produk akhir untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2.2 Rantai Nilai Halal

Rantai nilai halal atau halal *value chain* merupakan rangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai tambah pada setiap proses yang meliputi produksi, distribusi dan pemasaran barang dan/atau jasa sampai ke tangan konsumen yang memenuhi aspek kepatuhan terhadap nilai dan prinsip dasar syariah (Bank Indonesia). Nilai dan prinsip dasar syariah memiliki makna bahwa harta semata-mata merupakan milik Allah SWT, sedangkan umat manusia dituntut untuk dapat mengelolanya dengan baik, menggunakan seperlunya, berbagi dengan yang membutuhkan dan bukan dengan tujuan untuk menzalimi manusia yang lain, kemudian didorong dengan penyaluran zakat sebagai pendorong harta, melakukan penghapusan riba, maysir, berpartisipasi sosial untuk publik seperti dengan Infaq, Sedeqah, dan Wakaf (ISWAF), dan menghindari transaksi yang

dilarang dalam bermuamalah seperti, *gharar*, *riba*, *maysir*, *muharramat* dll.

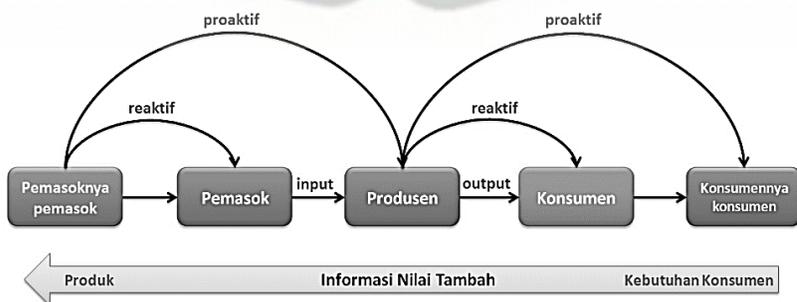
Rantai nilai halal diterapkan dalam industri, seiring meningkatnya kebutuhan penduduk muslim dunia akan produk halal. Namun, ada beberapa aspek yang menjadi kualifikasi sebelum konsumen memilih sebuah produk halal, yaitu terjamin bahan bakunya, proses produksi, pengolahan, kebersihan, hingga pendistribusian produk yang harus terjamin legalisasi kehalalannya. Disisi lain, pelaku usaha sebagai produsen dan aktor yang berperan dalam penguatan rantai nilai halal, berkewajiban membentuk sebuah ekosistem yang terintegrasi dengan industri halal. Salah satu strategi dalam upaya pencapaian visi Indonesia sebagai pusat ekonomi Syariah terkemuka di dunia adalah menerapkan penguatan rantai nilai halal. Dalam Masterplan ekonomi Syariah Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) 2019-2024, setidaknya ada lima program unggulan memperkuat rantai nilai halal, yaitu:

1. Membangun kawasan industri halal dan *halal hub* di berbagai daerah sesuai dengan *comparative advantage* masing-masing daerah unggulan.
2. Memperkuat infrastruktur untuk meningkatkan efektivitas dan standarisasi proses sertifikasi halal di Indonesia (Halal Center, Lembaga Penjamin Halal, perwakilan BPJPH, Sistem Informasi Halal, dll)
3. Meningkatkan jangkauan (*outreach*) melalui sosialisasi/ edukasi publik halal *lifestyle*.

4. Program Insentif bagi lokal dan global *player* untuk berinvestasi dalam mendukung perkembangan rantai nilai halal secara komprehensif (mulai dari bahan baku, produksi, distribusi dan promosi)
5. Memperkuat kerja sama dan pengakuan internasional untuk memperluas pasar produk halal Indonesia, diantaranya melalui standardisasi dan harmonisasi dengan dibentuknya International Halal Center di Indonesia. (Bappenas, 2019)

Dalam mewujudkan ekosistem halal tersebut, ada beberapa strategi utama yang direkomendasikan, antara lain: a) peningkatan efektivitas literasi publik; b) peningkatan kualitas sumber daya manusia; dan c) dukungan fatwa dan regulasi serta tata kelola kelembagaan yang andal. Kemudian, untuk mengembangkan sebuah model bisnis pada produk halal diperlukan metode yang tepat seperti penerapan konsep rantai nilai yang didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan untuk menghasilkan produk dan jasa.

Gambar 2.2
Rantai Nilai Halal



Pada gambar tersebut tersirat makna bahwa seluruh rangkaian produk mulai dari pemasoknya pemasok ke pemasok lalu diolah oleh produsen kemudian dijual kepada konsumen dan kembali dijual kepada konsumen lainnya, terdapat sebuah pendekatan reaktif dan proaktif. pendekatan yang diambil hanya bersifat “reaktif” terhadap kebutuhan. Namun jika kita memfokuskan diri ke rantai-rantai yang lebih jauh ke belakang atau ke depan, mulai meningkatkan kecepatan reaksi menjadi “proaktif”. Dari gambar tersebut kita juga melihat bahwa keseluruhan rangkaian terdapat nilai tambah yang artinya mulai dari terciptanya produk sampai ke tangan konsumen, produsen sangat mementingkan kualitas, sumber daya, atau layanan yang diberikan dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah.

2.2.3 Faktor Kesiapan Rantai Nilai Halal

Faktor yang menilai kesiapan Rantai Nilai halal ditinjau dari beberapa aspek berikut ini:

1. Aspek Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan nilai guna pada barang maupun jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Dalam sistem ekonomi Islam, produksi merupakan salah satu hal yang terpenting. Dari konsep dan gagasan produksi ditekankan bahwa tujuan dari produksi adalah untuk kemashlahatan individu dan kemashlahatan secara seimbang. Produksi menurut Islam haruslah memenuhi beberapa prinsip diantaranya berproduksi dalam lingkaran halal dan keadilan dalam berproduksi. Dalam rantai nilai halal produksi sendiri dimulai dari hulu ke hilir, seperti

penyediaan bahan baku yang tepat, berkualitas dan halal, proses produksi, hingga menghasilkan produk barang dan jasa yang disalurkan kepada konsumen.

2. Aspek Sumber Daya Manusia

Setiap organisasi perusahaan beroperasi dengan menggunakan seluruh sumber daya yang ada untuk menghasilkan produk baik barang/jasa yang bisa dipasarkan. Dalam hal ini, pengelolaan sumber daya yang dimiliki perusahaan meliputi sumber daya finansial, fisik, sumber daya manusia, dan kemampuan teknologis dan sistem (Simamora, 2004). Dalam Islam pengelolaan sumber daya manusia mengacu pada apa yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, yakni manusia diciptakan untuk beribadah kepada Allah SWT dan manusia sebagai khalifah yang bertugas untuk memakmurkan bumi dan memanfaatkannya seoptimal mungkin untuk digunakan dalam kegiatan produksi. Demikian dalam mempertahankan kelangsungan industri halal, dibutuhkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang memahami konsep dan praktik produksi berbasis halal dalam lingkup kerjanya.

3. Aspek Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan yang baik dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dan menjamin keberlangsungan usaha di masa depan. Aspek pengelolaan keuangan pada rantai nilai halal dilihat dari akses usaha terhadap lembaga keuangan syariah, pendanaan modal kerja, serta penggunaan dan pengalokasian sumber dana untuk kepentingan perusahaan dan kebajikan.

4. Aspek Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Chandra, 2002). Dalam mewujudkan pemasaran produk yang benar dan tepat sasaran, ada beberapa upaya yang perlu dilakukan, antara lain mengetahui secara pasti segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran (target), posisi pasar, serta dari sisi bauran pemasaran.

5. Aspek Psikografi Syariah

Dalam rantai nilai halal, analisis psikografi syariah memiliki peranan yang sangat fundamental karena data tersebut yang lebih mencerminkan karakteristik dari pelaku usaha dan dapat menyiratkan pemahaman pelaku usaha terhadap penerapan rantai nilai halal. Psikografis adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan biasa dipakai untuk menganalisis data (Suwarman, 2001).

2.2.4 Kluster Rantai Nilai Halal

Adapun sejumlah industri yang berkaitan dengan rantai nilai halal terbagi dalam beberapa kluster berikut ini:

1. Makanan dan Minuman Halal

Bagi Muslim, makanan dan minuman halal merupakan kebutuhan jasmani dan rohani. Kebutuhan ini menunjukkan ketaatan hambanya kepada Sang Pencipta. Pemberian label halal kepada makanan dan minuman berdasarkan pada sumber, kebersihan, cara

pengolahan, hingga cara pembuangannya. Aturan mengenai makanan dan minuman halal dan haram, tertera pada Alquran dan Hadist Shahih. Dijelaskan, Allah SWT melarang umatnya mengonsumsi makanan dan minuman yang disembelih atas nama selain Allah SWT, makanan bangkai, darah, daging babi, dan hewan yang mati secara tidak wajar. Hal tersebut diatur dalam pada QS. Al-Maidah ayat 3 yang artinya: *"Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih."* (Al-Maidah: 3)

Rantai nilai industri makanan dan minuman halal terdiri dari bahan baku, teknologi, manufaktur, saluran distribusi, retailer, dan pembiayaan. Setiap rantai nilai tersebut terbagi lagi menjadi industri utama dan industri pendukung. Sebagaimana dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2.1

Rantai Nilai Industri Makanan dan Minuman Halal

Value Chain	Industri Utama	Industri Pendukung
Bahan Baku	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Industri Pertanian 2. 2. Industri Perkebunan 3. 3. Industri Perikanan dan Hasil Laut 4. 4. Industri Peternakan 	Industri riset dan pengembangan asosiasi
Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Teknologi pengolah bahan dasar pangan 	Industri riset dan pengembangan

	<ul style="list-style-type: none"> 2. 2. Rumah potong hewan 3. 3. Teknologi pertanian bioindustri 	Lembaga pendidikan
Manufaktur	<ul style="list-style-type: none"> 1. 1. Industri makanan kemasan 2. 2. Industri pengolahan minuman kemasan 	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan
	<ul style="list-style-type: none"> 3. 3. Pengolahan daging dan makanan laut 4. 4. Pengolahan sereal, kakao, tepung, dan susu 5. 5. Residu dan limbah industri makanan 6. 6. Industri perlengkapan dan peralatan pengendali mutu 	
Saluran Distribusi	<ul style="list-style-type: none"> 1. 1. Industri Pengemasan 2. 2. Industri Pengangkutan darat 3. 3. Jasa Pengiriman Barang 	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan
Retailer	<ul style="list-style-type: none"> E-Commerce Retail store Pameran Media Restoran 	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan
Pembiayaan	<ul style="list-style-type: none"> Industri Perbankan Syariah IKNB Syariah 	

Sumber: Masterplan Ekonomi Syariah (2019)

2. Pariwisata Halal

Pariwisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang menyediakan layanan wisatawan yang sesuai kaidah Islam. Pariwisata halal tidak hanya diperuntukkan bagi umat muslim saja,

tetapi juga wisatawan nonmuslim yang ingin berwisata dengan konsep yang berbeda. Beberapa hal yang menunjang terselenggaranya wisata halal di suatu daerah adalah penyediaan destinasi ramah Muslim, seperti sarana ibadah, makanan dan minuman halal, fasilitas kolam renang serta spa terpisah bagi wanita dan pria, penyediaan jasa transportasi yang memudahkan wisatawan muslim mengakses rumah ibadah, dan hiburan islami selama perjalanan (Sayekti, 2019)

3. Fesyen Muslim

Busana Muslim menjadi daya tarik para perancang dan umat Islam di berbagai belahan dunia. Mereka menginginkan gaya elegan yang mempercantik penampilan, sehingga menambah percaya diri. Indonesia kini menjadi acuan perkembangan hal tersebut. Sejumlah perancang busana Muslim lahir dan tumbuh di negeri ini. Komunitas hijab juga bermunculan sebagai perkumpulan yang memperhatikan dan mengonsumsi berbagai busana Muslim terbaru (Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019)

4. Media dan Rekreasi Halal

Industri kreatif terus bergerak memperbaharui selera masyarakat Muslim dalam menyajikan hiburan yang bernuansa Islam. Beberapa film layar lebar dan sinetron yang dipertontonkan sarat akan nilai-nilai Islam dalam sejumlah adegannya sehingga menyedot perhatian nasional dan mancanegara.

