

SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN HALAL *VALUE CHAIN* (NILAI
RANTAI HALAL) PADA UMKM
(Studi di Toko Roti Wirda *Cake*, Gampong Merduati, Kota
Banda Aceh)**



Diajukan Oleh:

**Suwaibah
NIM. 190602171**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Suwaibah
NIM : 190602171
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 aturannya yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Banda Aceh 30 Juni 2022

Yang Menyatakan,



Suwaibah

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Penerapan Halal *Value Chain* (Nilai Rantai Halal) Pada
UMKM (Studi di Toko Roti Wirda *Cake*, Gampong Merduati, Kota
Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Suwaibah
NIM. 190602171

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

Pembimbing I,



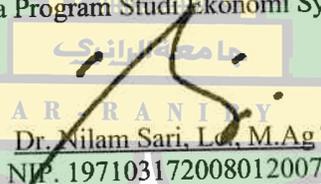
Dr. Fithriady, Lc., MA
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II ,



Rina Desiana, M.E.
NIP. 199112102019032018

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Penerapan Halal *Value Chain* (Nilai Rantai Halal) Pada
UMKM (Studi di Toko Roti Wirda *Cake*, Gampong Merduati, Kota
Banda Aceh)**

Suwaibah
NIM. 190602171

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-I) dalam Bidang
Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal : Jumat, 14 Juli 2022 M
15 Dzulhijah 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Dr. Fithriady, Lc., MA
NIP. 198008122006041004

Sekretaris,



Rina Desiana, M.E.
NIP. 199112102019032018

Penguji I,


Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 197103172008012007

Penguji II


Junia Farnia, M. Ag
NIP. 199206142019032039

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


Dr. Zaki Fuadi, M. Ag
NIP. 196403141992031003





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

JL. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id.

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Suwaibah
NIM : 190602171
Fakultas/Program/Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail : suwaibah3197@gmail.com

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

**Analisis Penerapan Halal Value Chain (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM
(Studi di Toko Roti Wirda *Cake*, Gampong Merduati, Kota Banda Aceh)**

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

Secara *fultext* 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 : 3 Mei 2022

Mengetahui

Penulis,


Suwaibah

NIM: 190602171

Pembimbing I,


Dr. Fithriah Ly, Lc., MA

NIP. 198008122006041004

Pembimbing II,


Rana Desiana, M.E

NIP. 199112102019032018

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan satu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Q.S Ar-Ra’d: 11). “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya” (Q.S An-Najm: 39). “Barangsiapa yang mempelajari ilmu pengetahuan yaang seharusnya yang ditunjukkan untuk mencari ridho Allah bahkan hanya untuk mendapatkan kedudukan/kekayaan duniawi maka ia tidak akan mendapatkan baunya surga nanti pada hari kiamat” (Riwayat Abu Hurairah Radhiallahu Anhu).

Alhamdulillahirabbil’alamin, sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah. Tuhan yang Maha Agung, Maha Tinggi, Maha Adil dan Maha Penyayang. Atas takdir-Mulah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani hidup ini. Dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas izin dan karuniaNya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tidak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang telah meridhoi dan mengabulkan segala do’a.

Saya persembahkan skripsi ini untuk Ayah dan ibu saya, yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta do’a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do’a dan tiada do’a yang paling khusuk selain do’a yang terucap dari kedua orang tua. Ucapan terima kasih saja takkan pernah cukup untuk orang tua saya yang selama ini memberikan dukungan yang tiada henti serta bekerja keras hanya untuk mencari nafkah hanya untuk mendukung anaknya dalam meraih cita-cita anaknya. Terimakasih untuk Ayah ku tercinta Darwis Bayu, dan ibu ku tercinta Nurulboiyah Ibrahim.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, segala Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. Beserta Keluarga dan para sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan. Kemudian syukur alhamdulillah atas doa, dukungan serta motivasi kedua orang tua saya, karena merekalah penulis mampu berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi dengan judul “Analisis Penerapan Halal Value Chain (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM (Studi di Toko Wirda Cake, Gampong Merduati, Kota Banda Aceh)” Bertujuan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah selama menempuh pendidikan Program Studi Strata Satu (S1), sekaligus selaku penguji I saya yang telah banyak membantu, memberikan masukan serta ilmu kepada penulis.
3. Muhammad Arifin, M.Ag.,Ph.D, selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Fithriady, Lc,MA selaku pembimbing I sekaligus penasehat akademik (PA) dan Rina Desiana, M.E selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam membimbing penulis. Serta telah memberikan saran, nasehat, dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Junia Farma, M.Ag selaku penguji II saya yang telah memberikan masukan dan saran atas skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kepada Ibu Elfina selaku pemilik Toko Wirda *Cake*, terimakasih telah memberikan izin kepada penulis untuk bisa melakukan penelitian di toko, serta yang telah banyak meluangkan waktu untuk penulis.
8. Seluruh responden yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima

kasih atas waktu dan informasi dari Bapak/ibu yang sangat berharga bagi penulis.

9. Teristimewa untuk Ayahanda Darwis Bayu dan Ibunda tercinta Nurulboiyah Ibrahim, serta kakak, abang dan adik ku yang tercinta yaitu kak Andiah, Hajidah, Nurhajiah, abang Musnadi dan adik Ikwanluddin, yang selalu memberikan Doa, motivasi, semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Juga untuk keponaan tersayang Zalfha Humaira, Zuhra Aqila, M.Zikri Al-Khalidy, Keicha Asyura, Muhammad Rafka Al-fandy dan Aura Sakira Sakhi
11. Sahabat-sahabat saya yang telah berjuang bersama di Program Studi Ekonomi Syariah, Terimakasih penulis ucapkan kepada Ananda Phonna, Elfina, Putro Tuanda Rezkiya. Fitriyanti. Penulis sangat berterimakasih atas masa-masa kuliah yang sangat menyenangkan bersama kalian semua, yang telah membantu penulis selama ini.
12. Juga untuk teman-teman lainnya Arjuna Firdaus dan Miftahul Jinal. Terimakasih yang telah menjadi teman baik penulis serta telah banyak membantu dalam materil maupun non materil selama penulis menempuh pendidikan S1 Ekonomi Syariah.

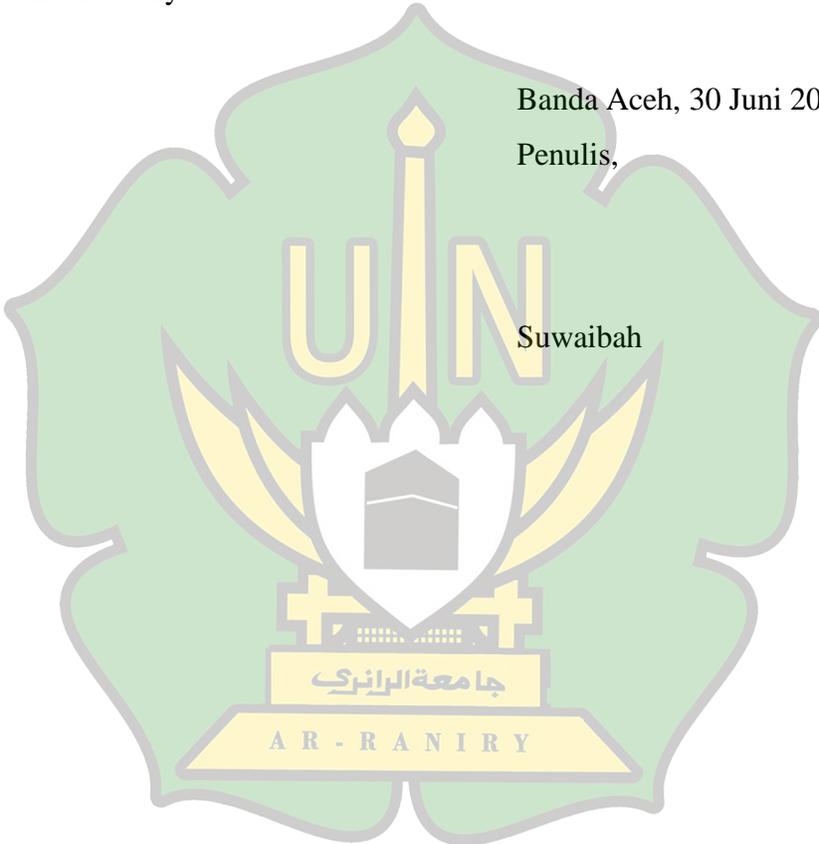
Penulis mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu, semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dan kita selalu berada dalam lindungan Allah SWT. Dan diberikan kemudahan dalam melakukan upaya yang terbaik dalam

hidup ini. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membantu semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak yang membacanya

Banda Aceh, 30 Juni 2022

Penulis,

Suwaibah



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	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	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	Ẓ	24	م	M
10	ر	A R R A N I R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

kaifa : كيف

hauula : 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
اِيْ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	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:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Talḥah :

طَلْحَةَ

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 Mahasiswa : Suwaibah
NIM : 190602171
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Penerapan Halal *Value Chain* (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM (Studi di Toko Roti Wirda *Cake*, Gampong Merduati, Kota Banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. Fithriady, Lc.,MA
Pembimbing II : Rina Desiana, M.E

Prinsip halal adalah indikator universal kualitas produk dan standar hidup. Konsumsi produk halal tidak hanya mencakup makanan, tetapi juga keuangan, perbankan, peternakan, fashion, kosmetik, medis, pariwisata, rumah sakit dan banyak bidang lainnya. Tujuan penulisan ini yaitu untuk mengetahui proses penerapan halal *value chain* pada UMKM studi di toko roti Wirda *Cake* dan untuk mengetahui peluang dan hambatan halal *value chain* pada UMKM studi di toko roti Wirda *Cake*. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan halal *value chain* pada UMKM di Toko Wirda *Cake* ialah: Toko Wirda *Cake* sudah memiliki legalitas halal dengan dibuktikan adanya sertifikat halal dari MUI. Namun, penerapan halal *value chain* di Toko Wirda *Cake* tersebut, hanya 75% yang sesuai dengan ketentuan kehalalan produk. Peluang dan tantangan Halal *Value Chain* pada UMKM di Toko Wirda *Cake* yaitu: Toko Wirda *Cake* sudah memiliki sertifikat halal sehingga dapat memajukan pariwisata halal di Kota Banda Aceh. Sedangkan tantangan dari penerapan halal *Value Chain* pada UMKM di Toko Wirda *Cake* ialah literasi masyarakat terhadap produk halal masih kurang, masih ada SDM yang kurang dalam pemahaman terhadap halal *value chain* khususnya pada karyawan yang baru.

