

## **PROPOSAL SKRIPSI**

### **STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UMKM DALAM MENDUKUNG INDUSTRI HALAL (STUDI PADA KUE ARAFIK KECAMATAN TRIENGGADENG PIDIE JAYA)**



**Disusun Oleh :**

**AHMAD MURSAL  
NIM. 190602140**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2025 M/1447 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ahmad Mursal  
NIM : 190602140  
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 dipertanggungjawabkan 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 Banda Aceh. Demikian Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Desember 2025

Yang menyatakan,



Ahmad Mursal

## **PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

### **POTENSI WAKAF PRODUKTIF DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT (STUDI DI MASJID DARUL HUDA BAMBI, KECAMATAN PEUKAN BARO, KABUPATEN PIDIE)**

Disusun Oleh:

Ahmad Mursal  
NIM. 190602140

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. Jalaluddin, M.A. AWP., CWC  
NIP. 196512302023211002

Pembimbing II

Jalilah, S.H., M.Ag  
NIDN. 2008068803

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ekonomi Syariah**

Dr. Irtan Qurratulaini, S.Ag., M.Ag  
NIP. 197612172009122001

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Strategi Pengembangan Produk UMKM Dalam Mendukung Industri Halal (Studi Pada Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng Pidie Jaya)**

Ahmad Mursal  
NIM. 190602140

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 23 Januari 2026 M  
04 Sya'ban 1447 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Jalaluddin, M.A. AWP., CWC  
NIP.196512302023211002

Sekretaris,

  
Jalilah, S.H.I., M.Ag  
NIDN.2008068803

Penguji I,

  
Seri Murni, SE., M. Si. Ak  
NIP.197210112014112001

Penguji II,

  
Hafidhah, SE., M. Si. Ak, CA  
NIP.1982101222023212028

AR - RANIRY

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Prof. Dr. Hafas Furgani, M.Ec  
NIP.198006252009011009



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](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email : [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ahmad Mursal  
Nim : 190602140  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : [190602140@studenti.ar-raniry.ac.id](mailto:190602140@studenti.ar-raniry.ac.id)

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 ☐ KKKU ☐ Skripsi ☐ .....

yang berjudul:

**“Strategi Pengembangan Produk UMKM Dalam Mendukung Industri Halal (Studi Pada Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya)”**

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, mendisminasikan, 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 : 29 Desember 2025

Mengetahui:

Penulis

(Ahmad Mursal)  
NIM.190602140

Pembimbing I

(Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC)  
NIP.196512302023211002

Pembimbing II

(Jalilah, S.Hi., M.Ag)  
NIDN.2008068803

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Potensi Wakaf Produktif Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Umat (Studi di Masjid Darul Huda Bambi, Kecamatan Peukan Baro, Kabupaten Pidie)”. Shalawat beriring salam tidak lupa tercurahkan kepada junjungan alam Baginda Rasulullah SAW yang telah menghantarkan umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata 1 Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Ar-Raniry. Penulis menyadari adanya keterbatasan di dalam penyusunan tugas akhir ini. Besar harapan penulis akan saran dan kritik yang bersifat membangun. Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M. Ec, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Fithriady, Lc, MA, Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Dr. Intan Qurratulaini, S.Ag., M.SI dan Ayumiati, S.E., M.Si sebagai Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Hafiizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Dr. Jalaluddin, M.A. AWP., CWC, pembimbing I dan Jalilah, S.HI., M.Ag, pembimbing II. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, dukungan serta motivasi yang telah diberikan demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Penasehat Akademik (PA) Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak., serta seluruh dosen-dosen dan para staf yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Terimakasih kepada para pelaku usaha dan seluruh pihak yang telah membantu yang telah banyak membantu peneliti dalam mendapatkan data, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Orang tua tercinta, Bapak Fikri Isa dan Ibu Murniaton. Terima kasih Ayah dan Ibu yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, dukungan, motivasi tanpa henti kepada penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.
9. Zulmal Fhasya, Liza Rahmah, Muhammad Maisal, Khairunnisa, dan Husnul Fathiya, saudara kandung penulis,

terima kasih abang dan adik telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi tiada henti kepada penulis.

10. Serta terima kasih pula pada teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak menyumbangkan pikiran, dukungan, saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan masyarakat pada umumnya.

Banda Aceh, 29 Desember 2025  
Penulis,

(Ahmad Mursal)

AR - RANIRY

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**

**Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987**

### **1. Konsonan**

| No | Arab | Latin              | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1  | ا    | Tidak Dilambangkan | 16 | ط    | T     |
| 2  | ب    | B                  | 17 | ظ    | Z     |
| 3  | ت    | T                  | 18 | ع    | ‘     |
| 4  | ث    | S                  | 19 | غ    | G     |
| 5  | ج    | J                  | 20 | ف    | F     |
| 6  | ح    | H                  | 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 | ص    | S                  | 27 | ه    | H     |
| 13 | ش    | Sy                 | 28 | ء    | ‘     |
| 14 | س    | Ş                  | 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 |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| َـ              | <i>Fathah</i> dan ya  | Ai             |
| ِـ              | <i>Fathah</i> dan wau | Au             |

Contoh:

*kaifa* : كيف

*Haul* : هول

### 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 |
|------------------|----------------------------------------------|-----------------|
| أَ/إِ            | <i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā               |
| يِ               | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>                  | Ī               |
| يُ               | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i>                 | Ū               |

Contoh:

*qāla* : قَالَ  
*ramā* : رَمَى  
*qīla* : قِيلَ  
*yaqūlu* : يَقُولُ

### 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:

|                                               |                             |
|-----------------------------------------------|-----------------------------|
| <i>rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl :</i>      | رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ       |
| <i>Al-Madīnah Al-Munawwarah/alMadinatul :</i> | الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ |
|                                               | <i>Munawwarah</i>           |
| <i>Ṭalḥah :</i>                               | طَلْحَة                     |

**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 : Ahmad Mursal  
NIM : 190602140  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/  
Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Produk UMKM  
Dalam Mendukung Industri Halal (Studi  
Pada Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng  
Kabupaten Pidie Jaya)  
Pembimbing I : Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC  
Pembimbing II : Jalilah, S.Hi., M.Ag

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk di Provinsi Aceh. UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam memperkuat ekonomi berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi pengembangan produk UMKM kue arafik di Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya dalam mendukung industri halal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan mewawancarai pelaku usaha, konsumen, dan Akademisi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Kesiapan UMKM Kue Arafik dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal berada pada kategori *cukup siap* atau tahap menengah. Hal ini ditunjukkan oleh pemenuhan sebagian aspek utama, terutama pada penggunaan bahan baku berlabel halal, pemahaman awal mengenai rantai pasok halal, serta penerapan proses produksi yang relatif bersih dan terpisah antara bahan mentah dan matang. Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Kue Arafik dalam mendukung industri halal menunjukkan upaya yang cukup komprehensif dan berkelanjutan, meliputi inovasi produk, peningkatan kualitas bahan baku halal, penerapan praktik Sistem Jaminan Produk Halal, penguatan kemasan dan branding, pemasaran digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pembangunan kemitraan strategis. Meskipun Kue Arafik telah menunjukkan kemajuan dalam inovasi produk dan penerapan prinsip halal, pengembangan usaha dalam kerangka industri halal masih menghadapi berbagai kendala internal dan eksternal yang signifikan.

**Kata Kunci:** *Strategi Pengembangan, Kue Arafik, Industri Halal*

## ABSTRACT

Name : Ahmad Mursal  
Student ID : 190602140  
Faculty : Faculty of Islamic Economics and Business  
/ Sharia Economics  
Title : Product Development Strategy of MSMEs in  
Supporting the Halal Industry(A Study of Kue Arafik  
in Trienggadeng District, Pidie Jaya Regency)  
Supervisor I : Dr. Jalaluddin, M.A., AWP., CWC  
Supervisor II : Jalilah, S.Hi., M.Ag

The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector plays an important role in driving national economic growth, including in Aceh Province. MSMEs not only contribute to job creation and increased community income, but also serve as a strategic instrument in strengthening a sharia-based economy. This study aims to examine the product development strategies of Kue Arafik MSMEs in Trienggadeng District, Pidie Jaya Regency, in supporting the halal industry. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews with business actors, consumers, and academics. The results indicate that the readiness of Kue Arafik MSMEs to fulfill halal certification obligations is categorized as moderately ready or at an intermediate stage. This is reflected in the fulfillment of several key aspects, particularly the use of halal-labeled raw materials, an initial understanding of the halal supply chain, and the implementation of relatively clean production processes with separation between raw and cooked materials. The product development strategies implemented by Kue Arafik in supporting the halal industry demonstrate comprehensive and sustainable efforts, including product innovation, improvement of halal raw material quality, implementation of the Halal Product Assurance System practices, strengthening of packaging and branding, digital marketing, enhancement of human resource capacity, and the development of strategic partnerships. Nevertheless, despite showing progress in product innovation and the application of halal principles, business development within the framework of the halal industry still faces various significant internal and external constraints.

**Keywords:** Development Strategy, Kue Arafik, Halal Industry

## DAFTAR ISI

|                                                                  |              |
|------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>                    | <b>ii</b>    |
| <b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>               | <b>iii</b>   |
| <b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>                | <b>iv</b>    |
| <b>FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>                     |              |
| <b>KARYA ILMIA .....</b>                                         | <b>v</b>     |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>vi</b>    |
| <b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>              | <b>ix</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                             | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                          | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                        | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                       | <b>xviii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                   | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                         | 1            |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                        | 16           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                      | 16           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                     | 17           |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....                                   | 18           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                                | <b>20</b>    |
| 2.1 Pengembangan Produk UMKM.....                                | 20           |
| 2.1.1 Pengertian UMKM .....                                      | 20           |
| 2.1.2 Karakteristik UMKM.....                                    | 22           |
| 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan<br>UMKM ..... | 23           |
| 2.2 Strategi Pengembangan Produk UMKM .....                      | 26           |
| 2.2.1 Strategi Pengembangan.....                                 | 26           |
| 2.2.2 Prinsip-Prinsip Pengembangan UMKM .....                    | 28           |
| 2.2.3 Aspek Strategi Pengembangan UMKM .....                     | 31           |
| 2.2.4 Indikator Pengembangan Produk UMKM .....                   | 36           |
| 2.3 Industri Halal .....                                         | 38           |
| 2.3.1 Pengertian Industri Halal .....                            | 38           |
| 2.3.2 Industri Makanan dan Minuman Halal .....                   | 39           |
| 2.3.3 Indikator Industri Halal.....                              | 45           |
| 2.4 Penelitian Terkait.....                                      | 49           |

|                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.5 Kerangka Pemikiran.....                                                              | 61         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                                    | <b>64</b>  |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                                                | 64         |
| 3.2 Lokasi Penelitian.....                                                               | 65         |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data .....                                                          | 65         |
| 3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....                                                     | 66         |
| 3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....                                                         | 67         |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                                                            | 70         |
| 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Kualitatif.....                            | 47         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                      | <b>77</b>  |
| 4.1 Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya.....                                     | 77         |
| 4.1.1 Profil Kecamatan Trienggadeng Kabupaten<br>Pidie Jaya.....                         | 77         |
| 4.1.2 Gambaran Umum Kue Arafik UMKM Kec.<br>Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya .....      | 80         |
| 4.2 Kesiapan UMKM Dalam Memenuhi Kewajiban Serifikat<br>Halal.....                       | 83         |
| 4.3 Strategi Pengembangan Produk Kue Arafik Dalam<br>Mendukung Industri Halal .....      | 88         |
| 4.4 Kendala Yang Dihadapi Dalam Pengembangan UMKM<br>Industri Halal Pada Kue Arafik..... | 58         |
| 4.5 Analisis SWOT Produk Kue Arafik Dalam Mendukung<br>Industri Halal.....               | 65         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                   | <b>113</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                      | 113        |
| 5.2 Saran.....                                                                           | 115        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                              | <b>117</b> |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....                                        | 30 |
| Tabel 3.1 Data Informan Penelitian.....                                  | 39 |
| Tabel.4.1 Hasil Analisis SWOT Kue Arafik Kecamatan<br>Trienggadeng ..... | 67 |



## **DAFTAR GAMBAR**

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....          | 35 |
| Gambar 4.1 Peta Kecamatan Trienggadeng ..... | 42 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal. Konsumsi produk halal di Indonesia mencapai angka yang sangat tinggi, yakni sekitar USD \$1,9 triliun pada tahun 2023 (UNNES 2023), menjadikan Indonesia sebagai konsumen produk halal terbesar secara global. Di antara sektor-sektor industri halal, makanan dan minuman menjadi penyumbang utama dalam konsumsi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan halal memiliki peluang besar untuk terus berkembang, terutama yang berasal dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)(Mutiara, 2023).

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk di Provinsi Aceh. UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam memperkuat ekonomi berbasis syariah. Dalam konteks Aceh yang menerapkan syariat Islam, pengembangan UMKM seyogianya sejalan dengan prinsip-prinsip halal dan thayyib, baik dari aspek bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk kepada konsumen. Oleh karena itu, penguatan sektor UMKM melalui pengembangan produk halal menjadi langkah strategis dalam mendukung terwujudnya industri

halal di daerah.

UMKM memiliki peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai sekitar 61,07% (Suci, 2025). Dalam konteks industri halal, UMKM sebenarnya memiliki potensi besar untuk memenuhi permintaan pasar domestik maupun internasional. Namun demikian, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM belum mampu memanfaatkan peluang ini secara optimal. Tantangan yang dihadapi sangat beragam, mulai dari keterbatasan pengetahuan, sumber daya, hingga akses pasar yang terbatas. Salah satu permasalahan utama dalam pengembangan UMKM halal adalah kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya sertifikasi halal.

Banyak pelaku UMKM yang menganggap bahwa produk mereka otomatis halal tanpa perlu pengakuan resmi dari lembaga berwenang. Padahal, sertifikasi halal tidak hanya menjadi jaminan kehalalan produk, tetapi juga merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi kendala serius. Rendahnya pengetahuan tentang manajemen bisnis halal dan minimnya pelatihan membuat pelaku UMKM kesulitan dalam mengembangkan usahanya secara profesional. Tidak hanya itu, akses terhadap pembiayaan syariah dan infrastruktur pendukung juga masih sangat terbatas (Miftakhul, 2025).

Perkembangan industri halal saat ini menjadi salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional, seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk yang halal, aman, dan berkualitas. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai penyedia utama produk konsumsi masyarakat, khususnya makanan dan minuman halal. Namun, di tengah besarnya peluang tersebut, masih banyak UMKM yang belum mampu mengoptimalkan potensi produknya untuk mendukung industri halal secara berkelanjutan. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi adalah terbatasnya strategi pengembangan produk, baik dari sisi inovasi, kualitas, kemasan, standar kehalalan, maupun pemasaran. Akibatnya, produk UMKM sering kali sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki standar industri dan sertifikasi halal yang jelas (Sinarpidie.co, 2023).

Fenomena tersebut juga terlihat pada UMKM Kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng, Kabupaten Pidie Jaya. Kue Arafik merupakan salah satu produk makanan tradisional yang cukup dikenal dan memiliki cita rasa khas, sehingga berpotensi menjadi produk unggulan daerah. Produk ini banyak diproduksi oleh pelaku UMKM rumahan dan menjadi sumber penghasilan masyarakat setempat. Meskipun demikian, pengembangan produk Kue Arafik masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya inovasi

varian produk, kemasan yang sederhana, keterbatasan pemahaman tentang sertifikasi halal, serta strategi pemasaran yang masih bersifat tradisional (Sinarpidie.co, 2023).

Di sisi lain, tuntutan pasar terhadap produk halal saat ini tidak hanya menekankan pada aspek kehalalan bahan, tetapi juga mencakup proses produksi yang higienis, kemasan yang menarik, serta jaminan mutu yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketidaksiapan UMKM Kue Arafik dalam merespons tuntutan tersebut berpotensi menghambat perannya dalam mendukung pengembangan industri halal, baik di tingkat lokal maupun regional. Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan kajian yang mendalam mengenai strategi pengembangan produk UMKM Kue Arafik agar mampu meningkatkan daya saing dan berkontribusi secara optimal dalam mendukung industri halal. Penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi strategi yang tepat, sekaligus memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan produk lokal yang halal, berkualitas, dan berdaya saing.

Aceh merupakan satu-satunya provinsi di Indonesia yang menerapkan syariat Islam secara formal, termasuk dalam aspek kehidupan ekonomi. Oleh karena itu, UMKM di Aceh memiliki ciri khas tersendiri yang indetik dengan nilai-nilai Islam. Dalam konteks UMKM di Aceh banyak yang berusaha menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah seperti menghindari riba, menjaga kejujuran transparansi dan etika bisnis sesuai nilai-nilai

Islam dan produk-produk makanan dan minuman harus bersertifikat halal atau memenuhi standar halal lokal. UMKM di Aceh mulai mengarah pada industri halal, dengan target sertifikat halal bagi sebagian besar UMKM pada tahun 2025.

UMKM merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ekonomi lokal. Di Indonesia, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga menjadi bagian potensial dalam pengembangan industri halal, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Oleh karena itu, UMKM berbasis pangan memiliki peluang besar untuk berkembang melalui peningkatan kualitas produk yang sesuai dengan standar halal dan thayyib.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data nasional menunjukkan bahwa lebih dari 90% unit usaha di Indonesia berada pada sektor UMKM, sehingga peranannya sangat signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Di provinsi Aceh, UMKM juga menjadi salah satu sektor strategis yang terus dikembangkan oleh pemerintah daerah untuk memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Dalam konteks perkembangan global, industri halal menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat. Indonesia sebagai

negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal, terutama di sektor pangan. Pemerintah melalui BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) bahkan menargetkan percepatan sertifikasi halal UMKM untuk memperkuat daya saing produk lokal. Dengan adanya sertifikasi halal dan penerapan prinsip *halalan thayyiban*, produk UMKM memiliki kesempatan lebih luas untuk menembus pasar nasional bahkan internasional. Oleh karena itu, strategi pengembangan produk UMKM yang terintegrasi dengan standar industri halal menjadi langkah penting dalam meningkatkan nilai tambah produk dan kepercayaan konsumen.

Pemahaman masyarakat tentang sertifikat halal pada produk UMKM cukup tinggi. Masyarakat menyadari bahwa sertifikat halal merupakan jaminan kehalalan produk dan keamanan pangan, serta meningkatkan kepercayaan terhadap produk UMKM. Salah satu produk UMKM yang juga memiliki potensi dalam mendukung pendapatan masyarakat lokal dan juga memiliki potensi membantu pengembangan sektor UMKM produk halal. Pentingnya sertifikasi halal untuk UMKM tak bisa dipandang sebelah mata. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap norma keagamaan, tetapi juga merupakan salah satu strategi bisnis untuk menjangkau konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan dan kualitas produk. Sertifikasi halal memiliki manfaat baik untuk pelaku usaha. Diantarnya yaitu kepemilikan sertifikat halal terhadap produk dapat menjadi penjamin bahwa produk yang dijual merupakan produk

yang berkualitas, kepemilikan sertifikat halal bagi pelaku UMKM tentu akan menjawab keraguan calon konsumen, sekaligus meningkatkan kepercayaan dalam membeli sebuah produk, apabila sudah mendapatkan sertifikat halal, tentu produk akan lebih terjamin dan memiliki kualitas yang mumpuni dibandingkan kompetitor yang tidak memilikinya dan kepemilikan sertifikasi halal ini menjadi nilai tambah bagi usaha UMKM halal yang ingin produknya menjangkau pasar yang lebih luas.

Pemerintah Aceh telah menetapkan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) sebagai dasar hukum dalam pelaksanaan jaminan kehalalan produk yang beredar di Aceh. Qanun ini menegaskan bahwa setiap produk barang dan jasa yang diproduksi dan dipasarkan di wilayah Aceh wajib memenuhi standar halal sesuai ketentuan syariat Islam. Dengan adanya qanun tersebut, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi melalui inovasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, serta penerapan standar halal dalam proses produksi. Namun, di lapangan, tidak semua UMKM memahami secara menyeluruh tentang konsep industri halal dan langkah-langkah strategis untuk mengembangkan produknya agar memenuhi ketentuan tersebut.