5. Farmasi dan Kosmetik Halal

Kesadaran akan obat-obatan dan kosmetik halal kian meningkat. Muslim Indonesia kini mulai beralih pada produk-produk berlabel halal, dan enggan melirik produk yang terdapat kandungan zat nonhalal karena mengutamakan keamanan dan kesehatan. Berdasarkan UU No. 36 Tahun 2019 tentang kesehatan telah memberikan pedoman bagi pelaku usaha dalam menyediakan dan/atau pengedaran kosmetik tidak boleh mengandung bahan berbahaya. Sehingga penggunaan produk yang terjamin kehalalannya dapat aman bagi tubuh dan lingkungan.

6. Energi Terbarukan

Energi fosil akan semakin berkurang, karena konsumsi yang semakin bertambah. Energi terbarukan menjadi alternatif kebutuhan dunia sehingga mobilitas masyarakat tetap tinggi. Energi ini berasal dari tumbuhan dan rekayasa saintifik yang dikembangkan para ilmuwan (Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia, 2019)

2.3 Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM telah mampu membuktikan eksistensinya ketika krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 dengan berhasil bertahan dibandingkan perusahaan besar. Hal ini dikarenakan mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu bergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing (Bank Indonesia, 2015).

UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki dan memenuhi kriteria sebagai berikut (Bank Indonesia, 2015):

- a. Mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta dan/atau penjualan tahunan paling banyak Rp500 juta,
- b. Kecil, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50 juta s/d Rp500 juta dan/atau penjualan tahunan antara Rp500 juta – Rp2,5 miliar,
- c. Menengah, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500 juta s/d Rp10 miliar dan/atau penjualan tahunan antara Rp2,5 miliar – Rp50 miliar.

Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu usaha mikro dengan jumlah karyawan 10 orang, usaha kecil dengan jumlah karyawan 30 orang, dan usaha menengah dengan jumlah karyawan hingga 300 orang. Kemudian segala bentuk kepengurusan dan acuan UMKM diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 yang menjelaskan bahwa sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Selain itu UMKM memiliki beberapa peran penting dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi yang kuat dan seimbang, yaitu:

- a. UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan

- peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional.
- b. Krisis moneter 1998, krisis 2008-2009, 96 persen UMKM tetap bertahan dari goncangan krisis.
 - c. UMKM sangat membantu negara/ pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja yang menggunakan tenaga kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga.
 - d. UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha berkapasitas lebih besar, sehingga UMKM perlu perhatian khusus yang didukung oleh informasi akurat, agar terjadi *link* bisnis yang terarah.
 - e. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap masalah ketimpangan, kemiskinan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan perdesaan (Bank Indonesia, 2015).

Sementara itu, usaha syariah adalah usaha yang menerapkan nilai dan prinsip dasar syariah dalam setiap proses kegiatan usaha. UMKM Syariah adalah UMKM yang menjalankan usaha syariah. Usaha Besar Syariah adalah usaha besar yang menjalankan usaha syariah.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Arna Asna Annisa (2019)	Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, nilai-nilai halal value chain yang dimasukkan dalam setiap interaksi di lingkungan pondok pesantren menjadi sebuah ekosistem yang diikuti oleh seluruh masyarakat pesantren. Proses penjagaan setiap nilai halal produk (<i>halal value chain</i>) sekaligus menjadi keunggulan kompetitif bagi produsen untuk dapat bersaing di industri yang sama.
2.	Daniel I Prajogo, Peggy McDermott, Mark Goh (2008)	<i>Impact of Value Chain Activities on Quality and Innovation</i>	Penelitian ini memperoleh hasil bahwa rantai nilai menentukan kinerja suatu perusahaan. Fungsi pemasaran, melalui konstruk berfokus pelanggan, menunjukkan hubungan yang signifikan dengan produk kualitas kinerja dan ini konsisten dengan studi sebelumnya.
3.	Rifqi Suprpto, Zaky Wahyuddin, Azizi (2020)	Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk	Hasil analisis dalam penelitian ini disimpulkan bahwa kemasan produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kerupuk ikan di Kabupaten Rembang. Atribut kemasan seperti bentuk kemasan, jenis ukuran, warna kemasan, motif kemasan dan logo kemasan mampu meyakinkan konsumen untuk membeli kerupuk ikan. Berbeda

		Ikan	dengan atribut label halal dan label izin dari Dinkes P-IRT dimana tidak memberikan dampak pengaruh terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan.
4.	Matilda Kaliba (2021)	<i>Food Processing Value Chains in Zambia: Governance in The Maize Value Chain</i>	Studi ini menggunakan kerangka kerja GVC untuk memahami tata kelola dalam rantai nilai jagung Zambia. Secara keseluruhan, industri pengolahan makanan di Zambia memiliki potensi besar untuk mendiversifikasi perekonomian. Cara rantai nilai jagung Zambia diatur dari masukan pasokan sampai ke konsumsi dan ekspor. Bentuk koordinasi terjadi dalam satu rantai nilai.
5.	Nurul Huda Nurdin, Nor Laila Md Noor, Mardziah Hasyim, Zainal Samicho (2009)	<i>Value Chain of Halal Certification System: A Case of The Malaysian Halal Industry</i>	Pemerintah Malaysia berkomitmen mendukung industri halal di negara itu, Kontrol pemerintah mengenai makanan Halal dilakukan melalui pendekatan multi-agensi yang dipimpin oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) atau sebuah lembaga yang mengatur urusan agama Islam di Malaysia. Seiring berkembangnya industri halal, maka jumlah lembaga yang terlibat juga meningkat. Mereka yang terlibat tidak hanya bertanggung jawab untuk <i>Halal Food Control</i> , tetapi juga dalam mempromosikan, pemasaran, dukungan keuangan, penelitian dan pembangunan dan lain sebagainya
6.	Pratiwi	Rantai Nilai	Studi ini membahas kesadaran

	Subianto (2018)	dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim akan Makanan Halal.	masyarakat akan pentingnya konsumsi makanan halal sebagai pendorong utama dalam menjaga <i>Halal Value Chain</i> (HVC). Selain itu, penguatan kerja sama ekonomi internasional diperlukan untuk menyepakati standarisasi global produk dan sertifikasi halal.
7.	Muslihati (2020)	Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem <i>Halal Value Chain</i> Di Indonesia	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi yang dimiliki generasi milenial Indonesia dalam hal menggerakkan ekosistem rantai nilai halal (<i>halal value chain</i>). Kepercayaan konsumen milenial pada produk kosmetik halal dipengaruhi oleh nilai yang disarankan, dan citra merek

2.5 Kerangka Pemikiran

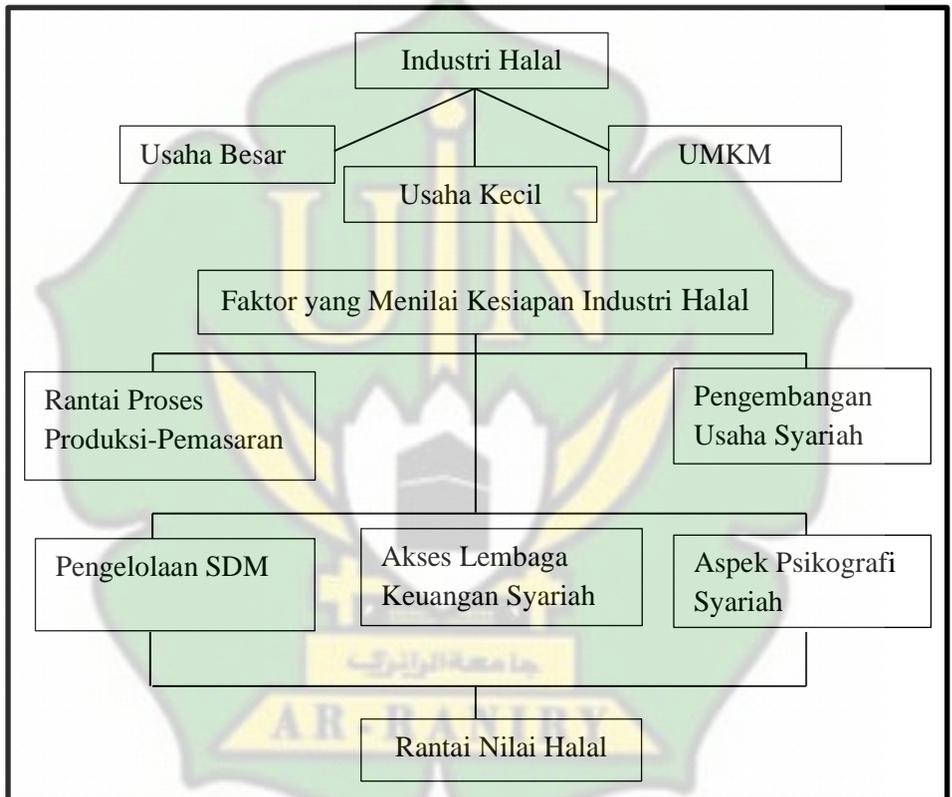
Rantai nilai menjadi penting bagi suatu perusahaan karena dapat meningkatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) alias memiliki sumber daya dan kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama.

Aceh sebagai daerah yang dijuluki Serambi Mekkah memiliki andil besar dalam menyokong terwujudnya rantai nilai halal. Halal berarti terjamin bahan bakunya, proses produksi, pengolahan, kebersihan, hingga pendistribusian produk yang harus terjamin legalisasi kehalalannya. Keabsahan suatu produk dinilai halal apabila memiliki sertifikat yang dikeluarkan oleh Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU).

Namun, hal ini belum sepenuhnya terwujud, karena baru sekitar 0,74 persen UMKM yang memiliki sertifikasi halal. Hal ini lah yang

mendorong peneliti untuk mengetahui secara lebih komprehensif kesiapan UMKM dalam menerapkan rantai nilai halal pada proses produksi hingga pemasarannya.

Gambar 2.3
Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan jenis penelitian eksploratori dengan menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitative approach*). Pendekatan eksploratori kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan ketika peneliti menghadapi suatu struktur pertanyaan penelitian dan dilema untuk mengerucutkan ruang lingkup penelitian secara spesifik (Cooper dan Schindler, 2014). Penelitian eksploratori ini diharapkan dapat memunculkan sebuah proposisi yang akan diuji pada penelitian sebelumnya. Pemilihan pendekatan kualitatif eksplorasi didasarkan atas karakteristik pertanyaan penelitian yang akan menggali secara mendalam obyek penelitian, yaitu pelaku UMKM terkait kesiapannya dalam mengimplementasikan rantai nilai halal, khususnya dari sisi aspek psikografi. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method* atau kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif dalam pemecahan masalah. Peneliti menggunakan alat-alat analisis kuantitatif untuk pendeskripsian dan disisi lain menggunakan interpretif untuk menjelaskan fenomena melalui kajian-kajian data.