Kata kunci: *Halal Thayyiban, Produk Halal, Halal Value Chain, UMKM.*

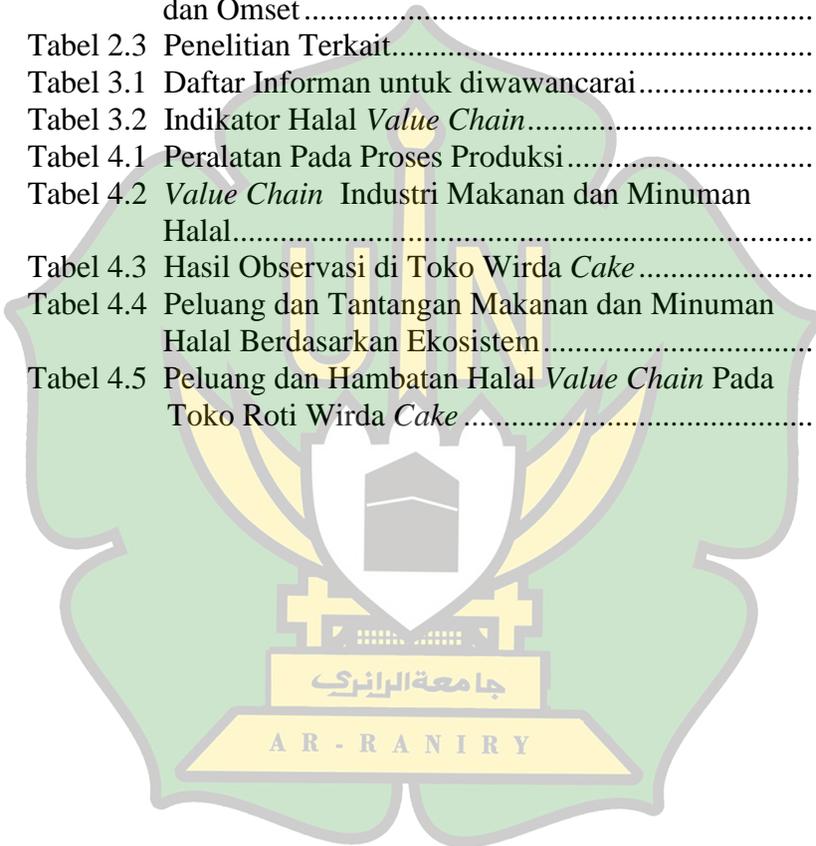
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN TRANSLITERASI	xii
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Halal <i>Thayyiban</i>	14
2.1.1 Definisi Halal <i>Thayyiban</i> R. Y.	14
2.1.2 Sumber Hukum	26
2.2 Produk Halal	49
2.2.1 Sertifikasi Halal	52
2.2.3 Industri Halal	53
2.3 <i>Value Chain</i> (Nilai Rantai)	59
2.3.1 Definisi <i>Value Chain</i>	59
2.3.2 Halal <i>Value Chain</i>	61
2.3.3 <i>Claster</i> Rantai Halal	69
2.3.4 Halal <i>Value Chain</i> Dalam Makanan	72
2.3.5 Indikator Halal <i>Value Chain</i>	75

2.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	80
2.4.1 Pengertian UMKM	83
2.4.2 Karakteristik UMKM	84
2.4.3 Peran UMKM	90
2.5 Penelitian Terkait.....	91
2.6 Kerangka Pemikiran	102
BAB III METODE PENELITIAN.....	104
3.1 Desain Penelitian	104
3.2 Populasi dan Sampel.....	105
3.2.1 Subjek Penelitian	105
3.2.2 Objek Penelitian	106
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	106
3.4 Instrumen Penelitian.....	108
3.5 Teknik Analisa Data	111
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	113
4.1 Gambaran Umum Toko Wirda <i>Cake</i>	113
4.1.1 Sejarah Toko Wirda <i>Cake</i>	113
4.1.2 Struktur Organisasi Toko Wirda <i>Cake</i>	114
4.1.3 Aktivitas Toko Wirda <i>Cake</i>	117
4.2 Proses Penerapan Halal <i>Value Chain</i> pada UMKM Studi di Toko Wirda <i>Cake</i>	127
4.3 Peluang dan Hambatan Halal <i>Value Chain</i> pada UMKM studi di Toko Wirda <i>Cake</i>	150
BAB V PENUTUP	158
5.1 Kesimpulan.....	158
5.2 Saran	160
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN	167
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	178

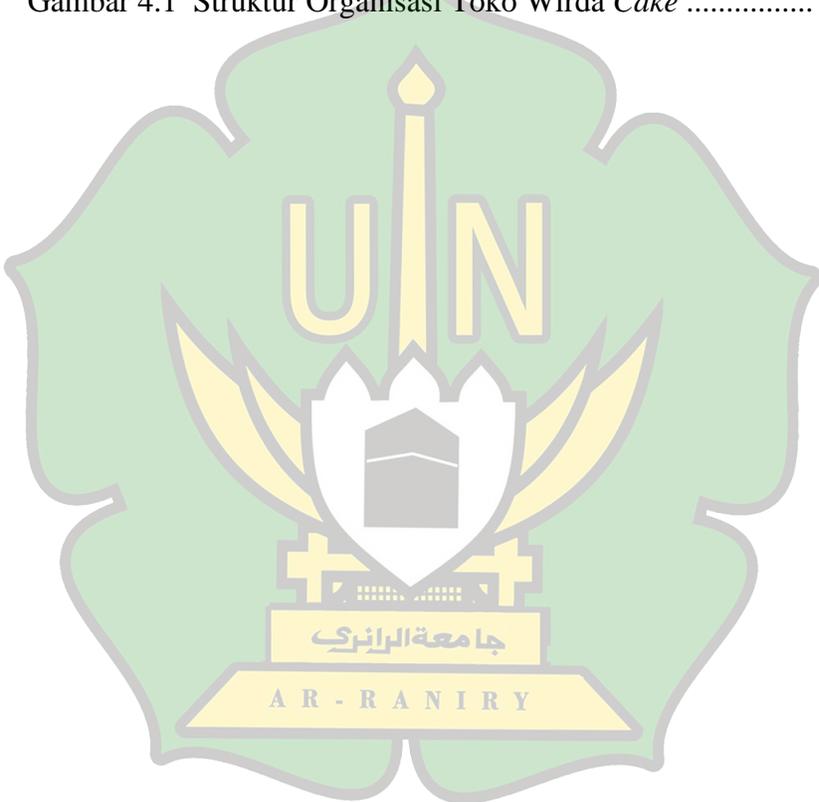
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Jumlah Perusahaan, Produk dan Sertifikat Halal di Aceh	6
Tabel 2.1 Karakteristik UMKM dan Usaha Besar	87
Tabel 2.2 Kriteria UMKM & Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omset	88
Tabel 2.3 Penelitian Terkait.....	96
Tabel 3.1 Daftar Informan untuk diwawancarai.....	107
Tabel 3.2 Indikator Halal <i>Value Chain</i>	110
Tabel 4.1 Peralatan Pada Proses Produksi.....	117
Tabel 4.2 <i>Value Chain</i> Industri Makanan dan Minuman Halal.....	126
Tabel 4.3 Hasil Observasi di Toko Wirda <i>Cake</i>	148
Tabel 4.4 Peluang dan Tantangan Makanan dan Minuman Halal Berdasarkan Ekosistem	152
Tabel 4.5 Peluang dan Hambatan Halal <i>Value Chain</i> Pada Toko Roti Wirda <i>Cake</i>	156



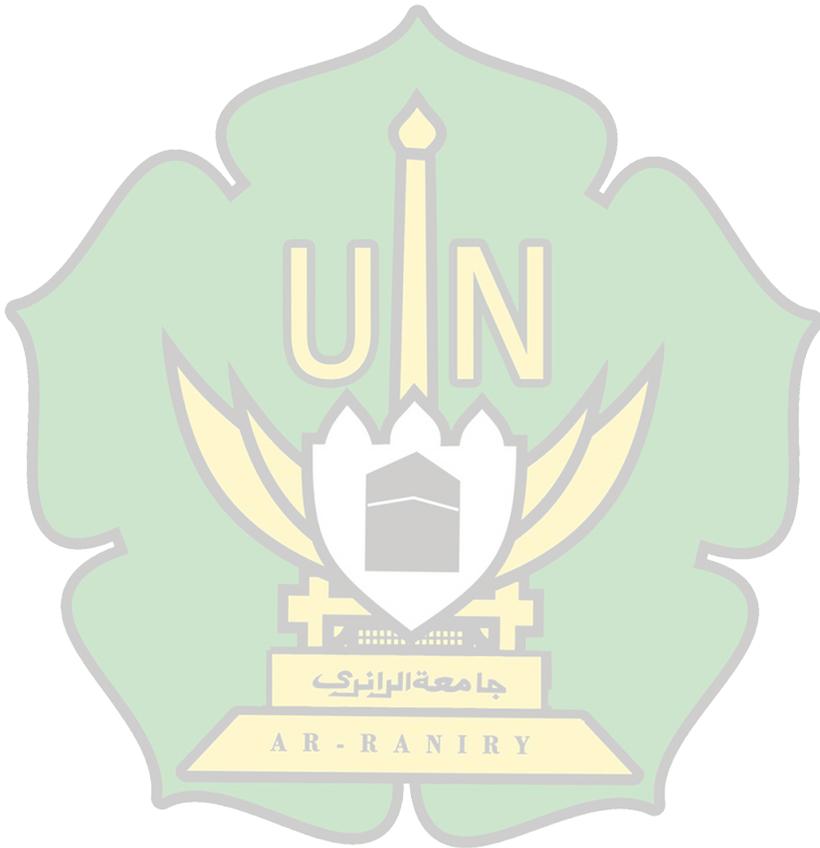
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Toko Wirda <i>Cake</i> setelah adanya Sertifikat Halal MUI dari 2017-2021 (Di Lihat dari Data Pendapatan Penjualan).....	8
Gambar 2.1	Halal <i>Value Chain</i> dalam Kegiatan Ekonomi.....	70
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir.....	103
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Wirda <i>Cake</i>	115



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Pedoman Observasi	163
Lampiran II	Daftar Pertanyaan Wawancara	168
Lampiran III	Dokumentasi Penelitian	171



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor ekonomi syariah menjadi perhatian ketika lembaga global (Thomson Reuters) mempublikasikan potensi belanja konsumen Muslim untuk berbagai produk konsumtif. Lembaga tersebut mencatat peningkatan daya beli Muslim di seluruh dunia, sehingga mempengaruhi perekonomian global. Dalam berbagai laporan yang terbit sejak akhir tahun 2000-an, industri ekonomi syariah global difokuskan pada sektor-sektor konsumtif atau berdaya saing tinggi. Mereka adalah makanan, gaya hidup, pariwisata, dan sektor keuangan (Master plan Ekonomi Syariah Indonesia (2019-2024), 2018).

Pada tahun 2021, *consumer spending* masyarakat Muslim untuk sektor makanan dan gaya hidup diproyeksikan akan mencapai USD 3 miliar. Jumlah tersebut merupakan angka yang sangat besar mengingat peningkatannya mencapai 57 persen untuk sektor makanan dan gaya hidup. Jika dijabarkan lebih luas lagi, setidaknya terdapat enam industri halal yang sudah ada dalam lingkup global, antara lain makanan, pariwisata fesyen terkini, media halal, farmasi dan kosmetika, serta keuangan.

Dari enam sektor yang ada, makanan halal merupakan pilar industri halal terbesar dilihat dari sisi *revenue*. Hingga tahun 2014, *market share* sektor ini di tingkat dunia mencapai 17 persen. Angka

itu dapat terus bertambah, jika terdapat regulasi dan standar global yang bisa menarik lebih banyak produsen makanan halal untuk masuk ke segmen ini. Dari sisi permintaan, spending Muslim terhadap makanan halal diperkirakan mencapai angka USD 1,9 miliar pada tahun 2021 (Master plan Ekonomi Syariah Indonesia (2019-2024), 2018).

Secara global, konsumen Muslim terus menjadi kelompok yang tumbuh paling cepat di dunia. Perbandingannya adalah satu dari empat orang di seluruh dunia adalah seorang Muslim. Pada 2050, total penduduk bumi yang memeluk Islam diprediksi menjadi 2,8 miliar jiwa atau sekitar sepertiga penduduk dunia. Mayoritas mereka berasal dari kawasan Asia Pasifik (Mastercard, 2018). Meski mayoritas konsumen Muslim belum sepenuhnya mengonsumsi produk halal, namun kesadaran keagamaan mereka semakin tinggi. Kemudian akses informasi mengenai tren halal dari banyak negara semakin mudah. Biasanya mereka mendapatkan kabar komoditas ramah Muslim dari Uni Emirat Arab, Malaysia, dan Indonesia. Di semua negara itu label halal menjadi keharusan dan penanda suatu produk ramah Muslim.

Sebagai negara berpenduduk mayoritas Muslim, Indonesia sudah seharusnya menjadi sentra perkembangan ekonomi syariah di dunia. Potensi menuju ke sana sudah ada, mulai dari sertifikasi halal, kepedulian terhadap produk ramah Muslim, pelayanan yang memudahkan Muslim menjalankan keyakinannya, dan banyak lagi.

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar setiap insan. Bagi Muslim, makanan dan minuman halal adalah keharusan, karena konsumsi keduanya menggambarkan ketaatan kepada Sang Pencipta. Alquran, seperti dalam Surat An-Nahl (16): 114, menyebutkan keharusan mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan baik. Konsumsi dua hal tadi yang mengandung dua nilai tadi akan mempengaruhi kualitas nutrisi dan kejernihan hati yang menentukan sikap. Makanan halal di negeri ini berlimpah ruah, terutama di daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Potensi ekonomi syariah daerah menekankan potensi industri halal. Berdasarkan Ripparnas (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional) 2015-2025, beberapa destinasi halal adalah provinsi Aceh.

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjalankan syariat Islam. Pemda setempat memiliki qanun atau sejenis dengan perda syariah yang menjadi acuan penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat di sana. Termasuk dalam bidang ekonomi, masyarakat di sana memiliki motivasi yang sangat besar menjalankan perekonomian sesuai dengan syariat Islam. Qanun yang mendukung penerapan ekonomi syariah terdapat Qanun Nomor 8 Tahun 2016 tentang sistem jaminan produk halal untuk melindungi masyarakat dari konsumsi barang haram Provinsi ini juga sangat berpotensi dalam pengembangan industri riil halal (Master plan Ekonomi Syariah Indonesia (2019-2024), 2018).