Salah satu contoh UMKM yang berkembang di Kabupaten Pidie Jaya adalah Kue Arafik yang berlokasi di Desa Trienggadeng. UMKM ini dikenal sebagai produsen kue tradisional khas Aceh yang banyak diminati masyarakat lokal maupun wisatawan. Meskipun produk ini telah memiliki cita rasa yang khas dan pasar yang cukup

luas, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mengembangkan produk agar lebih kompetitif sekaligus memenuhi standar industri halal. Pengembangan produk tidak hanya menyangkut inovasi rasa dan kemasan, tetapi juga melibatkan penerapan prinsip halal dalam seluruh rantai produksinya, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan, kebersihan alat, hingga distribusi produk. Dalam era meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk halal, penerapan strategi pengembangan produk yang selaras dengan prinsip halal menjadi kunci bagi UMKM untuk memperluas pangsa pasar. Strategi tersebut dapat meliputi peningkatan kualitas produk, inovasi desain kemasan, sertifikasi halal, serta pemanfaatan media digital untuk promosi dan distribusi. Namun, keterbatasan pengetahuan, modal, dan akses terhadap lembaga sertifikasi halal seringkali menjadi kendala bagi UMKM untuk mengimplementasikan strategi tersebut secara optimal.

Kue Arafik, sebagai salah satu UMKM kuliner yang berkembang di Kecamatan Trienggadeng, Kabupaten Pidie Jaya, memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan daerah. Produk ini dikenal luas oleh masyarakat lokal karena cita rasa khas dan proses produksi tradisional yang diwariskan secara turun-temurun. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, UMKM ini dituntut untuk melakukan inovasi dan pengembangan produk agar mampu bersaing serta memenuhi standar industri halal secara optimal.

Berdasarkan data Sinarpidie.co (2023), terdapat sekitar 2.700

pelaku UMKM dan IKM yang telah terdata di Kabupaten Pidie Jaya dengan 689 usaha bergerak di sektor makanan dan minuman. Kue Arafik merupakan salah satu produk tradisional khas Kabupaten Pidie Jaya. Kue Arafik telah menjadi produk kuliner unggul di daerah Pidie Jaya dan bahkan menjadi pembangkit perekonomian bagi sebagian masyarakat. Kue Arafik telah menjadi salah satu sumber pendapatan bagi banyak keluarga di Pidie Jaya, Banyak ibu rumah tangga yang terlibat dalam usaha ini sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Perkembangan usaha kue Arafik juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, seperti menciptakan lapangan pekerjaan. Kue Arafik memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam sektor industri halal. Namun, hingga saat ini, produk ini masih dijual secara konvensional, belum memiliki sertifikasi halal, dan belum terintegrasi dalam sistem pemasaran digital, meskipun bahan-bahannya dianggap halal oleh masyarakat sekitar.

Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep dan indikator industri halal. Banyak pelaku usaha kecil yang belum memahami secara mendalam mengenai pentingnya pemilihan bahan baku halal, prosedur produksi higienis, manajemen risiko kontaminasi, serta tata kelola rantai pasok halal (*halal supply chain*). Selain itu, UMKM Kue Arafik belum memiliki sertifikasi halal, yang merupakan salah satu syarat penting untuk meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen. Ketidakhadiran sertifikasi ini menjadi penghambat

utama bagi UMKM untuk memperluas pasar ke tingkat yang lebih luas.

Dari sisi produksi, permasalahan yang muncul antara lain terkait teknologi pengolahan yang masih sederhana, keterbatasan peralatan, serta kurangnya inovasi dalam variasi produk maupun kemasan. Hal ini menyebabkan produk kurang mampu bersaing dengan makanan olahan modern yang menawarkan tampilan lebih menarik dan memiliki standar kualitas yang lebih konsisten. Proses produksi yang masih tradisional juga berisiko menimbulkan ketidakkonsistenan kualitas, terutama dalam aspek kebersihan, higienitas, dan daya tahan produk.

Pada aspek pemasaran, UMKM Kue Arafik masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Keterbatasan pemanfaatan media digital dan kurangnya strategi branding halal menyebabkan produk ini kalah bersaing dengan produk pangan lain yang lebih agresif dalam pemasaran. Padahal, di era digital saat ini, strategi pemasaran berbasis media sosial dan branding halal menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama generasi muda yang semakin peduli terhadap kehalalan dan keamanan produk pangan (Sinarpidie.co, 2023).

Dari perspektif ekonomi lokal, pengembangan produk Kue Arafik memiliki nilai strategis karena dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di Kecamatan Trienggadeng. Oleh sebab itu, strategi pengembangan produk yang tepat tidak hanya penting untuk keberlanjutan UMKM tersebut, tetapi juga bagi

pembangunan ekonomi masyarakat setempat. Jika UMKM Kue Arafik mampu beradaptasi dengan standar industri halal serta menerapkan strategi pengembangan yang efektif, maka peluang peningkatan produksi, perluasan pasar, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar semakin besar (Sinarpidie.co, 2023).

Melihat kondisi tersebut, maka penelitian mengenai strategi pengembangan produk UMKM halal pada Kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya menjadi penting dan relevan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kesiapan UMKM dalam memenuhi kewajiban sertifikat halal, menganalisis strategi pengembangan pada UMKM industri halal pada produk kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya, khususnya dari sisi sertifikasi halal, inovasi produk, serta strategi pemasaran. Dengan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM halal di Indonesia, serta mendukung visi nasional dalam menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia. (Febrian, 2024).

Pada kenyataannya, masih terdapat sejumlah permasalahan yang dihadapi UMKM Kue Arafik dalam upaya pengembangan produk. Di antaranya adalah keterbatasan pengetahuan tentang standarisasi halal, kurang optimalnya manajemen produksi, serta belum adanya sertifikasi halal yang menjadi salah satu persyaratan penting dalam industri pangan saat ini. Selain itu, aspek pemasaran masih bersifat tradisional dan belum memanfaatkan strategi branding halal sebagai nilai tambah produk. Kondisi ini

menyebabkan produk UMKM tersebut belum memiliki daya saing yang kuat, baik di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas. Industri halal menuntut adanya penerapan indikator-indikator tertentu, seperti kepatuhan syariah, penggunaan bahan baku halal, proses produksi bersih dan aman, serta adanya sertifikasi halal sebagai jaminan bagi konsumen. Bagi UMKM Kue Arafik, penerapan strategi pengembangan produk yang sesuai standar halal menjadi penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Tanpa adanya upaya pengembangan yang terstruktur, UMKM ini berisiko tertinggal dalam arus perkembangan industri halal yang semakin pesat (Zyaul Fitria, 2018).

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan tren konsumen yang semakin peduli terhadap kehalalan dan keamanan produk menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi. Pengembangan produk tidak hanya mencakup inovasi rasa maupun kemasan, tetapi juga termasuk peningkatan kualitas proses produksi, pengelolaan usaha yang lebih profesional, serta pemanfaatan sertifikasi halal sebagai strategi pemasaran. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Kue Arafik untuk memperluas jangkauan pasarnya (Yarrie Zulyaharsuma Rizal, 2021).

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas tentang strategi pengembangan produk UMKM industri halal seperti penelitian yang dilakukan oleh Pujiono et.,al (2018) yang berjudul Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global menyatakan bahwa tantangan utama

dalam pengembangan UMKM halal adalah kurangnya sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah. Selain itu, aspek edukasi dan pendampingan untuk memperoleh sertifikasi halal juga masih sangat terbatas. Studi ini menghasilkan strategi berbasis SWOT untuk meningkatkan kapasitas UMKM, mulai dari peningkatan mutu produk, pelatihan halal, hingga akses pemasaran digital. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kurdi & Imam (2020) berjudul Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE menunjukkan bahwa Dan hasil analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa posisi pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman. Maka Strategi yang bisa diterapkan untuk peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Abiyu & Aulia (2024) yang berjudul Peningkatan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Digital Marketing pada UMKM menemukan bahwa membantu UMKM memahami pentingnya memenuhi standar kehalalan dalam produk mereka, sementara pendampingan sertifikasi melibatkan bantuan praktis dalam menghadapi proses sertifikasi yang kompleks. Penelitian lanjutan yang dilakukan oleh Faqih & Bastomi (2022) berjudul Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Global juga menunjukkan bahwa inovasi produk, penguatan branding halal, dan

kolaborasi dengan institusi keuangan syariah menjadi elemen kunci dalam peningkatan daya saing UMKM di pasar halal domestik dan internasional.

Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal. Aturan ini lahir berdasarkan amanah dari Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-Pokok Syariat Islam (Pasal 23 ayat (1) dan (2)) yang menyebutkan bahwa Pemerintah Aceh wajib melaksanakan sistem jaminan halal terhadap barang dan jasa yang diproduksi dan beredar di Aceh, dan ketentuan lebih lanjut diatur lewat Qanun. Objek dari Qanun ini adalah barang dan jasa yang diproduksi dan/atau beredar di Aceh yang harus memenuhi standar halal dan higienis. Sistematika Qanun SJPH ini terdiri dari 48 Pasal yang dimuat dalam 12 Bab, dimana setiap Bab dan Pasal mengatur secara komprehensif mengenai beberapa hal diantaranya: Ketentuan Umum, Penataan dan Pengawasan, Bahan Baku dan Proses Produk Halal, Proses dan Tata Cara Sertifikasi Halal, Pelaku Usaha, Kerjasama, Peran Serta Masyarakat, Pembiayaan, Penyelidikan dan Penyidikan, Ketentuan U'qubat dan Pidana serta Bagian Penutup. Lahirnya Qanun SJPH ini merupakan amanah dari Qanun nomor 8 tahun 2014 tentang Pokok Pokok Syariat Islam dimana pada Pasal 23 ayat 1 dan 2 disebutkan bahwa Pemerintah Aceh berkewajiban melaksanakan Sistem Jaminan Halal (SJH) terhadap barang dan jasa yang diproduksi dan beredar di Aceh, untuk ketentuan lebih lanjut dapat diatur dengan Qanun Aceh (KEMENAG ACEH, 2025).

Mengingat pentingnya isu ini, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi pengembangan produk UMKM Kue Arafik dalam mendukung industri halal. Penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai kondisi aktual UMKM, faktor-faktor penghambat dan pendukung, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas produk, memastikan kepatuhan syariah, dan memperkuat posisi produk di pasar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM di daerah serta menjadi referensi bagi upaya peningkatan daya saing industri halal di Pidie Jaya khususnya dan Aceh pada umumnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi pengembangan produk yang tepat bagi UMKM Kue Arafik dalam mendukung industri halal. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan UMKM agar mampu meningkatkandaya saing, memenuhi standar halal, serta berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal di Kecamatan Trienggadeng, Pidie Jaya.

Namun sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat umum dan terfokus pada wilayah perkotaan atau daerah dengan infrastruktur yang lebih maju seperti Jawa Timur dan Jawa Tengah. Belum banyak studi yang secara spesifik mengangkat konteks lokal di daerah seperti Kabupaten Pidie Jaya, khususnya terhadap UMKM berbasis produk tradisional seperti Kue Arafik yang memiliki

potensi besar namun belum optimal dalam implementasi strategi halal. Selain itu, pendekatan holistik yang menggabungkan tiga aspek penting sertifikasi halal, inovasi produk, dan strategi pemasaran dalam satu model pengembangan UMKM masih belum banyak dikaji secara mendalam. Padahal, sinergi ketiga elemen ini dapat menjadi kunci dalam membangun daya saing UMKM halal yang berkelanjutan di daerah. Maka judul kajian yang akan diteliti adalah **“Strategi Pengembangan Produk UMKM dalam Mendukung Industri Halal (Studi Pada Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kesiapan UMKM dalam memenuhi kewajiban sertifikat halal?
2. Bagaimana Strategi pengembangan pada UMKM industri halal pada produk kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengembangan UMKM Industri halal pada kue Arafik?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang diungkapkan, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk:

1. Mengetahui kesiapan UMKM dalam memenuhi kewajiban sertifikat halal.
2. Menyusun Strategi pengembangan pada UMKM industri halal pada produk kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya.
3. Mengetahui kendala yang dihadapi dalam pengembangan UMKM Industri halal pada kue Arafik.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Mengembangkan Literatur: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang pengembangan UMKM di sektor industri halal, khususnya dalam konteks produk makanan tradisional seperti Kue Arafik.
2. Kontribusi terhadap Teori Pengembangan UMKM: Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM, serta peran sertifikasi halal dan digital marketing dalam pengembangan produk lokal.
3. Memberikan Wawasan Baru: Penelitian ini dapat memperkenalkan konsep baru dalam pengembangan produk UMKM berbasis industri halal di daerah pedesaan, serta

memberikan pemahaman mengenai tantangan yang dihadapi UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran modern.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Pelaku UMKM: Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM, khususnya pengusaha Kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta cara meningkatkan daya saing melalui sertifikasi halal dan pemanfaatan teknologi digital.
2. Bagi Pemerintah Daerah: Memberikan informasi mengenai potensi dan tantangan yang dihadapi UMKM di Kabupaten Pidie Jaya dalam mengembangkan industri halal, serta pentingnya dukungan pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk lokal.
3. Bagi Konsumen: Meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya konsumsi produk halal serta memberikan akses lebih luas terhadap produk UMKM lokal yang telah memenuhi standar halal dan berkualitas.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk menggambarkan mengenai susunan isi skripsi secara teratur. Penelitian ini disusun dalam tiga bab yang masing-masing terdiri dari sub bab pembahasan sebagai acuan berpikir secara sistematis.

## **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini berisi mengenai pendahuluan yang adalah gambaran umum penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

## **BAB II: Landasan Teori**

Bab ini adalah kerangka teori dan landasan teori yang terdiri dari teori umum, temuan penelitian terkait, dan model penelitian atau kerangka berpikir.

## **BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini adalah metode penelitian yang terdiri dari penjelasan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, teknik analisis data.

## **BAB IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini merupakan bentuk pelaporan dari hasil penelitian dan pembahasan yang mengkaitkan dengan kerangka teori yang terdapat di bab II.

## **BAB V: Penutup**

Bagian ini merupakan bagian terakhir dari penelitian yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengembangan Produk UMKM**

##### **2.1.1 Pengertian UMKM**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Usaha Mikro adalah suatu unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang dimaksud dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (Tambunan, 2019).

Berdasarkan Pasal 1 angka 1, 2 dan 3 serta Pasal 6 ayat (1), (2), dan (3) Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, menggambarkan bahwa usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting bagi perekonomian nasional. Hal ini karena UMKM memberi akses terhadap peluang kesempatan kerja dari berbagai sektor usaha.

Sektor-sektor usaha UMKM sangat bervariasi, mulai industri, jasa, sektor informal dan sektor usaha pertanian dan perkebunan. Diantara sektor usaha tersebut sektor pertanian yang paling banyak menyerap tenaga kerja. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM didefinisikan sebagai berikut ini:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usahaperorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

### 2.1.2 Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM di Indonesia dapat dilihat dari beberapa aspek, termasuk jenis usaha, jumlah unit berdasarkan sektor, dan tingkat pendidikan pengusaha. Data menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM bergerak dalam sektor perdagangan besar dan eceran, dengan jumlah unit terbanyak pada sektor makanan dan pakaian jadi. UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar. Beberapa karakteristik umum UMKM antara lain (Satriaaji, 2023):

1. Modal terbatas, UMKM umumnya dimulai dengan modal yang terbatas. Pemilik usaha sering kali bergantung pada tabungan pribadi, pinjaman kecil, atau bantuan keuangan dari keluarga atau teman.
2. Jumlah karyawan terbatas, UMKM biasanya memiliki jumlah karyawan yang terbatas. Beberapa bahkan hanya dijalankan oleh satu orang atau keluarga pemilik usaha. Namun, ada juga UMKM yang memiliki beberapa puluh karyawan.
3. Pasar lokal atau regional, UMKM cenderung fokus pada pasar lokal atau regional. Mereka melayani kebutuhan dan permintaan di daerah sekitar mereka, meskipun beberapa juga bisa beroperasi secara nasional atau bahkan internasional.
4. Inovasi dan fleksibilitas, UMKM sering kali memiliki keunggulan dalam inovasi dan fleksibilitas. Mereka dapat

dengan cepat menyesuaikan produk atau layanan mereka dengan perubahan tren atau kebutuhan pasar yang baru.

5. Tingkat kepemilikan yang individual atau keluarga, UMKM sering kali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau keluarga. Ini memberikan sentuhan pribadi dalam operasionalnya dan pemilik usaha sering kali terlibat secara langsung dalam kegiatan sehari-hari.

### **2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan UMKM**

Faktor-faktor yang mempengaruhi produk UMKM dapat dibagi menjadi dua kategori utama, faktor Internal dan faktor eksternal. Faktor Internal meliputi aspek-aspek dalam perusahaan itu sendiri, seperti sumber daya manusia, manajemen, keuangan, dan kemampuan produksi. Sementara itu, faktor eksternal mencakup lingkungan di luar perusahaan yang juga berdampak pada produk UMKM, seperti kebijakan pemerintah, kondisi pasar, persaingan, dan akses terhadap Infrastruktur (Tambunan, 2019):

#### **1. Faktor Internal**

##### **a. Sumber Daya Manusia (SDM):**

Kualitas dan kompetensi pemilik, manajer, dan karyawan sangat mempengaruhi pengembangan produk UMKM. Keterampilan, pengetahuan, dan motivasi SDM dapat mendorong inovasi dan efisiensi produksi.

b. Manajemen

Efektivitas manajemen dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan operasional bisnis sangat penting. Manajemen yang baik dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan pengambilan keputusan strategis.

c. Keuangan

Akses terhadap modal, pengelolaan keuangan yang baik, dan kemampuan untuk mengendalikan biaya produksi adalah faktor kunci. Permodalan yang cukup memungkinkan UMKM untuk mengembangkan produk, berinvestasi dalam peralatan, dan memperluas pemasaran.

d. Teknologi dan Produksi

Kemampuan untuk mengadopsi teknologi yang tepat, mengelola proses produksi secara efisien, dan menghasilkan produk berkualitas tinggi akan meningkatkan daya saing.

e. Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif, termasuk identifikasi target pasar, promosi produk, dan membangun merek, sangat penting untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan.

## 2. Faktor Eksternal:

### a. Kebijakan Pemerintah

Peraturan pemerintah, insentif pajak, dukungan finansial, dan program pelatihan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM. Pemerintah juga dapat menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif untuk pertumbuhan UMKM.

### b. Kondisi Pasar

Perubahan preferensi konsumen, tren pasar, dan permintaan produk sangat mempengaruhi produk UMKM. UMKM perlu memahami kondisi pasar untuk dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka.

### c. Persaingan

Adanya persaingan dari UMKM lain atau perusahaan besar dapat memicu inovasi dan peningkatan kualitas produk. UMKM perlu mencari cara untuk membedakan diri dan menawarkan nilai tambah bagi konsumen.

### d. Infrastruktur

Akses terhadap jalan, listrik, air, dan fasilitas transportasi yang memadai dapat memudahkan operasional UMKM dan distribusi produk.

### e. Sosial Budaya

Faktor sosial budaya juga dapat mempengaruhi penerimaan produk UMKM. Memahami nilai-nilai dan

norma sosial budaya masyarakat dapat membantu UMKM dalam mengembangkan produk yang sesuai.

## **2.2 Strategi Pengembangan Produk UMKM**

### **2.2.1 Strategi Pengembangan**

Dari uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM merupakan upaya atau jalan yang tepat dalam proses mengembangkan atau meningkatkan kualitas UMKM agar dapat mencapai tujuan yang maksimal dan menciptakan UMKM yang lebih baik dan berkembang. Strategi yang dipilih untuk mengembangkan UMKM akan menentukan hasil akhir atau tujuan. Semakin tepat strategi yang dipilih saat mengembangkan UMKM, maka akan semakin baik pula hasil yang diperoleh para pelaku UMKM.

Strategi pengembangan adalah serangkaian rencana, langkah, dan pendekatan yang disusun untuk meningkatkan, memperluas, atau memajukan suatu organisasi, program, usaha, atau kegiatan agar mencapai tujuan yang lebih baik di masa depan. Strategi ini digunakan untuk melihat posisi saat ini, memahami peluang dan tantangan, lalu menentukan langkah konkret untuk mencapai perkembangan yang diinginkan. Strategi pengembangan adalah rencana jangka panjang yang disusun secara sistematis untuk meningkatkan kapasitas, kualitas, dan keberlanjutan suatu organisasi, program, atau kegiatan (David, 2017). Strategi ini difokuskan pada upaya memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta memperbaiki kelemahan dan mengatasi ancaman.