Penelitian ini juga merupakan penelitian *cross sectional* yang berusaha untuk menggambarkan data penelitian yang diambil dalam satu waktu (Cooper dan Schindler, 2014). Data UMKM yang akan dianalisis merupakan hasil penggalian data (*data mining*) berupa kuesioner kepada responden terpilih. Kombinasi dari penggalian data

tersebut akan dipadukan dalam rencana penelitian yang menekankan pada survei pengalaman (*experienced survey*).

3.2 Instrumen Penelitian

Beberapa instrumen penelitian lazim digunakan dalam penelitian kualitatif eskploratori seperti, kuesioner terbuka, hasil publikasi, instrumen pengujian psikologi dsb. Penelitian memilih instumen utama yaitu peneliti sebagai instrumen utama (*human instrument*). Peneliti akan akan berinteraksi secara langsung dengan obyek penelitian, merekam, mencatat, dan mengamati secara detil respons terhadap pertanyaan yang diungkapkan. Sehingga, kehadiran peneliti dalam pelaksanaan peneletian menjadi kunci utama keberhasilan peneltian ini. Selain itu wawasan, pemahaman tentang konsepsi penelitian serta pengalaman yang dimiliki oleh peneliti terkait rantai nilai halal menjadi poin mutlak yang akan berpengaruh besar terhadap keberhasilan penelitian ini (Sugiyono, 2014).

Selain itu, peneliti juga akan menggunakan beberapa instrumen lain seperti kuesioner aspek psikografi, kuesioner survei kesiapan rantai nilai halal, serta pertanyaan terbuka lainnya. Data yang peroleh akan dituangkan dalam bentuk manuskrip penelitian untuk setiap sampel yang diambil agar nantinya dapat dianalisis secara mendalam.

3.3 Obyek, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Obyek penelitian ini merupakan pelaku UMKM yang berdomisili dan beroperasi di Provinsi Aceh. Obyek penelitian merupakan pemilik UMKM yang memenuhi kriteria sebagai UMKM menurut Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lokasi penelitian akan dilakukan di Kota Banda Aceh. Pemilihan lokasi tersebut dikarenakan mayoritas UMKM di Provinsi Aceh berada di wilayah tersebut. Selain itu, faktor kemudahan dan tingkat literasi yang dimiliki oleh UMKM di wilayah tersebut juga cukup baik dibandingkan daerah lain di Provinsi Aceh. UMKM yang akan dipilih menjadi sampel juga merupakan UMKM menghasilkan produk/jasa bukan merupakan *reseller* dan pedagang toko kelontong. Hal tersebut dilakukan guna mengamati proses rantai nilai halal secara komprehensif dari sisi proses produksi.

Penelitian ini rencananya akan dilaksanakan dalam kurun waktu tiga-empat bulan atau sampai informasi yang diperoleh sudah maksimal/jenuh dalam artian tidak terdapat informasi baru yang diperoleh ketika menambah jumlah responden. Pada kurun waktu tersebut diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kesiapan UMKM dalam mengimplementasikan rantai nilai halal.

3.4 Sumber Data dan Informal (Populasi dan Sampel)

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian merupakan data percakapan maupun kata-kata dan catatan hasil observasi dan hasil pengisian responden terhadap kuesioner atau pertanyaan terbuka yang diajukan. Selain itu, peneliti nantinya dapat menggunakan data dokumenter yang didokumentasikan oleh peneliti baik berupa foto, diagram, maupun kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (Indriantoro dan Supomo, 2002). Selain data yang digunakan penelitian ini juga memerlukan informan kunci yang bisa menjelaskan permasalahan atau topik penelitian. Informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini bersifat bola salju (*snowball sampling*) yang artinya peneliti akan terus mencari informasi sampai informasi tersebut jenuh. Populasi penelitian yang termasuk dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang berada di Provinsi Aceh. Peneliti akan menggunakan teknik pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) untuk mengerucutkan jumlah responden/UMKM akan menjadi obyek pengambilan data.

Guna menjaga tingkat representasi sampel, peneliti akan mengambil 15 (lima belas) UMKM yang terdiri atas lima (5) usaha mikro, lima (5) usaha kecil, dan lima (5) usaha menengah. Peneliti akan berkerja sama dengan lembaga/instansi di daerah untuk

mendapatkan data UMKM calon responden dan menentukan daftar informan yang akan dituju.

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama yang harus dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan digunakan sebagai dasar penjelasan terhadap permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data berisi beberapa cara dan metode yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data. (Cooper dan Schindler, 2014). Penelitian ini menggunakan beberapa metode pokok untuk mendapatkan data primer dari sumber atau informan yang dikehendaki. Metode pertama yang digunakan adalah metode survei. Metode survey merupakan metode yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis (Indriantoro, 2002). teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner untuk memperoleh data-data yang relatif bersifat pendukung terutama untuk responden yang jumlahnya cukup banyak dan tersebar sehingga akan meminimalisir kebutuhan akan waktu.

3.4.2 Teknik Analisis Data

Tahapan analisis data dalam penelitian ini akan mengikuti tahapan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman (1992) dalam Sugiyono (2010:91), yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan data. Peneliti mencatat semua data secara objektif.

2. Reduksi data. Peneliti memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data-data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencarinya sewaktu-waktu diperlukan.
3. Penyajian data. Peneliti mengumpulkan informasi yang disusun secara sistematis serta memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matrik, network, atau grafis sehingga data dapat dikuasai.
4. Pengambilan keputusan atau verifikasi. Peneliti meelakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk itu diusahakan mencari pola, model, tema, hubungan, persamaan dan sebagainya. Verifikasi dapat dilakukan dengan keputusan didasarkan pada reduksi data, dan penyajian data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian.

Sementara pada deskripsi kesiapan psikografi syariah akan diambil dari data yang diperoleh dari kuesioner yang bagikan menggunakan skala likert dengan lima kategori penilaian, yakni sangat tidak setuju (1), kurang setuju (2), antara setuju dan tidak (3), setuju(4), sangat setuju (5). Tabel 3.1 menggambarkan variabel penilaian dan jumlah indikator yang diajukan kepada responden.

Tabel 3.1
Variabel Indikator Kesiapan Psikografi Syariah

No.	Variabel/ Indikator	Jumlah Indikator
1.	Kepemilikan	5
2.	Keadilan dalam Usaha dan Konsumsi	6
3.	Kebersamaan dalam Kebaikan	5
4.	Keseimbangan dalam Pertumbuhan	3
5.	Ketertarikan	5
6.	Aktivitas	6
Jumlah		30

Sumber: Bank Indonesia

Tabel 3.2
Kriteria Penilaian

No.	Kriteria	Nilai
1.	Sangat Setuju	81-100
2.	Setuju	61-80
3.	Antara Setuju dan Tidak	41-60
4.	Kurang Setuju	21-40
5.	Sangat Tidak Setuju	0-20

Sumber: Bank Indonesia

Analisis pervariabel dapat dilihat dengan melakukan penilaian setiap variabel yang berperan. Penetapan penilaian mengacu pada jawaban responden yang telah difiltrasi dalam beberapa kategori penilaian (1-5), yang kemudian skor tersebut diakumulasi dan dibagi rata-rata. Hasil skoring dikelompokkan pada masing-masing kelasnya untuk dilihat skala penilaian setiap variabel.

3.4.3 Uji Kredibilitas Data

Data kualitatif yang dikumpulkan harus diuji kebenarannya. Ada beberapa macam teknik pengujian kredibilitas data dalam

penelitian kualitatif yakni dengan menggunakan Trianggulasi, Member Check, menggunakan bahan referensi, dan diskusi dengan sejawat (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini akan digunakan teknik *Trianggulasi* yaitu mengecek data yang digunakan atau ditemukan dari beberapa sumber yang berbeda untuk mencocokkan hasil temuan. Selain itu, peneliti akan melakukan *Member Check* yaitu dengan melakukan pemeriksaan silang atas informasi yang diperoleh.

Data kuesioner yang merupakan data pendukung dalam penelitian ini juga harus diuji dengan menggunakan uji validitas data dan uji reliabilitas data. Pengujian ini dimaksudkan agar data-data yang menjadi dasar untuk pendeskripsian kondisi merupakan data-data yang valid dan reliabel. Pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak yang tersedia.

3.5 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan uraian langkah kerja strategis yang dilakukan oleh peneliti dalam upaya untuk melaksanakan penelitian dengan mempertimbangkan waktu dalam pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini langkah strategis yang akan dilakukan sebagai berikut:

Gambar 3.1
Tahapan Penelitian



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian

4.1.1 Letak Geografis Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh merupakan Ibu Kota dari Provinsi Aceh. Sebagai pusat pemerintahan, Kota Banda Aceh menjadi pusat kegiatan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Letak Geografisnya terletak di antara 05° 16' 15"- 05° 36' 16" Lintang Utara dan 95° 16'15" – 95° 22'35" Bujur Timur. Kota Banda Aceh terdiri dari 9 kecamatan dan 90 desa dengan dengan luas wilayah keseluruhan ± 61,36 km². Luas wilayah Kota Banda Aceh perkecamatan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1
Luas Wilayah Per Kecamatan Kota Banda Aceh

No	Kecamatan	Luas Wilayah (Km ²)	Persentase (%)
1.	Meuraxa	7.26	11.83
2.	Jaya Baru	3.78	6.16
3.	Banda Raya	4.79	7.81
4.	Baiturrahman	4.54	7.40
5.	Lueng Bata	5.34	8.70
6.	Kuta Alam	10.05	16.38
7.	Kuta Raja	5.21	8.49
8.	Syiah Kuala	14.24	23.21
9.	Ulee Kareng	6.15	10.02
Jumlah		61.36	100

Sumber: BPS Kota Banda Aceh, 2020

4.1.2 Perekonomian Kota Banda Aceh

Pada tahun 2019, Nilai PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Kota Banda Aceh adalah sebesar 18,62 triliun rupiah. Kategori administrasi pemerintahan dan perdagangan masih memegang peranan penting dalam PDRB di Kota Banda Aceh. Tercatat distribusi kelompok Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib menempati urutan pertama (yaitu 22,99 %), kemudian kategori kelompok perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebagai lapangan usaha berperan terbesar kedua terhadap PDRB (20,82 %). Masing-masing menyumbang angka 4,28 triliun dan 3,87 triliun dengan laju pertumbuhan sebesar 2,99 dan 2,64. Diurutan berikutnya kelompok transportasi dan real estate dengan selisih 0,49%. Sementara itu, kategori kelompok yang menyumbang PDRB terendah berasal dari kelompok pengadaan air, pengolahan sampah, limbah, dan daur ulang sebesar 30,67 miliar rupiah.