Klaster industri halal yang menjadi unggulan di Aceh salah satunya Industri makanan dan minuman halal. Industri makanan dan minuman halal dapat disokong oleh besarnya potensi bahan baku keduanya, seperti hasil pertanian, kehutanan, dan perikanan, yang berkontribusi sebesar 29,6 persen (Master plan Ekonomi Syariah Indonesia (2019-2024), 2018).

Prinsip halal adalah indikator universal kualitas produk dan standar hidup. Di dalamnya terkandung unsur-unsur kesehatan, keselamatan, kemakmuran, dan martabat manusia. Bisnis halal harus memantau dengan cermat perubahan dan kemajuan dalam cara hidup sehingga perlu memastikan bahwa untuk memulainya harus dengan bahan baku halal dan menjaga kualitas rantai pasokan produk halal hingga produk tersebut diproduksi. Semuanya diperuntukkan oleh konsumen yang membutuhkan jaminan kehalalan (Annisa, 2019). Oleh karena itu, memastikan halal *Value Chain* untuk semua produk adalah kepercayaan untuk semua produsen.

Perlindungan, ketidak berpihakan, kepastian hukum, transparansi, efektivitas, dan efisiensi harus dijunjung tinggi dalam pelaksanaan jaminan produk halal. Al-Qur'an memasukkan manusia sebagai salah satu karakter utamanya, oleh karena itu profesionalisme akan dikembangkan sebagai hasilnya (Idris & Ari, 2020). Kemudahan penggunaan, keamanan, dan keterjangkauan produk halal bagi masyarakat umum dalam konsumsi dan penggunaan produk, serta bagi pelaku ekonomi yang bergerak di bidang pembuatan produk halal, menjadi jaminan penggunaannya.

Tujuannya adalah untuk memberikan nilai lebih kepada para pelaku usaha tersebut (Rasyid, 2019).

Terbentuknya struktur hubungan antara berbagai bagian tetap dalam hukum perlindungan konsumen (Harahap, 2017), yang secara sepintas menunjukkan bahwa umat Islam yang menganut syariat Islam berada dalam keadaan kesanggupannya. (Siregar, 2019). Hubungan ini adalah hasil dari kepentingan komersial dengan konsekuensi hukum yang berbeda. Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, gagasan tentang akibat hukum harus ditentukan baik sebelum maupun sesudah kesepakatan para pihak (ijab kabul). Artinya, meskipun hubungan usaha telah berakhir, pelanggan tetap berhak atas perlindungan hukum dari produsen yang menggunakan barang dan/atau jasanya.

Bagi pelanggan Muslim, sertifikasi halal sangat penting karena menggabungkan nilai-nilai agama dan hak-hak konsumen (Siregar, 2018). Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, yang menyatakan bahwa kepastian hukum sifat kehalalan produk yang ditunjukkan dengan sertifikat halal merupakan jaminan kehalalan suatu produk. Sementara itu, sesuai hasil wawancara dengan sekretaris laboratorium LP POM MUI Aceh yaitu Bapak Deni Candra beliau mengatakan bahwa kuliner di Aceh belum semua memiliki sertifikasi halal (Wawancara Senin 13/9/2021, pukul 10.20 WIB). Kuliner yang dimaksud disini juga termasuk pada toko roti/*cake*, objek penelitian pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Rekapitulasi Jumlah Usaha, Produk, dan Sertifikat Halal di Aceh

No	Tahun	Jumlah Perusahaan	Jumlah Produk	Jumlah sertifikasi Halal
1	2016	6.564	114.264	7.392
2	2017	7.198	127.286	8.157
3	2018	11.249	204.222	17.398
4	2019	13.951	274.796	15.495

Sumber: *Lembaga Pangkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika MUI, (2020)*

Dapat dilihat dari tabel 1.1 di atas bahwa jumlah sertifikasi halal dari tahun 2016-2019 di Aceh menunjukkan bertambahnya pelaku usaha kuliner yang telah mengurus sertifikasi halal. Namun, khususnya Banda Aceh belum semua kuliner termasuk roti/*cake*, yang memiliki sertifikasi halal. Hanya beberapa toko roti/*cake*, yang bersertifikat halal. Banda Aceh saat ini sering kita jumpai toko-toko roti yang menawarkan roti yang bervariasi jenis, rasa, kemasan dan harga (Fadila, 2019).

Berdasarkan catatan LPPOM MUI Aceh ditemukan sejumlah toko roti halal di Banda Aceh sebanyak 25 toko roti/*cake*,. (Daftar Sertifikat Halal LP POM MUI, 2021). Salah satunya adalah Toko Wirda *Cake*. Jl.Taman Siswa No.5 4A, Merduati, Kec. Kutaraja, Kota Banda Aceh. Toko ini sudah ada sejak tanggal 6 April 2006 hingga saat ini. Karena banyaknya pilihan roti maupun *cake* yang dijual dengan harga terjangkau, Toko Wirda *Cake* ini menjadi salah satu yang paling populer di kalangan pelanggan. Selain itu, Wirda *Cake* berkembang dengan sangat pesat.

Lebih lanjutnya, dari hasil wawancara awal dengan Ibu Elfida selaku pemilik Toko Wirda *Cake* beliau mengatakan toko Wirda *Cake* sangat berkomitmen untuk berpegang pada kualitas dan terus meningkatkan minat konsumen yang disajikan dalam bentuk makanan. Sehingga konsumen tentu tidak ingin memilih makanan yang tidak terjamin kehalalannya. Oleh karena itu, toko roti/*cake* ini berusaha untuk menjaga kebersihan produk untuk konsumen. Toko Wirda *Cake* juga sangat konsisten terhadap rasa sehingga ia unggul dan tetap menjadi favorit.

Alasan penulis memilih penelitian di toko Wirda *Cake* karena Toko Wirda *Cake* sudah mempunyai sertifikat halal dan mereka membuat produk sendiri produk yang dijual produk lokal, sehingga sudah jelas kualitasnya terjaga. Toko Wirda *Cake* memiliki produk *Cake* potong yang sudah lama diproduksi dan dipasarkan kepada konsumen. Tetapi tidak hanya itu toko ini juga memproduksi *Cake* namun juga memproduksi roti, namun pada dasarnya lebih dominan memproduksi *Cake*. Adapun jenis *Cake* maupun kue yang diproduksi seperti: *cake* tape, *roll ice*, Natural Coklat, *Cake Blue Berry*, *Cheese Cake*, *Snack Box*, dan sebagainya (Wawancara Sabtu 23 Oktober 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Elfida selaku pemilik Toko Wirda *Cake* beliau mengatakan ia mengurus sertifikat halal sejak 2017, menurutnya setelah mengurus sertifikta halal dari MUI memberikan dampak bertambahnya konsumen dari hasil penjualan produknya pada masyarakat, sehingga semakin

menunjukkan peningkatan. Adapun pertumbuhan Toko Wirda *Cake* setelah adanya sertifikat halal dari 2017 sampai sekarang, seperti yang ditunjukkan pada ilustrasi di bawah ini:

Gambar 1.1 Pertumbuhan Toko Wirda *Cake* setelah adanya Sertifikat Halal MUI dari 2017-2021 (Di Lihat dari Data Pendapatan Penjualan)



Sumber: Data diolah, (2022).

Berdasarkan gambar 1.1 di atas dapat dilihat bahwa kepemilikan sertifikat halal pada Toko Wirda *Cake* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pelanggan yang membeli produk roti atau kue. Jika dilihat dari pertumbuhan pendapatan setiap tahunnya maka pada tahun 2017 jumlahnya Rp. 240.000.000, pada tahun 2018 pendapatannya Rp. 480.000.000, pada tahun 2019 pendapatannya Rp. 360.000.000, pada tahun 2020 pendapatannya Rp. 380.000.000, dan pada tahun 2021 pendapatannya kembali meningkat hingga Rp. 480.000.000.

Ini menunjukkan bahwa dengan adanya sertifikat halal memberikan perkembangan dari penjualan produk di Toko Wirda *Cake*, hanya saja pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan omset penjualan dikarenakan adanya dampak virus covid 19 yang masuk ke Aceh dan mengakibatkan kurangnya konsumen, namun

pada tahun 2021 Toko Wirda *Cake* ini kembali menunjukkan peningkatannya.

Walaupun Toko Wirda *Cake* sudah memiliki sertifikat halal, bukan berarti Toko Wirda *Cake* bisa menganggap mudah terhadap produk roti/*cake* yang dihasilkannya. Toko wirda cake harus menjaga kehalalan pada produk, dimulai dari proses *input*, *output*, pemasaran hingga produk tersebut di distribusikan kepada konsumen, semua hal tersebut harus teliti dan dijalankan sesuai syariat Islam. Artinya tidak hanya karena sudah memiliki sertifikat halal, namun dalam praktik di Toko Wirda *Cake* harus sesuai dengan konsep nilai rantai halal (*halal value chain*), dengan tujuan agar produk yang didistribusikan dapat mencerminkan kebersihan dan terjaga kehalalan sampai dengan produk akhir yang diterima konsumen muslim dan dapat lebih meyakinkan konsumen.

Penelitian yang terkait dengan penelitian penulis adalah penelitian yang berjudul “Analisis Ekosistem *Value Chain* Halal pada UMKM di Medan” yang dilakukan oleh Julistia, Nasution, Imfazu, dan Pradesyah (2021). Bahan baku dan bahan penolong yang digunakan aman dan terjamin kehalalannya, namun karena kunci kehalalannya 15,6%, maka pengawasan dan penggunaan bahan oleh UMKM tidak akan meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian adalah bahwa meskipun ada banyak faktor UMKM yang mendorong ekosistem halal, masih banyak UMKM yang belum tersertifikasi halal karena beberapa alasan. Kesamaan dengan penelitian penulis ini membahas tentang

halal *Value Chain* usaha kecil dan menggunakan teknik akuisisi data menggunakan wawancara, tanggapan, dan observasi. Di sisi lain, perbedaan antara penelitian Julistia et al. dan penelitian penulis adalah bahwa karya Julistia et al. menjelaskan prosesnya, sedangkan penelitian penulis menjelaskan proses penerapan halal *Value Chain* di toko *Wirda Cake*, Gampong Merduati, Banda Aceh.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengulas judul ini karena dilatarbelakangi permasalahan dan fenomena yang ada. Adapun judul dalam penelitian ini yaitu "**Analisis Penerapan Halal *Value Chain* (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM (Studi di Toko Roti *Wirda Cake*, Gampong Merduati, Kota Banda Aceh)**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses penerapan halal *value chain* pada UMKM Studi di Toko *Wirda Cake*?
2. Bagaimana peluang dan hambatan dalam penerapan halal *value chain* pada UMKM Studi di Toko *Wirda Cake*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui proses penerapan halal *value chain* pada UMKM studi di Toko roti Wirda *Cake*
2. Untuk mengetahui peluang dan hambatan dalam penerapan halal *value chain* pada UMKM studi di Toko roti Wirda *Cake*

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, khususnya:

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini membantu memberikan ide dan konsep. halal *tayyiban*, halal *Value Chain*.
2. Manfaat praktis, bagi penulis penelitian ini untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan dan persyaratan kuliah.
3. Manfaat kebijakan, penelitian ini bermanfaat kepada pengambil kebijakan untuk menindaklanjuti hasil penelitian.
4. Manfaat penulis, untuk menerapkan ilmu pengetahuan, berupa teori-teori yang penulis pelajari selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan kata lain penulis berharap akan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan baik berupa teori maupun pengaplikasian dari teori tersebut.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penulis menyusun skripsi ini ke dalam berbagai bab untuk pembahasan sistematis, yang masing-masing mencakup sub-bab sistematis berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini merupakan studi teoritis yang berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yaitu tentang halal *thayyiban*, produk halal, *value chain*, dan UMKM. Kemudian pada bab ini juga terdapat penelitian terkait dan kerangka berfikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