Kotler & Keller (2017) menjelaskan bahwa strategi pengembangan adalah proses sistematis dalam menganalisis kondisi, merancang rencana, serta melaksanakan langkah-langkah untuk memperluas pasar, meningkatkan nilai, dan memperbaiki kualitas layanan atau program. Strategi pengembangan merupakan langkah yang dirancang berdasarkan analisis kondisi internal dan eksternal (melalui SWOT) untuk menentukan arah pengembangan organisasi atau program secara terukur (Rangkuti, 2015).

Strategi pengembangan merupakan perpaduan antara perencanaan strategis dan upaya peningkatan kapasitas organisasi atau usaha. Menurut Rangkuti (2016), strategi pengembangan adalah upaya sistematis yang dilakukan organisasi untuk meningkatkan kinerja melalui analisis lingkungan internal dan eksternal. Menurut David (2011), strategi pengembangan merupakan bagian dari manajemen strategis yang difokuskan pada perluasan, peningkatan, dan keberlanjutan organisasi.

Menurut Rangkuti (2016) tujuan strategi pengembangan antara lain:

1. Meningkatkan daya saing usaha
2. Memperluas pasar dan jaringan
3. Meningkatkan kualitas produk dan layanan
4. Menjamin keberlanjutan usaha
5. Menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan

Jenis-jenis strategi pengembangan menurut Rangkuti (2016) adalah sebagai berikut:

1. Penetrasi pasar, meningkatkan pangsa pasar dengan produk yang ada.
2. Pengembangan produk, mengembangkan produk baru untuk pasar yang sudah ada.
3. Pengembangan pasar, memasuki pasar baru dengan produk yang ada.
4. Diversifikasi, mengembangkan produk baru untuk pasar baru.

### **2.2.2 Prinsip-Prinsip Pengembangan UMKM**

Ada beberapa prinsip yang harus dijadikan acuan dalam mengembangkan UMKM (Budiarto, 2019: 96-97):

1. Kemaslahatan, dalam hal kemaslahatan, itu berarti kebaikan dan saling menguntungkan. Pola pengembangan UMKM memiliki manfaat yang nyata dan harus dirasakan oleh semua pihak yang terlibat. Orientasi kepentingan ini diperkuat dengan mengikuti prinsip kerja sama masa kini menjadi lebih intensif dengan mengikuti prinsip kerja sama saat ini: saling menguntungkan dan saling memberi manfaat antara berbagai pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan UMKM.
2. Kemandirian bangsa, pengembangan UMKM bertujuan untuk memperkuat UMKM sebagai kekuatan utama penopang perekonomian Indonesia. Termasuk juga tujuan agar UMKM dapat memenuhi kebutuhan nasional dengan

produk dan karya anak bangsa. Dengan demikian, memperkuat UMKM sebagai pilar kemandirian nasional.

3. Terukur, mengembangkan UMKM membutuhkan tujuan yang tepat. Program pembangunan perlu dirancang dengan cermat dan tahapan tujuan yang ingin dicapai perlu diperjelas. Akhir dari setiap program harus dapat diukur secara kualitatif dan kuantitatif.
4. Komprehensif, dalam kegiatan tersebut, program pengembangan UMKM perlu melibatkan beberapa lembaga sebagai pelaku. Untuk itu memerlukan adanya koordinasi program-program yang akan dilaksanakan agar masing-masing lembaga dapat berpartisipasi dengan baik dalam program tersebut. Pemecahan masalah dan peningkatan UMKM harus menjadi prioritas utama dalam perencanaan program. Permasalahan dalam pengembangan UMKM tidak dapat diselesaikan hanya dalam satu bidang. Oleh karena itu, perlu diterapkan kepribadian yang komprehensif ketika melakukan kegiatan pengembangan UMKM.
5. Berkelanjutan, untuk membentuk UMKM yang mandiri dan baik, pengembangan UMKM tidak bisa dilakukan dalam waktu yang singkat. Kita perlu melanjutkan program agar UMKM dapat terus berkembang untuk meningkatkan taraf hidup. Program berkelanjutan

diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan UMKM secara tuntas.

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Q.S Al-Baqarah:186)

Allah SWT. menjelaskan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 186 bahwasanya menegaskan kedekatan Allah SWT dengan hamba-Nya, bahwa Allah Maha Mengabulkan doa orang yang memohon kepada-Nya, serta memerintahkan manusia untuk memenuhi perintah-Nya dan beriman agar senantiasa berada dalam kebenaran (petunjuk), terutama sebagai penguatan motivasi berdoa saat beribadah, seperti di akhir Ramadan. Ayat ini muncul sebagai jawaban ketika ada pertanyaan tentang jarak Allah, menekankan bahwa Allah lebih dekat dari urat nadi kita dalam mendengar dan menjawab doa, bukan secara tempat fisik.

Pada ayat lainnya Allah SWT. menjelaskan pada Q.S Al-Mu'minun ayat 51:

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٥١﴾

Artinya: “Allah berfirman, “Wahai para rasul, makanlah dari (makanan) yang baik-baik dan beramal salehlah. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(Q.S AL-Mu’minun:51)

Pada ayat ini Allah SWT. menjelaskan bahwsanya perintah Allah kepada para rasul (dan juga umatnya) untuk mengonsumsi rezeki yang halal lagi baik (*thayyibat*) dan mengerjakan amal saleh, karena Allah Maha Mengetahui segala perbuatan mereka dan akan memberikan balasan yang sesuai. Ayat ini menekankan bahwa makanan halal memengaruhi kualitas amal saleh, sehingga amal saleh yang diterima adalah yang berasal dari sumber rezeki yang baik, seperti yang dicontohkan oleh para nabi.

### 2.2.3 Aspek Strategi Pengembangan UMKM

Apabila dipetakan secara umum, permasalahan UMKM dapat diatasi dengan meningkatkan kualitas beberapa aspek: aspek pasar, aspek teknologi dan inovasi, aspek permodalan, dan aspek manajemen (Budiarto, 2019).

#### 1. Aspek Pasar

Memperhatikan aspek pasar merupakan salah satu hal terpenting dalam mengembangkan UMKM. Strategi ini digunakan agar produk dapat menembus pasar dan bertahan di pasar. Apalagi jika UMKM Indonesia

memiliki permasalahan tertentu, maka perlu mempertimbangkan upaya penguatan pasar ini, terutama dalam rangka menembus pasar yang ada dan meminimalkan hambatan masuk pasar (Budiarto, 2019):

- a. Peningkatan akses informasi pasar. Pemangku kepentingan proaktif untuk memastikan bahwa UMKM memperoleh informasi yang akurat, memberikan informasi pasar yang diperlukan secara terbuka dan adil kepada semua pelaku UMKM, dan memberikan informasi UMKM tentang koneksi mitra jaringan pemasaran yang ada.
- b. Pemenuhan standar kualitas pasar. Pemangku kepentingan diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas produk dengan mencari proses yang lebih baik, melatih pemangku kepentingan UMKM tentang standar kualitas produk dengan kelompok kontrol kualitas.
- c. Peluncuran produk inovatif sesuai dengan preferensi pasar. Pemangku kepentingan mengidentifikasi dan mengantisipasi perubahan preferensi konsumen, mengembangkan produk yang inovatif sesuai dengan preferensi pasar, serta mengembangkan dan memodifikasi proses pembuatan produk inovatif tersebut sehingga dapat membantu mempromosikan manfaat produk baru.

d. Pengembangan atau perluasan konsumen yang dituju. Pemangku kepentingan diharapkan dapat memainkan peran kolaboratif dalam pemasaran, peningkatan promosi, standarisasi produk, perizinan, keragaman, produk, peningkatan kualitas produk, dan mengikuti preferensi pasar

## 2. Aspek Teknologi dan Inovasi

Kelemahan umum UMKM di Indonesia adalah perlunya lebih memperkuat aspek teknologi. Dengan bantuan teknologi, maka dapat memecahkan beberapa masalah dalam proses produksi. Selain itu, teknologi dapat membantu dalam proses pengemasan atau pembungkusan, membuat produk terlihat bagus, utuh, tahan lama, dan menarik bagi konsumen. Teknologi khususnya teknologi informasi juga dapat digunakan dalam proses pemasaran yaitu memasarkan produk melalui email dan website (Budiarto, 2019). Menggabungkan teknologi dengan inovasi merupakan salah satu kunci pencapaian keunggulan UMKM. Melalui inovasi, akan dapat mempromosikan produktivitas dan daya saing serta sekaligus meningkatkan kemungkinan penerapan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Untuk mempertahankan posisi di pasar, perusahaan harus mampu membedakan produknya, menghadirkan produk yang berkualitas dan

memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah (Budiarto, 2019)

### 3. Aspek Permodalan

Salah satu faktor terpenting dalam rangka meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha adalah ketersediaan modal usaha yang cukup. Modal usaha dapat diperoleh dari pembiayaan sendiri, pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya atau subsidi dari pemerintah. Hal ini sesuai dengan keputusan pelaku usaha (Budiarto, 2019).

Permodalan merupakan salah satu faktor utama dalam strategi pengembangan karena berfungsi sebagai sumber pembiayaan seluruh aktivitas usaha, baik operasional maupun ekspansi. Menurut Riyanto (2011) permodalan adalah Keseluruhan dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan pengembangan usaha. Permodalan memiliki peran strategis, yaitu mendukung ekspansi usaha, modal dibutuhkan untuk memperluas kapasitas produksi, membuka cabang, atau memasuki pasar baru. Meningkatkan kualitas produk dan teknologi, pengembangan usaha memerlukan investasi pada peralatan, teknologi, dan inovasi produk. Menjaga

stabilitas operasional, modal kerja yang cukup menjamin kelancaran produksi dan distribusi.

#### 4. Aspek Manajemen

Tidak mudah menjalankan suatu usaha dalam waktu singkat. Menjalankan sebuah perusahaan membutuhkan proses belajar dan pengalaman. Pelaku UMKM harus mampu menjalankan usahanya dan mengatasi permasalahan yang muncul di dalam perusahaannya. Kemampuan untuk merespon dengan cepat dan tepat tantangan dan permasalahan yang dihadapi UMKM adalah kunci untuk tetap kompetitif. Kemampuan ini terkait dengan persaingan antar pelaku UMKM di bidang manajemen. Manajemen merupakan salah satu elemen kunci dalam proses pengembangan dan pengelolaan UMKM (Budiarto, 2019). Manajemen merupakan proses pengelolaan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Hasibuan (2016) manajemen adalah Ilmu dan seni mengatur pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Aspek manajemen memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan strategi pengembangan, antara lain:

Perencanaan, perencanaan menentukan arah dan tujuan pengembangan usaha. Pengorganisasian, pengorganisasian memastikan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas. Pelaksanaan, pelaksanaan menggerakkan seluruh sumber daya agar strategi dapat berjalan efektif. Pengawasan, pengawasan bertujuan memastikan kegiatan berjalan sesuai rencana dan melakukan perbaikan bila terjadi penyimpangan. Manajemen yang baik akan meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan risiko kegagalan, mempercepat pencapaian tujuan pengembangan, meningkatkan daya saing usaha. Keberhasilan strategi sangat ditentukan oleh kualitas manajemen dalam implementasi dan evaluasi strategi.

#### **2.2.4 Indikator Pengembangan Produk UMKM**

Menurut Kotler & Keller (2016), pengembangan produk meliputi segala aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan, memodifikasi, atau memperbaiki produk yang ditawarkan agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Dalam konteks UMKM makanan tradisional, indikator pengembangan produk mencakup beberapa aspek utama:

1. Inovasi produk

pelaku usaha dituntut untuk terus menciptakan varian baru, baik dari segi rasa, ukuran, maupun tampilan, agar tidak tertinggal dari kompetitor dan tetap diminati oleh konsumen.

## 2. Kualitas produk

Mencakup konsistensi rasa, tekstur, daya tahan produk, serta keamanan dan kebersihan bahan baku. Kualitas yang terjaga akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

## 3. Desain dan kemasan produk

Menarik, informatif, serta mencantumkan label halal dan informasi komposisi yang jelas. Kemasan bukan hanya pelindung fisik, melainkan juga alat komunikasi visual kepada konsumen tentang citra dan nilai produk

## 4. Legalitas dan sertifikasi

Seperti kepemilikan sertifikat halal dari BPJPH atau MUI, izin edar dari P-IRT atau BPOM, dan pendaftaran merek dagang. Legalitas ini sangat penting untuk menjamin keamanan dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal

## 5. Pemasaran produk

meliputi pemanfaatan media sosial, partisipasi dalam pameran, serta penggunaan platform e-commerce. Pemasaran digital menjadi kunci penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM halal (Sugiyono, 2022).

## 6. Peningkatan kapasitas produksi

Penambahan alat produksi, perekrutan tenaga kerja, atau pelatihan bagi SDM. Hal ini menunjukkan kesiapan UMKM untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat.

## 7. Respon terhadap konsumen

UMKM yang baik akan menyesuaikan produknya berdasarkan umpan balik konsumen, melakukan survei kepuasan (meskipun sederhana), dan memberikan pelayanan tambahan seperti kemasan untuk oleh-oleh atau produk musiman.

## 2.3 Industri Halal

### 2.3.1 Pengertian Industri Halal

Di dalam Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 44 tahun 2022 Tentang Penghargaan Industri Halal Indonesia menjelaskan, Industri Halal adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri, sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri yang dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Industri menurut KBBI ialah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Sedangkan halal artinya ialah diizinkan (tidak dilarang oleh syarak). Sehingga industri halal diartikan sebagai suatu kegiatan yang menggunakan sarana dan peralatan yang tidak dilarang oleh syariat dalam memproses atau mengelola barang.

Industri halal sering dikaitkan dengan suatu usaha untuk menghasilkan suatu produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan ketentuan agama Islam (syariah). Definisi ini muncul dikarenakan ramainya permintaan produk dan jasa halal di dunia. Sebelumnya,

diketahui bahwa industri halal dikaitkan dengan ekonomi halal, dimana penyebutan ekonomi halal jauh lebih dulu dikenal daripada industri halal (Sukoso et al., 2020).

Industri halal juga dapat diartikan sebagai industri yang melakukan kegiatan produksi dengan memperhatikan segala rangkaian kegiatan dari pemilihan bahan baku hingga pemilihan peralatan dan proses produksi hingga proses distribusi yang dilakukan berdasarkan syariat Islam. Hal ini diambil berdasarkan teori bahwa aspek kehalalan tidak hanya dilihat dari konsumsinya saja, tetapi juga melibatkan setiap aspek dan kegiatan di sepanjang rantai penawaran, dari supplier ke produsen dan seterusnya (Purnama & Auwalin, 2019)

Saat ini, halal sudah menjadi lifestyle bagi kalangan masyarakat muda sampai kalangan masyarakat lanjut usia, bahkan industri yang ada di Indonesia sekarang ini banyak yang menggunakan label maupun tagline untuk memperkuat brand image produk dan perusahaannya dengan sebutan halal, seperti produsen yang merupakan industri di bidang makanan dan minuman memberi tagline yaitu “*Halal Food is Quality Food*” dan sebagainya (Nisponi, 2021).

### **2.3.2 Industri Makanan dan Minuman Halal**

Industri makanan dan minuman halal adalah suatu kegiatan pengelolaan usaha yakni memproduksi, membuat, dan menghasilkan barang berdasarkan prinsip syariah yang mengutamakan kehalalan dari makanan dan minumannya, serta

mendapatkan sertifikasi halal dari LP POM MUI sebagai suatu tanda bukti bahwa produk yang diperjual belikan sudah sesuai dengan syarat kehalalan yang ditetapkan oleh Fatwa MUI (Nurdin et al., 2019)

Berdasarkan Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 dijelaskan Tentang Standardisasi Makanan dan Minuman Halal sebagai berikut:

1. Khamr
  - a. Khamr adalah setiap yang memabukkan, baik berupa minuman, makanan maupun lainnya. Hukumnya adalah haram.
  - b. Minuman yang termasuk dalam kategori khamr adalah minuman yang mengandung ethanol ( $C_2H_5OH$ ) minimal 1%.
  - c. Minuman yang termasuk dalam kategori khamr adalah najis.
  - d. Minuman yang mengandung ethanol di bawah 1% sebagai hasil fermentasi yang direkayasa adalah haram atas dasar (preventif), tapi tidak najis.
  - e. Minuman keras yang dibuat dari air perasan tape dengan kandungan ethanol minimal 1% termasuk kategori khamr.
  - f. Tape dan air tape tidak termasuk khamr, kecuali apabila memabukkan.

## 2. Ethanol, Fusel oil, Ragi, dan Cuka

- a. Ethanol yang merupakan senyawa murni yang bukan berasal dari industri khamr adalah suci.
- b. Penggunaan ethanol yang merupakan senyawa murni yang bukan berasal dari industri khamr untuk proses produksi industri pangan hukumnya: Mubah, apabila dalam hasil produk akhirnya tidak terdeteksi. Haram, apabila dalam hasil produk akhirnya masih terdeteksi.
- c. Penggunaan ethanol yang merupakan senyawa murni yang berasal dari industri khamr untuk proses produksi industri hukumnya haram.
- d. Fusel oil yang bukan berasal dari khamr adalah halal dan suci.
- e. Fusel oil yang berasal dari khamr adalah haram dan najis.
- f. Komponen yang dipisahkan secara fisik dari fusel oil yang berasal dari khamr hukumnya haram.
- g. Komponen yang dipisahkan secara fisik dari fusel oil yang berasal dari khamr dan direaksikan secara kimiawi sehingga berubah menjadi senyawa baru hukumnya halal dan suci.
- h. Cuka yang berasal dari khamr baik terjadi dengan sendirinya maupun melalui rekayasa, hukumnya halal dan suci.

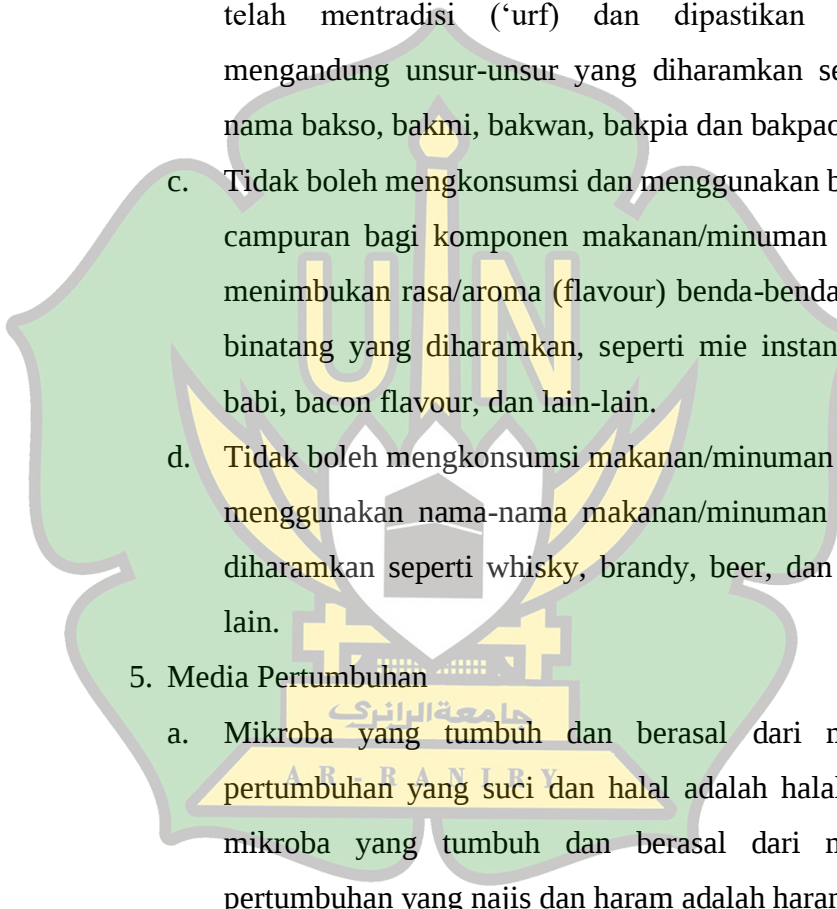
- i. Ragi yang dipisahkan dari proses pembuatan khamr setelah dicuci sehingga hilang rasa, bau dan warna khamr-nya, hukumnya halal dan suci.