Tabel 4.2
PDB Bruto ADHB Menurut Lapangan Usaha di Kota Banda Aceh (miliar rupiah), 2019

No	Lapangan Industri	Nilai (Miliar Rp)	Persentase	Pertumbuhan
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	225,59	1,21	9,04
2	Pertambangan dan Penggalian	–	–	–
3	Industri Pengolahan	396,69	2,13	2,27

4	Pengadaan Listrik dan Gas	68,62	0,37	9,63
5	Pengadaan Air, Pengolahan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	30,67	0,16	32,95
6	Konstruksi	1 123,55	6,03	0,13
7	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	3 877,08	20,82	2,64
8	Transportasi dan Pergudangan	1 687,84	9,07	2,14
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	831,59	4,47	6,07
10	Informasi dan Komunikasi	945,23	5,08	0,54
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	608,16	3,27	12,22
12	Real Estate	1 598,13	8,58	9,14
13	Jasa Perusahaan	463,43	2,49	5,54
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	4 280,95	22,99	2,99
15	Jasa Pendidikan	1 375,48	7,39	9,79
16	Jasa kesehatan dan Kegiatan Sosial	724,41	3,89	9,82
17	Jasa Lainnya	380,13	2,04	9,97
Produk Domestik		18 617,56	100	4,18

Bruto			
-------	--	--	--

Sumber: BPS Kota Banda Aceh, 2020

Karena nilai PDRB ADHB masih terpengaruh oleh adanya perubahan harga (karena adanya faktor inflasi dan waktu) maka digunakanlah PDRB ADHK sebagai patokan tolok ukur pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data BPS tahun 2019, Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha di Kota Banda Aceh menunjukkan angka sebesar 15,17.

4.2 Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh

UMKM merupakan singkatan dari Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam lingkup yang lebih luas UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria. Suatu usaha dapat dikategorikan sebagai UMKM apabila memiliki kekayaan bersih kurang dari 300 juta mengacu pada laba tahunan yang diperoleh.

Keberadaan UMKM sebagai penopang kesejahteraan rakyat telah dirasa manfaatnya oleh Kota Banda Aceh. Selain tercapainya distribusi pendapatan, UMKM mampu menekan jumlah pengangguran dengan terserapnya banyak angkatan kerja dan menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha. Hidupnya industri terutama UMKM telah membuka alternatif lapangan kerja baru yang dibutuhkan masyarakat. Lingkup usahanya mencakup hampir semua sektor, antara lain sektor industri, perdagangan, aneka

jasa, pertanian, perikanan, peternakan, dan transportasi, sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), perkembangan Usaha, Kecil, dan Menengah (UKM) di Kota Banda Aceh sejak tahun 2015 tercatat mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2015, UKM di Kota Banda Aceh sebanyak 5.967 yang didominasi sektor perdagangan, kemudian merangkak naik menjadi 9.591 pada tahun 2016. Pada tahun 2017 dan tahun 2018, sektor perdagangan kembali mendominasi perkembangan UKM di Kota Banda Aceh dengan selisih kenaikan 1.690 usaha. Masing-masing mencatat angka 4.817 dan 6.507 usaha. Tahun 2018 pertumbuhan UKM mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibanding tahun sebelumnya, yakni sebanyak 12.970 usaha.

Tabel 4.3
Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh, 2015-2018

No	Sektor UKM	2015	2016	2017	2018
1.	Perdagangan	3.155	4.817	4.817	6.507
2.	Aneka Jasa	1.227	1.829	1.829	3.208
3.	Industri	2.237	2.870	3.178	3.178
4.	Transportasi	-	41	41	41
5.	Perikanan	2	18	20	20
6.	Pertanian	9	10	10	10
7.	Peternakan	6	6	6	6
	Jumlah	5.967	9.591	9.901	12.970

Sumber: BPS Kota Banda Aceh, 2020

Selain sektor perdagangan yang menempati urutan pertama, perkembangan UKM di Kota Banda Aceh pada tahun 2018 juga

disumbang oleh aneka jasa yang menempati urutan kedua terbanyak sebanyak 3.208, kemudian industri 3.178, dan transportasi sebanyak 20 usaha. Sektor peternakan berada di urutan terendah dengan 6 usaha saja.

4.3 Analisis Dekskriptif Objek Penelitian

Analisis deskripsi Kesiapan UMKM Aceh dilaksanakan dengan mengukur kemampuan individu pemilik usaha dengan sejumlah pertanyaan yang menelisik sudut pandang mengenai rantai nilai halal. Pertanyaan tersebut digarap dalam bentuk kuesioner daring yang dibagikan kepada 20 UMKM sektor industri di Kota Banda Aceh. Analisis ini fokus pada pengelolaan subsektor industri yang terintegrasi dengan produk pangan olahan, seperti pangan halal, dan produk lainnya, seperti fesyen dan sektor farmasi/kosmetika baik berskala mikro, kecil maupun menengah yang beredar di Kota Banda Aceh. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menyoroti sejumlah aspek mengenai skema alur produksi hingga aspek pemasaran yang dilakukan pelaku usaha.

Didapati oleh peneliti, sejumlah UMKM yang tergabung dalam kuesioner ini memiliki usaha dengan rincian pada subsektor makanan dan minuman yang menempati urutan pertama sebanyak 15 usaha, kemudian kosmetika sebanyak 3 usaha dan terakhir produk fesyen sebanyak 2 usaha. Responden yang terdiri dari 60% laki-laki dan 35% perempuan ini, rata-rata telah menempuh pendidikan pada level strata satu/dua/tiga dengan interval usia 21-39 tahun.

Tabel 4.4
Daftar UMKM Kota Banda Aceh (2020)

NO	Nama UMKM	Produk Utama	Tahun Usaha	Total Omzet Usaha	Aset Usaha	Badan Hukum
1	Harvies Coffee	Makanan atau Minuman	5-10 Tahun	<Rp300 juta	>Rp500 juta– 10 Miliar	-
2	Aslam Bustamam	Makanan atau Minuman	1-3 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	-
3	CV. Aneka Farma	Kosmetik	3-5 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	CV
4	Seenong Scarf	Fesyen	3-5 tahun	Rp300 juta--2,5 miliar	>Rp50 – 500 juta	-
5	Bitata Food	Makanan atau Minuman	3-5 tahun	Rp300 juta--2,5 miliar	>Rp50 – 500 juta	Firma
6	Aromabica	Makanan atau Minuman	1-3 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	PT
7	PT. Boymaxwell Indojoya	Makanan atau Minuman	<1 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	PT
8	Mumtaz Beauty	Skincare	1-3 tahun	<Rp300 juta	>Rp50 – 500 juta	-
9	Nozy Juice	Makanan atau Minuman	>10 tahun	Rp300 juta--2,5 miliar	>Rp50 – 500 juta	CV
10	CV. Aroma	Makanan atau Minuman	5-10 tahun	<Rp300 juta	>Rp50 – 500 juta	CV
11	Keripik Pisang Kak Neneh	Makanan atau Minuman	>10 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	-
12	Churros.id	Makanan atau Minuman	1-3 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	-

13	TOKEDO	Makanan atau Minuman	1-3 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	-
14	PT Yagi Natural Indonesia	Produk perawatan kulit	3-5 tahun	Rp300 juta--2,5 miliar	>Rp500 juta– 10 Miliar	PT
15	Natural Food	Makanan atau Minuman	3-5 tahun	<Rp300 juta	>Rp50– 500 juta	CV
16	Wahdaniafoods	Makanan atau Minuman	3-5 tahun	<Rp300 juta	<Rp50 juta	-
17	UD Bawadi Foods	Makanan atau Minuman	5-10 tahun	<Rp300 juta	>Rp50– 500 juta	CV
18	Getlatela	Makanan atau Minuman	3-5 tahun	<Rp300 juta	>Rp50– 500 juta	-
19	Nozy Juice	Makanan atau Minuman	>10 tahun	Rp300 juta--2,5 miliar	>Rp50– 500 juta	CV
20	Minyeuk Pret	Fesyen	5-10 tahun	Rp300 juta--2,5 miliar	>Rp500 juta–10 Miliar	PT

Sumber: Data kuesioner yang diolah, 2021

Berdasarkan data di atas masing-masing UMKM telah merintis usaha industri pengolahan tak kurang dari 10 tahun dengan total omzet usaha yang bervariasi, yakni kurang dari 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah merujuk pada laporan keuangan tahun 2020. Selain itu, perusahaan mencatat kekayaan bersih yang dimiliki atau aset maksimal 50 juta rupiah pada kriteria usaha mikro sebesar 40%, lebih dari 50-500 juta rupiah atau usaha kecil sebesar 45%, dan usaha yang masuk kategori usaha menengah sebesar 15%. Sementara itu, jika dilihat dari legalitas operasionalnya, empat UMKM telah berbentuk badan hukum Perseroan Terbatas atau PT, kemudian badan usaha bukan berbentuk badan hukum terdiri dari Persekutuan Komanditer atau CV sebanyak lima usaha dan Firma hanya satu usaha saja. Usaha lainnya tercatat belum memiliki badan usaha (Data Kuesioner yang diolah, 2021).

4.4 Kesiapan UMKM Aceh dalam Menerapkan Rantai Nilai Halal

Sektor UMKM merupakan sektor yang memiliki daya ungkit yang besar untuk memperkuat rantai nilai halal. Pasalnya keberadaan UMKM ini bisa menyerap tenaga kerja sekaligus menjadi pelaku usaha terbesar dalam rantai nilai halal, yang secara tidak langsung praktik penguatan terhadap UMKM akan memperkuat industri halal dan mendorong tercapainya pemerataan, kesejahteraan, dan juga kemandirian ekonomi.

Penguatan rantai nilai halal mencakup berbagai aspek, seperti aspek produksi, pengelolaan sumber daya manusia, akses terhadap lembaga keuangan syariah, pengembangan usaha syariah, dan aspek psikografi/perilaku syariah oleh pelaku UMKM. Dari kuesioner yang diberikan sudah cukup merepresentasikan kesiapan 20 UMKM di Kota Banda Aceh dalam mengimplementasikan rantai nilai halal. Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut, peneliti akan melakukan eksplorasi terhadap 79 jawaban pelaku UMKM.

4.4.1 Kegiatan Produksi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menghasilkan produk barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen. Terciptanya proses produksi yang terintegrasi dengan bahan baku dan bahan penunjang halal mempunyai peranan krusial dalam mewujudkan ekosistem rantai nilai halal seutuhnya. Salah satu strategi utamanya adalah memperkuat rantai nilai halal dari hulu ke hilir, diantaranya dengan membangun kawasan industri halal dan halal hub sesuai dengan *comparative advantage* UMKM di Kota Banda Aceh.

Sebagaimana pada proses pengolahan pangan halal, produk pertanian, peternakan, perkebunan, dan perikanan hasil laut merupakan *supplier* yang berasal dari sisi hulu. Sementara proses produksi dari bahan mentah menjadi barang yang dikonsumsi masyarakat atau proses hilir dilakukan setelah melewati berbagai proses panjang. Untuk menciptakan produk yang teruji secara kualitas dan sesuai dengan prinsip halal, maka tinjauan dari sisi

bahan baku dan bahan penunjang amatlah penting dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas UMKM telah melakukan sertifikasi halal pada produknya, termasuk pada pemilihan bahan baku. Sebagian diantaranya selektif mengenali indikasi produk halal yang diperoleh dari pemasok secara khusus (langganan). Hal ini sejalan dengan proses pembuatan produk halal, yakni dibutuhkan legitimasi halal yang ditandai dengan sertifikasi atau label pada produk baik berupa bahan baku maupun bahan jadi. Sertifikasi halal menggambarkan konvensi industri, yakni salah satu mekanisme untuk melihat kualitas dan koordinasi yang dapat digunakan sebagai indikator kualitas hasil industri. Konvensi industri mengacu pada kepatuhan terhadap standar, yang menunjukkan bahwa produk bersertifikat halal telah sesuai dengan standar syariah (Yunos, et.al, 2014).