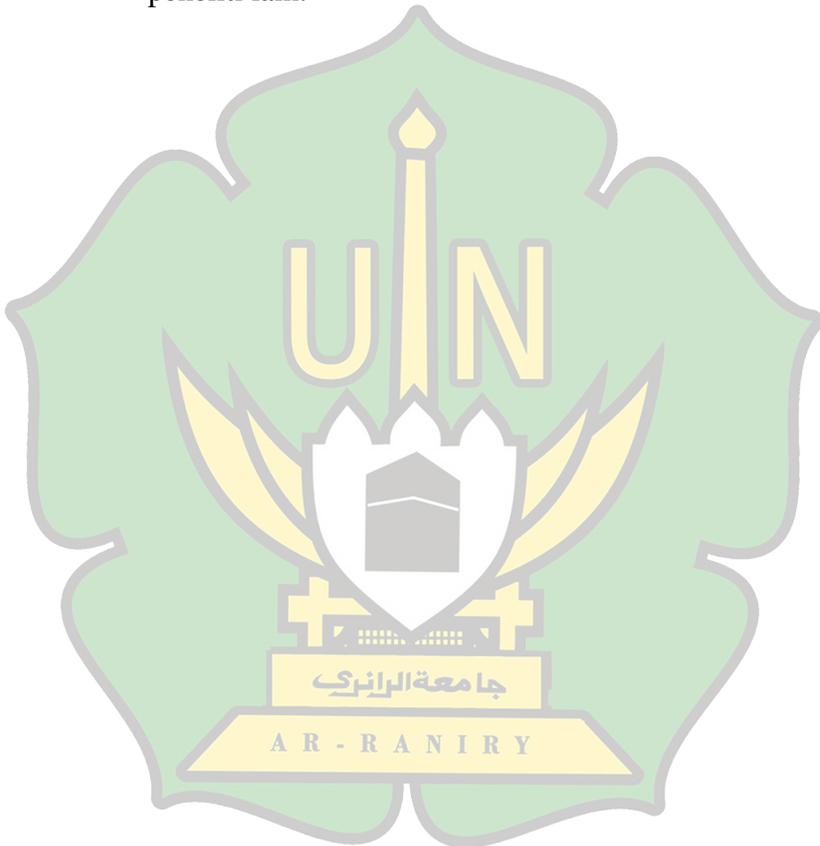
Pada bab ini penulis menguraikan tentang desain penelitian, populasi dan sampel; subjek penelitian, objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, defenisi dan operasional variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran tentang Toko Wirda *Cake*, proses penerapan halal *value chain* di Toko Wirda *cake*, peluang dan hambatan penerapan halal *value chain* di toko Wirda *Cake*.

BAB V: PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang dirangkum berdasarkan temuan penelitian. Serta rekomendasi berupa masukan untuk dikomunikasikan baik kepada pihak terkait maupun peneliti lain.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Halal *Thayyiban*

2.1.1 Definisi Halal *Thayyiban*

Arti kata halal dalam bahasa Arab berasal dari *halla-yahillu-wahalalan*. Artinya sah atau diperbolehkan secara hukum. Secara etimologis, makan berarti mengisi mulut dengan sesuatu. Makanan dalam bahasa Arab dilambangkan dengan kata *at-ta'am*, yang bentuk jamaknya adalah *al-atimah*. Dalam Ensiklopedia Islam, apapun yang orang makan adalah untuk menghilangkan rasa lapar. Halal berasal dari bahasa arab *al-halal* (Dahlan & Abdul Aziz, 1997).

Konsep halal *thayyiban* dalam makanan maupun rizki yang kita dapatkan juga tersirat di dalam Surat Al Baqarah ayat 168. Halalan *thayyiban* menurut ayat diatas adalah sesuatu yang didapat dari cara-cara yang diharamkan. Misalnya saja dengan merampok, mencuri, riba, korupsi, dan lain sebagainya. Orang-orang yang memakan makanan halal, memiliki harta halal, dan pekerjaan yang halal adalah orang-orang yang selamat. Itu dikarenakan ia akan tenang hati dan pikirannya, dilapangkan dadanya, sukses kehidupannya, serta dirinya terjaga dan penuh berkah dari Allah Ta'ala. *Thayyiban* yang dimaksud disini tidaklah al *khabits*, yakni kotor atau najis. Jadi meskipun halal, tapi kotor dan terkena najis lebih baik ditinggalkan (Setiawan, 2020).

Makanan halal pada dasarnya adalah makanan unggulan yang dapat dikonsumsi sesuai dengan ajaran Islam, Al-Qur'an dan hadits. Ide makanan yang baik mencakup semua jenis makanan yang dapat menyehatkan tubuh tetapi menggugah selera, dan sumber ajaran Islam tidak terbatas. Namun dalam kasus lain, diperlukan penjelasan yang lebih jelas berdasarkan teks-teks umum *ijma`* dan qiyas (*ra`yi/ijtihad*) yang harus dipelajari para ulama. Para ulama sepakat tentang kehalalan hewan ternak seperti unta, sapi dan kambing, dan larangan terhadap hal-hal yang berpotensi membahayakan seperti keracunan, penyakit dan efek samping (Setiawan, 2020).

Tiga huruf *Tha*, *Alif*, dan *Ba* membentuk kata Arab *Thayyiban*, yang didefinisikan sebagai masdar dari akar kata *Thaba*. Ini berarti halal, suci, lezat, subur, memperkenankan dan mengizinkan. Menurut Kalamuddin Nurdin dalam kamus *Syawarfiyyah*, kata *Thayyib* artinya, nikmat, kebaikan, rahmat, dan martabat. Kata Arab "*taba*" adalah sumber dari kata *thayyiban*, ini menunjukkan sesuatu yang gurih, murni, atau suci. Istilah "*thayyiban*" digunakan oleh para komentator untuk menyebut pesanan makanan. Intinya, itu menunjukkan bahwa itu bebas dari kontaminasi, kerusakan, atau kedaluwarsa. Ada yang mengartikannya sebagai makanan yang berasa atau yang menyehatkan jiwa dan raga orang yang memakannya.

Jika Islam melarang sesuatu untuk dikonsumsi, sebenarnya ada dampak negatif pada tubuh manusia di balik larangan tersebut.

Di sisi lain, jika sesuatu diizinkan atau diwajibkan oleh Islam, seperti memakan makanan tertentu, ada keuntungan di balik perintah itu yang disadari atau tidak disadari. Untuk beriman kepada Allah, umat Islam harus memakan makanan yang Allah izinkan dan menghindari makanan yang dilarang. Apapun yang Allah izinkan akan memenuhi kebutuhannya. Allah mengharamkan beberapa makanan dan minuman karena dapat menimbulkan *mudharat* antara lain. Kesehatan fisik dan mental seseorang dapat terganggu dari makanan yang diharamkan tersebut. Allah tidak melarang sesuatu selain hal pada dasarnya tidak baik atau akan menyebabkan kerusakan nantinya (Setiawan, 2020).

Allah memberikan manusia segala sesuatu yang mereka butuhkan di dunia ini, tetapi tidak semua yang ada di dalamnya layak untuk digunakan atau dikonsumsi. Halal masih termasuk kategori positif dan negatif. Ada beberapa makanan halal yang tidak boleh dikonsumsi karena tidak semuanya otomatis baik. Tidak setiap makanan halal secara otomatis sehat, seperti yang dikatakan dalam tafsir al-Mishbah:

Makanan yang Allah sediakan di dunia ini mengikuti cara manusia memilih dan mengklasifikasikannya, sehingga Allah memberi manusia alasan untuk memikirkan apa yang terbaik untuknya. Ada banyak makanan halal di dunia ini yang bisa dipilih untuk dicerna dengan baik. Makanan yang tergolong halal memiliki beberapa aspek: wajib, sunnah, mubah dan makruh.

Sebagaimana dicatat oleh M. Quraish Shihab dalam tafsirnya, “*Dan makanlah makanan yang halal, yaitu yang tidak haram*”, perintah mengkonsumsi makanan halal terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 168, Al-Maidah ayat 88, An-Nahl ayat 114, dan masih banyak lagi ayat perintah untuk mengkonsumsi apa disebutkan dalam makanan halal dan tidak halal.

Pertama, pengadaan makanan halal yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Dengan kata lain, tidak membeli makanan dengan cara-cara yang dilarang oleh syariat Islam. *Kedua*, tidak didapatkan melalui kekerasan, penipuan, pencurian, korupsi, dan sebagainya. Makanannya harus baik (*thayyib*), yaitu berisi jumlah, kualitas dan keseimbangan zat yang dibutuhkan tubuh (Setiawan, 2020).

Pada saat yang sama, Allah juga melarang manusia mengkonsumsi makanan dari konsekuensi bisnis haram. Ini disebut Albatil dalam Quran, seperti yang ditegaskan Allah dalam surah an-Nisa’ ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونُوا تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara*

kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S An-Nisa [4]: 29).

Menurut Al-Qurthubi, yang dimaksud al-bathil dalam ayat tersebut adalah “sebagai transaksi yang dilarang oleh syariah, seperti riba dan perjudian. Upaya ini dilarang oleh hukum syariah karena melibatkan metode pemeroleh properti tanpa kompensasi atau persetujuan para pihak. M. Quraish Shihab berkata: makanan yang halal adalah makanan yang tidak dilarang oleh agama (Setiawan, 2020).

Semua makanan haram itu buruk, sebagiannya lebih buruk dari beberapa lainnya. Di sisi lain, semua makanan halal lebih baik dan suci dari makanan lainnya. Seperti makanan manis, semuanya terasa manis, tetapi ada juga yang lebih manis dari yang lain. Ada yang sangat manis, ada yang manis, dan ada yang sedikit manis. Demikian pula beberapa makanan halal dan haram memiliki nilai yang berbeda dengan makanan lainnya (Setiawan, 2020).

Jika makanan dilarang, maka perlu tahu bahwa pasti ada hikmah di balik itu semua. Seperti yang dikatakan Syaikh Haitsam al-Hilal, Islam melarang mengkonsumsi makanan, yang memiliki efek negatif pada tubuh manusia. Di sisi lain, jika Islam mengizinkan atau memerintahkan sesuatu, termasuk memakan makanan tertentu, ada keuntungan yang bisa atau tidak bisa diambil di balik perintah itu (Setiawan, 2020).

Surah Al-An’am ayat 145 merupakan penjelasan Allah tentang makanan yang diharamkan, yaitu:

قُلْ لَا آجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا
 مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ
 وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi karena sesungguhnya semua itu kotor atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam keadaan terpaksa, sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Q.S al-An’am [6]: 145).

Berdasarkan ayat di atas, haram dijelaskan dalam kitab suci Allah SWT. Beberapa yang haram disebabkan oleh zat seperti darah dan babi, sementara yang lain disebabkan oleh faktor eksternal. *Al-Maragi* menyebutnya *Muharramunli' arid*. Artinya dilarang karena tidak tersedia dari *Waghin shahih* seperti pencurian, perampokan dan pemerasan. Al-Qur'an menyatakan dengan tegas bahwa makanan tersebut haram untuk dikonsumsi. Oleh karena itu, ketika Allah merujuk pada *spesies* yang dilarang untuk dimakan, Allah merujuknya secara rinci. Perintah itu ditujukan kepada semua orang, baik yang beriman kepada Allah SWT atau tidak.

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa makanan bisa halal karena tiga alasan yaitu (Setiawan, 2020):

1. Halal bahannya

Makanan yang halal menurut zatnya adalah makanan yang dari dasarnya halal untuk di konsumsi. Dan telah di tetapkan kehalalannya dalam kitab suci Al-Qur'an dan A-Hadist. Contoh makanan yang halal karena zatnya adalah daging sapi, ayam, kambing, buah-buahan seperti apel, kurma, anggur, dan lain sebagainya.

2. Halal cara memperolehnya

Yaitu makanan yang di peroleh dengan cara yang baik dan sah, Makanan akan menjadi haram apabila cara memperolehnya dengan jalan yang batil karena itu bisa merugikan orang lain dan dilarang oleh syariat. Contoh dari cara memperoleh yang baik adalah dengan cara membeli, bertani, hadiah, dan lain sebagainya.

Adapun dari makanan yang diperoleh dari makanan yang batil adalah dengan cara mencuri, merampok, menyamun, dan lain sebagainya.

3. Halal pengolahannya

Yaitu makanan yang semula halal dan akan menjadi haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat agama. Banyak sekali makanan yang asalnya halal tetapi karena pengolahannya yang tidak benar menyebabkan makanan itu mmenjadi haram. Contohnya anggur, makanan ini halal tetapi karena telah diolah menjadi minuman keras maka minuman ini menjadi haram.