### 3. Pemotongan Hewan

- a. Yang boleh menyembelih hewan adalah orang yang beragama Islam dan akil baligh.
- b. Cara penyembelihan adalah sah apabila dilakukan dengan membaca “basmalah” saat menyembelih; menggunakan alat potong yang tajam; memotong sekaligus sampai putus saluran pernafasan/ tenggorokan (hulqum), saluran makanan (mari’), dan kedua urat nadi (wadajain); dan pada saat pemotongan, hewan yang dipotong masih hidup.
- c. Pada dasarnya pemingsanan hewan (stunning) hukumnya boleh dengan syarat: tidak menyakiti hewan yang bersangkutan dan sesudah di-stunning statusnya masih hidup (hayat mustaqirrah).
- d. Pemingsanan secara mekanik, dengan listrik, secara kimiawi ataupun cara lain yang dianggap menyakiti hewan, hukumnya tidak boleh.

### 4. Masalah Penggunaan Nama dan Bahan

- a. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan/atau simbol-simbol makanan/minuman yang mengarah kepada kekufuran dan kebatilan.

- 
- b. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan nama dan/atau simbol-simbol makanan/minuman yang mengarah kepada nama-nama benda/binatang yang diharamkan terutama babi dan khamr, kecuali yang telah mentradisi ('urf) dan dipastikan tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan seperti nama bakso, bakmi, bakwan, bakpia dan bakpao.
  - c. Tidak boleh mengonsumsi dan menggunakan bahan campuran bagi komponen makanan/minuman yang menimbulkan rasa/aroma (flavour) benda-benda atau binatang yang diharamkan, seperti mie instan rasa babi, bacon flavour, dan lain-lain.
  - d. Tidak boleh mengonsumsi makanan/minuman yang menggunakan nama-nama makanan/minuman yang diharamkan seperti whisky, brandy, beer, dan lain-lain.
5. Media Pertumbuhan
- a. Mikroba yang tumbuh dan berasal dari media pertumbuhan yang suci dan halal adalah halal dan mikroba yang tumbuh dan berasal dari media pertumbuhan yang najis dan haram adalah haram.
  - b. Produk mikrobial yang langsung dikonsumsi yang menggunakan bahan-bahan yang haram dan najis dalam media pertumbuhannya, baik pada skala

penyegaran, skala pilot plant, dan tahap produksi, hukumnya haram.

- c. Produk mikrobial yang digunakan untuk membantu proses memproduksi produk lain yang langsung dikonsumsi dan menggunakan bahan-bahan haram dan najis dalam media pertumbuhannya, hukumnya haram.
  - d. Produk konsumsi yang menggunakan produk mikrobial harus ditelusuri kehalalannya sampai pada tahap proses penyegaran mikroba.
6. Masalah Kodok Yang menjadi pertimbangan dalam masalah kodok adalah faktor lingkungan. Nabi shallallahu alaihi wasallam melarang membunuh kodok. Jadi, haram membunuh dan memakan kodok
7. Masalah Lain-lain
- a. Masalah sertifikat halal yang kedaluwarsa: Untuk daging impor, batasannya adalah per pengapalan (shipment) sepanjang tidak rusak. Untuk daging lokal, batasannya maksimal 6 bulan. Untuk flavour impor dan lokal, batasannya maksimal satu tahun. Untuk bahan-bahan lainnya baik impor maupun lokal, batasannya maksimal 6 bulan.
  - b. Masalah lembaga sertifikat halal luar negeri: Perlu ada standard akreditasi dalam hal SOP dan fatwanya. Jika diragukan kebenarannya, harus diteliti ulang.

- c. Masalah mencuci bekas babi/anjing: Caranya di-sertu (dicuci dengan air 7 kali yang salah satunya dengan tanah/debu atau penggantinya yang memiliki daya pembersih yang sama), dan suatu peralatan tidak boleh digunakan bergantian antara produk babi dan non babi meskipun sudah melalui proses pencucian.

### **2.3.3 Indikator Industri Halal**

Menurut Zailani et al. (2015), indikator utama dalam industri halal mencakup lima aspek penting yang saling berkaitan yaitu

1. Kepatuhan terhadap prinsip halal dan thayyib, yakni seluruh proses produksi harus menggunakan bahan baku halal, serta terhindar dari najis dan unsur haram, sesuai dengan kaidah syariat Islam. Kedua,
2. Kepemilikan sertifikasi halal resmi, dari lembaga otoritatif seperti BPJPH atau LPPOM MUI yang menunjukkan bahwa produk telah melewati audit dan prosedur yang ketat untuk memastikan kehalalannya.
3. Dalam menerapkan komitmen dan kesadaran pelaku usaha, prinsip halal secara menyeluruh, mulai dari pengetahuan, nilai, hingga praktik dalam operasional bisnis.
4. Persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal menjadi indikator penting karena kepercayaan ini sangat memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.
5. Daya saing dan inovasi produk halal, hal ini juga menjadi penentu keberhasilan industri halal, mencakup kemampuan

produk dalam berinovasi, menjaga kualitas, serta memanfaatkan teknologi dan jaringan pemasaran untuk menembus pasar domestik maupun global. Kelima indikator ini menurut Zailani membentuk kerangka menyeluruh yang menjadi dasar dalam menilai kinerja dan keberlangsungan industri halal dalam konteks modern.

Industri halal adalah sektor ekonomi yang menghasilkan produk dan layanan yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Untuk mengetahui apakah suatu produk, jasa, atau institusi memenuhi standar halal, digunakan sejumlah indikator yang sudah diakui dalam literatur ekonomi Islam dan standar halal internasional. Indikator-indikator utama industri halal adalah sebagai berikut (Zailani, 2015):

1. Kepatuhan Syariah

Indikator yang menunjukkan bahwa seluruh proses bisnis mengikuti aturan syariah:

- Tidak mengandung unsur haram (babi, alkohol, najis).
- Tidak mengandung unsur riba, gharar, atau maysir (khusus sektor keuangan).
- Mengikuti fatwa dan ketentuan DSN-MUI

Menurut Chapra (2000), kepatuhan syariah adalah fondasi utama industri halal karena menentukan keabsahan aktivitas ekonomi dalam Islam.

## 2. Sertifikasi dan standar halal

Indikator ini menilai apakah produk/jasa memiliki dokumen resmi yang menjamin kehalalannya.

- Memiliki Sertifikat Halal MUI atau BPJPH (di Indonesia).
- Mengikuti standar internasional seperti OIC/SMIIC Halal Standards.
- Menggunakan logo halal pada kemasan.

Menurut LPPOM-MUI (2017), sertifikasi halal merupakan bukti legal bahwa suatu produk memenuhi standar halal dari hulu ke hilir.

## 3. Bahan baku dan komposisi

Menilai bahan yang digunakan harus halal dan tidak tercampur najis.

- Sumber bahan berasal dari hewan halal.
- Bahan turunannya (enzim, gelatin, emulsifier) tidak berasal dari bahan haram.
- Tidak terjadi kontaminasi silang.

Menurut Ambali & Bakar (2014), transparansi bahan baku adalah aspek kunci dalam industri halal modern.

## 4. Proses produksi halal (Supply Chain Halal)

Semua harus bebas dari bahan haram dan dijaga dari kontaminasi dan harus meliputi seluruh tahapan:

- Pengolahan
- Penyimpanan

- Pengemasan
- Distribusi
- Logistik

Zulfakar, Jie, & Chan (2018) menekankan bahwa *halal supply chain* tidak hanya memastikan bahan halal, tetapi juga proses yang halal.

#### 5. Higenitas dan Keamanan (Halalan Thayyiban)

Bukan hanya halal, tetapi juga *thayyib* (baik dan aman).

Indikatornya adalah:

- Memenuhi standar kebersihan.
- Produk aman dikonsumsi.
- Memenuhi standar BPOM atau keamanan pangan.

Menurut Al-Qaradawi (2014), halal harus disertai *thayyib* demi menjaga kemaslahatan dan kesehatan.

#### 6. Etika produksi dan bisnis

Indikator yang menilai aspek moralitas:

- Tidak merugikan konsumen.
- Memperhatikan kesejahteraan pekerja.
- Menjaga keberlanjutan lingkungan (green halal).

Menurut Beekun (1997), etika bisnis Islam mencakup keadilan, kejujuran, dan amanah dalam seluruh tahapan produksi.

#### 7. Traceability dan transparansi

Indikator dimana pelaku industri dapat:

- Menyediakan informasi bahan baku.

- Melacak asal-usul produk.
- Memiliki sistem audit internal.

Riaz & Chaudry (2004) menyebut *traceability* sebagai prasyarat penting dalam jaminan halal modern.

#### 8. Manajemen halal internal

Indikator tata kelola:

- Adanya tim/komite halal.
- Audit internal halal secara berkala.
- Pelatihan karyawan tentang halal.

Menurut LPPOM-MUI (HAS 23000), manajemen halal diperlukan untuk menjaga konsistensi penerapan standar halal.

### 2.4 Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan industry produk halal sudah banyak diteliti sebelumnya oleh beberapa peneliti yang lain diantaranya, Pujiono *et.,al* (2018) meneliti tentang Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global menggunakan metode penelitian kualitatif menunjukkan bahwa tantangan utama dalam pengembangan UMKM halal adalah kurangnya sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga keuangan syariah. Selain itu, aspek edukasi dan pendampingan untuk memperoleh sertifikasi halal juga masih sangat terbatas. Studi ini menghasilkan strategi berbasis SWOT untuk meningkatkan kapasitas UMKM, mulai dari

peningkatan mutu produk, pelatihan halal, hingga akses pemasaran digital.

Kurdi & Imam (2020) meneliti tentang Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE menggunakan metode penelitian kualitatif menunjukkan bahwa hasil analisis SWOT yang dilakukan menunjukkan bahwa posisi pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman. Maka Strategi yang bisa diterapkan untuk peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan untuk menghindari penipuan dan kecurangan.

Abiyu & Aulia (2024) meneliti tentang Peningkatan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Digital Marketing pada UMKM menggunakan metode penelitian ABCD (Asset Based Community Developmen) menunjukkan bahwa Sosialisasi sertifikasi halal membantu UMKM memahami pentingnya memenuhi standar kehalalan dalam produk mereka, sementara pendampingan sertifikasi melibatkan bantuan praktis dalam menghadapi proses sertifikasi yang kompleks. Dengan memanfaatkan potensi teknologi dan pemasaran digital, UMKM di Desa Pesawahan telah berhasil memperluas jangkauan produk mereka dan meningkatkan daya saing mereka.

Faqih & Bastomi (2022) meneliti tentang Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Global menggunakan metode penelitian kepustakaan

menunjukkan bahwa inovasi produk, penguatan branding halal, dan kolaborasi dengan institusi keuangan syariah menjadi elemen kunci dalam peningkatan daya saing UMKM di pasar halal domestik dan internasional.

Mihani (2020) meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dapur Etam Sejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan menggunakan metode penelitian kualitatif menunjukkan bahwa terdapat delapan strategi yang tepat sebagai upaya pengembangan usaha Dapur Etam Sejahtera Samarinda. Dari delapan strategi yang prioritas yang harus dilaksanakan usaha Dapur Etam Sejahtera adalah mempertahankan kualitas produk (8,29), memaksimalkan kapasitas produksi (8,13), dan selalu meningkatkan daya saing penjualan (8,01). Berbagai tantangan yang dihadapi diharapkan delapan alternatif strategi tersebut dapat meningkatkan penjualan dan perkembangan usaha.

Vera Maria (2024) meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang menggunakan metode penelitian kualitatif menunjukkan bahwa UMKM di Kecamatan Serang memiliki ciri khas yang unik dan beragam, mencerminkan keanekaragaman budaya dan sumber daya lokal yang ada. Mereka sering kali menggabungkan tradisi lokal dengan inovasi modern, menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah dan daya tarik yang tinggi.

Riyanthi Idayu (2021) meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten menggunakan metode kualitatif deskriptif menunjukkan bahwa pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang antara lain aspek Permodalan, Produksi, Teknologi, Pemasaran, SDM, Birokrasi, Sarana dan Prasarana, serta Sosial dan Ekonomi. Selain itu strategi yang tepat dilakukan dalam upaya pengembangan UMKM di Desa Nembol adalah Strategi SO (Growth). Strategi SO (Growth) merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan yang ada untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Danarti (2023) Meneliti tentang Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia menggunakan metode kualitatif deskriptif menunjukkan bahwa Potensi dan peluang pengembangan UMKM Halal sangat besar karena didukung oleh aspek pasar, jumlah UMKM Halal, kesiapan kerangka kebijakan, dan peningkatan ekspor produk halal. Sektor pengembangan potensial UMKM halal adalah di bidang makanan-minuman, fashion, farmasi dan kosmetika, travel, perhotelan pariwisata, media dan rekreasi film dan keuangan syariah.

Riswan (2023) meneliti tentang Strategi Pengembangan UMKM Halal Berbasis ECCOMERCE Dalam Memperluas Pemasaran menggunakan metode kepustakaan menunjukkan bahwa

Pengetahuan dan pemahaman pemuda Masjid Jami' Ulayat akan meningkat menuju adopsi UMKM Halal dan kesejahteraan masyarakat melalui produktivitas ekonomi masyarakat Bakat Pemuda Masjid Jami' Ulayat. Penyerapan bahan selama pengolahan bahan UMKM Halal dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Halal sehingga pengembangan tidak dilakukan dengan baik.

Faqih Supandi (2022) meneliti tentang Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jember Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional menggunakan metode kepustakaan menunjukkan bahwa Strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar global dan Nasional adalah dengan cara meningkatkan sertifikat halal pada produk yang dihasilkan, meningkatkan SDM UMKM halal, pengoptimalan teknologi yang modern dan tepat guna untuk dapat memenuhi standarisasi UMKM halal dan memperkuat konsolidasi dan koordinasi dengan industri (hilirisasi) sehingga pelaku UMKM tersebut dapat bersaing dengan pasar global.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

| No | Penelitian dan Judul                                                                              | Metode Penelitian                                                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Persamaan & Perbedaan                                |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1. | Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global (Pujiono,2018) | Metode penelitian ini menggunakan metode literature review yang mencari sumber data sekunder yang mendukung penulisan | Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, maka strategi utama UMKM halal agar dapat menghadapi persaingan global adalah dengan cara meningkatkan sertifikasi UMKM halal, meningkatkan kualifikasi SDM UMKM halal, penggunaan teknologi modern dan tepat guna untuk memenuhi standar produk UMKM halal, memperkuat keterkaitan dengan industri (hilirisasi), | Metode penelitian dan lokasi penelitian.             |
| 2  | Analisis Strategi Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing (Kurdi & Imam, 2020)            | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif,                                      | Pelaku usaha harus bisa memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman. Maka Strategi yang bisa diterapkan untuk                                                                                                                                                                                                                                     | Perbedaannya yaitu ada pada letak tempat penelitian. |

| No | Penelitian dan Judul                                                                         | Metode Penelitian                                 | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                          | Persamaan & Perbedaan           |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
|    |                                                                                              |                                                   | peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep adalah membangun kedekatan yang baik dengan pelanggan serta meningkatkan inovasi produk untuk menghindari palgiator dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan. |                                 |
| 3  | Peningkatan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Digital Marketing pada UMKM (Abiyu & Aulia,2024) | Penelitian ABCD (Asset Based Community Developmen | Sosialisasi sertifikasi halal membantu UMKM memahami pentingnya memenuhi standar kehalalan dalam produk mereka, sementara pendampingan sertifikasi melibatkan bantuan praktis dalam menghadapi                                            | Variabel dan Metode penelitian. |

| No | Penelitian dan Judul                                                                                          | Metode Penelitian                                                                                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                            | Persamaan & Perbedaan                      |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|    |                                                                                                               |                                                                                                                                  | proses sertifikasi yang kompleks. Dengan memanfaatkan potensi teknologi dan pemasaran digital, UMKM di Desa Pesawahan telah berhasil memperluas jangkauan produk mereka dan meningkatkan daya saing mereka. |                                            |
| 4  | Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Global (Faqih & Bastomi,2022) | Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan telaah dokumentasi atau survey. | Inovasi produk, penguatan branding halal, dan kolaborasi dengan institusi keuangan syariah menjadi elemen kunci dalam peningkatan daya saing UMKM di pasar halal domestik dan internasional                 | Variabel Penelitian dan Metode penelitian. |
| 5  | Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)                                                  | Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik                                                                        | Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat delapan strategi yang tepat sebagai upaya                                                                                                             | Metode penelitian dan lokasi penelitian.   |

| No | Penelitian dan Judul                                                                                                                     | Metode Penelitian                                                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Persamaan & Perbedaan                    |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|    | Dapur EtamSejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan (Mihani,2020)                                                                 | pengumpulan data melalui wawancara dan telaah dokumentasi atau survey.                                                | pengembangan usaha Dapur Etam Sejahtera Samarinda. Dari delapan strategi yang prioritas yang harus dilaksanakan usaha Dapur Etam Sejahtera adalah mempertahankan kualitas produk.                                                                                                                 |                                          |
| 6  | Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang (Vera Maria,2024) | Metode penelitian ini menggunakan metode literature review yang mencari sumber data sekunder yang mendukung penulisan | UMKM di Kecamatan Serang memiliki ciri khas yang unik dan beragam, mencerminkan keanekaragaman budaya dan sumber daya lokal yang ada. Mereka sering kali menggabungkan tradisi lokal dengan inovasi modern, menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah dan daya tarik yang tinggi. | Metode penelitian dan lokasi penelitian. |

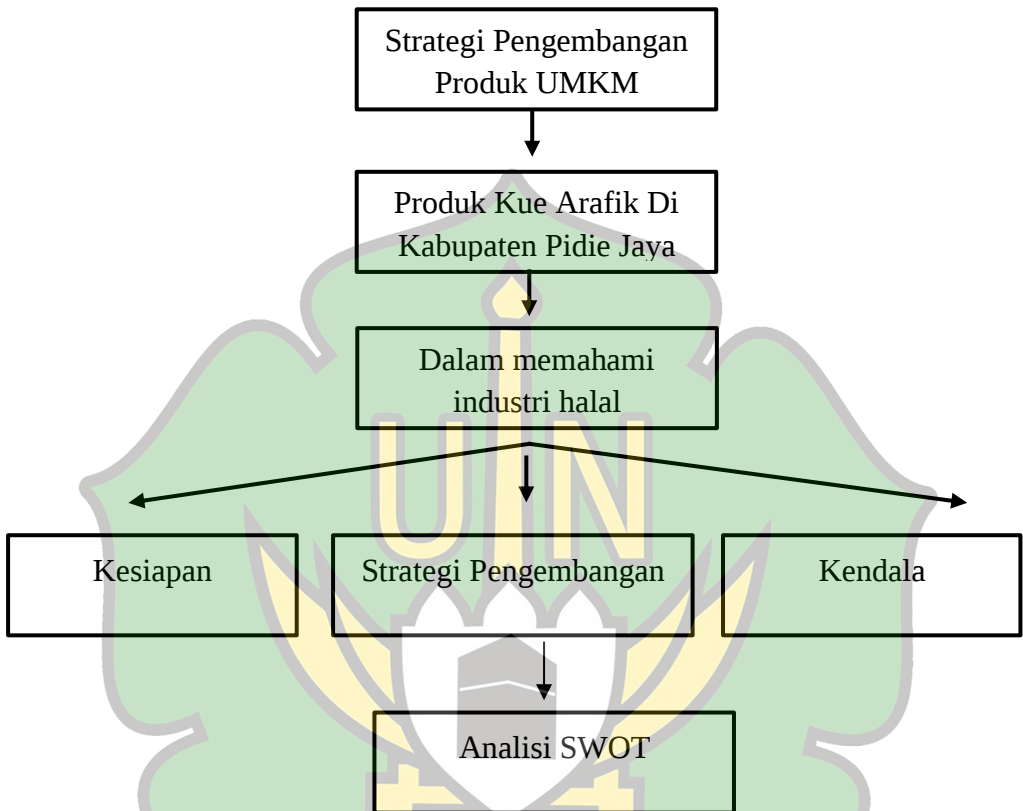
| No | Penelitian dan Judul                                                                                                                                                                                | Metode Penelitian                                                                                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Persamaan & Perbedaan                    |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 7  | Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten (Riyanthi Idayu,2021) | Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan telaah dokumentasi atau survey. | Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang ada di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang antara lain aspek Permodalan, Produksi, Teknologi, Pemasaran, SDM, Birokrasi, Sarana dan Prasarana, serta Sosial dan Ekonomi. Selain itu strategi yang tepat dilakukan dalam upaya pengembangan UMKM di Desa Nembol adalah Strategi SO (Growth). | Metode penelitian dan lokasi penelitian. |
| 8  | Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia (Dinanrti, 2023)                                                                                                                          | Metode penelitian ini menggunakan metode <i>literature review</i> yang mencari sumber data sekunder                              | Potensi dan peluang pengembangan UMKM Halal sangat besar karena didukung oleh aspek pasar, jumlah UMKM Halal, kesiapan                                                                                                                                                                                                                                     | Metode penelitian dan lokasi penelitian. |

| No | Penelitian dan Judul                                                                         | Metode Penelitian                                                                                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                   | Persamaan & Perbedaan                      |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|    |                                                                                              | yang mendukung penulisan                                                                                                         | kerangka kebijakan, dan peningkatan ekspor produk halal. Sektor pengembangan potensial UMKM halal adalah di bidang makanan-minuman, fashion, farmasi dan kosmetika.                                |                                            |
| 9  | Strategi Pengembangan UMKM Halal Berbasis ECCOMERCE Dalam Memperluas Pemasaran (Riswan,2023) | Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan telaah dokumentasi atau survey. | Pengetahuan dan pemahamanpemukda Masjid Jami' Ulayat akan meningkatmenuju adopsi UMKM Halaldan kesejahteraan masyarakat melalui produktivitas ekonomi masyarakat Bakat Pemuda Masjid Jami' Ulayat. | Variabel Penelitian dan Metode penelitian. |
| 10 | Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jember Dalam                                    | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis                                                                    | meningkatkan sertifikat halal pada produk yang dihasilkan, meningkatkan SDM UMKM                                                                                                                   | Variabel Penelitian dan Metode penelitian. |

| No | Penelitian dan Judul                                      | Metode Penelitian  | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                             | Persamaan & Perbedaan |
|----|-----------------------------------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|    | Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Faqih Supandi,2022) | metode deskriptif, | halal, pengoptimalan teknologi yang modern dan tepat guna untuk dapat memenuhi stadarisasi UMKM halal dan memperkuat konsolidasi dan kordinasi dengan industry (hilirisasi) sehingga pelaku UMKM tersebut dapat bersaing dengan pasar global |                       |