Ada beberapa indikator tercapainya industri halal, antara lain proses produksi yang sesuai dengan syariat Islam dan penyimpanan produk atau bahan baku halal. Dalam hal ini, untuk menjamin kualitas produknya agar senantiasa steril dan bersih, UMKM di Banda Aceh telah memisahkan proses produksi dengan hunian tempat tinggalnya. Selain itu, semua pihak yang terlibat dalam rantai nilai halal, dari hulu hingga hilir, mengambil tanggung jawab individu maupun kolektif untuk melindungi produk industri halal dari kontaminasi nonhalal, dengan cara melakukan pengawasan dan pengecekan secara berkala, dari segi kebersihan, kondisi bahan baku, keamanan produksi, penyimpanan hingga penyajian produk. Dari

segi kebersihan, selain sumber bahan baku dan proses pengolahan yang diperhatikan, pengelolaan limbah pun dilakukan secara tepat guna, seperti pemilahan dan pembuangan pada tempat sampah mengikuti aturan standar Kementerian Lingkungan Hidup. Untuk menjaga keterjaminan produk, produk yang telah dikemas dengan informasi dan label halal, disimpan secara khusus, agar tidak tercampur dengan bahan atau produk lainnya. Tujuan utamanya tidak hanya untuk memastikan ketercapaian kepuasan pelanggan, tetapi juga untuk memastikan bahwa status halal produk industri tetap utuh hingga proses akhir rantai halal (Nasution, 2020).

Kepatuhan terhadap produk halal mencerminkan bahwa UMKM di Kota Banda Aceh telah menyadari keunggulan dari sertifikasi halal, yaitu sesuai syariat, memberi jaminan kepada konsumen, memiliki daya tarik atau nilai tambah, dan meningkatkan daya saing di pasar domestik dan internasional. Kepatuhan ini berasaskan pada prinsip produksi dalam Islam yang mengutamakan kehalalan dari hulu ke hilirnya.

4.4.2 Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Perusahaan dituntut untuk mampu memberdayakan dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Demikian dalam mempertahankan kelangsungan industri halal, dibutuhkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang memahami konsep dan praktik produksi berbasis halal dalam lingkup kerjanya. Dari level hulu, produsen industri halal harus mempunyai pemahaman yang baik

terkait informasi penyediaan produk halal yang mencakup aspek pembiayaan, bahan baku, produksi, pemasaran, dan penguasaan rantai pasok (Nasution, 2020). Hasil penelitian menunjukkan mayoritas UMKM di Kota Banda Aceh telah memberikan pelatihan rantai nilai halal kepada karyawannya. Ini bertujuan untuk menunjang pengembangan inovasi industri halal, serta meningkatkan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas dari level produsen. Begitupun dalam menghasilkan produk halal, sebagian karyawan telah mampu memahami secara konseptual, teknik, dan prosedural dalam pengambilan tindakan pemrosesan produk. Secara garis besar, pelaku UMKM telah memiliki pengalaman dan pemahaman mumpuni mengenai literasi halal. Konsep literasi industri halal mencakup proses dan upaya pencapaian pengetahuan dan pemahaman tentang industri halal (Nasution, 2020). Konsep literasi ini akan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya industri halal itu sendiri.

Selain memberi pelatihan, perusahaan melalui sebuah wadah internal mendorong para karyawannya untuk memiliki nilai dan budaya kerja. Budaya organisasi ini dapat meningkatkan integritas dan loyalitas dalam diri pekerja, seperti beberapa kegiatan yang pernah diadakan, antara lain pengajian, liburan, dan berolahraga bersama. Cara ini efektif memotivasi dan menginspirasi karyawan serta meningkatkan kebersamaan antar karyawan. Dengan demikian ditinjau dari sisi aspek SDM, responden telah memiliki pemahaman

yang memadai dan kesiapan untuk mengimplementasikan rantai nilai halal.

4.4.3 Pengelolaan Keuangan Syariah

Penguatan rantai nilai halal harus diiringi dengan UMKM yang berkualitas unggul dan keberlangsungan usaha dengan keuangan syariah. Pentingnya keuangan syariah dalam menopang industri halal dalam hal ini UMKM sejalan dengan penjenamaan industri halal yang berbasis keuangan syariah dalam operasionalnya. Kehadiran industri halal di Kota Banda Aceh diperkuat dengan diundangkan Qanun Aceh No 11 tahun 2018 yang menyebutkan bahwa seluruh lembaga keuangan yang beroperasi di Provinsi Aceh wajib melaksanakan prinsip syariah. Dukungan ini memberi keleluasaan kepada pelaku UMKM untuk mengakses lembaga keuangan syariah (LKS) secara keseluruhan. Terbukti hampir seluruh UMKM dalam penelitian ini memilih Bank Syariah dalam pengelolaan keuangan usaha. Selain sesuai dengan tuntutan agama, alasan UMKM memilih Bank Syariah adalah karena bebas dari riba, menggunakan prinsip bagi hasil, dan lebih menentramkan. Dukungan terhadap perbankan syariah mengindikasikan besarnya peluang pengembangan industri halal di Kota Banda Aceh.

Secara umum dukungan utama yang diberikan lembaga keuangan syariah termasuk perbankan adalah akses pembiayaan. Namun, ditemui di lapangan masih sedikit sekali UMKM di Kota Banda Aceh yang memiliki akses pembiayaan dari perbankan syariah. Sebagian mengaku kontribusi modal berasal dari

kepemilikan pribadi, keluarga, dan modal bersama. Ini menandakan UMKM masih belum memerlukan modal yang cukup besar dari perbankan. Padahal peran pembiayaan yang disalurkan kepada sektor lapangan usaha seperti UMKM memberi implikasi yang besar pada pengembangan inovasi produk dan penetrasi pasar. Meskipun demikian, dari sisi pengelolaan keuangan, para pelaku UMKM sudah dengan bijak memisahkan keuangan perusahaan dengan keuangan pemilik. Bahkan, mayoritas UMKM sudah memiliki pencatatan atau pembukuan terhadap keuangan usaha. Hal lain yang juga perlu disorot dalam kegiatan manajemen keuangan adalah penggunaan dan pengalokasian sumber dana yang berasal dari keuntungan perusahaan. Dari keuntungan yang dihimpun perusahaan, sebagian digunakan kembali menjadi modal usaha, membayar pinjaman, menabung, dan membayar Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Waqaf (ZISWAF). Jika dilihat dari sisi kesadaran, pelaku UMKM pada dasarnya sudah memiliki pemahaman atau pengetahuan serta kesadaran yang cukup baik terkait ZISWAF.

Kemampuan para UMKM untuk mengeluarkan ZISWAF sudah sesuai anjuran agama Islam, apabila memiliki kelebihan harta wajib hukumnya untuk menunaikan salah satu darinya. Menurut UU No. 38 Tahun 1999 yang dimaksud dengan zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai dengan ketentuan agama untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya. Zakat akan mendorong terjadinya perputaran harta, karena dengan zakat harta tidak akan terjadi *idle* dan *hoarding*

melainkan akan mendorong investasi, meningkatkan permintaan dan sebagainya (Jasafat, 2015). Optimalisasi peran ZIZWAF, secara efektif akan menanggulangi problema kemiskinan yang mendera suatu daerah. Kontribusi ZISWAF sekaligus menunjukkan kedudukan dan peranan pentingnya pada keuangan sosial Islam. Keuangan sosial Islam secara istilah merupakan dana-dana Islam yang pemberiannya dilakukan secara sukarela dengan niat tabarru (kebaikan/kasih sayang), tidak mengharapkan imbal hasil secara materiil dan penggunaannya ditujukan untuk peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat (Master Plan Ekonomi Syariah, 2020). Dalam konteks pengembangan industri halal, peranan keuangan sosial Islam berbasis filantropi ini akan mampu menggerakkan usaha ekonomi produktif, terutama UMKM yang berada Kota Banda Aceh.

Berdasarkan data-data yang kami peroleh dari penelitian, pelaku UMKM ini telah cukup siap dan mampu dalam menjalankan pengelolaan keuangan perusahaan sesuai dengan koridornya masing-masing. Beberapa hal yang berkaitan dengan manajemen keuangan seperti, pendanaan modal kerja, penggunaan dan pengalokasian sumber dana, telah dilakukan dengan baik dengan tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan dan menjamin keberlangsungan usaha di masa depan.

4.4.4 Pemasaran Produk Halal

Salah satu strategi agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di tengah derasnya arus globalisasi adalah dengan pengelolaan manajemen perusahaan yang baik, terutama dari sisi pemasaran. Menurut Chandra (2002:93), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Dalam mewujudkan pemasaran produk yang benar dan tepat sasaran, ada beberapa upaya yang perlu dilakukan, antara lain mengetahui secara pasti segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran (target), dan posisi pasar. Penelitian menunjukkan pelaku UMKM sudah memiliki target pasar yang berasal dari kelompok konsumen, pedagang/grosir, dan industri. Sementara pada segmentasi pasar, konsumen berasal dari berbagai kalangan dan usia yang memiliki tingkat ketertarikan yang besar pada produk yang dihasilkan. Karena fokus pada penyediaan produk halal, maka segmentasi pasar diantaranya untuk memenuhi kebutuhan spritual masyarakat muslim. Pemasaran dalam hal ini dilakukan secara persuasif dengan berbagai pendekatan seperti interaksi langsung (dipasarkan sendiri), dititipkan pada pedagang/outlet, dan dipasarkan secara daring. Sementara jika ditinjau dari sistem jual beli yang digunakan, mayoritas pelaku UMKM menjalankan sistem jual beli putus dan sistem konsinyasi. Ini menandakan bahwa UMKM sudah memastikan target pasar secara jelas sedari awal berdiri.

Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran terkait dengan keberhasilannya dalam menentukan produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik, serta promosi yang efektif (Wibowo, et.al, 2015). Dari sisi bauran pemasaran (*marketing mix*), pelaku UMKM di Kota Banda Aceh telah menetapkan dengan cermat cakupan aspek bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, serta promosi. Pada aspek produk, berbagai hal yang menyangkut produksi telah dilakukan observasi dan pengujian sebelum sampai ke tangan konsumen. Selain itu, saat melakukan pemasaran, UMKM selalu menonjolkan keunikan dan keunggulan dari produk yang dimilikinya. Sertifikasi halal atau label halal pada kemasan menambah nilai dan daya tarik tersendiri dari produk UMKM. Penetapan harga pun dilihat dari perhitungan besaran biaya bahan baku, proses produksi, dan biaya promosi. Dari sisi cakupan wilayah pemasaran, selain eksis di wilayah setempat, sebagian UMKM di Kota Banda Aceh telah mampu menjangkau konsumen di provinsi lain. Tak sedikit pula yang sudah menembus pasar luar negeri dan bersanding dengan jajaran produk ekspor berkualitas lainnya. Keberhasilan ini juga tak lepas dari gencarnya promosi di segala lini yang dilakukan UMKM, mulai dari penjualan secara daring dengan memanfaatkan media sosial, ikut serta dan aktif dalam pameran, hingga menjadi sponsor acara.