Makanan yang haram dalam Islam ada dua jenis, yaitu (Setiawan, 2020):

- a. Ada yang diharamkan karena dzatnya. Maksudnya asal dari makanan tersebut memang sudah haram, seperti: bangkai, darah, babi, anjing, khamar, dan lainnya.
- b. Ada yang diharamkan karena suatu sebab yang tidak berhubungan dengan dzatnya. Maksudnya asal makanannya adalah halal, akan tetapi dia menjadi haram karena adanya sebab yang tidak berkaitan dengan makanan tersebut. Misalnya: makanan dari hasil mencuri, upah perzinahan, sesajen perdukunan, makanan yang disuguhkan dalam acara-acara yang *bid'ah*, dan lain sebagainya.

Kualitas makanan halal yang dikonsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh apa dan bagaimana diperoleh, tetapi cara penyajiannya juga berperan penting dalam menentukan kualitas kehalalan suatu makanan dan baik atau *halalan thayyiban* yaitu (Setiawan, 2020):

1. Mengandung gizi yang cukup dan seimbang

Kehidupan sehari-hari penuh dengan aktivitas, sehingga diperlukan lebih banyak tenaga untuk menyelesaikan aktivitas tersebut. Konsumsi makanan yang bergizi dan seimbang seperti sayuran, buah-buahan, susu, ikan, daging. yang diperlukan untuk aktivitas dan perkembangan. Seperti yang dikatakan oleh Quraish Shihab dalam komentarnya, Berdasarkan pentingnya peran makanan dalam membentuk perkembangan fisik dan mental

manusia, tujuan adanya agama adalah agar orang mengonsumsi makanan yang baik. *“Dan makanlah makanan yang halal yakni bukan yang haram lagi baik, lezat, bergizi, dan berdampak positif bagi kesehatan.”*

Yang dimaksud di sini baik dari segi medis maupun dari segi agama. Seruan ini agar masyarakat sehat jasmani dan rohani serta mampu menjadi sehat jasmani dan rohani. Pola makan dalam hal ini memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan dan menjaga kesehatan, tidak lepas dari hal di atas. *“Makanan sehat adalah makanan yang diizinkan untuk dimakan menurut kesehatan Al-Qur'an dan dokter, dan makanan yang baik adalah makanan yang mengandung gizi menurut Al-Qur'an, serta obat-obatan sangat baik dikonsumsi untuk kesehatan.*

Tetap bugar untuk tetap sehat, berolahraga secara teratur, dan menjaga pola makan sehat dengan mengonsumsi makanan bergizi. Al-Qur'an memiliki banyak bagian yang menganjurkan umat Islam tentang membiasakan diri memakan makanan yang sehat dan bergizi. Makanan tidak hanya berkaitan dengan hal-hal materi, melestarikan kebahagiaan manusia tetapi juga dengan kesehatan mental. Makanan *thayyib* adalah salah satu persyaratan kesehatan yang ditentukan dalam Al-Qur'an, yang didefinisikan sebagai makanan bergizi yang sesuai untuk perkembangan fisik, tanpa efek negatif pada kesehatan fisik. Pola makan yang bergizi merupakan kebutuhan dasar setiap tubuh manusia untuk mencapai kualitas kesehatan yang cukup.

Dari sudut pandang kesehatan, makanan harus kaya dengan jumlah nutrisi yang bermacam-macam. Segala sesuatu yang dikonsumsi harus memiliki kandungan gizi yang lengkap dan seimbang, yang mengandung karbohidrat, protein, lipid, vitamin dan mineral. Hal ini penting karena manfaat makan mempengaruhi pertumbuhan seseorang. Pada akhirnya, dapat dikatakan bahwa nutrisi adalah langkah pertama untuk mencapai kesehatan dan kebahagiaan. Dua hal yang terakhir ini adalah kewajiban manusia untuk memelihara dan menjaganya.

2. Proporsional

Salah satu syarat makanan halal dan *thayyib* adalah jumlah yang dikonsumsi harus proporsional. Seperti yang dikatakan oleh Quraish Shihab: “Bagikan sesuai dengan kebutuhan orang yang makan, tidak berlebih dan tidak dikurangi”. Proporsional artinya sebanding, proporsional, yaitu sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan makanan yang sesuai dengan selera dan kenyamanan, maka makanan yang kita konsumsi menjadi *thayyib*.

Tingkatan kesehatan yang sesuai untuk setiap individu, objek referensi adalah individu yang relevan. Islam mengajarkan bahwa cara yang ideal adalah memakan makanan *thayyib*. Memang, kesederhanaan adalah hal yang diharuskan bagi Muslim dalam segala hal, baik dalam makanan maupun hal lainnya. Konsumsi dalam jumlah secukupnya dan tidak terlalu banyak sangat penting untuk kesehatan seseorang. Penggunaan yang berlebihan membuat manusia menjadi serakah hingga menjadi kebiasaan dan karakter,

dan seringkali masalah tidak berhenti sampai di situ, karena kebiasaan buruk dapat menyebabkan berbagai penyakit.

Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf ayat 31 yaitu:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”* (Q.S Al-A'raf [7]:31).

Proposional juga ditentukan sesuai dengan kondisi individu, seperti yang dijelaskan Quraish Shihab dalam tafsir al-Mishbah: *Tidak semua yang halal cocok untuk kondisi fisik seseorang, ataupun individu.*

3. Aman

Perpaduan antara perintah mengkonsumsi makanan dan perintah bertakwa, tuntunan, dan kewajiban manusia untuk selalu berpihak pada sisi takwa yang intinya adalah untuk menghindari apa pun yang dapat menyebabkan hukuman. Takwa artinya “menghindari” atau menghindari azab Allah, baik di dunia maupun di akhirat. “dan bertakwalah kepada Allah dalam segala aktivitas yang kamu terhadap-Nya adalah *mu'minun*, yakni orang-orang yang mantap keimanannya”

Hukuman Allah di dunia ini adalah akibat dari pelanggaran hukum yang berlaku di dunia ini, dan hukuman Allah di akhirat adalah akibat dari pelanggaran hukum Syariah. Misalnya, hukum Allah di dunia tentang makanan mengatakan bahwa siapa pun yang makan makanan itu kotor atau terkontaminasi penyakit. Penyakit ini adalah azab Allah di dunia. maka perintah bertakwa kepada sisi duniawinya dan dalam konteks makanan, menuntut agar setiap makanan yang dicerna tidak mengakibatkan penyakit atau dengan kata lain memberi keamanan bagi pengkonsumsinya. Ini tentu di samping harus memberinya keamanan bagi kehidupan ukhrawinya.

Surah An-Nisa' ayat 4 memberikan suatu petunjuk bahwa dalam mengkonsumsi makanan itu haruslah mengutamakan keamanan, adapun teks ayat Al-Quran surah An-Nisa' ayat 4 adalah sebagai berikut:

وَأَنْتَوَالنِّسَاءَصَدَقَاتِهِنَّنِحْلَةًفَإِنْطَبِنَ لَكُمْعَنْشَيْءٍمِنْهُنَفَسَافَكُلُوهُ
هَنِيئًا مَرِيئًا

Artinya: “Berikanlah maskawin (mahar) kepada wanita (yang kamu nikahi) sebagai pemberian dengan penuh kerelaan. Kemudian jika mereka menyerahkan kepada kamu sebagian dari maskawin itu dengan senang hati, maka makanlah (ambillah) pemberian itu (sebagai makanan) yang sedap lagi baik akibatnya” (Q.S An-Nisa' [4]: 4).

Makanan yang dikonsumsi manusia harus memiliki semua khasiat yang ditentukan oleh ayat-ayat ini agar bermanfaat bagi tubuh dan membawa kesehatan bagi jiwa. Meskipun makanan

halal tapi tidak *thayyib* berarti itu mentah, makanan setengah matang. Makanan ini berbahaya bagi tubuh, merusak organ tubuh dan membuat seseorang sakit, penyakit tersebut membuat tubuh tidak dapat melakukan aktivitas.

Makanan yang dikatakan *thayyib* berdasarkan beberapa penjelasan di atas adalah makanan halal, karena syarat utama makanan yang baik adalah makanan halal. Makanan halal saja tidak menjamin kesehatan seseorang saat mengonsumsi makanan tersebut, sehingga makanan yang dikonsumsi harus seimbang dan lengkap. Kebutuhan nutrisi yang cukup untuk menunjang segala aktivitas sehari-hari. Makanan yang dikonsumsi harus sesuai dengan kebutuhan konsumen, karena bila dikonsumsi secara berlebihan, makanan tersebut hanya akan mendatangkan penyakit bagi konsumen. Keamanan makanan yang ingin dimakan juga merupakan hal terpenting yang perlu diperhatikan karena mengonsumsi makanan yang sudah kadaluwarsa tidak sehat, juga dapat menyebabkan penyakit (Setiawan, 2020).

2.1.2 Sumber Hukum - R A N I R Y

1. Al-Quran

Menurut Nuraini (2018), Setelah mempelajari ayat-ayat Al-Qur'an menggunakan kitab Ali-Audah, diketahui bahwa menurut karangan Ali Audah, ayat-ayat yang menggunakan kalimat *Halal Thayyiban* dalam rangka makan dan minum memiliki beberapa surah yang perlu diketahui yaitu Surah Al-Baqarah ayat 168

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

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”(Q.S Al-Baqarah [2]:168).

Ayat ini menunjukkan kecintaan Allah kepada hamba-hamba-Nya bahwa Ia adalah pemberi makanan terbesar bagi seluruh makhluk-Nya yang membolehkan semua manusia mengkonsumsi apa saja yang ada di muka bumi ini selama itu halal dan baik, yaitu baik untuk dirinya sendiri dan tidak berbahaya bagi tubuh dan pikiran. Selanjutnya Allah juga melarang manusia mengikuti jejak setan, yaitu dengan menipu pengikutnya untuk mengharamkan apa yang telah Allah SWT izinkan (Nengsih & Auliya, 2020).

Mengevaluasi isi surat Al-Baqarah ayat 168 di atas, ayat ini berkorelasi dengan:

a. Surah Al-Baqarah ayat 57

وَوَهَبْنَا لِمَنَّا عَلَىٰ كُمُومًا وَأَنزَلْنَا عَلَيْكُمُ الْمَنَّاءَ وَالسَّلْوَا كَلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَمَا ظَلَمُونَا وَلَكِن كَانُوا أَنفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ

Artinya: “Dan Kami naungi kamu dengan awan, dan Kami turunkan kepadamu "manna" dan "salwa". Makanlah dari makanan yang baik-baik yang telah Kami berikan kepadamu; dan tidaklah mereka menganiaya Kami; akan tetapi merekalah yang menganiaya diri mereka sendiri” (Q.S Al-Baqarah [2]:57).

Dari ayat di atas hal-hal yang termasuk dalam makanan baik (*thayyib*) dalam Al-Qur'an menurut Imam Syaukani adalah *manna* dan *salwa*. Seperti yang dikatakan Imam Syaukani, *manna* dan *salwa* adalah makanan yang diberikan langsung oleh Allah kepada Bani Israil (Parwanto, 2017).

b. Surat Al-Maidah ayat 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (Q.S Al-Maidah [2]:5).

Ayat ini memiliki peringatan untuk tidak berlebihan saat menggunakannya, dan berlebihan dengan sesuatu yang tidak sesuai dengan jenisnya adalah hal yang buruk. Mengenai kehalalan makanan dan minuman, hal yang baik pada ayat 88 di atas adalah halalnya makanan dan minuman bukan hanya karena zatnya, tetapi juga karena cara perolehannya, seperti barang atau hasil riba bukan hasil curian. Makanan halal yang dicuri menjadi haram karena mencuri adalah perbuatan yang dilarang.

Kata *kulu* (makan) dalam kalimat ini adalah "nikmati", jadi termasuk minuman, dan sebagainya. Orang-orang menyukai apa yang mudah bagi mereka antara yang baik dan yang halal. Nasehat Al-Qur'an tentang kebaikan yang sesuai dengan fitrah manusia adalah lurus dan seimbang (Nuraini, 2018).

c. Surat An-Nahl ayat 114

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ
إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (Q.S An-Nahl [16]: 114).