## 2.5 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

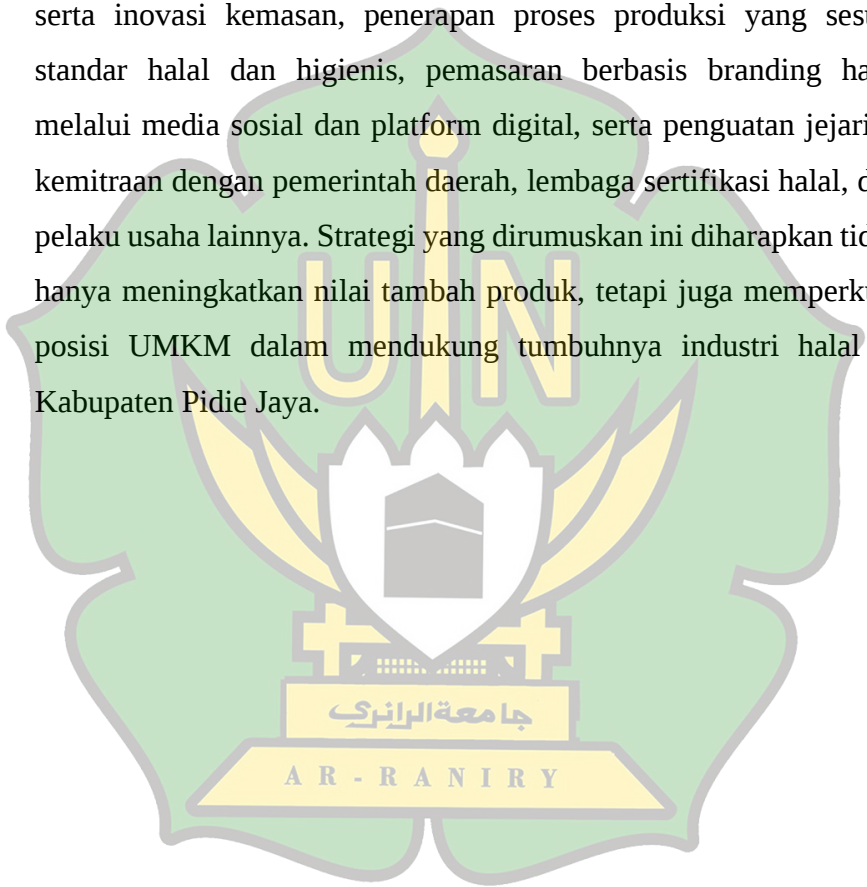
Berdasarkan Gambar 2.1, menunjukkan bahwa tujuan penelitian ini adalah ingin mengkaji bagaimana strategi pengembangan sektor halal yang di fokuskan pada produk UMKM kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya. Dalam hal ini peneliti akan melakukan analisis terkait dengan bagaimana pemahaman para pelaku UMKM kue Arafik ini terhadap sektor halal dan bagaimana persiapan perilaku UMKM dan bagaimana strategi yang di terapkan

pemerintah dalam UMKM ini untuk mengukur kesiapan dan kendala pengembangan produk UMKM halal terutama kue Arafik dan melihat kendala pada pemasaran produk kueh Arafik di UMKM di Kabupaten Pidie Jaya.

Industri halal saat ini menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan semakin tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya produk yang terjamin kehalalannya. Hal ini menjadikan sertifikasi halal, kebersihan, keamanan, dan inovasi produk sebagai tuntutan utama dalam persaingan usaha, termasuk bagi UMKM makanan. Oleh karena itu, UMKM yang mampu menyesuaikan diri dengan standar industri halal akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang.

Dalam konteks UMKM Kue Arafik, pengembangan produk sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Dari sisi internal, faktor-faktor seperti kualitas sumber daya manusia, pengetahuan tentang standar halal, keterampilan produksi, kemampuan berinovasi dalam rasa maupun kemasan, serta pengelolaan manajemen dan modal menjadi penentu utama keberhasilan usaha. Sementara dari sisi eksternal, dukungan kebijakan pemerintah dalam sertifikasi halal, adanya pelatihan dan pendampingan, tren pasar yang mengarah pada konsumsi produk halal, persaingan dengan produk sejenis, serta akses pasar melalui digitalisasi dan e-commerce turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM ini.

Dengan memperhatikan kedua faktor tersebut, diperlukan strategi pengembangan produk yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM Kue Arafik. Strategi tersebut meliputi pengembangan produk dengan menjaga kehalalan bahan baku, peningkatan kualitas serta inovasi kemasan, penerapan proses produksi yang sesuai standar halal dan higienis, pemasaran berbasis branding halal melalui media sosial dan platform digital, serta penguatan jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah, lembaga sertifikasi halal, dan pelaku usaha lainnya. Strategi yang dirumuskan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memperkuat posisi UMKM dalam mendukung tumbuhnya industri halal di Kabupaten Pidie Jaya.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang berupaya memahami fenomena sosial atau kemanusiaan dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata, melaporkan temuan rinci dari sumber informasi dan dilakukan dalam lingkungan alami. Penelitian kualitatif merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan dan mendeskripsikan secara naratif tindakan yang dilakukan serta dampak tindakan tersebut terhadap kehidupan mereka (Fadli, 2021).

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menguraikan suatu fakta secara maksimal dan terperinci sebagaimana kondisi sebenarnya di lapangan melalui berbagai data yang didapatkan terkait strategi pengembangan produk UMKM industri halal pada usaha kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya melalui pendekatan SWOT. Data yang telah ditampilkan kemudian diabstraksikan yang bertujuan untuk menampilkan fakta. Lalu, fakta tersebut diinterpretasi untuk menghasilkan informasi atau pengetahuan.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat, lingkungan atau wilayah yang direncanakan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai objek penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian. Lokasi penelitian yaitu di pusat lokasi penjualan kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya yang belum pernah diadakan penelitian yang serupa khususnya mengenai strategi pengembangan UMKM industri halal.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari (Basar, 2015). Data primer adalah diperoleh langsung dari informan penelitian, catatan hasil observasi dan wawancara selama di lapangan. Untuk mengumpulkan data dan informasi, sumber data yang akan digunakan oleh penulis ada dua jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Umar (2016) data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Adapun cara untuk mendapatkan data primer yaitu

melakukan wawancara langsung dengan mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh peneliti melalui pihak-pihak yang berkaitan dengan pengusaha kue Arafik yang ada di Kabupaten Pidie Jaya.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dan digali dari sumber data kedua. Sumber data tambahan berasal dari sumber data tertulis dapat di bagi atas sumber buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi. Dengan demikian sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari pihak lain yang tidak terkait dengan sumber data primer penelitian.

### 3.4 Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini mengambil subjek pada UMKM Kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng, Kabupaten Pidie Jaya. Sedangkan objek penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM Kue Arafik dalam mendukung industri halal.

Subjek dan objek penelitian termasuk ke dalam komponen penelitian kualitatif. Subjek penelitian merupakan informan atau narasumber yang dijadikan sampel data riset dalam penelitian (Mukhtazar, 2020). Adapun subjek pada penelitian ini adalah owner beserta karyawan yang terlibat sebagai pengelola pada usaha kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya.

Sedangkan objek dalam penelitian menurut Sugiyono (2014) adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari orang, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dicari jawabannya dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Adapun objek pada penelitian ini adalah strategi pengembangan produk UMKM industri halal pada kue Arafik di Kabupaten Pidie Jaya. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada keberadaan usaha kafe sebagai salah satu usaha mikro, kecil, menengah yang bisa menjadi rujukan bagi usaha kafe lainnya di Kota Banda Aceh yang sudah berhasil mengelola dan mempunyai strategi.

### **3. 5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan didalam pengumpulan data selama proses penelitian ini sebagai berikut (Sugiyono, 2015):

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan antara dua orang yang salah satunya bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan tertentu (Sugiyono, 2015). Penelitian ini mewawancarai pemilik UMKM dan masyarakat yang bekerja ditempat tersebut. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah proses wawancara yang menggunakan pedoman wawancara dimana metode ini memungkinkan pertanyaan baru muncul karena jawaban yang diberikan

oleh narasumber sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam.

Pada penelitian ini menggunakan metode Purposive sampling, yaitu teknik non-probability sampling di mana peneliti memilih responden secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jadi, sampelnya bukan dipilih secara acak, tapi karena dianggap paling tahu, paling berpengalaman, atau paling sesuai dengan topik yang diteliti.

**Tabel 3.1**  
**Data Informan Penelitian**

| No    | Keterangan Informan            | Jumlah |
|-------|--------------------------------|--------|
| 1     | Pelaku Usaha Kue Arafik        | 3      |
| 2     | Konsumen                       | 4      |
| 3     | Pegawai Disperindag Pidie Jaya | 3      |
| Total |                                | 10     |

Berdasarkan Tabel 3.1 data informan dalam mewawancarai masyarakat, peneliti memberikan beberapa kriteria, yaitu:

- Masyarakat yang melakukan usaha kue Arafik di desa Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya minimal 2 kali usaha dan atau sudah berlangsung selama 10 tahun.
- Konsumen yang membeli produk UMKM Kue Arafik desa Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya.

Peneliti mengambil sampel dalam mewawancarai masyarakat berdasarkan kriteria di atas sebanyak 10 informan yang terdiri dari bapak-bapak, ibu-ibu, dan remaja yang telah ikut berkontribusi pada usaha meningkatkan pengembangan usaha UMKM yang ada di desa Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya.

## 2. Pengamatan (Observasi)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2015). Observasi merupakan salah satu metode untuk menyimpulkan data, dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian untuk menarik kesimpulan. Peneliti mencoba memahami dan menganalisis berbagai gejala yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu strategi pengembangan produk UMKM industri.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap data yang diperoleh dari hasil analisis penelitian. Dokumentasi berperan sebagai data dukungan dalam satu penelitian. Pengumpulan data, baik dengan teknik observasi

ataupun wawancara peneliti sebagai peran utama dalam melengkapi kisi instrumen yang merupakan panduan untuk data observasi, wawancara dan dokumentasi. Melakukan teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi dengan jelas yang dapat menjelaskan kondisi tempat penelitian dan responden penelitian dengan teliti dan benar. Sehingga peneliti dapat semaksimal mungkin memahami data yang diperoleh dalam penelitian.

### **3. 6 Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud katakata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis (Sugiyono, 2013)

Menurut Miles dan Huberman kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verivikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data dan penarikan

kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data bukanlah suatu hal yang terpisah dari analisis. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi dan menulis memo.

#### 2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Menyajikan data adalah

sekumpulan informasi tersusun yang akan memberikan gambaran penelitian secara menyeluruh. Penyajian data penelitian kualitatif dapat berbentuk bagan, uraian singkat, flowchart, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Paling sering dari bentuk tampilan data untuk data penelitian kualitatif di masa lalu adalah teks narasi. Dengan kata lain, menyajikan data secara terperinci dan menyeluruh dengan mencari pola hubungannya. Penyajian data yang disusun secara singkat, jelas, terperinci dan menyeluruh akan lebih memudahkan dalam memahami gambaran terhadap aspek-aspek yang diteliti baik secara keseluruhan maupun secara parsial. Penyajian data selanjutnya disajikan dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan yang mulamula belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan

lapangan, pengkodeannya, penyimpanan dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya.

### 3. 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Kualitatif

Sugiyono (2013) dalam penelitian kualitatif, uji validitas dan reliabilitas tidak menggunakan istilah statistik seperti pada penelitian kuantitatif, melainkan menggunakan konsep keabsahan data (*trustworthiness*). Keabsahan data bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang sebenarnya di lapangan, khususnya pada UMKM Kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng. Menurut para ahli, keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi empat kriteria utama, yaitu *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

#### a. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Kredibilitas menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap data penelitian. Dalam penelitian ini, uji kredibilitas dilakukan melalui beberapa teknik berikut:

##### - Triangulasi

Triangulasi dilakukan untuk membandingkan data dari berbagai sumber, metode, dan waktu, sehingga diperoleh data yang lebih valid. Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan:

- Triangulasi sumber: membandingkan informasi dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen Kue Arafik.

- Triangulasi teknik: menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.
  - Triangulasi waktu: pengambilan data dilakukan pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi.
- Member Check  
Peneliti melakukan konfirmasi kembali kepada informan terkait hasil wawancara untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan.
  - Perpanjangan Pengamatan  
Peneliti melakukan pengamatan secara berulang di lokasi penelitian agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait strategi pengembangan produk Kue Arafik.
  - Ketekunan Pengamatan  
Peneliti mengamati secara cermat dan berkesinambungan terhadap aktivitas produksi dan pemasaran UMKM Kue Arafik guna memastikan data yang diperoleh akurat.
- b. Uji Transferabilitas (Transferability)
- Transferabilitas berkaitan dengan sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau dialihkan ke konteks lain. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan deskripsi yang rinci, jelas, dan sistematis mengenai kondisi UMKM Kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya, meliputi:
- Profil usaha
  - Proses produksi
  - Strategi pengembangan produk

- Kondisi pasar

Dengan penyajian data yang lengkap, pembaca dapat menilai sendiri apakah hasil penelitian ini relevan untuk diterapkan pada konteks lain.

c. Uji Dependabilitas (*Dependability*)

Dependabilitas berkaitan dengan konsistensi data penelitian.

Dalam penelitian ini, uji dependabilitas dilakukan dengan:

- Melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian, mulai dari perencanaan, pengumpulan data, hingga analisis data.
- Mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis.
- Melibatkan dosen pembimbing untuk melakukan pengecekan terhadap proses penelitian.

Dengan demikian, proses penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

d. Uji Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Konfirmabilitas berkaitan dengan objektivitas penelitian, yaitu sejauh mana hasil penelitian didasarkan pada data, bukan pada subjektivitas peneliti. Dalam penelitian ini, uji konfirmabilitas dilakukan dengan:

- Menyajikan data secara transparan dan apa adanya.
- Melampirkan bukti data seperti hasil wawancara, foto dokumentasi, dan catatan lapangan.
- Menghindari bias peneliti dalam menafsirkan data.

Dengan demikian, hasil penelitian mengenai strategi pengembangan produk Kue Arafik dapat dipastikan objektif dan dapat dipercaya.



## **BAB IV**

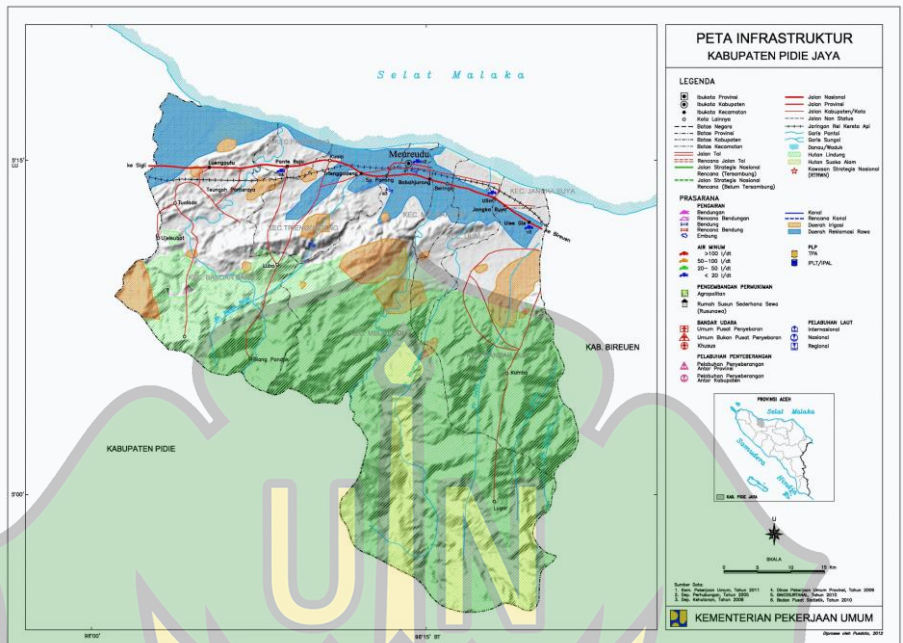
### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya**

##### **4.1.1 Profil Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya**

Desa Trienggadeng merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Trienggadeng, Kabupaten Pidie Jaya, Provinsi Aceh. Secara administratif, Kecamatan Trienggadeng merupakan salah satu dari delapan kecamatan yang ada di Kabupaten Pidie Jaya, dengan luas wilayah sekitar 148,46 km<sup>2</sup> atau sekitar 4,38% dari total luas wilayah Kabupaten Pidie Jaya (Bappeda Pidie Jaya, 2025). Kecamatan ini terdiri atas 27 gampong (desa) yang terbagi ke dalam beberapa kemukiman. Secara geografis, Kecamatan Trienggadeng memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Panteraja dan Selat Malaka,
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Meureudu dan Kecamatan Bandar Baru,
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Panteraja,
- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Meureudu.



**Gambar 4.1**  
**Peta Kecamatan Trienggadeng**

Berdasarkan data Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Pidie Jaya tahun 2023, Letak geografis tersebut menjadikan Trienggadeng sebagai salah satu wilayah yang strategis di Kabupaten Pidie Jaya karena berada di jalur lintas nasional yang menghubungkan Banda Aceh dengan Medan. Kondisi ini mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, termasuk aktivitas perdagangan dan usaha mikro yang tumbuh di daerah tersebut. Jumlah penduduk Kecamatan Trienggadeng mencapai sekitar 24.380 jiwa, yang terdiri dari 11.898 laki-laki dan 12.482 perempuan. Sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai

petani, nelayan, pedagang, serta pelaku usaha mikro dan kecil. Kondisi sosial masyarakatnya cenderung religius dan masih memegang kuat nilai-nilai budaya Aceh, termasuk dalam kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam.