Dengan demikian, jika ditinjau dari aspek pemasaran, maka penerapan strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan oleh UMKM di Kota Banda Aceh dipandang telah

berhasil dan memenuhi fungsi bisnis rantai nilai halal, yang dimulai dari tahapan produksi hingga pengiriman pada konsumen akhir.

4.4.5 Pengembangan Usaha Syariah

Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) telah merumuskan strategi pengembangan industri halal (Ahyar & Wibowo, 2019), antara lain pendekatan sosial kemasyarakatan sebagai strategi peningkatan preferensi halal dan dukungan regulasi serta kebijakan, terhadap pengembangan ekonomi syariah dan industri halal. Meskipun UMKM di Kota Banda Aceh dapat dikategorikan siap dalam mengimplementasikan rantai nilai halal, namun dalam realisasinya permasalahan UMKM masih dihadapkan dengan beragam tantangan. Dari divisi produksi misalnya, rata-rata SDM tidak berasal dari ahli syariah, sehingga pemahaman mengenai proses pengolahan produk halal rata-rata masih sangat terbatas. Kondisi ini menyebabkan pengembangan inovasi industri halal masih belum sebaik industri konvensional (Nasution, 2020). Hal ini tentu perlu dukungan dan peran dari berbagai pihak. Di mulai dari pemerintah yang menyusun regulasi, memberi edukasi secara berkala kepada masyarakat, dan memberi bantuan fasilitas penunjang ekosistem halal. Peran pemerintah bukan sebagai pemain di industri, namun melalui kewenangan yang dimiliki memberikan fasilitasi, katalis, dan tatanan bagi pengembangan ekosistem usaha industri halal yang kondusif (Nasution, 2020). Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh UMKM di Kota Banda Aceh bahwa bantuan peningkatan pemahaman terkait dengan prinsip UMKM syariah

sangat diperlukan dalam mewujudkan rantai nilai halal yang berkesinambungan. Selain dari sisi edukasi, mempermudah sertifikasi halal, menjamin ketersediaan bahan penunjang sertifikasi halal, dan memberi bimbingan teknis produksi merupakan bantuan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha syariah tersebut.

Aspek regulasi tersebut harus menguatkan beberapa indikator utama sebagai input pembentuk daya saing daerah, diantaranya (Nisha & Iqbal, 2017) adalah: (1) lingkungan usaha produktif; (2) kinerja perekonomian daerah; (3) kondisi ketenagakerjaan dan sumberdaya manusia; (4) kondisi infrastruktur, sumberdaya alam, dan lingkungan; serta (5) kondisi perbankan dan lembaga keuangan sebagai penyedia aksesibilitas keuangan.

4.5 Aspek Psikografi UMKM Aceh dalam Menerapkan Rantai Nilai Halal

Selain mengidentifikasi kesiapan implementasi rantai nilai halal bagi pelaku UMKM di Aceh melalui aspek produksi, keuangan, SDM, pemasaran, dan pengembangan usaha syariah, peneliti juga mendalami aspek psikografi syariah dari responden. Guna mengukur aspek psikografi syariah, peneliti menggunakan instrumen psikografi syariah yang dikembangkan oleh Bank Indonesia. Aspek psikografi syariah dianalisa melalui enam dimensi, yaitu dimensi kepemilikan, dimensi keadilan dalam usaha dan konsumsi, dimensi kebersamaan dalam kebaikan dan kemaslahatan, keseimbangan dalam pertumbuhan, ketertarikan, dan aktivitas.

Pada dimensi kepemilikan mendeskripsikan persepsi terkait hakikat harta dan kekayaan serta hubungannya penggunaan harta untuk tujuan mulia. Dimensi ini terdiri atas lima indikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rerata skor indikator dimensi kepemilikan sebesar 87% dengan rating skor sangat setuju. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku UMKM memiliki persepsi yang baik atas konsep hakikat harta dan kekayaan. UMKM memiliki kecukupan pemahaman bahwa harta dan kekayaan merupakan milik Allah SWT dan manusia hanya memerankan sebagai khalifah sementara di muka bumi. Persepsi tersebut mengindikasikan bahwa responden telah memiliki cukup kapasitas untuk mengimplementasikan kepemilikan harta dan kekayaan secara syariah Islam dalam rantai nilai halal.

Tabel 4.5
Skor Aspek Psikografi Syariah

Varibel	Skor	Rating
Kepemilikan	87%	Sangat Setuju
Keadalian Usaha dan Konsumsi	86%	Sangat Setuju
Kebersamaan dlm kebaikan dan kemaslahatan	84%	Sangat Setuju
Keseimbangan dalam pertumbuhan	95%	Sangat Setuju
Ketertarikan	80%	Sangat Setuju
Aktivitas	85%	Sangat Setuju

Sumber: Data kuesioner yang diolah, 2021

Kedua, dimensi keadilan dalam usaha dan konsumsi. Dimensi ini diukur dengan enam indikator pertanyaan yang mencerminkan

persepsi pemerataan dalam beraktivitas dalam berusaha dan konsumsi. Dimensi ini akan menjelaskan persepsi responden mengenai preferensi untuk berbagi harta, tidak menumpuk harta, membagi harta, dan membayar zakat bagi usahanya. Data penelitian menunjukkan skor rerata responden sebesar 86% dengan rating sangat setuju. Skor tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi terhadap keadilan dalam usaha dan konsumsi yang tinggi. Dengan demikian, dapat dikatakan UMKM telah memiliki pemahaman yang cukup untuk kesiapan mengimplementasikan rantai nilai halal.

Ketiga, dimensi kebersamaan dalam kebaikan dan kemaslahatan. Dimensi ini diukur dengan lima indikator yang menjelaskan pemahaman bahwa dalam menjalankan usaha diperlukan suatu gerakan bersama, gotong royong, dan saling membantu karena saling membutuhkan. Dimensi ini juga mengukur pemahaman responden mengenai aspek keadilan dalam pengupahan. Berdasarkan data skor rerata dimensi ini sebesar 84% dengan rating sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi yang cukup baik terkait konsep kebersamaan dalam kebaikan dan kemaslahatan termasuk dalam menjalankan usaha. UMKM menunjukkan sikap bahwa dalam menjalankan usaha perlu adanya sikap gotong royong dan saling membantu/ membutuhkan antar satu sama lain. Hal ini selaras dengan nilai-nilai syariah Islam yang mengajak untuk berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan dan kemaslahatan bagi ummat.

Keempat, dimensi kesimbangan dalam pertumbuhan. Dimensi ini merefleksikan persepsi responden mengenai konsepsi pembangunan berkelanjutan dari ekonomi yang harus mempertimbangkan kesimbangan sosial dan alam yang terjaga. Dimensi ini diukur dengan 3 indikator. Hasil penelitian menunjukkan skor penelitian sebesar 95% dengan rating sangat setuju. Skor ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi yang sangat baik bahwa dalam melakukan pembangunan atau aktivitas ekonomi, pelaku usaha wajib memerhatikan kelestarian lingkungan dan kesinambungan pembangunan. Hal itu merupakan cerminan dari sikap khalifah yang diajarkan dalam agama Islam, bahwa setiap manusia wajib menjaga dan melestarikan lingkungan. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini telah menunjukkan persepsi yang baik mengenai keseimbangan dalam pembangunan yang selaras dengan konsep rantai nilai halal.

Kelima, dimensi ketertarikan yang menjelaskan persepsi responden untuk menjalankan rantai nilai halal atau prinsip-prinsip syariah dalam usahanya. Dimensi ini diukur dengan lima indikator. Hasil analisis menunjukkan skor rerata dimensi sebesar 80%. Skor ini merupakan skor terendah dari keenam aspek psikografi syariah. Hal ini menunjukkan meskipun rerata tersebut menunjukkan rating yang sangat setuju, namun persepsi tersebut tidak cukup kokoh untuk menjelaskan keyakinan responden untuk menerapkan prinsip syariah dalam usahanya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah dari responden yang masih perlu ditingkatkan.

Keenam, dimensi aktivitas yang mengukur kegiatan-kegiatan yang dilakukan responden dalam bisnis yang telah sesuai dengan prinsip syariah. Dimensi ini diukur dengan lima indikator. Hasil penelitian menunjukkan skor rerata sebesar 85% dengan rating sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM dalam penelitian ini telah melakukan aktivitas yang selaras dengan ajaran Islam seperti menggunakan prinsip kebersihan, kehalalan, membayar zakat, berinfaq, dan melakukan aktivitas sosial lainnya.

Berdasarkan analisis data aspek psikografis di atas dapat disimpulkan bahwa secara umum pelaku UMKM dalam penelitian ini memiliki persepsi yang baik dan tinggi untuk melaksanakan rantai nilai halal. Responden telah memiliki pemahaman bahwa harta kekayaan merupakan titipan Allah. Mereka juga memahami bahwa dalam menjalankan bisnis harus adil, merata, dan berkesinambungan. Lebih lanjut, mayoritas responden telah melakukan aktivitas bisnis yang sesuai dengan ajaran syariah Islam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dari sisi aspek psikografis, pelaku UMKM telah siap untuk mengimplementasikan rantai nilai halal.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah UMKM sudah dinyatakan siap mengimplementasikan rantai nilai halal. Kesiapan tersebut berdasarkan hasil tinjauan pada aspek-aspek berikut:

1. Dari hasil analisis aspek produksi, pelaku UMKM yang terlibat dalam rantai nilai halal, dari hulu hingga hilir, telah mengambil tanggung jawab individu maupun kolektif terhadap pengawasan dan pengecekan produk secara berkala.
2. Dari aspek pengelolaan SDM, Secara garis besar, pelaku UMKM telah memiliki pengalaman dan pemahaman mumpuni mengenai literasi halal.
3. Dari sisi pengelolaan keuangan, UMKM dalam hal ini sudah memiliki akses terhadap lembaga keuangan syariah. Namun ditinjau dari sisi pembiayaan, UMKM belum memerlukan modal dari perbankan syariah untuk memperbesar eskalasi bisnisnya. Sehingga, dapat disimpulkan UMKM belum sepenuhnya optimal dalam pengelolaan keuangan ini.
4. Ditinjau dari aspek pemasaran, penerapan strategi pemasaran dan bauran pemasaran (marketing mix) yang dilakukan oleh UMKM di Kota Banda Aceh dipandang telah berhasil dan

memenuhi fungsi bisnis rantai nilai halal, yang dimulai dari tahapan produksi hingga pengiriman pada konsumen akhir.

5. Dari sisi aspek psikografis, secara umum pelaku UMKM telah memiliki persepsi dan pemahaman yang baik dalam menerapkan rantai nilai halal. Pemahaman bahwa harta kekayaan merupakan titipan Allah, menjalankan bisnis harus adil, merata, dan berkesinambungan serta menjalankan aktivitas bisnis yang sesuai dengan ajaran syariah Islam.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian, maka penulis memberikan saran-saran kepada pembaca, akademisi, dan UMKM agar bisa bermanfaat dan berguna bagi penelitian selanjutnya.