Ayat 114 adalah peringatan Allah SWT kepada manusia tentang persiapan, baik di masa depan maupun setelah akhir. Ayat 113 tadi menjelaskan hukuman yang akan diterima bagi orang yang tidak beriman, bahwa Allah SWT akan memakai “pakaian untuk menahan lapar”. Dalam kondisi seperti minum, perhatikan kualitas makanan dan minuman dan *tayyib*, bukan hanya persoalan perut saja, karena halal dan *thayyib* sangat mempengaruhi kondisi mental. Halal adalah makanan dan minuman bukan *junk food* sedangkan *thayyib* adalah makanan dan minuman lezat dan sesuai selera. Selain Allah SWT membolehkan manusia makan dan minum dengan cara yang halal dan baik, ia juga membolehkan manusia dalam keadaan darurat makan dan minum produk yang dilarang hanya sekedar untuk menjaga diri agar tetap hidup.

Dalam ayat selanjutnya untuk mengharamkan yang haram dan mengharamkan yang halal (Nuraini, 2018).

d. Surat At-Thaha ayat 81

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلَّ
عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ

Artinya: “Makanlah di antara rezeki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Dan barang siapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, maka sesungguhnya binasalah ia..” (Q.S At-Thaha [20]: 81).

Dalam penjelasan at-Tabari dijelaskan bahwa dalam ayat ini Allah SWT memerintahkan kepada Bani Israil untuk memakan makanan yang lezat yang diberikan Allah kepada mereka, agar mereka tidak menyalahgunakannya, seperti menghamburkan uang, membuang-buang waktu, memberi sedekah kepada orang yang durhaka, dan sebagainya . Karena jika itu, berarti mereka telah menarik murka Allah SWT yang akan memberikan hukumannya. Celaka dan matilah orang-orang yang ditimpa murka Allah SWT (Syahrial, 2020).

e. Surat An-Anfal ayat 69

فَكُلُوا مِمَّا غَنِمْتُمْ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “Maka makanlah dari sebagian rampasan perang yang telah kamu peroleh itu, sebagai makanan yang halal lagi baik,

dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.” (Q.S An-Anfal [9]: 69).

Ayat ini merupakan anjuran untuk menggunakan harta tebusan perang dengan syarat yang halal agar tidak disiksa dan tidak diazab oleh Allah SWT dan akibat *thayyib* (baik) terhadap badan, roh, dan jiwa, dan raga. Kata *kulu* "makan" dalam ayat ini dipahami oleh Quraish shihab sebagai "gunakan dan nikmati" karena kebutuhan materi utama manusia adalah makanan dan dengan makan manusia dapat melakukan berbagai aktivitas (Nuraini, 2018).

2. Hadits

Hadits mengenai *halallan thayyiban* sangat banyak dibahas oleh imam-imam diantaranya sebagai berikut (Ensiklopedia Kitab 9 Imam Hadits, 2021):

a. H.R Imam Bukhari

حَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ حَدَّثَنَا زَكَرِيَّا عَنْ عَامِرٍ قَالَ سَمِعْتُ النُّعْمَانَ بْنَ بَشِيرٍ يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ الْحَلَالُ بَيْنَ وَالْحَرَامِ بَيْنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشَبَّهَاتَانِ لَا يَعْلَمُهُمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الْمُشَبَّهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ كَرَعَ يَرَعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَى أَلَا إِنَّ حِمَى اللَّهِ فِي أَرْضِهِ مَحْرَمَةٌ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْعَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ

Terjemahan: “Telah menceritakan kepada kami Abu Nu'aim Telah menceritakan kepada kami Zakaria dari 'Amir berkata; aku

mendengar An Nu'man bin Basyir berkata; aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Yang halal sudah jelas dan yang haram juga sudah jelas. Namun diantara keduanya ada perkara syubhat (samar) yang tidak diketahui oleh banyak orang. Maka barangsiapa yang menjauhi diri dari yang syubhat berarti telah memelihara agamanya dan kehormatannya. Dan barangsiapa yang sampai jatuh (mengerjakan) pada perkara-perkara syubhat, sungguh dia seperti seorang penggembala yang menggembalakan ternaknya di pinggir jurang yang dikhawatirkan akan jatuh ke dalamnya. Ketahuilah bahwa setiap raja memiliki batasan, dan ketahuilah bahwa batasan larangan Allah di bumi-Nya adalah apa-apa yang diharamkan-Nya. Dan ketahuilah pada setiap tubuh ada segumpal darah yang apabila baik maka baiklah tubuh tersebut dan apabila rusak maka rusaklah tubuh tersebut. Ketahuilah, ia adalah hati". (H.R Imam Bukhari).

Hadits ini adalah salah satu dasar utama syariah. Abu Daud berkata: Islam berputar di sekitar empat hadits dan kemudian dia menyebut hadits ini sebagai salah satunya. Hikmahnya ada dalam hadits/ الفوائد من الحديث :

Termasuk sikap *wara'* adalah meninggalkan syubhat .

- 1) Memiliki banyak keragu-raguan akan menyebabkan seseorang bertindak melawan hukum seperti melakukan perbuatan haram.
- 2) Jauhi dosa-dosa kecil karena dapat membawa seseorang kepada dosa-dosa besar.
- 3) Perhatikan masalah hati, karena ada manfaatnya secara fisik.
- 4) Perbuatan baik anggota badan memberikan pertanda baiknya hati.

- 5) Tanda ketakwaan seseorang, jika meninggalkan yang halal karena takut terjerumus ke dalam yang haram.
- 6) Menutup pintu untuk perbuatan melawan hukum dan cara-cara yang tidak sah atau haram.
- 7) Berhati-hatilah terhadap hal-hal yang berkaitan dengan agama dan kehormatan serta jangan melakukan hal-hal yang dapat menimbulkan prasangka buruk.

b. H.R Imam Muslim

وَحَدَّثَنِي أَبُو كُرَيْبٍ مُحَمَّدُ بْنُ الْعَلَاءِ حَدَّثَنَا أَبُو أُسَامَةَ حَدَّثَنَا فُضَيْلُ بْنُ مَرْزُوقٍ حَدَّثَنِي عَدِيُّ بْنُ ثَابِتٍ عَنْ أَبِي حَازِمٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ { يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ } وَقَالَ { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ } ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَىٰ يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَغُذِيَ بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابَ لِذَلِكَ

Terjemahan: “Dan telah menceritakan kepadaku Abu Kuraib Muhammad bin Al Ala` Telah menceritakan kepada kami Abu Usamah Telah menceritakan kepada kami Fudlail bin Marzuq telah menceritakan kepadaku Adi bin Tsaabit dari Abu Hazim dari Abu Hurairah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Allah itu baik. Dia tidak akan menerima sesuatu melainkan yang baik pula. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin seperti yang diperintahkan-Nya kepada para Rasul. Firman-Nya: 'Wahai para Rasul! Makanlah makanan yang baik-baik (halal) dan kerjakanlah amal shalih. Sesungguhnya Aku Maha

Mengetahui apa yang kamu kerjakan.' Dan Allah juga berfirman: 'Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah rezeki yang baik-baik yang Telah menceritakan kepada kami telah kami rezezikikan kepadamu.'" Kemudian Nabi shallallahu 'alaihi wasallam menceritakan tentang seroang laki-laki yang telah lama berjalan karena jauhnya jarak yang ditempuhnya. Sehingga rambutnya kusut, masai dan berdebu. Orang itu mengangkat tangannya ke langit seraya berdo'a: "Wahai Tuhanku, wahai Tuhanku." Padahal, makanannya dari barang yang haram, minumannya dari yang haram, pakaiannya dari yang haram dan diberi makan dengan makanan yang haram, maka bagaimanakah Allah akan memperkenankan do'anya?." (H.R Muslim).

حَدَّثَنَا آدَمُ حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي ذَنْبٍ حَدَّثَنَا سَعِيدُ الْمَقْبُرِيُّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ زَمَانٌ لَا يُبَالِي الْمَرْءُ مَا أَحَدَ مِنْهُ أَمِنَ الْحَلَالَ أَمْ مِنَ الْحَرَامِ

Terjemahan: *“Telah menceritakan kepada kami Adam telah menceritakan kepada kami Ibnu Abu Dza'bi telah menceritakan kepada kami Sa'id Al Maqbariy dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Akan datang suatu zaman pada manusia yang ketika itu seseorang tidak peduli lagi tentang apa yang didapatnya apakah dari barang halal ataukah haram". (H.R. Bukhari).*

c. H.R Imam Tirmidzi.

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ وَأَبُو زُرْعَةَ وَعَبِيدٌ وَاحِدٌ قَالُوا أَخْبَرَنَا قَبِيصَةُ عَنْ إِسْرَائِيلَ عَنْ هَلَالِ بْنِ مِقْلَاصٍ الصَّيْرِيِّ عَنْ أَبِي بَشْرٍ عَنْ أَبِي وَائِلٍ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ أَكَلَ طَيْبًا وَعَمِلَ فِي سُنَّةٍ وَأَمِنَ النَّاسَ بَوَائِقَهُ دَخَلَ الْجَنَّةَ فَقَالَ رَجُلٌ يَا رَسُولَ اللَّهِ إِنَّ هَذَا الْيَوْمَ فِي النَّاسِ لَكَثِيرٌ قَالَ وَسَيَكُونُ فِي قُرُونٍ

بَعْدِي قَالَ أَبُو عَيْسَى هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ لَا نَعْرِفُهُ إِلَّا مِنْ هَذَا الْوَجْهِ مِنْ حَدِيثِ
 إِسْرَائِيلَ حَدَّثَنَا عَبَّاسُ الدُّورِيِّ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ أَبِي بُكَيْرٍ عَنْ إِسْرَائِيلَ وَسَأَلْتُ مُحَمَّدَ
 بْنَ إِسْمَاعِيلَ عَنْ هَذَا الْحَدِيثِ فَلَمْ يَعْرِفْهُ إِلَّا مِنْ حَدِيثِ إِسْرَائِيلَ وَمَنْ يَعْرِفُ اسْمًا يَبْشُرُ

Terjemahan: “Telah menceritakan kepada kami Hannad, Abu Zur'ah dan yang lainnya telah bercerita kepada kami mereka berkata: telah menceritakan kepada kami Qabishah dari Isra'Il dari Hilal bin Miqlash Ash Shairafi dari Abu Bisyr dari Abu Wa'il dari Abu Sa'id Al Khudri berkata: Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Salam bersabda: "Barangsiapa yang memakan makanan yang baik, beramal sesuai dengan sunnah dan orang-orang aman dari kejahatannya maka dia akan masuk surga," berkata seseorang: Wahai Rasulullah, sesungguhnya saat ini hal itu sangat banyak ditengah orang-orang, beliau bersabda: "Dan akan ada orang seperti ini pada masa-masa setelahku." Abu Isa berkata: Hadits ini gharib, kami tidak mengetahuinya kecuali dari jalur sanad ini dari hadits Isra'il. Telah menceritakan kepada kami Abbas Ad Duri telah bercerita kepada kami Yahya bin Abu Katsir dari Isra'il, aku bertanya kepada Muhammad bin Isma'il tentang hadits ini namun dia tidak mengetahuinya kecuali dari hadits Isra'il, dia tidak mengenal nama Abu Bisyr.” (H.R Tirmidzi)

d. H. R Ahmad

حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ
 صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَمْ يَحَلَّ الْعَنَائِمُ لِقَوْمٍ سُودَ الرُّؤُوسِ قَبْلَكُمْ كَانَتْ تَنْزِلُ النَّارُ مِنْ
 السَّمَاءِ فَتَأْكُلُهَا كَانَ يَوْمَ بَدْرٍ أَسْرَعَ النَّاسُ فِي الْعَنَائِمِ فَأَنْزَلَ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ { لَوْلَا
 كِتَابٌ مِنْ اللَّهِ سَبَقَ لَمَسَّكُمْ فِيمَا أَخَذْتُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ فَكُلُّوا مِمَّا غَنِمْتُمْ حَلَالًا لَطِيبًا