Potensi ekonomi utama di Kecamatan Trienggadeng terletak pada sektor pertanian, perdagangan, dan usaha kecil menengah (UMKM). Komoditas pertanian seperti pisang, kelapa, dan mentimun menjadi produk unggulan daerah. Selain itu, sektor UMKM juga menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, terutama dalam bidang industri pangan olahan dan kuliner tradisional. Salah satu contoh UMKM yang berkembang di daerah ini adalah usaha Kue Arafik di Desa Trienggadeng, yang memproduksi kue tradisional khas Aceh dan telah dikenal di tingkat lokal. Namun demikian, kondisi geografis Kecamatan Trienggadeng yang sebagian wilayahnya tergolong dataran rendah menyebabkan beberapa desa rawan terhadap bencana banjir musiman. Hal ini dapat memengaruhi aktivitas ekonomi masyarakat, terutama dalam proses produksi dan distribusi produk UMKM.

Dengan potensi ekonomi yang dimiliki serta dukungan regulasi pemerintah daerah melalui penerapan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal, Desa Trienggadeng memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri halal berbasis UMKM. Penerapan prinsip halal dalam proses produksi dan pengelolaan usaha dapat menjadi nilai tambah yang meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Oleh

karena itu, Desa Trienggadeng layak dijadikan sebagai lokasi penelitian mengenai strategi pengembangan produk UMKM dalam mendukung industri halal, karena selain memiliki potensi usaha yang berkembang, juga mencerminkan karakteristik masyarakat Aceh yang religius dan berorientasi pada ekonomi berbasis syariah.

#### **4.1.2 Gambaran Umum Kue Arafik UMKM Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya**

UMKM Kue Arafik merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang industri pangan olahan tradisional di Desa Trienggadeng, Kecamatan Trienggadeng, Kabupaten Pidie Jaya. Usaha ini berdiri sejak tahun 2015 dan dikelola secara mandiri oleh masyarakat setempat dengan sistem usaha keluarga. Produk utamanya adalah kue tradisional khas Aceh seperti kue bolu, kue talam, dan kue timphan yang diproduksi menggunakan bahan-bahan lokal.

Kue Arafik telah menjadi salah satu sentra kuliner desa yang cukup dikenal di wilayah Pidie Jaya karena cita rasanya yang khas dan proses produksinya yang masih mempertahankan metode tradisional. Produksinya dilakukan setiap hari untuk memenuhi permintaan pasar lokal, terutama dari toko kue, warung kopi, serta pesanan untuk acara masyarakat seperti kenduri dan hari besar keagamaan (wawancara dengan Bapak Zulkifli Selaku pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Dalam pengelolaan usahanya, Kue Arafik menghadapi beberapa tantangan seperti keterbatasan modal, peralatan produksi

yang masih sederhana, dan kurangnya inovasi dalam pengemasan. Namun, pemilik usaha memiliki komitmen untuk menjaga kehalalan produk melalui pemilihan bahan baku yang halal, kebersihan proses produksi, serta pemisahan alat untuk bahan tertentu. Melihat potensi dan semangat pengembangan tersebut, Kue Arafik menjadi contoh representatif bagi UMKM lokal dalam mengembangkan strategi produk halal di tingkat desa. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan oleh UMKM tersebut dalam mendukung pertumbuhan industri halal di Kabupaten Pidie Jaya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kue Arafik merupakan salah satu usaha pangan rumahan yang berkembang di Desa Trienggadeng, Kecamatan Trienggadeng, Kabupaten Pidie Jaya. Usaha ini didirikan secara mandiri oleh masyarakat setempat dan telah menjadi bagian penting dari kegiatan ekonomi desa. Berdirinya Kue Arafik berawal dari inisiatif masyarakat yang ingin mengembangkan olahan kue tradisional khas Aceh menjadi produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang lebih tinggi di pasaran. UMKM Kue Arafik berfokus pada produksi berbagai jenis kue tradisional Aceh, seperti kue timphan, keukarah, kue bhoi, dan kue-kue kering lainnya yang banyak dikonsumsi masyarakat pada acara-acara keagamaan maupun adat. Produk yang dihasilkan mengandalkan bahan baku lokal seperti tepung beras, kelapa, gula merah, dan telur, yang mudah diperoleh dari petani dan pedagang di sekitar wilayah Trienggadeng. Hal ini menjadikan usaha Kue Arafik

tidak hanya berperan dalam meningkatkan perekonomian pemilik usaha, tetapi juga membantu menggerakkan ekonomi masyarakat setempat melalui rantai pasok lokal.

Dalam proses produksinya, Kue Arafik masih menggunakan metode tradisional dengan peralatan sederhana, namun tetap memperhatikan kebersihan dan kualitas bahan baku. Proses pembuatan dilakukan secara manual oleh tenaga kerja lokal, sebagian besar ibu rumah tangga, sehingga UMKM ini juga berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi perempuan di Desa Trienggadeng. Produksi dilakukan setiap hari dengan kapasitas yang disesuaikan dengan permintaan pasar, baik dari konsumen individu maupun pesanan dalam jumlah besar untuk acara tertentu (wawancara dengan Bapak Ahmad selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Dari sisi pemasaran, Kue Arafik memanfaatkan sistem penjualan langsung ke konsumen dan melalui toko-toko kecil di sekitar Kecamatan Trienggadeng. Dalam beberapa tahun terakhir, usaha ini juga mulai memperluas jangkauan pemasaran dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi dan pemesanan. Strategi ini membantu memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk di tengah perkembangan industri halal dan ekonomi digital saat ini.

Namun, dalam upaya mengembangkan produk dan mendukung industri halal, UMKM Kue Arafik masih menghadapi sejumlah tantangan. Di antaranya adalah keterbatasan pengetahuan

tentang sertifikasi halal, kurangnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan usaha, serta minimnya inovasi dalam pengemasan dan diversifikasi produk. Meskipun demikian, pemilik usaha menunjukkan komitmen untuk terus meningkatkan kualitas dan menjaga kehalalan produk yang dihasilkan. Seluruh bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang diyakini halal dan bersih, serta proses produksi dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip kebersihan dan etika kerja Islam (wawancara dengan Bapak Ahmad selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Keberadaan Kue Arafik menjadi contoh nyata bagaimana UMKM di daerah pedesaan seperti Trienggadeng berperan penting dalam mendukung pertumbuhan industri halal di Aceh. Dengan strategi pengembangan produk yang tepat, seperti inovasi rasa, peningkatan kualitas kemasan, dan sertifikasi halal, usaha ini berpotensi memperluas pasar ke tingkat yang lebih luas, tidak hanya di Kabupaten Pidie Jaya, tetapi juga di wilayah Aceh secara keseluruhan.

#### **4.2 Kesiapan UMKM Dalam Memenuhi Kewajiban Serifikat Halal**

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021, setiap produk yang beredar di Indonesia terutama makanan, minuman, obat, kosmetik, dan barang guna wajib memiliki sertifikat halal. Kewajiban ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada

konsumen Muslim bahwa produk yang dikonsumsi memenuhi standar halal dan *thayyib* (baik dan bersih).

Dasar hukum kewajiban sertifikasi halal di Indonesia, disebutkan bahwa berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021, setiap produk yang beredar di Indonesia, terutama produk seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan barang gunaan yang wajib memiliki sertifikat halal. Kewajiban sertifikasi halal ini memiliki tujuan utama, yaitu untuk. Dengan adanya sertifikat halal, konsumen memperoleh jaminan bahwa produk yang mereka memberikan perlindungan dan kepastian kepada konsumen Muslim konsumsi atau gunakan telah memenuhi standar halal, baik dari sisi bahan, proses produksi, maupun distribusinya. Selain itu, produk juga harus memenuhi prinsip *thayyib*, yang berarti baik, bersih, aman, dan layak dikonsumsi sertifikasi halal bukan hanya kewajiban hukum bagi pelaku usaha, tetapi juga merupakan bentuk perlindungan konsumen dan upaya menjaga kualitas produk sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Indikator kesiapan UMKM dalam memenuhi kewajiban sertifikat halal adalah sebagai berikut:

- a. Aspek bahan baku
- b. Aspek proses produksi
- c. Aspek Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)
- d. Aspek dokumentasi dan administrasi
- e. Aspek sumber daya manusia

- f. Aspek keuangan
- g. Aspek manajemen dan komitmen usaha
- h. Aspek pemasaran dan label produk

Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sertifikasi halal tidak hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga peluang strategis untuk meningkatkan daya saing, kepercayaan konsumen, dan akses pasar, baik di dalam maupun luar negeri. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, tingkat kesiapan Kue Arafik dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal berada pada tahap menengah, dengan beberapa aspek sudah terpenuhi, namun masih terdapat kendala teknis dan administratif (wawancara dengan Ibu Zulaikha selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Sertifikasi halal bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak hanya dipandang sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai peluang strategis. Sertifikasi halal dapat memberikan berbagai manfaat, seperti meningkatkan daya saing usaha, memperkuat kepercayaan konsumen, serta memperluas akses pasar, baik di pasar domestik maupun internasional. tingkat kesiapan Kue Arafik dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal berada pada tahap menengah. Artinya, usaha ini telah memenuhi sebagian persyaratan sertifikasi halal, namun belum sepenuhnya siap karena masih menghadapi kendala teknis dan administratif, seperti pemenuhan dokumen, pemahaman prosedur, atau pengelolaan sistem jaminan produk halal. Meskipun Kue Arafik memiliki potensi

besar untuk memanfaatkan sertifikasi halal sebagai keunggulan strategis, masih diperlukan pendampingan dan perbaikan internal agar proses sertifikasi dapat dilaksanakan secara optimal.

Dari aspek bahan baku, Kue Arafik telah menggunakan bahan baku yang memiliki label halal seperti tepung, mentega, gula, dan telur dari pemasok terpercaya. Pelaku usaha sudah memahami pentingnya memastikan rantai pasok halal (*halal supply chain*) dari hulu hingga hilir. Pada proses produksi dilakukan di dapur bersih dan terpisah antara bahan mentah dan matang, Namun, belum semua tahapan terdokumentasi secara sistematis seperti yang disyaratkan oleh Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), maka dari hal tersebut dapat dikategorikan cukup siap.

Kue Arafik telah menggunakan bahan baku yang berlabel halal, seperti tepung, mentega, gula, dan telur, yang diperoleh dari pemasok terpercaya. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sudah memiliki kesadaran dan pemahaman awal tentang pentingnya kehalalan bahan baku. pelaku usaha juga telah memahami pentingnya menjaga rantai pasok halal (*halal supply chain*), yaitu memastikan kehalalan produk sejak tahap pengadaan bahan (hulu) hingga produk sampai ke konsumen (hilir). Dari sisi proses produksi, kegiatan pengolahan dilakukan di dapur yang bersih, serta terdapat pemisahan antara bahan mentah dan bahan matang, yang merupakan praktik baik dalam menjaga kehalalan dan kebersihan produk. Kelemahan utama masih terdapat pada aspek dokumentasi. Tidak semua tahapan proses produksi dan penggunaan bahan baku

didokumentasikan secara sistematis, sebagaimana yang dipersyaratkan dalam Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Karena masih ada kekurangan pada aspek administratif ini, maka tingkat kesiapan Kue Arafik dikategorikan “cukup siap”, belum sepenuhnya siap untuk proses sertifikasi halal.

Pemilik belum memiliki dokumen manual halal, daftar bahan baku resmi, dan catatan audit internal yang dibutuhkan dalam proses sertifikasi, hal ini umum terjadi pada UMKM karena keterbatasan literasi administratif dan sumber daya manusia. Biaya sertifikasi halal, meskipun kini ada program sertifikasi halal gratis (SEHATI) dari BPJPH, tetap memerlukan biaya tambahan untuk pelatihan, perbaikan tempat produksi, dan dokumen pendukung, maka dari itu perlu lebih perhatian yang harus diberikan oleh pemerintah Kabupaten Pidie Jaya (wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Pemilik usaha belum memenuhi kelengkapan dokumen administratif halal yang menjadi syarat utama dalam proses sertifikasi halal. Dokumen yang belum dimiliki meliputi manual halal, daftar resmi bahan baku, serta catatan audit internal. Kekurangan dokumen ini merupakan kondisi yang umum terjadi pada UMKM, terutama disebabkan oleh rendahnya literasi administratif dan keterbatasan sumber daya manusia. Meskipun pemerintah melalui BPJPH telah menyediakan program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI), dalam praktiknya pelaku UMKM tetap harus menanggung biaya tidak langsung, seperti biaya pelatihan,

penyesuaian atau perbaikan tempat produksi, serta penyusunan dan pengurusan dokumen pendukung. Biaya-biaya tambahan ini menjadi beban tersendiri bagi UMKM. Perlunya perhatian dan dukungan yang lebih besar dari pemerintah Kabupaten Pidie Jaya, baik dalam bentuk pendampingan teknis, peningkatan kapasitas SDM, maupun bantuan fasilitasi biaya, agar UMKM seperti Kue Arafik dapat lebih mudah dan optimal dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal.

Pemilik usaha telah mengikuti sosialisasi dari Dinas Koperasi dan UMKM Pidie Jaya tentang pentingnya sertifikasi halal, namun belum sepenuhnya memahami prosedur teknis dan manfaat jangka panjang dari kepemilikan sertifikat halal, hal ini sudah dikategorikan relatif baik namun perlu adanya kesadaran baik dari pelaku usaha maupun pihak Pemerintah Kabupaten Pidie Jaya yang bertanggungjawab pada kegiatan ini untuk memakmurkan para pelaku usaha dan daerah Kabupaten Pidie Jaya.

#### **4.3 Strategi Pengembangan Produk Kue Arafik Dalam Mendukung Industri Halal**

Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya mencakup beberapa hal, yang pertama adalah Inovasi Produk yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM kue Arafik, Kue Arafik berinovasi dengan menghadirkan varian rasa baru seperti kue bhoi rasa pandan, durian, dan cokelat. Selain itu, kemasan produk diperbaharui agar lebih menarik dan tahan lama. Inovasi dilakukan dengan tetap mempertahankan cita rasa tradisional khas Aceh yang menjadi

identitas produk. Kemudian Peningkatan Kualitas Bahan Baku, seluruh bahan baku diperoleh dari sumber yang terjamin kehalalannya, seperti tepung, telur, dan mentega yang memiliki label halal dari MUI. Hal ini menjadi langkah penting dalam mendukung industri halal.

Sertifikasi Halal dan Perizinan Usaha, Kue Arafik telah mengajukan sertifikasi halal melalui program pendampingan dari Dinas Koperasi dan UMKM. Selain itu, usaha ini juga telah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) dan PIRT (Produksi Industri Rumah Tangga). Kemudian Peningkatan Kemasan dan Branding, desain kemasan dikembangkan agar lebih menarik dan informatif, mencantumkan logo halal, tanggal kadaluarsa, serta informasi gizi sederhana. Strategi branding juga dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business.

Pemasaran Digital, pemanfaatan media sosial menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar. Kue Arafik aktif mempromosikan produknya melalui Instagram dan Facebook, serta menerima pesanan secara online. Peningkatan Kapasitas SDM, Pemilik dan karyawan rutin mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas terkait mengenai pengolahan pangan halal, pengemasan, serta pemasaran digital.

Kue Arafik menerapkan inovasi baik dari segi varian rasa, bentuk, maupun kemasan. Inovasi ini bertujuan agar produk tidak monoton dan mampu menyesuaikan diri dengan selera pasar modern, tanpa meninggalkan cita rasa khas tradisional Aceh.

Beberapa bentuk inovasi yang dilakukan antara lain (wawancara dengan Bapak Arief Kurniawan selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng):

- Pengembangan varian rasa baru seperti rasa pandan, durian, cokelat, dan keju pada kue Arafik.
- Inovasi bentuk dan ukuran agar lebih praktis, misalnya versi mini pack yang mudah dibawa dan cocok dijadikan oleh-oleh.
- Penyesuaian resep agar lebih tahan lama tanpa bahan pengawet kimia, dengan memanfaatkan teknik pengeringan alami.

Inovasi ini penting karena konsumen saat ini cenderung mencari produk yang tidak hanya lezat, tetapi juga memiliki tampilan menarik dan higienis. Selain itu, inovasi produk juga menjadi bentuk adaptasi terhadap tren industri halal global, di mana produsen dituntut menghadirkan produk yang memenuhi standar halal, *thayyib* (baik), dan berkualitas.

Dalam mendukung industri halal, kualitas bahan baku menjadi hal yang paling utama. Kue Arafik menempatkan aspek kehalalan dan kebersihan bahan baku sebagai prioritas utama. Langkah-langkah yang dilakukan antara lain seperti, menggunakan bahan baku bersertifikat halal seperti tepung, gula, mentega, dan telur dari produsen terpercaya. Kemudian menghindari penggunaan bahan pengawet, pewarna, dan perisa buatan yang tidak memiliki label halal. Dan melakukan pengecekan bahan baku secara rutin,

terutama bahan yang memiliki potensi risiko seperti mentega atau emulsifier. Dengan menerapkan standar ini, produk Kue Arafik tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga membangun kepercayaan pasar terhadap brand halal lokal (wawancara dengan Ibu Siti Aminah selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Dalam upaya mendukung industri halal, kualitas bahan baku merupakan aspek yang paling penting. Kue Arafik menjadikan kehalalan dan kebersihan bahan baku sebagai prioritas utama dalam proses produksinya. Hal ini menunjukkan komitmen usaha terhadap prinsip halal dan keamanan pangan. Untuk mewujudkan komitmen tersebut, Kue Arafik melakukan beberapa langkah konkret, yaitu:

- a. Menggunakan bahan baku yang telah bersertifikat halal, seperti tepung, gula, mentega, dan telur, yang diperoleh dari produsen atau pemasok terpercaya;
- b. Menghindari penggunaan bahan pengawet, pewarna, dan perisa buatan yang tidak memiliki label halal, sehingga meminimalkan risiko ketidaksesuaian dengan standar halal;
- c. Melakukan pengecekan bahan baku secara rutin, terutama pada bahan-bahan yang berpotensi menimbulkan risiko kehalalan, seperti mentega atau bahan tambahan (misalnya emulsifier).

Dengan penerapan standar bahan baku tersebut, produk Kue Arafik tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga mampu membangun kepercayaan pasar terhadap Kue Arafik

sebagai brand halal lokal yang berkualitas dan dapat dipercaya. Kue Arafik mulai menerapkan sistem jaminan halal meskipun dalam skala kecil. Langkah-langkah yang dilakukan antara lain seperti, menyusun daftar bahan baku halal dan melakukan dokumentasi sederhana untuk keperluan audit halal. Mengikuti pendampingan sertifikasi halal dari Dinas Koperasi dan UMKM Pidie Jaya. Dan juga menyiapkan dokumen administrasi seperti identitas bahan, proses produksi, dan kebersihan peralatan.

Meskipun proses sertifikasi halal masih dalam tahap pengajuan, usaha ini sudah menjalankan praktik halal secara konsisten sesuai syariat Islam, seperti menjaga kebersihan tempat produksi, memisahkan bahan mentah dan matang, serta melatih karyawan mengenai pentingnya menjaga kehalalan produk. Kemasan menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen dan menegaskan citra halal produk. Kue Arafik berupaya memperbaiki desain kemasan agar lebih menarik, aman, dan informatif. Beberapa langkah yang dilakukan antara lain:

- a. Mendesain ulang kemasan menggunakan bahan yang lebih kuat dan kedap udara agar produk tahan lama.
- b. Mencantumkan logo halal, label gizi sederhana, tanggal kadaluarsa, dan izin edar (PIRT) pada kemasan.
- c. Mengangkat identitas lokal dengan menambahkan motif Aceh atau tulisan “Kue Tradisional Aceh Halal & Higienis” sebagai branding khas.

- d. Menggunakan warna cerah dan desain minimalis agar menarik bagi konsumen muda dan wisatawan.