- a. Peneliti selanjutnya bisa lebih mengembangkan ruang lingkup penelitian, mengingat penelitian yang dilaksanakan ini belum sepenuhnya bisa menggambarkan kesiapan UMKM Aceh dalam menerapkan rantai nilai halal.
- b. Peneliti bisa membuat atau mengembangkan kembali kuesioner/instrumen lain dari penelitian terdahulu, sehingga data yang diinginkan bisa terekam dan memperoleh hasil yang memuaskan.
- c. Peneliti berharap UMKM dapat konsisten menerapkan rantai nilai halal dan mampu memotivasi UMKM lainnya yang berada di Aceh untuk menggunakan prinsip halal dalam membangun dan mengembangkan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Hadits Terjemahan
- Abdullah, Burhanuddin (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aceh Trend (2019). *Nova serahkan 23 sertifikat halal pada pelaku usaha di Aceh*. Diakses tanggal 12 Desember 2019 dari website <https://www.acehtrend.com>
- Al-Ghazali (2007). *Etika Islam Bimbingan Awal Menuju Hidayat Ilahi*. Bandung (ID): Pustaka Setia.
- Ahyar, M. K., & Wibowo, M.Y.P (2019) *Halal Industry and Islamic Banking: A Study of Halal Ecosystem Regulation Indonesia*. Journal of Finance and Islamic Banking, Vol. 2, No. 2, pp. 165-182.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2013). *Halāl Food and Products in Malaysia: People's Awareness and Policy Implications*. *Intellectual Discourse*, 21(1).
- Arifin, Ahmad Yusro (2011). *Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Skripsi Hal 19-20. Yogyakarta
- Asna Annisa, Arna (2019). *Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. Jawa Tengah.
- Asriah, Dewi (2013). *Pengaruh Pencantuman Label Halal terhadap Perilaku Pembelian Produk di Masyarakat*. Lampung.
- A. Karim, Muchith (2013). *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan Dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta.
- BBC Indonesia (2017). *Islam Akan Menjadi 'Agama Terbesar' Pada Tahun 2075*. diakses tanggal 11 Juni 2019 dari website <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-39510081>.
- Bank Indonesia (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta.
- Bank Indonesia (2020). *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Jakarta.
- Chandra, Gregorius (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Cooper, D.R. dan P.S. Schindler (2014). *Business Research Methods. New York, 12th Edition*. McGraw Hill International Edition.
- Esay, Noiva Aristyani dan R.R. Retno Ardianti (2013). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada Usaha Mikro dan Kecil di Jawa Timur*. AGORA Vol.1, No.3, (2013).
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE: Yogyakarta.
- Jasafat (2015). *Manajemen Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Sadaqah Pada Baitul Mal Aceh Besar*. Jurnal Al-Ijtima'iyah Vol. 1, No. 1, Januari - Juni 2015.
- Jalaluddin (1996). *Filsafat Pendidikan Islam*. Cet. II. Raja Grafindo Persada hlm. 108: Jakarta.
- Kaliba, Matildah (2021). *Food Processing Value Chains in Zambia: Governance in The Maize Value Chain*. Jurnal Volume 8, Issue 2. Zambia.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2018). *Master Plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Jakarta.
- Khairil Anwar, Y., Mardziah, H. & Nor Laila, M.N (2006) *Modelling the Manufacturers Self Evaluation Support System for Halal Certification*. Proceedings of International Conference on Business IT 2006 Collaborating with ICT Innovations for Business Survival. Kuala Lumpur.
- MPU Aceh (2020). *Daftar Produk Halal MPU Aceh*. Diakses tanggal 17 November 2020 dari website <https://mpu.acehprov.go.id/index.php/page/86/>
- Nasrullah, Aan (2018). *Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha Di Indonesia*. At-Ta'hdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah, 6(1), 50-78.
- Nasution, Lokot Zein (2020). Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, Vol. 1, No. 2, 2020: 33-57.
- Nisha, N., & Iqbal, M. 2017. *Halal Ecosystem: Prospect For Growth In Bangladesh*. *International Journal of Business and Society*, Vol. 18, pp. 205-222.

- Noordin, Nurulhuda, et al (2009). *Value Chain of Halal Certification System: A Case of the Malaysian Halal Industry*. European and Mediterranean Conference on Information Systems (EMCIS2009).
- Nur, Fatimah (2020). *Jaminan Produk Halal Di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim*. Jurnal Likuid Volume 1. Bandung.
- Porter, M.E (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with a new introduction*. The Free Press. New York, USA.
- Sayekti, Nidya Waras (2019). *Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Indonesia*. Jakarta: Pusat Penelitian Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik.
- Subianto, Pratiwi (2018). *Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal*. Jurnal Volume 1, Page 141-146. Kalimantan Selatan.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarman, Ujang (2001). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 58.
- Wibowo, D.A, Zainul, A, Sunarti (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 29 No.1. Malang.
- Yunos, R.M., Mahmood, C.F.C., Mansor, N.H.A (2014) *Understanding mechanisms to promote halal industry-the stakeholder views*. Procedia, Social and Behavioral Science, Vol. 130, pp. 160-166.

LAMPIRAN

Lampiran 1.

Analisis Aspek Psikografi

Indikator Psikografi	Skor Nilai	Skala Rating	Persentase Jawaban
X1	100	SS	100%
X2	93	SS	93%
X3	97	SS	97%
X4	80	S	80%
X5	66	S	66%
X6	98	SS	98%
X7	91	SS	91%
X8	98	SS	98%
X9	95	SS	95%
X10	36	TS	36%
X11	97	SS	97%
X12	96	SS	96%
X13	76	S	76%
X14	81	SS	81%
X15	81	SS	81%
X16	86	SS	86%
X17	95	SS	95%
X18	96	SS	96%
X19	93	SS	93%
X20	94	SS	94%
X21	65	S	65%
X22	80	S	80%
X23	92	SS	92%
X24	71	S	71%
X25	92	SS	92%

X26	81	SS	81%
X27	90	SS	90%
X28	82	SS	82%
X29	93	SS	93%
X30	74	S	74%



Lampiran 2**KUESIONER PENELITIAN****ANALISIS KESIAPAN UMKM ACEH MENERAPKAN RANTAI
NILAI HALAL****(Studi Kasus Umkm di Banda Aceh)**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Maulidya Ramli dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Arraniry. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang Kesiapan UMKM Aceh menerapkan Rantai Nilai Halal (RNH). Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr UMKM yang berada di Kota Banda Aceh untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Setiap informasi dalam kuesioner ini sangat berharga bagi saya. Saya memastikan semua Informasi yang Bapak/Ibu/Sdr berikan pada kuesioner ini akan terjaga kerahasiaannya dan hanya akan dipergunakan untuk tujuan penelitian.

Atas kesediaan untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih banyak.

Hormat saya,

Peneliti

KUESIONER

A. PROFIL USAHA

Identitas Responden

Nama UMKM :

Domisili Kota :

No. HP Responden :

A1. Sudah berapa tahun Bapak/Ibu/Sdr menjalankan usaha ini ?

1	Kurang dari 1 tahun	4	5 – 10 tahun
2	1 – 3 tahun	5	11 – 20 tahun
3	3 – 5 tahun	6	Lebih dari 20 tahun

A2. Berapa total omzet usaha Bapak/Ibu/Sdr pada akhir tahun 2017?

1	Kurang dari Rp 300 juta
2	Rp 300 Jt – 2,5 Miliar
3	>Rp 2,5 – 50 Miliar
4	>Rp 50 Miliar

A3. Berapa Asset usaha Bapak/Ibu/Sdr pada akhir tahun 2017?

1	Kurang dari Rp 50 juta
2	>Rp 50 – 500 juta
3	>Rp 500 juta – 10 Miliar
4	Lebih dari Rp 10 Miliar

A4. Apa bentuk badan hukum dari usaha Bapak/Ibu/Sdr

1	PT	4	Yayasan
2	CV	5	Firma
3	Koperasi	6	Belum memiliki

A5. Apa motivasi Bapak/Ibu/Sdr menjalankan usaha tersebut?

1	Membuka lapangan usaha bagi masyarakat sekitar
2	Ingin menjadi enterpreneur
3	Telah memiliki keahlian dan pengalaman
4	Adanya peluang atau prospek pasar
	Lainnya :

B. ASPEK PRODUKSI

B1. Apakah produk yang dihasilkan sudah disertifikasi halal ?

1	Ya
2	Dalam Proses
3	Tidak

B2. Apa alasan Bapak/Ibu/Sdr melakukan seritifikasi halal tersebut?

1	Memberi jaminan kepada konsumen akan kehalalan produk
2	Memberikan daya tarik (nilai tambah) kepada konsumen/Meningkatkan daya saing
3	Sesuai dengan syariah
	Lainnya

B3. Apa alasan Bapak/Ibu/Sdr tidak/belum melakukan seritifikasi halal tersebut? [M]

1	Belum memerlukan
2	Belum mengetahui manfaatnya
3	Tidak mengetahui proses pengusulannya
4	Biayanya mahal
5	Prosesnya berbelit-belit
	Lainnya

B4. Apa kendala anda dalam menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah?

1	Sulit memperoleh bahan baku atau bahan penunjang bersertifikasi halal
2	Sulit memperoleh sertifikasi halal
3	Sulit menemukan tempat pembuangan limbah produksi
4	Sulit mendapatkan sumber permodalan syariah
5	Tidak adanya edukasi dari pemerintah
6	Konsumen belum peduli dengan produk syariah

B5. Dimana Bapak/Ibu/Sdr melakukan usaha produksi?

1	Di Rumah
2	Bangunan berdampingan dengan rumah
3	Bangunan tersendiri
4	Di Lingkungan Pasar Tradisional
5	Di lingkungan pasar modern/mall
6	Kawasan Industri
	Lainnya

B6. Darimana anda memperoleh bahan baku dari produk yang diusahakan?

1	Membeli dari pedagang setempat
2	Membeli dari pedagang di wilayah lain/luar kota masih di wilayah Indonesia
3	Berlangganan dari pemasok secara khusus
4	Memesan dari luar negeri (impor)
5	Di lingkungan pasar modern/mall
	Lainnya

B7. Apakah bahan baku utama dan penunjang tersebut sudah bersertifikasi atau berlabel halal?

1	Ya, sudah bersertifikasi halal
2	Tidak ada sertifikasi halal

3	Tidak tahu karena tidak mengeceknya
4	Tidak semuanya bersertifikasi halal

Seberapa setuju Bapak/Ibu/Sdr dengan pernyataan berikut?

1	Tidak Setuju	2	Kurang Setuju	3	Antara setuju dan tidak	4	Setuju	5	Sangat setuju
---	--------------	---	---------------	---	-------------------------	---	--------	---	---------------

1	Mengawasi proses produksi	1	2	3	4	5
2	Menjaga peralatan produksi agar selalu terjamin kebersihannya	1	2	3	4	5
3	Menjaga peralatan produksi agar tidak terkena bahan berbahaya	1	2	3	4	5
4	Tidak menggunakan peralatan untuk memproduksi barang lain	1	2	3	4	5
5	Selalu melakukan pemeriksaan terhadap kondisi bahan baku	1	2	3	4	5
6	Memperhatikan penyimpanan bahan baku agar terjamin kebersihannya	1	2	3	4	5
7	Memperhatikan penyimpanan atau penyajian barang hasil produksi untuk menjamin kualitasnya	1	2	3	4	5

B8. Bagaimana kemasan yang digunakan untuk produksi yang dihasilkan?

1	Kertas/plastik yang dirancang secara khusus
2	Plastik bening
3	Plastik daur ulang
4	Daun pisang
	Lainnya

B9. Informasi apa saja yang dituliskan dalam kemasan tersebut ?