Terjemahannya: “Telah menceritakan kepada kami Abu Mu'awiyah telah menceritakan kepada kami Al A'masy dari Abu Shalih dari Abu Hurairah, dia berkata; Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Salam

bersabda: "Tidak dihalalkan ghonimah bagi orang-orang sebelum kalian, dahulu Allah menurunkan api dari langit dan melahap harta ghonimah." Sedangkan pada perang badar orang-orang bersegera untuk mendapatkan harta ghonimah, maka Allah Azza Wa Jalla pun menurunkan ayat: "Kalau sekiranya tidak ada ketetapan yang telah terdahulu dari Allah, niscaya kamu ditimpa siksaan yang besar karena tebusan yang kamu ambil. Maka makanlah dari sebagian rampasan perang yang telah kamu ambil itu, sebagai makanan yang halal lagi baik" (H.R Ahmad

e. H.R Imam Malik

وَحَدَّثَنِي مَالِكٌ عَنْ عَمِّهِ أَبِي سَهَيْلِ بْنِ مَالِكٍ عَنْ أَبِيهِ أَنَّهُ سَمِعَ عُثْمَانَ بْنَ عَفَّانَ وَهُوَ يَخْطُبُ وَهُوَ يَقُولُ لَا تُكَلِّفُوا الْأُمَّةَ غَيْرَ ذَاتِ الصَّنْعَةِ الْكَسْبِ فَإِنَّكُمْ مَتَى كَلَّفْتُمُوهَا ذَلِكَ كَسَبْتُمْ بِفَرْجِهَا وَلَا تُكَلِّفُوا الصَّغِيرَ الْكَسْبَ فَإِنَّهُ إِذَا لَمْ طَابَ مِنْهَا يَجْدَسِرَقَ وَعَفُوا إِذْ أَعَفَّكُمْ اللَّهُ وَعَلَيْكُمْ مِنَ الْمَطَاعِمِ مَا

Terjemahannya: "Telah menceritakan kepadaku Malik dari pamannya Abu Suhail bin Malik dari ayahnya Bahwasanya ia mendengar Utsman bin Affan berkhutbah seraya mengatakan; "Janganlah kalian bebani budak wanita yang tidak punya keahlian untuk bekerja, jika kalian membebaninya maka dia akan bekerja dengan kemaluannya. Janganlah kalian membeani anak kecil untuk bekerja, karena jika dia tidak mendapatkannya maka ia akan mencuri. Jagalah kehormatan, niscaya Allah akan menjaga kehormatan kalian, dan makanlah dengan makanan yang baik" (H.R Malik).

f. H. R Darmi

أَخْبَرَنَا أَبُو نُعَيْمٍ حَدَّثَنَا الْفَضِيلُ بْنُ مَرْزُوقٍ حَدَّثَنَا عَدِيُّ بْنُ ثَابِتٍ عَنْ أَبِي حَازِمٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا الطَّيِّبَ إِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ قَالَ (يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ

كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاَعْمَلُوا صَالِحًا اِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ { وَقَالَ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا
كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ { قَالَ ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلَ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ يَمُدُّ
يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ يَا رَبِّ يَا رَبِّ وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَعُدْيَتِي
بِالْحَرَامِ فَأَنَّى يُسْتَجَابُ لِذَلِكَ

Terjemahan: "Menceritakan kepada kami Adi bin Tsabit dari Abu Hazim dari Abu Hurairah ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Wahai manusia, sesungguhnya Allah itu Maha Baik, tidak menerima kecuali yang baik. Sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman apa yang Dia perintahkan kepada para rasul. Allah berfirman: (Hai para rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik dan kerjakanlah amal shalih. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan). Allah juga berfirman: (Hai orang-orang yang beriman, makanlah dari rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu)." Ia mengatakan; Kemudian beliau menyebutkan tentang seorang laki-laki yang telah melakukan perjalanan panjang dengan rambut kusut dan berdebu, ia menengadahkan kedua tangannya ke langit; Ya Rabbku ya Rabbku, sementara makanannya haram, pakaiannya haram, minumannya haram dan tumbuh dengan makanan yang haram, maka bagaimana mungkin doanya akan dikabulkan?" (H.R Darimi).

3. Fatwa Ulama

Sebagai negara yang berpenduduk mayoritas Muslim, nilai ajaran Islam dimasukkan ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, baik dari segi sosial maupun politik. Oleh karena itu, segala aktivitas masyarakat harus selalu terarah. Juga perlu mendapat bimbingan di bidang agama, yang diwujudkan dalam bentuk fatwa (Hasan, 2014). Fatwa secara bahasa dapat diartikan sebagai nasehat, penjelasan, dan tanggapan organisasi-organisasi fatwa tentang masalah-masalah keagamaan yang lazim

diterapkan dalam syariat Islam. Fatwa pada dasarnya adalah pendapat hukum yang tidak mengikat. Padahal bagi umat Islam fatwa bukan hanya merupakan pendapat hukum yang tidak mengikat, tetapi juga menjadi pedoman bagi pelaksanaan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari (Hasan, 2014).

Fatwa yang secara eksplisit mengatur kehalalan produk dijelaskan dalam Keputusan Majelis Fatwa Majelis Ulama Indonesia untuk menentukan kehalalan suatu produk adalah sebagai berikut:

- a. Makanan, minuman, obat-obatan, kosmetika dan lain-lain yang dikonsumsi dan dipergunakan oleh umat Islam wajib diperhatikan dan diyakini kehalalan dan kesuciannya
- b. Makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan produk olahan lainnya sering dipertanyakan/diragukan kehalalan dan kemurniannya
- c. Produk olahan yang diselidiki, dibahas dan dievaluasi berdasarkan pertemuan Komisi Fatwa dengan LPPOM-MUI dianggap perlu bagi Komisi Fatwa untuk menentukan kehalalan dan kemurniannya.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang berhak mengeluarkan fatwa. MUI didirikan pada tanggal 26 Juli 1975 berdasarkan Musyawarah Ulama yang diselenggarakan 21-27 Juli 1975. Karena MUI adalah organisasi induk Islam dan misinya didukung oleh beberapa lembaga seperti Komisi Fatwa dan LPPOM, MUI menempati posisi yang sangat penting dalam pengambilan

keputusan makanan. dan pemantauan halal. Izin MUI itu sendiri meliputi (Konoras, 2017):

- a. Keputusan Fatwa tersebut terkait dengan masalah umum syariah dan kebenaran dan kemurnian ajaran Islam bagi umat Islam Indonesia.
- b. Fatwa yang dikeluarkan MUI tersebut terkait dengan kontroversi umat Islam Indonesia di tingkat nasional dan dapat diduga di tempat lain.
- c. Majelis Ulama Indonesia Daerah (MUI) juga harus melaksanakan peraturan Fatwa MUI.
- d. MUI setempat dapat menerbitkan fatwa jika MUI memiliki faktor aktual tertentu terlebih dahulu.
- e. Kabupaten akan mengeluarkan fatwa. Jika sebelumnya tidak ada fatwa dari MUI,
- f. MUI setempat perlu berbicara dengan MUI ketika menerbitkan fatwa tentang masalah yang pelik.

4. Undang-Undang

Banyak Undang-Undang yang digunakan untuk mengatur peredaran produk halal sebagai wujud nyata eksistensi negara dalam melindungi konsumen dari produk non halal. Aturan ini sudah ada jauh sebelum RUU Jaminan Produk Halal (RUU JPH) dibahas di DPR. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi produk halal tentunya sudah lama dibutuhkan dalam konteks pergerakan barang domestik dan internasional, terutama dalam rangka kegiatan impor dan ekspor (Charity, 2019).

a. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan
Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

Pangan adalah kebutuhan paling dasar manusia, dan kinerjanya dijamin oleh UUD 1945. Disebutkan bahwa pangan adalah bagian dari hak asasi manusia. Negara Kesatuan Republik Indonesia (UUD 1945) sebagai unsur fundamental bagi terwujudnya sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh karena itu, negara berkewajiban mewujudkan ketersediaan, keterjangkauan, dan terwujudnya konsumsi pangan yang cukup, aman, bermutu, dan seimbang. Undang-undang Pangan dengan jelas menyatakan bahwa merupakan tanggung jawab pemerintah pusat dan daerah untuk menyediakan pangan yang tidak merusak agama atau kepercayaan. Keamanan pangan dimaksudkan untuk menjamin pangan yang aman, higienis, bermutu tinggi, bergizi dan sesuai dengan agama, kepercayaan, dan budaya masyarakat. Selain itu, keamanan pangan mencegah kemungkinan kontaminasi biologis, kimia, dan barang-barang lain yang dapat mempengaruhi, merusak, atau membahayakan kesehatan manusia.

Perlu dicatat bahwa jaminan halal merupakan tanggung jawab pemerintah pusat dan daerah untuk mengawasi pelaksanaan Sistem Jaminan Produk Halal (JPH) yang diperlukan dalam kaitannya dengan pasokan dan keamanan makanan Halal. Terkait dengan label halal, pelaku usaha makanan wajib membubuhkan label halal pada dan/atau pada

kemasan makanan. Hal ini berlaku baik bagi produsen pangan dalam negeri maupun impor yang masuk ke Indonesia. Label terlampir pada kemasan makanan ditampilkan secara jelas dan mencolok dalam bahasa Indonesia agar dapat dijangkau oleh masyarakat umum.

Dalam mempromosikan/mempromosikan label halal makanan, produsen/operator harus bertanggung jawab atas sifat kehalalan produk. Selain itu, setiap orang harus bertanggung jawab penuh atas iklan makanan yang menggunakan makanan halal.

b. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan

Pengaturan produk halal tidak diatur secara khusus oleh UU Kesehatan. Undang-undang Kesehatan hanya memberikan pedoman umum untuk pembuatan, pengolahan, dan distribusi makanan dan minuman rekayasa genetika yang dijamin aman bagi manusia, binatang yang dikonsumsi manusia, dan lingkungan.

Selain itu, pelanggaran terhadap individu dan/atau kelompok yang memperlakukan dan menilai produk dan/atau minuman sebagai minuman beralkohol dan menggunakan bahasa yang menyesatkan atau benar secara jelas mengenai minuman dilarang. Makanan dan minuman yang digunakan masyarakat harus berdasarkan standar dan/atau persyaratan kesehatan. Makanan dan minuman hanya dapat dipasarkan

setelah diberikan izin edar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

c. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU Konsumen) sebagai perlindungan konsumen meliputi kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, keselamatan dan keamanan konsumen, serta kepastian hukum. Disini konsumen secara tegas berhak mendapatkan jaminan perlindungan hukum dari adanya hukum. Pasal 4 UU Konsumen mengatur hak-hak konsumen sebagai berikut: hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk memperoleh barang dan/atau jasa tersebut; sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang membuktikan;
- 3) hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) hak untuk mendengar pendapat atau keluhan tentang barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) hak untuk memperoleh pembelaan, perlindungan, dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang layak;
- 6) hak mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) hak untuk diperlakukan atau dilayani dengan baik dan jujur tanpa diskriminasi;

- 8) hak atas ganti rugi atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak sebagaimana mestinya; dan
 - 9) hak yang diatur dalam ketentuan peraturan lainnya.
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

Pengaturan label pangan PP terdapat pada Bab II yang terdiri dari 15 bagian. PP ini juga memuat kewajiban yang sama dengan Pasal 2 (1) UU Pangan, dan setiap orang yang membuat atau menerima pangan dalam kemasan untuk dijual di wilayah Indonesia. Dalam PP tentang Pangan dan Iklan Pangan, pengaturan mengenai pencantuman keterangan halal pada label pangan diatur dalam pasal lain, Pasal 10. Ini menciptakan benang merah dengan menjelaskan bahwa pernyataan Halal adalah bagian integral dari label.

Pasal 10 (ayat 1) Label PP Pangan dan Ketentuan Iklan: Setiap orang yang membuat atau memasukkan pangan untuk pemula ke dalam wilayah Indonesia dan menyatakan bahwa pangan tersebut berada di wilayah Indonesia bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut. Setiap pihak yang menyatakan (mengklaim) bahwa produk tersebut halal bagi umat Islam dan/atau menerima pangan di wilayah Indonesia wajib mencantumkan “halal” pada pernyataan atau label pangan

halal tersebut. Penggunaan bahasa atau huruf selain huruf Indonesia dan Latin harus dikombinasikan dengan huruf Indonesia dan Latin.