Upaya ini membuat Kue Arafik semakin mudah dikenali, sekaligus memperkuat posisinya sebagai produk kuliner halal tradisional khas Aceh. Untuk memperluas pasar, Kue Arafik menerapkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Langkah-langkah yang dapat dilakukan seperti, membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk menampilkan katalog produk, testimoni pelanggan, serta proses pembuatan yang higienis. Kemudian menggunakan fitur iklan berbayar (*boost post*) di media sosial untuk menjangkau konsumen di luar Pidie Jaya. Bekerja sama dengan influencer lokal dan toko oleh-oleh untuk promosi produk. Dan juga menerapkan sistem pesan antar (*delivery order*) untuk memudahkan pelanggan memesan produk halal secara online. Pemasaran digital ini membantu meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal serta memperluas jaringan distribusi ke luar daerah (wawancara dengan Bapak Ahmad selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Berbagai upaya yang dilakukan Kue Arafik berdampak pada meningkatnya tingkat pengenalan produk (*brand awareness*) serta memperkuat posisi Kue Arafik sebagai produk kuliner halal tradisional khas Aceh. Artinya, produk ini tidak hanya dikenal sebagai makanan lokal, tetapi juga memiliki identitas yang jelas sebagai kuliner halal. Untuk memperluas jangkauan pasar, Kue

Arafik menerapkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Strategi ini diwujudkan melalui beberapa langkah, antara lain:

- a. Membuat akun bisnis di Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk menampilkan katalog produk, testimoni pelanggan, serta proses produksi yang higienis;
- b. Menggunakan fitur iklan berbayar (*boost post*) di media sosial guna menjangkau konsumen di luar wilayah Pidie Jaya;
- c. Menjalin kerja sama dengan influencer lokal serta toko oleh-oleh sebagai saluran promosi produk;
- d. Menerapkan sistem pesan antar (*delivery order*) agar konsumen dapat memesan produk halal secara mudah dan praktis secara online.

Penerapan pemasaran digital tersebut tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal, sekaligus memperluas jaringan distribusi Kue Arafik ke luar daerah. Kualitas sumber daya manusia menjadi penentu keberhasilan strategi pengembangan produk. Oleh karena itu, pelaku usaha Kue Arafik harus berupaya meningkatkan kemampuan pemilik dan karyawan melalui mengikuti pelatihan dan *workshop* dari dinas terkait, seperti pelatihan pengemasan, kewirausahaan halal, dan manajemen keuangan. Kemudian menerapkan standar operasional prosedur (SOP) sederhana dalam produksi agar kualitas produk konsisten.

Memberikan pemahaman nilai-nilai halal kepada seluruh pekerja, seperti pentingnya menjaga kebersihan, tidak mencampur bahan non-halal, dan bekerja dengan niat ibadah. Dengan demikian, SDM di Kue Arafik tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki kesadaran spiritual dan etika bisnis Islami (wawancara dengan Bapak Zulkifli selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Pelaku usaha Kue Arafik berupaya memperkuat posisi usahanya melalui pembangunan kemitraan strategis. Kemitraan ini dilakukan sebagai langkah untuk mendukung pengembangan usaha dan meningkatkan daya saing dalam industri halal. Usaha Kue Arafik mampu meningkatkan eksposur merek (brand exposure), memperluas jaringan pelanggan, serta memperkuat posisinya dalam ekosistem industri halal di tingkat daerah. Dengan kata lain, kemitraan strategis menjadi faktor penting dalam mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha halal Kue Arafik. Bentuk kemitraan yang dijalankan antara lain:

1. Bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Koperasi untuk memperoleh bantuan alat produksi, yang dapat meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi.
2. Menjalinkan kerja sama dengan distributor toko oleh-oleh dan koperasi pesantren sebagai saluran distribusi, sehingga produk halal Kue Arafik dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

3. Mengikuti pameran produk halal dan bazar UMKM sebagai sarana promosi dan pengenalan produk kepada konsumen di luar pasar lokal.

Pelaku usaha Kue Arafik juga mengupayakan membangun kemitraan strategis untuk memperkuat posisi usaha, antara lain dengan cara seperti, bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan Koperasi untuk mendapatkan bantuan alat produksi. Kemudian menjalin hubungan dengan distributor toko oleh-oleh dan koperasi pesantren untuk memperluas distribusi produk halal. Mengikuti pameran produk halal dan bazar UMKM untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Melalui kolaborasi ini, usaha Kue Arafik dapat meningkatkan eksposur merek, memperluas jaringan pelanggan, dan memperkuat posisinya dalam ekosistem industri halal di daerah.

#### **4.4 Kendala Yang Dihadapi Dalam Pengembangan UMKM Industri Halal Pada Kue Arafik**

Meskipun Kue Arafik menunjukkan kemajuan dalam inovasi produk dan penerapan prinsip halal, dalam praktiknya masih terdapat berbagai kendala internal maupun eksternal yang menghambat optimalisasi pengembangan usaha dalam kerangka industri halal. Kendala internalnya adalah keterbatasan modal. Masalah klasik yang paling sering dihadapi UMKM adalah keterbatasan modal. Kue Arafik masih mengandalkan modal pribadi tanpa akses pembiayaan formal dari lembaga keuangan syariah. Kondisi ini menyebabkan beberapa hal seperti, terbatasnya

kemampuan memperluas skala produksi, sulit melakukan investasi dalam teknologi pengemasan dan peralatan modern, dan tertundanya pengajuan sertifikasi halal, karena memerlukan biaya tambahan untuk dokumen, pelatihan, dan inspeksi. Padahal, menurut teori *financial capability of SMEs* (Tambunan, 2019), dukungan modal merupakan faktor utama dalam menentukan daya saing UMKM halal.

Kue Arafik memang sudah menunjukkan perkembangan positif, terutama dalam hal inovasi produk dan upaya menerapkan prinsip halal. Namun, perkembangan tersebut belum berjalan secara optimal karena masih ada berbagai hambatan, baik yang berasal dari dalam usaha (internal) maupun dari luar (eksternal). Dukungan modal merupakan faktor kunci dalam menentukan daya saing UMKM, termasuk UMKM yang bergerak dalam industri halal. Kendala internal berupa keterbatasan modal. Masalah ini disebut sebagai masalah klasik yang umum dialami oleh UMKM. Kue Arafik masih menggunakan modal pribadi dan belum memiliki akses ke pembiayaan formal, khususnya dari lembaga keuangan syariah.

Akibatnya, usaha ini menghadapi beberapa dampak nyata, kemampuan untuk memperluas skala produksi menjadi terbatas merupakan kondisi ketika pelaku usaha tidak mampu meningkatkan jumlah atau kapasitas produksi sesuai dengan permintaan pasar. Pada UMKM seperti Kue Arafik, keterbatasan ini umumnya disebabkan oleh modal yang terbatas, peralatan produksi yang masih

sederhana, serta keterbatasan tenaga kerja. Kesulitan berinvestasi pada teknologi pengemasan dan peralatan modern merupakan kondisi ketika pelaku UMKM belum mampu menyediakan atau memperbarui sarana produksi yang lebih canggih akibat keterbatasan modal dan akses pembiayaan. Pada usaha seperti Kue Arafik, penggunaan peralatan yang masih sederhana menyebabkan proses produksi dan pengemasan dilakukan secara manual dan kurang efisien.

Tertundanya pengajuan sertifikasi halal karena proses tersebut membutuhkan biaya tambahan, seperti untuk dokumen, pelatihan, dan inspeksi. Tertundanya pengajuan sertifikasi halal terjadi ketika pelaku UMKM belum mampu segera mengajukan sertifikasi halal karena adanya kebutuhan biaya tambahan di luar kegiatan produksi sehari-hari. Meskipun pemerintah telah menyediakan program sertifikasi halal gratis, dalam praktiknya pelaku usaha tetap harus menanggung biaya tidak langsung, seperti biaya penyusunan dan penggandaan dokumen, pelatihan atau bimbingan teknis, penyesuaian tempat dan alat produksi, serta biaya inspeksi atau audit lapangan.

Masalah internal lainnya adalah Keterbatasan Pengetahuan dan Literasi Halal. Sebagian besar pelaku usaha belum sepenuhnya memahami standar halal yang ditetapkan oleh BPJPH dan MUI seperti, persyaratan bahan baku halal yang terdokumentasi, penyusunan *Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)*, prosedur audit halal dan pelabelan produk. Kue Arafik sudah memiliki kesadaran

pentingnya kehalalan, namun masih kurang pengetahuan administratif dan teknis untuk memenuhi seluruh proses sertifikasi. Hal ini umum terjadi pada UMKM tradisional karena tingkat literasi regulasi dan teknologi yang masih rendah (wawancara dengan Bapak Fauzan selaku konsumen Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Selain keterbatasan modal, Kue Arafik juga menghadapi masalah internal lain berupa keterbatasan pengetahuan dan literasi halal. Artinya, pelaku usaha belum sepenuhnya memahami secara menyeluruh standar dan ketentuan halal yang ditetapkan oleh lembaga resmi, yaitu BPJPH dan MUI. Ketidaktahuan tersebut mencakup beberapa aspek penting, antara lain:

- a. Persyaratan penggunaan bahan baku halal yang harus terdokumentasi

Persyaratan penggunaan bahan baku halal yang harus terdokumentasi merupakan ketentuan bahwa seluruh bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong yang digunakan dalam proses produksi wajib tercatat secara jelas dan dapat dibuktikan kehalalannya. Ketentuan ini menjadi bagian penting dalam Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) dan menjadi salah satu fokus utama dalam proses audit sertifikasi halal oleh BPJPH dan LPH.

- b. Penyusunan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)

Penyusunan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) adalah upaya terstruktur yang dilakukan pelaku usaha

untuk memastikan seluruh proses produksi berjalan sesuai dengan prinsip halal secara konsisten dan berkelanjutan. SJPH merupakan sistem manajemen halal yang wajib dimiliki oleh pelaku usaha sebagai salah satu syarat utama dalam pengajuan sertifikasi halal kepada BPJPH.

c. Pemahaman mengenai prosedur audit halal

Pemahaman mengenai prosedur audit halal adalah pengetahuan dan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi proses pemeriksaan kehalalan produk yang dilakukan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) atas penugasan BPJPH. Audit halal bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh bahan, proses produksi, fasilitas, serta sistem jaminan halal yang diterapkan oleh pelaku usaha telah sesuai dengan ketentuan syariat Islam dan regulasi yang berlaku.

d. Pelabelan produk halal yang sesuai ketentuan

Pelabelan produk halal yang sesuai ketentuan adalah pencantuman informasi halal pada kemasan produk sesuai dengan peraturan dan standar yang ditetapkan oleh BPJPH setelah produk memperoleh sertifikat halal. Label halal berfungsi sebagai tanda resmi dan legal yang menunjukkan bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan dan dinyatakan halal sesuai syariat Islam.

Kue Arafik sebenarnya sudah memiliki kesadaran akan pentingnya kehalalan produk. Namun, kesadaran tersebut belum diimbangi dengan pengetahuan administratif dan teknis yang memadai untuk menjalani seluruh tahapan proses sertifikasi halal secara lengkap. Kondisi ini lazim terjadi pada UMKM tradisional, karena umumnya mereka memiliki tingkat literasi terhadap regulasi dan teknologi yang masih rendah, sehingga kesulitan menyesuaikan diri dengan tuntutan sistem sertifikasi halal yang formal dan terstruktur.

Masalah internal lainnya adalah terbatasnya SDM dan manajemen usaha. Usaha Kue Arafik masih bersifat keluarga dengan sistem manajemen sederhana. Akibat yang ditimbulkan adalah tanggung jawab produksi, administrasi, dan pemasaran masih dipegang oleh pemilik. Kemudian tidak ada pembagian kerja yang jelas dalam dokumentasi halal atau promosi digital, dan juga pengarsipan bahan, bukti transaksi, dan kontrol kualitas belum dilakukan secara teratur. Menurut *theory of resource-based view* (Barney, 1991), SDM yang kompeten merupakan aset penting dalam menciptakan keunggulan bersaing; namun pada UMKM ini, SDM yang terbatas menjadi kendala utama dalam pengembangan industri halal. Masalah internal yang terakhir adalah inovasi produk yang masih terbatas. Meskipun telah ada upaya diversifikasi rasa dan kemasan, inovasi masih bersifat sederhana dan belum mengikuti tren pasar halal modern (misalnya produk “*ready to eat*” halal, *gluten-free*, atau pengemasan ramah ekspor). Minimnya riset pasar dan

kemampuan R&D (*Research & Development*) membuat pengembangan produk halal belum optimal (wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Masalah internal lain yang dihadapi Kue Arafik adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan manajemen usaha. Usaha ini masih dikelola secara keluarga dengan sistem manajemen yang sederhana, sehingga belum menerapkan pengelolaan usaha yang profesional. Dampak dari kondisi tersebut adalah beban kerja terpusat pada pemilik usaha. Pemilik tidak hanya bertanggung jawab atas proses produksi, tetapi juga menangani administrasi dan pemasaran. Selain itu, tidak terdapat pembagian tugas yang jelas, khususnya dalam hal:

a. Dokumentasi halal

Dokumentasi halal adalah serangkaian catatan tertulis dan bukti administratif yang menunjukkan bahwa seluruh proses produksi suatu usaha telah memenuhi ketentuan kehalalan sesuai syariat Islam dan standar yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi halal (BPJPH dengan LPH/MUI). Dokumentasi halal menjadi bagian penting dalam Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) dan merupakan syarat utama dalam proses sertifikasi halal. Dokumentasi halal mencakup berbagai dokumen, antara lain manual halal, yaitu pedoman tertulis mengenai kebijakan dan komitmen pelaku usaha dalam menjaga

kehalalan produk; daftar bahan baku dan bahan tambahan yang digunakan beserta status kehalalannya; dokumen proses produksi, yang menjelaskan alur produksi mulai dari penerimaan bahan, pengolahan, hingga penyimpanan dan distribusi; serta dokumen kebersihan dan sanitasi, seperti jadwal pembersihan peralatan dan tempat produksi. Selain itu, dokumentasi halal juga meliputi catatan pelatihan karyawan, catatan audit internal halal, dan dokumen penanganan produk tidak sesuai apabila terjadi pelanggaran terhadap ketentuan halal.

b. Promosi digital

Promosi digital adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media dan platform digital untuk memperkenalkan, memasarkan, dan membangun citra produk kepada konsumen secara luas dan efisien. Bagi UMKM, promosi digital menjadi strategi penting karena mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Promosi digital dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), marketplace atau e-commerce, serta konten digital berupa foto, video, dan testimoni pelanggan. Dalam konteks usaha halal, promosi digital tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga menonjolkan nilai

kehalalan, kebersihan, dan keamanan pangan, misalnya dengan mencantumkan logo halal, proses produksi yang higienis, serta komitmen usaha terhadap prinsip halal dan thayyib.

c. Pengarsipan bahan baku

Pengarsipan bahan baku adalah kegiatan pencatatan dan penyimpanan data secara sistematis terkait seluruh bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, mulai dari jenis bahan, sumber pemasok, hingga status kehalalannya. Dalam konteks industri halal, pengarsipan bahan baku merupakan bagian penting dari Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) karena berfungsi untuk memastikan bahwa setiap bahan yang digunakan terjamin kehalalannya dan dapat ditelusuri (traceability). Pengarsipan bahan baku mencakup beberapa dokumen penting, seperti daftar resmi bahan baku dan bahan tambahan, salinan sertifikat halal atau label halal dari pemasok, bukti pembelian (nota atau faktur), serta catatan tanggal penerimaan dan penggunaan bahan. Selain itu, diperlukan pula pencatatan terkait pergantian pemasok atau perubahan komposisi bahan, agar tidak terjadi penggunaan bahan yang belum diverifikasi kehalalannya.

d. Pencatatan bukti transaksi

Pencatatan bukti transaksi adalah kegiatan mencatat dan menyimpan seluruh dokumen transaksi keuangan yang terjadi dalam kegiatan usaha, baik transaksi pembelian bahan baku, biaya produksi, maupun penjualan produk. Bagi UMKM, pencatatan ini berfungsi sebagai dasar pengelolaan keuangan yang tertib, transparan, dan akuntabel, sekaligus mendukung pemenuhan persyaratan administrasi usaha. Bukti transaksi yang dicatat dan diarsipkan meliputi nota atau faktur pembelian bahan baku, bukti pembayaran, kwitansi penjualan, serta catatan pemasukan dan pengeluaran usaha. Dalam konteks usaha halal, pencatatan bukti transaksi juga penting untuk mendukung pengarsipan bahan baku halal, karena dapat menunjukkan asal-usul bahan dan pemasok yang digunakan dalam proses produksi.

e. Serta pengendalian kualitas produk

Pengendalian kualitas produk adalah serangkaian upaya yang dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar mutu, keamanan, dan kehalalan yang telah ditetapkan secara konsisten. Dalam konteks UMKM berbasis industri halal, pengendalian kualitas tidak hanya berfokus pada rasa dan tampilan produk, tetapi juga pada aspek halal dan thayyib, yaitu baik, bersih, aman, dan layak dikonsumsi. Pengendalian

kualitas produk mencakup beberapa tahapan, mulai dari pemeriksaan bahan baku sebelum digunakan, pengawasan selama proses produksi, hingga pengecekan produk akhir sebelum dipasarkan. Bentuk pengendalian kualitas yang umum dilakukan antara lain memastikan bahan baku berlabel halal, menjaga kebersihan alat dan tempat produksi, memisahkan bahan mentah dan matang, serta mengontrol rasa, tekstur, aroma, dan kemasan produk agar tetap konsisten. Selain itu, pengecekan tanggal kedaluwarsa dan kondisi kemasan juga menjadi bagian penting dari pengendalian kualitas.

Pengelolaan administrasi dan kontrol kualitas yang belum dilakukan secara rutin ini menunjukkan lemahnya sistem manajemen internal. SDM yang kompeten merupakan aset strategis untuk menciptakan keunggulan bersaing. Namun, pada kasus Kue Arafik, keterbatasan SDM justru menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha berbasis industri halal. Inovasi produk yang masih terbatas. Keterbatasan inovasi ini disebabkan oleh minimnya riset pasar dan kemampuan penelitian serta pengembangan (R&D). Akibatnya, proses pengembangan produk halal belum berjalan secara optimal dan belum mampu meningkatkan daya saing usaha di pasar halal yang lebih luas. Walaupun Kue Arafik telah melakukan diversifikasi rasa dan kemasan, inovasi tersebut masih bersifat sederhana dan belum mengikuti tren pasar halal modern.

Jika kita lihat dari kendala yang timbul dari eksternal adalah akses terhadap informasi dan pendampingan halal yang terbatas. Pelaku UMKM di daerah seperti Trienggadeng umumnya belum mendapat informasi yang memadai mengenai beberapa hal seperti, proses pendaftaran sertifikasi halal di BPJPH, program pendampingan halal gratis (SEHATI), dan pelatihan pengembangan produk halal dari pemerintah daerah. Minimnya sosialisasi menyebabkan banyak pelaku UMKM ragu memulai proses sertifikasi karena dianggap rumit dan birokratis. Padahal, dengan pendampingan yang tepat, prosesnya bisa berjalan lebih mudah dan efisien. Kemudian adalah keterbatasan akses pasar dan distribusi, Kue Arafik masih menjual produk secara lokal di sekitar Pidie Jaya. Kendala yang dihadapi antara lain seperti, belum memiliki jaringan distribusi ke toko oleh-oleh besar atau e-commerce nasional, kemasan belum memenuhi standar logistik jarak jauh dan minimnya promosi digital profesional (foto, iklan, branding halal). Hal ini membuat produk sulit bersaing dengan merek besar meskipun memiliki nilai halal yang kuat (wawancara dengan Bapak Fauzan selaku konsumen Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Kendala eksternal lainnya adalah dukungan kelembagaan yang belum maksimal, walaupun pemerintah daerah sudah menyediakan program pelatihan dan sertifikasi halal gratis, pendampingan pasca pelatihan sering kali tidak berkelanjutan. Pelaku UMKM seperti Kue Arafik membutuhkan beberapa hal untuk mengatasi kendala ini, seperti konsultasi teknis saat proses

audit halal, akses peralatan produksi halal (misalnya oven stainless, alat pengemas kedap udara), dan bantuan pemasaran halal ke tingkat provinsi atau nasional. Tanpa dukungan berkelanjutan, banyak UMKM kesulitan menjaga konsistensi sistem jaminan halal (wawancara dengan Bapak Arif Kurniawan selaku Pelaku usaha Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng).

Kendala eksternal yang terakhir adalah fluktuasi harga bahan baku. Harga bahan seperti telur, gula, dan mentega sering naik turun, terutama saat hari besar Islam. Kenaikan harga bahan baku membuat pelaku usaha sulit menjaga stabilitas harga produk halal, sementara konsumen cenderung sensitif terhadap harga. Fluktuasi ini menjadi kendala dalam menjaga margin keuntungan dan kualitas produk.