1	Merek dagang/Logo/Symbol perusahaan
2	Kandungan bahan dan nutrisi

3	Nomor PIRT/Izin Usaha/BPOM
4	Nomor Layanan Pengaduan
5	Tidak ada informasi apapun
	Lainnya

B10. Apakah Bapak/Ibu/Sdr kedepan berminat melakukan sertifikasi halal pada produk yang dihasilkan?

1	Tidak berminat	2	Kurang Berminat	3	Antara berminat dan tidak	4	Berminat	5	Sangat Berminat
---	----------------	---	-----------------	---	---------------------------	---	----------	---	-----------------

B11. Apakah ada limbah yang dihasilkan dari proses produksi yang dilakukan?

1	Ya limbah mengandung bahan berbahaya dan beracun
2	Ya tapi tidak mengandung berbahaya maupun beracun
3	Tidak

B12. Apa yang dilakukan terhadap limbah tersebut?

1	Dibuang di tempat pembuangan sampah umum
2	Dibuang ke sungai/kali/selokan
3	Dibuang ke tempat sampah
4	Dibuang ditempat yang bersifat khusus sesuai aturan KLH
5	Diproses dengan standar tertentu sesuai aturan KLH
	Lainnya

C. ASPEK PENGELOLAAN SDM

C1. Berapa jumlah karyawan yang bekerja pada usaha Bapak/Ibu/Sdr ?

C2. Apa saja komponen penggajian yang Saudara terapkan kepada karyawan Bapak/Ibu/Sdr ?

	[X]
Gaji pokok	
Uang lembur	
Tunjangan Hari Raya	
Uang kesehatan/BPJS	

C3. Apakah perusahaan memberikan pelatihan penerapan Rantai Nilai Halal (Halal Value Chain)?

1	Ya
2	Tidak Pernah
3	Mungkin

C4. Apakah seluruh karyawan memahami dalam menghasilkan produk/jasa yang halal?

1	Ya
2	Tidak
3	Sebagian

C5. Jenis kegiatan apa saja yang pernah dilakukan untuk meningkatkan kebersamaan sesama karyawan?

1	Pengajian
2	Senam
3	Olahraga
4	Liburan
	Lainnya

D. PENGELOLAAN KEUANGAN

D1. Dalam mengelola keuangan, apakah Bapak/Ibu/Sdr memisahkan antara keuangan pribadi dengan hasil usaha ?

1	Ya
2	Tidak

D2. Berkaitan dengan pengelolaan keuangan usaha, apa lembaga keuangan yang anda pilih?

1	Bank Syariah
2	Bank Konvensional

D3. Alasan menabung di Bank Syariah? (Abaikan jika memilih Bank Konvensional)

1	Sesuai dengan tuntunan agama
2	Bebas dari riba/menerapkan bagi hasil
3	Lebih menentramkan
4	Layanannya memuaskan
5	ATM nya banyak
6	Menyediakan banyak akses layanan
	Lainnya

D4. Apakah Bapak/Ibu/Sdr melakukan pembukuan atau pencatatan terhadap keuangan usaha ?

1	Ya
2	Tidak
3	Mungkin

D5. Dari keuntungan usaha yang diperoleh, bagaimana alokasi peruntukannya?

1	Ditabung
2	Menambah modal
3	Membayar pinjaman
4	Zakat/Infaq/Sedekah
5	Dibagikan kepada para pemilik modal
	Lainnya

D6. Darimana asal modal yang digunakan dalam menjalankan usaha Bapak/Ibu/Sdr saat ini ?

1	Meminjam dari lembaga keuangan syariah
2	Meminjam dari lembaga keuangan Konvensional

3	Dana zakat, infaq, shodaqoh, wakaf (ZISWAF)
4	Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri
5	Modal bersama dari para Pemilik/Pengelola
6	Orang Tua/Famili
7	Modal Sendiri
	Lainnya

E. ASPEK PEMASARAN

E1. Siapa target Pasar hasil produksi usaha Bapak/Ibu/Sdr ?

1	Konsumen akhir
2	Pedagang/grosir
3	Industri
4	Lainnya

E2. Bagaimana Bapak/Ibu/Sdr memasarkan hasil produksi usaha?

1	Dijual melalui distributor
2	Dititipkan pada toko/outlet/pedagang
3	Dipasarkan sendiri
4	Dipasarkan melalui online
5	Lainnya

E3. Sistem jual beli seperti apa yang Bapak/Ibu/Sdr terapkan ?

1	Sistem bagi hasil
2	Sistem konsinyasi
3	Beli putus
4	Lainnya

E4. Ke wilayah mana saja hasil produksi dipasarkan ?

1	Di wilayah setempat
2	Ke luar wilayah namun masih satu kabupaten
3	Ke luar wilayah namun masih satu Propinsi
4	Ke luar wilayah meliputi propinsi yang berbeda

5	Keluar Negeri
	Lainnya

F. PENGEMBANGAN USAHA SYARIAH

F1. Dibandingkan tahun lalu bagaimana omzet usaha Bapak/Ibu/Sdr

Mengalami peningkatan	1
Mengalami penurunan	2
Tetap	3

F2. Apakah kedepan Bapak/Ibu/SdR berminat untuk mengembangkan usaha secara syariah ?

1	Tidak berminat	2	Kurang Berminat	3	Antara berminat dan tidak	4	Berminat	5	Sangat Berminat
---	----------------	---	-----------------	---	---------------------------	---	----------	---	-----------------

F3. Bantuan apa saja yang diperlukan untuk mengembangkan usaha secara syariah tersebut?

1	Memberi bimbingan teknis produksi
2	Menjamin ketersediaan bahan baku bersertifikasi halal
3	Menjamin ketersediaan bahan penunjang bersertifikasi halal
4	Mempermudah proses sertifikasi halal
5	Membantu penanganan/pengolahan limbah
6	Memudahkan akses pada sumber permodalan syariah
7	Pemerintah perlu melakukan edukasi kepada masyarakat agar paham prinsip-prinsip UMKM syariah

G. PSIKOGRAFI SYARIAH

Seberapa setuju Bapak/Ibu/Sdr dengan pernyataan berikut:

Pilihan Jawaban

1	Tidak Setuju	2	Kurang Setuju	3	Antara setuju dan tidak	4	Setuju	5	Sangat setuju
----------	---------------------	----------	----------------------	----------	--------------------------------	----------	---------------	----------	----------------------

Pernyataan NILAI-NILAI UMKM SYARIAH (OPINI)

A KEPEMILIKAN						
1.	Segala sesuatu adalah mutlak milik Allah, manusia sebagai Khalifah dipercaya untuk mengelolanya	1	2	3	4	5
2.	Manusia pada dasarnya mendapatkan hak kepemilikan pribadi dari hasil usaha tenaga dan pemikirannya atau hasil transaksi ekonomi maupun warisan	1	2	3	4	5
3.	Islam menghormati hak kepemilikan pribadi serta menjaga keseimbangan hak pribadi, kolektif, dan negara	1	2	3	4	5
4.	Pengelolaan harta kekayaan individu sepenuhnya merupakan hak individu tersebut	1	2	3	4	5
5.	Harta atau kekayaan yang saya miliki saat ini semata-mata merupakan hasil jerih payah atas usaha yang saya lakukan	1	2	3	4	5
B KEADILAN DALAM USAHA DAN KONSUMSI						
6.	Manusia didorong untuk berusaha memanfaatkan segala sumber daya berlimpah yang telah diciptakan Allah namun tidak melupakan kelestariannya	1	2	3	4	5

7.	Kepemilikan pribadi tidak diperbolehkan ditumpuk menjadi kekayaan yang berlebihan	1	2	3	4	5
8	Untuk menghindari penumpukan harta perlu disedekahkan untuk tujuan sosial agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan	1	2	3	4	5
9	Untuk menghindari penumpukan harta perlu digunakan untuk usaha produktif	1	2	3	4	5
10	Sedekah bagi saya akan mengurangi harta yang saya miliki	1	2	3	4	5
11	Untuk melindungi umat dari produk-produk haram, diperlukan adanya undang-undang produk halal	1	2	3	4	5
C KEBERSAMAAN DALAM KEBAIKAN DAN KEMASLAHATAN						
12	Kegiatan ekonomi perlu dijalankan berdasarkan azas kerjasama serta saling tolong-menolong dalam kebaikan	1	2	3	4	5
13	Usaha saya memiliki standar remunerasi (pengupahan) yang lebih tinggi dari ketentuan yang berlaku	1	2	3	4	5
14	Usaha yang saya lakukan memiliki saling ketergantungan pada usaha lain	1	2	3	4	5
15	Saya lebih suka melakukan usaha dalam suatu komunitas (kebersamaan)	1	2	3	4	5
16	Usaha yang saya lakukan tidak mengandung unsur spekulasi (untung-untungan)	1	2	3	4	5
D KESEIMBANGAN DALAM						

PERTUMBUHAN						
17	Pemerataan pertumbuhan ekonomi merupakan hal penting untuk memberikan manfaat sebanyak-banyaknya pada masyarakat	1	2	3	4	5
18	Pertumbuhan ekonomi perlu, tapi tetap menjaga keseimbangan spiritual	1	2	3	4	5
19	Pertumbuhan ekonomi perlu, tapi tidak melupakan kelestarian alam atau lingkungan	1	2	3	4	5
E KETERTARIKAN (<i>INTEREST</i>)						
20	Saya tertarik untuk menerapkan prinsip syariah dalam mengelola usaha yang saya lakukan	1	2	3	4	5
21	Dalam mengelola usaha yang saya miliki, manfaat untuk pemilik lebih penting ketimbang manfaat sosial	1	2	3	4	5
22	Bagi saya apapun sistem pengelolaan usaha yang diterapkan tidak masalah, yang penting dapat mensejahterakan semua yang terlibat.	1	2	3	4	5
23	Pemerintah perlu mulai melakukan sosialisasi penerapan prinsip-prinsip Syariah bagi UMKM	1	2	3	4	5
24	Penerapan prinsip syariah bagi UMKM sebaiknya bersifat himbauan atau sukarela, bukan keharusan	1	2	3	4	5
F AKTIVITAS						
25	Saya sudah berusaha menerapkan nilai-nilai syariah dalam menjalankan usaha meski situasinya serba terbatas	1	2	3	4	5
26	Saya sedang mempelajari tata-cara menghasilkan produk halal	1	2	3	4	5

27	Saya secara rutin membayarkan zakat hasil usaha	1	2	3	4	5
28	Saat ini, dalam mengelola keuangan, saya lebih memilih lembaga keuangan syariah daripada konvensional	1	2	3	4	5
29	Saya memiliki keterbukaan kepada konsumen terkait dengan produk yang dihasilkan maupun proses produksinya	1	2	3	4	5
30	Usaha yang saya jalankan memiliki dampak lingkungan yang minim	1	2	3	4	5

I. PROFIL RESPONDEN

I1. Jenis kelamin responden

1	Laki-laki	2	Perempuan
---	-----------	---	-----------

I2. Apakah pendidikan terakhir Bapak/Ibu/Sdr ?

1	Tamat SD
2	Tamat SMA
3	Diploma
4	S1/S2/S3

I3. Berapa usia Bapak/Ibu/Sdr saat ini?
 Tahun

Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr dalam pengisian kuesioner ini