#### **4.5 Analisis SWOT Produk Kue Arafik Dalam Mendukung Industri Halal**

Industri halal saat ini berkembang sangat pesat, tidak hanya di negara mayoritas Muslim tetapi juga secara global. Produk makanan, termasuk kue tradisional dan modern seperti Kue Arafik, memiliki peluang besar untuk masuk dan berkembang dalam ekosistem industri halal. Hal ini karena konsumen semakin sadar akan pentingnya kehalalan, kebersihan, dan kualitas produk. Kue Arafik sebagai produk kuliner memiliki potensi strategis untuk mendukung industri halal, terutama jika dikelola dengan baik dari sisi bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Untuk melihat

sejauh mana potensi tersebut, diperlukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Kekuatan (*Strengths*) merupakan faktor internal yang menjadi keunggulan produk Kue Arafik dalam mendukung industri halal. Kue Arafik umumnya menggunakan bahan dasar seperti tepung, gula, telur, dan mentega yang secara alami halal. Hal ini memudahkan dalam pemenuhan standar halal tanpa perlu proses kompleks. Proses pembuatan kue tidak memerlukan teknologi tinggi, sehingga lebih mudah untuk dikontrol kehalalannya. Pengawasan bahan dan alat produksi dapat dilakukan secara langsung. Kue Arafik memiliki nilai budaya dan kearifan lokal, yang menjadi daya tarik tersendiri dalam industri halal. Produk lokal sering diasosiasikan dengan keaslian dan kepercayaan.

Dengan komposisi bahan yang jelas, Kue Arafik memiliki peluang besar untuk mendapatkan sertifikasi halal dari lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Produk kue dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan, baik anak-anak hingga orang dewasa, sehingga pasar halal yang dituju sangat luas.

Kelemahan adalah faktor internal yang dapat menghambat pengembangan produk. Banyak usaha kue masih berskala rumahan sehingga belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang konsisten dalam menjaga kehalalan dan kebersihan. Tidak semua produsen Kue Arafik memiliki sertifikat halal resmi, sehingga kepercayaan konsumen bisa berkurang, terutama untuk pasar yang

lebih luas. Kue cenderung memiliki masa simpan yang pendek, sehingga distribusi menjadi terbatas dan sulit menjangkau pasar ekspor halal. Banyak produk kue tradisional kurang inovatif dalam rasa, bentuk, dan kemasan sehingga kalah bersaing dengan produk modern. Pelaku usaha kecil sering belum memahami konsep halal secara menyeluruh, termasuk aspek *halal supply chain* dan *halal assurance system*.

Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan produk. Permintaan terhadap produk halal meningkat pesat, termasuk makanan ringan dan kue. Hal ini membuka peluang ekspansi pasar. Pemerintah Indonesia khususnya Pemerintah Kabupaten Pidie Jaya aktif mendorong pengembangan industri halal melalui berbagai program dan kebijakan, termasuk sertifikasi halal gratis bagi UMKM. Platform seperti Instagram dan marketplace memudahkan promosi dan penjualan produk Kue Arafik ke pasar yang lebih luas. Gaya hidup halal tidak hanya tentang agama, tetapi juga kesehatan dan kebersihan, sehingga menarik konsumen non-Muslim. Produk kue lokal dapat menjadi bagian dari daya tarik wisata halal, khususnya di daerah seperti Aceh yang dikenal sebagai daerah dengan penerapan syariat Islam.

Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat menghambat perkembangan produk. Banyak produk kue modern dan impor yang memiliki branding lebih kuat dan kemasan lebih menarik. Konsumen cenderung mengikuti tren, sehingga kue tradisional bisa

kehilangan daya tarik jika tidak berinovasi. Proses sertifikasi halal bisa menjadi tantangan bagi UMKM karena membutuhkan biaya, waktu, dan administrasi. Kenaikan harga bahan seperti telur dan mentega dapat mempengaruhi biaya produksi. Jika terjadi kasus ketidakhalalan pada produk makanan, maka dapat menurunkan kepercayaan konsumen secara luas.

Berdasarkan analisis SWOT, produk Kue Arafik di Kecamatan Trienggadeng memiliki potensi yang cukup besar dalam mendukung perkembangan industri halal di daerah Pidie Jaya. Hal ini didukung oleh penggunaan bahan baku yang secara umum halal, proses produksi yang masih sederhana sehingga mudah diawasi, serta adanya nilai kearifan lokal yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti belum optimalnya standarisasi produksi, keterbatasan dalam kepemilikan sertifikasi halal resmi, serta kurangnya inovasi dalam pengemasan dan pemasaran produk. Kondisi ini dapat mempengaruhi daya saing produk Kue Arafik, terutama jika dihadapkan pada persaingan dengan produk modern.

Di sisi lain, peluang pengembangan sangat terbuka lebar, terutama dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, dukungan pemerintah terhadap UMKM halal, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Kecamatan Trienggadeng memiliki potensi untuk menjadikan Kue Arafik sebagai produk unggulan daerah yang mampu bersaing di pasar yang

lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis dari para pelaku usaha, seperti peningkatan kualitas produk, pengurusan sertifikasi halal, inovasi produk, serta penguatan strategi pemasaran. Dengan langkah tersebut, Kue Arafik tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang sebagai bagian penting dalam mendukung industri halal di tingkat lokal maupun regional.

**Tabel.4.1 Hasil Analisis SWOT Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng**

| <b>Faktor Internal</b>         | <b>Uraian</b>                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Strength (Kekuatan)</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cita rasa khas dan tradisional yang unik</li> <li>• Menggunakan bahan alami dan lokal</li> <li>• Harga relatif terjangkau</li> <li>• Sudah dikenal di lingkungan sekitar</li> </ul>                              |
| <b>Weakness (Kelemahan)</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi masih terbatas (belum maksimal di media sosial)</li> <li>• Kemasan kurang menarik/modern</li> <li>• Kapasitas produksi masih terbatas</li> <li>• Distribusi belum luas</li> </ul>                        |
| <b>Faktor Eksternal</b>        | <b>Uraian</b>                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Opportunities (Peluang)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Permintaan kue tradisional meningkat</li> <li>• Potensi pemasaran melalui media sosial (Instagram, WhatsApp)</li> <li>• Dukungan UMKM dari pemerintah</li> <li>• Bisa dijadikan oleh-oleh khas daerah</li> </ul> |
| <b>Threats (Ancaman)</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan kue modern dan produk sejenis</li> <li>• Perubahan selera konsumen</li> <li>• Fluktuasi harga bahan baku</li> <li>• Munculnya kompetitor baru</li> </ul>                                       |

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesiapan UMKM Kue Arafik dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal berada pada kategori *cukup siap* atau tahap menengah. Hal ini ditunjukkan oleh pemenuhan sebagian aspek utama, terutama pada penggunaan bahan baku berlabel halal, pemahaman awal mengenai rantai pasok halal, serta penerapan proses produksi yang relatif bersih dan terpisah antara bahan mentah dan matang. Namun demikian, masih terdapat kendala signifikan pada aspek dokumentasi dan administrasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH), keterbatasan sumber daya manusia, serta pemahaman prosedur teknis sertifikasi halal. Meskipun sertifikasi halal tidak hanya merupakan kewajiban hukum tetapi juga peluang strategis untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen, Kue Arafik masih memerlukan pendampingan, peningkatan literasi administratif, serta dukungan pemerintah daerah, baik dalam bentuk pembinaan teknis maupun fasilitasi biaya, agar proses sertifikasi halal dapat dilaksanakan secara optimal dan berkelanjutan.
2. Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Kue Arafik dalam mendukung industri halal menunjukkan upaya

yang cukup komprehensif dan berkelanjutan, meliputi inovasi produk, peningkatan kualitas bahan baku halal, penerapan praktik Sistem Jaminan Produk Halal, penguatan kemasan dan branding, pemasaran digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pembangunan kemitraan strategis. Inovasi varian rasa, bentuk, dan kemasan dilakukan tanpa meninggalkan identitas tradisional Aceh, sementara penggunaan bahan baku bersertifikat halal dan proses produksi yang higienis mencerminkan komitmen terhadap prinsip halal dan thayyib. Dukungan sertifikasi halal, legalitas usaha, serta pemanfaatan media sosial dan kerja sama dengan berbagai pihak turut meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, strategi ini memperkuat posisi Kue Arafik sebagai produk kuliner halal tradisional khas Aceh yang berdaya saing, sekaligus berkontribusi dalam pengembangan ekosistem industri halal di tingkat daerah.

3. Meskipun Kue Arafik telah menunjukkan kemajuan dalam inovasi produk dan penerapan prinsip halal, pengembangan usaha dalam kerangka industri halal masih menghadapi berbagai kendala internal dan eksternal yang signifikan. Kendala internal meliputi keterbatasan modal, rendahnya literasi dan pengetahuan teknis terkait sertifikasi halal, keterbatasan sumber daya manusia serta manajemen usaha yang masih sederhana, dan inovasi produk yang belum

optimal mengikuti tren pasar halal modern. Sementara itu, kendala eksternal mencakup terbatasnya akses informasi dan pendampingan halal, keterbatasan jaringan pasar dan distribusi, dukungan kelembagaan yang belum berkelanjutan, serta fluktuasi harga bahan baku yang memengaruhi stabilitas usaha. Berbagai hambatan tersebut menunjukkan bahwa meskipun Kue Arafik memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai produk kuliner halal khas Aceh, diperlukan dukungan yang lebih terintegrasi melalui pendampingan berkelanjutan, penguatan kapasitas internal, serta peran aktif pemerintah dan lembaga terkait agar pengembangan usaha halal dapat berjalan secara optimal dan berdaya saing.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat dirangkum bahwasanya terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk pelaku usaha UMKM kue arafik

Diharapkan untuk lebih memperhatikan strategi pengembangan produk untuk mendukung industri halal dalam upaya yang cukup komprehensif dan terus berkelanjutan, dan juga terus memberikan inovasi-inovasi baru pada UMKM kue arafik dan tidak luput dari penerapan prinsip halal. Terus siap dalam memenuhi kewajiban

sertifikasi halal dan segera menyiapkan administrasi dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH)

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyampaikan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perihal tentang industri halal UMKM, sudi kiranya untuk melakukan penelitian melalui pendekatan kuantitatif.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abidin, Zainal. (2020). *Fiqh Ibadah*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Abiyu. (2024). Peningkatan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Digital Marketing pada UMKM. *Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol. 2. No. 2.
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol. 3. No 1..
- Ariani, S., & Utomo, B. (2021). Analisis Strategi Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Manajemen Kreatif*. Vol. 1. No. 4.
- Ari, A. R., Fatmawati, F., & Raharti, R. (2022). Micro, Small And Medium Enterprise Development Strategy (Msme) Based On Creative Economy In Panggungharjo Village, Yogyakarta. *Prosiding Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa*. No. 1. Vol. 1.
- Ade. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*. Vol. 3. No.1.
- Arohman. (2019). Pelaksanaan Pengembangan Produk Dan Saluran Distribusi Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Tahu Jaya Sedang Agung Limpung Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*. Vol.10. No.01.
- Burhanuddin. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: UIN Maliki, 2011.
- Danarti (2023) Meneliti tentang Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin*. Vol. 4. No. 1.

- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM . Jurnal Wawasan Manajemen*), Vol. 7. No.1.
- Faqih. (2022) meneliti tentang Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal JEBI*. Vol. 2. No. 2.
- Handayani, T. (2021). *Membangun UMKM Syariah di Industri Halal Cetakan Pertama*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Hartuti, E. T. K., Nariawati. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 5. No. 4.
- Hardoyo T. (2022). Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah Menggunakan Jaringan Syaraf . *Jurnal Tiruan Backpropagation*. Vol. 2. No.1.
- Hartati Ralang. (2016) “Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal”. *Jurnal Hukum*. Vol 10. No.1.
- Hidayat, R. (2021). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ismail Khalek A.A, S.H.S. (2015). “Why are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia”. *International Journal of Social Science and Humanity*. Vol. 5. No. 7
- Irmayanti, & Keri, I. (2021). Strategi Penerapan Business Plan Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akunsyah: Jurnal Akuntansi & Keuangan Syariah*. Vol.1. No.2.

- Kafid, N. (2021). *Buku Saku Halal Cetakan 1*. Yogyakarta: Sulur Pustaka.
- Kurdi, (2020), Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Vol. 4. No. 2.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Data Statistik UMKM Indonesia 2022*.
- Nurdin, N., Novia, N., Rahman, A., & Suhada, R. (2019). Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1– 12.
- Mihani (2020) meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dapur EtamSejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Riset Inossa*. Vol. 2. No. 2.
- Mochamad, R. (2019). *Perencanaan Pembangunan Syariah Cetakan Pertama*. Surabaya: PT Bukit Baris Kertoraharjo.
- Putra, L. R., Mindarti, L. I., & Hidayati, F. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Umkh) Ekonomi Kreatif Kerajinan Kulit di Kabupaten Magetan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan). *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1).
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jawa Tengah dalam Menghadapi Persaingan Global.
- Qoni'ah, R. (2022). Tantangan dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia di Pasar Global. *Halal Research Journal*. Vol. 2. No. 1.
- Riswan (2023) meneliti tentang Strategi Pengembangan UMKM Halal Berbasis ECCOMERCE Dalam Memperluas Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol. 2. No. 1.

- Riyanthi Idayu (2021) meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*. Vol. 7. No. 1.
- Rizki, M., & Aziz, R. (2020). “Peran UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, Vol. 8. No. 2.
- Samsuri , Warto. (2020). “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”, dalam *Al-Maal : Jurnal of Islamic Economics and Banking*. Vol 2. No. 1 .
- Saputri, O. B. (2020). Pemetaan potensi indonesia sebagai pusat industri halal dunia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 23–38.
- Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi. (2019). “Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung”, *At-Tijaroh. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol. 5, No. 2.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tambunan, N., & Manshuruddin. (2022). *Makna Makanan Halal dan Baik Dalam Islam*. Sumatera Utara: CV. Cattleya Darmaya Fortuna.
- Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- UNNES. (2023). Pusat Industri Halal Jadi Visi 2024, Tapi Kemajuan UMKM Halal Masih Banyak Kendala : <https://sites.unnes.ac.id/kimefe/2023/05>

Vera Maria (2024) meneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*. Vol. 2. No. 2.

Vinatra Satriaji. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*. Vol. 1. No.3

Yazid, S. (2018). Mukjizat Makanan dan Minuman Kesukaan Rasulullah SAW Cetakan Pertama. Yogyakarta: Lontar Mediatama.

Yuliani, D. (2019). “Strategi Pengembangan UMKM di Kota Padang.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 19(1), 43–55.

Zainuddin, M. (2018). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya dalam Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.





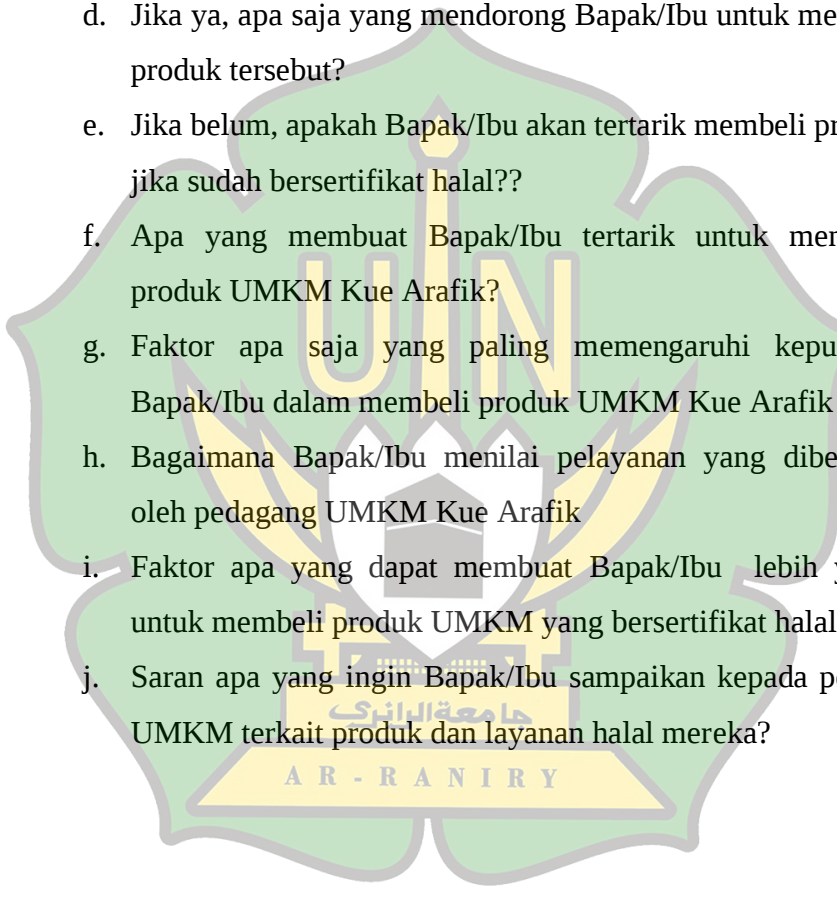
## **Lampiran 1: Pedoman Wawancara**

### **1. Wawancara dengan Pelaku Usaha**

- a. Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang sertifikat halal??
- b. Apakah Bapak/Ibu mengetahui kewajiban sertifikasi halal bagi UMKM??
- c. Dimana Bapak/Ibu bisa mengurus sertifikat halal untuk produk UMKM?
- d. Apakah produk UMKM Bapak/Ibu sudah memiliki sertifikat halal?
- e. Jika belum, apakah ada rencana untuk mensertifikasi produk tersebut?
- f. Apakah aspek halal/haram menjadi perhatian utama pada produk yang dijual??
- g. Jika produk sudah bersertifikat, apakah ada dampak terhadap pendapatan atau penjualan?
- h. Apakah sertifikat halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM?
- i. Apa saja kendala (misalnya biaya, waktu, atau prosedur) yang dihadapi dalam proses sertifikasi halal?
- j. Bagaimana Bapak/Ibu memastikan bahan-bahan yang digunakan sudah halal dan tidak tercampur dengan bahan yang tidak halal?

### **2. Wawancara dengan Konsumen**

- a. Apa yang Bapak/Ibu ketahui tentang sertifikat halal??

- 
- b. Seberapa penting sertifikat halal bagi Bapak/Ibu saat membeli produk makanan/minuman??
- c. Apakah Bapak/Ibu pernah membeli produk UMKM yang sudah tersertifikasi halal?
- d. Jika ya, apa saja yang mendorong Bapak/Ibu untuk memilih produk tersebut?
- e. Jika belum, apakah Bapak/Ibu akan tertarik membeli produk jika sudah bersertifikat halal??
- f. Apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk mencoba produk UMKM Kue Arafik?
- g. Faktor apa saja yang paling memengaruhi keputusan Bapak/Ibu dalam membeli produk UMKM Kue Arafik
- h. Bagaimana Bapak/Ibu menilai pelayanan yang diberikan oleh pedagang UMKM Kue Arafik
- i. Faktor apa yang dapat membuat Bapak/Ibu lebih yakin untuk membeli produk UMKM yang bersertifikat halal?
- j. Saran apa yang ingin Bapak/Ibu sampaikan kepada pelaku UMKM terkait produk dan layanan halal mereka?

## Lampiran 2: Dokumentasi











### Lampiran 3: Surat Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh Telp/Fax. : 0651-752921

Nomor : 2277/Un.08/FEBLI/TL.00/10/2025

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

Desa tringgadeng kabupaten Pidie jaya

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

NIM : 190602140

Nama : Ahmad Mursal

Program Studi/Jurusan : Ekonomi Syariah

Alamat : Gampong Mesjid Tuha

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENDUKUNG INDUSTRI HALAL (STUDI PADA KUE ARAFIT DI DESA TRINGGADENG PIDIE JAYA)**

Banda Aceh, 01 Oktober 2025

An. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Fithriady, Lc., M.A.

NIP. 198008122006041004

Berlaku sampai : 26 Desember 2025

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

### Lampiran 3: Surat Selesai Penelitian

#### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Fajar Cut Raja  
Jabatan : Pengusaha Kue Arafik  
Alamat : Gp. Paya , Kec. Trienggadeng, Kab. Pidie Jaya

Menerangkan bahwa:

Nama : Ahmad Mursal  
NIM : 190602140  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian untuk penulisan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Produk UMKM Dalam Mendukung Industri Halal (Studi Pada Kue Arafik Kecamatan Trienggadeng Kabupaten Pidie Jaya)" pada tanggal 1 Desember 2025 sampai dengan tanggal 15 Desember 2025 .

Demikian surat keterangan tersebut dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya. Atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

AR - RANIRY

Pidie Jaya, 15 Desember 2025

Pengusaha Kue Arafik



Fajar Cut Raja