Kebenaran tentang tanda halal pada label makanan tidak hanya dibuktikan dengan bahan, aditif makanan, atau suplemen makanan yang digunakan dalam produksi. Diperlukannya dengan membuktikan tidak hanya dalam makanan, tetapi juga dalam proses pembuatannya. Untuk membuktikan, seseorang yang mengimpor atau mengimpor pangan yang dikemas untuk digunakan di wilayah Indonesia harus terlebih dahulu memproduksi pangan tersebut dengan pemeriksaan sertifikasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- e. Instruksi Presiden (Inpres) Tahun 1991 tentang Peningkatan Pembinaan dan Pengawasan Produksi dan Peredaran Makanan Olahan

Dalam Inpres kedua tahun 1991, tanggal 12 Juni 1991, Presiden memerintahkan Sekretaris Koordinator, Sekretaris Dalam Negeri, Menteri Kesehatan, Sekretaris Perindustrian, Sekretaris Pertanian dan Sekretaris Menteri Perdagangan dan Pertanian serta Gubernur Tingkat I/Sekda meningkatkan pembinaan dan pengawasan terhadap produksi dan distribusi pangan olahan. Perintah eksekutif tersebut menyatakan bahwa masyarakat harus dilindungi dari makanan yang tidak pantas dan peredarannya, terutama

yang berkaitan dengan kualitas, keamanan, dan keyakinan agama. Untuk mencapai pedoman tersebut, produksi, distribusi dan penjualan makanan olahan perlu ditingkatkan dan dipantau. Hal ini dilakukan secara terkoordinasi pada waktu yang sama.

f. Keputusan Menteri dan Keputusan Bersama Menteri

Selain aturan undangan di atas, setidaknya ada tiga aturan menteri dan satu aturan bersama menteri yang mengatur tentang pencantuman halal dalam makanan antara lain:

- 1) Undang-Undang Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 1985/427/Menkes/SKB/VIII/1985 Nomor 68 tentang Pencantuman Kata “Halal” Pada “Label” Pangan.
- 2) Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 82/MENKES/SK/I/1996 Peraturan tentang Pencantuman Kata Halal Pada Label Pangan. Ini diubah atas perintah Menteri Kesehatan, Republik Indonesia Nomor: 82/Menkes/SK/1996 Peraturan Menteri Kesehatan atas Perubahan Nomor 924/MENKES/SK/VIII/1996.
- 3) Surat Keputusan Bersama (SKB) No.472/ MENKES/SKB/VIII/1985 dan No.68/1985 dari Menteri Agama dan Menteri Kesehatan yang mengatur tentang Teks Halal dan Tentang Label Pangan.

LPPOMUI didirikan berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan 472/MENKES/SKB/VIII/1985 dan 68/1985 yang mengatur tentang kata “halal” pada label pangan. Didirikan oleh MUI yang berdiri sejak tahun 1989 sebagai pihak yang mengeluarkan Sertifikat Halal sebelum BPJH dibentuk. Selain peraturan di atas, masih banyak peraturan langsung dan tidak langsung lainnya yang mengatur tentang penerbitan produk halal. Setidaknya ada 17 undang-undang yang bisa dijadikan landasan hukum untuk melindungi konsumen syariah dari produk yang tidak haram. Oleh karena itu, menurut hukum normatif, regulasi yang ada di Indonesia sudah cukup untuk melindungi konsumen muslim dari produk non-Halal. Namun, masih tersebar atau spesifik industri.

g. Undang-Undang Jaminan Produk Halal

Doktrin *Halal thayyib* (Halal dan Baik) perlu dikomunikasikan secara efektif dan operasional kepada masyarakat dengan sarana dan prasarana yang tepat. Salah satu sarana terpenting untuk mendukung doktrin *Halal tayyiban* adalah adanya sistem hukum yang mapan, sentral, manusiawi, progresif, fleksibel dan non-diskriminatif karena adanya peraturan Jaminan Produk Halal.

Mendasari pentingnya UU-JPH adalah *pertama*, adanya kepastian hukum dan jaminan hukum yang memungkinkan konsumen untuk mengkonsumsi produk

halal melalui berbagai peraturan perundang-undangan yang ada yang mengatur atau mempengaruhi kehalalan produk. Produk halal dan haram. Regulasi pangan masih sangat terbatas dan tidak mencakup obat-obatan, kosmetik, biokimia, atau rekayasa genetika. *Kedua*, tidak ada kepastian hukum tentang lembaga mana yang secara eksplisit terlibat dalam memastikan kehalalan produk. Sistem yang tidak memberikan kepastian yang jelas mengenai kewajiban, dan peran terkait pelaksanaan JPH, termasuk koordinasi.

Ketiga, peningkatan teknologi pangan, rekayasa teknis, bioteknologi dan proses biokimia semakin memperumit lalu lintas dan regulasi produk di pasar domestik. *Keempat*, produk halal Indonesia belum memiliki standar halal resmi dan label (standar halal nasional) yang ditetapkan oleh pemerintah seperti Singapura, Amerika Serikat dan Malaysia. *Kelima*, sistem informasi produk halal belum memenuhi tingkat pengetahuan dan kebutuhan masyarakat mengenai produk halal. Setelah melalui proses yang panjang, DPR akhirnya mengesahkan Undang-Undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 (UUJPH). Undang-undang tersebut digagas DPR RI antara tahun 2004 hingga 2009 dan dibahas oleh Pemerintah dan DPR RI antara tahun 2009 hingga 2014. Menariknya, perwakilan

semua fraksi partai dan DPR secara aklamasi menyetujui UUJPH.

h. Badan Penyelenggara JPH (BPJH)

Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 (UU-JPH) Tahun 2014 memperkuat dan mengatur berbagai peraturan halal yang mencakup berbagai peraturan perundang-undangan. UUJPH, di sisi lain dapat digambarkan sebagai payung hukum untuk pengaturan produk halal. Jaminan Produk Halal (JPH) tidak hanya mencakup obat-obatan, makanan dan kosmetik, tetapi juga berbagai aspek seperti bahan kimia, produk biologi, produk rekayasa genetika, barang konsumsi bekas, dan barang bekas.

Sebelumnya, dikatakan bahwa aturan juga mencakup sifat kehalalan produk dari hulu hingga hilir. Produk Halal (selanjutnya disingkat PPH) adalah kegiatan untuk menjamin kehalalan produk selanjutnya. Pengadaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk. Hal ini bertujuan untuk memberikan kemudahan, keamanan dan ketersediaan kepada masyarakat luas dalam penggunaan dan konsumsi produk halal, serta memberikan nilai kepada pelaku usaha dalam pembuatan dan penjualan produk.

2.2 Produk Halal

Produk dalam arti luas adalah produk atau jasa yang diproduksi, atau digunakan oleh masyarakat umum (Undang-Undang nomor 33 tentang Jaminan Produk Halal tahun 2014 Pada pasal 1 no 1). Produk yang memenuhi persyaratan halal hukum Islam tidak menggunakan daging babi atau produk yang berasal dari daging babi, dan tidak menggunakan alkohol sebagai bahan yang sengaja ditambahkan. Istilah halal dalam Al-Qur'an berarti dapat diterima. Dalam praktik Islam, istilah tersebut umumnya tepat dan karena itu dapat merujuk pada apa pun yang diterima (Burhan, 2017).

Produk Halal adalah produk pangan, obat-obatan, kosmetik dan produk lainnya yang tidak mengandung unsur atau produk ilegal dalam proses pembuatannya, kecuali bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong lainnya (termasuk produk olahan), dalam Islam. Materi ini berkaitan dengan rekayasa genetika dan radiasi, dan pengobatannya mengikuti syariat Islam dan lebih banyak manfaat daripada *mudharatnya* (Nurlaili, Ekawati, & Eliza, 2014) .

1. Proses Pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi suatu perusahaan yang telah menggunakan label Halal harus memenuhi (Nurlaili, Ekawati, & Eliza, 2014) :

- a. Binatang harus mati setelah disembelih
- b. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terdiri dari barang atau bahan haram dan turunannya.

- c. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan harus murni atau bersih dan memungkinkan udara bersirkulasi.
- d. tidak akan tercampur atau didekatkan dengan produk kotor/haram serta najis, produk atau bahan halal selama proses pembuatan.

2. Bahan Baku Utama

Bahan baku adalah bahan baku utama yang digunakan dalam proses pembuatan/produksi dan berupa bahan mentah, produk setengah jadi, atau produk jadi. Di sisi lain, aditif produk adalah zat yang tidak ditambahkan sebagai komponen utama dalam proses pembuatan.

3. Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku atau bahan tambahan yang membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi, termasuk proses *engineering*. Rekayasa genetika adalah proses dimana sifat-sifat ditransmisikan dari satu *organisme* ke *organisme* lain, atau dari *spesies* yang sama. Iradiasi, di sisi lain, adalah paparan suatu produk terhadap bahan radioaktif untuk mencegahnya runtuh atau memburuk.

4. Efek

Produk halal tidak terlepas dari tujuan syariat Islam keuntungan, inovasi dan bahaya. Jika suatu produk mengancam jiwa dari perspektif kesehatan, itu tidak boleh dikonsumsi. Gunakan prinsip atau saran Qawaid, itu berarti "jangan menyakiti diri sendiri

atau orang lain." (HR.Ahmad Bin Hanbal). Dalam arti lain, produk halal adalah produk yang memenuhi persyaratan halal syariat Islam. Persyaratan produk halal menurut hukum Islam adalah sebagai berikut (Nurlaili et al., 2014).

- a. Halal bahan adalah halal menurut hukum asal.
- b. Cara mendapatkan halal berarti cara mendapatkan halal menurut hukum Islam. Misalnya, jangan mencuri.
- c. Halal Tempat penyimpanannya halal dan tidak mengandung barang haram seperti babi (binatang yang dilarang oleh Allah).
- d. Halal karena menggunakan transportasi yang halal dalam proses mengangkut produk tersebut.
- e. Presentasi halal tidak mengandung barang yang dilarang oleh hukum Islam.

2.2.1 Sertifikasi Halal

Menurut Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 518, sertifikasi halal adalah fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan makanan yang dikeluarkan oleh Lembaga Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika LPPOM Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikasi halal Indonesia secara resmi dikeluarkan oleh MUI dan menunjukkan bahwa produk tersebut telah lulus uji halal. Produk bersertifikat halal telah diuji kehalalannya dan aman dikonsumsi oleh umat Islam berdasarkan hukum Islam. Produk bersertifikat halal mencantumkan logo halal pada kemasan produk (Ashari, 2019).

Sertifikasi halal merupakan penemuan yang bersumber dari prinsip-prinsip Islam dan menurut syariah, perlu dibuktikan bahwa produk tersebut aman dan unggul serta dapat dinikmati oleh umat Islam. Sertifikasi halal ini menjamin keamanan produk untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah ayat 168, prinsip dasar sertifikasi halal adalah halal (izin) dan *tayyib* (profitabilitas) (Ashari, 2019).

Sertifikat halal dan label halal adalah dua kegiatan yang berbeda namun terkait, halal dikeluarkan oleh badan khusus untuk mengimplementasikannya. Tujuan dari sertifikat halal ini adalah untuk mendapatkan konfirmasi hukum formal bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan halal (Ashari, 2019). Penandaan atau penglabelan halal, di sisi lain, adalah pencantuman atau pelabelan halal dalam kemasan produk untuk secara umum menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki status halal.

Oleh karena itu, tanpa Sertifikat Halal MUI pemerintah tidak akan mengeluarkan label halal. Sertifikat Halal ini adalah sertifikat yang diterbitkan oleh MUI Pusat atau Negara untuk halal makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik yang diproduksi oleh perusahaan setelah deklarasi halal, diaudit oleh LPPOM MUI.

Lembaga yang mengeluarkan sertifikat Halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang diaudit oleh Lembaga Pangan, Obat dan Kosmetika LPPOM MUI Majelis Ulama Indonesia. Unsur-unsur indikator ini adalah (Ashari, 2019):

1. Periksa sertifikasi halal produk.
2. Periksa sertifikasi halal di toko/apotek yang dikunjungi
3. Sertifikasi halal lebih penting daripada informasi produk.
Dengan kata lain, hanya mengambil obat-obatan bersertifikat halal. Contoh: Pengakuan logo sertifikasi Halal MUI.

2.2.2 Industri Halal

Industri halal berkembang pesat di berbagai sektor, antara lain makanan halal, keuangan, perjalanan, fashion, kosmetik, kesehatan, media, hiburan, dan sektor lainnya seperti kesehatan dan pendidikan. Yang dimaksud dengan "perdagangan" adalah kegiatan mengolah barang dengan menggunakan sistem dan peralatan seperti Mesin. Di sisi lain, dalam konteks Indonesia kata "halal" diperbolehkan menurut hukum Islam dan tidak ilegal atau haram. Menurut definisi kedua, industri halal adalah kegiatan pengolahan barang dengan menggunakan fasilitas dan peralatan yang diizinkan oleh hukum Islam (Safira et al., 2019).

Berikut ini adalah indikator-indikator industri halal (Muflihini, 2018):

1. Produksi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang digunakan konsumen. Kegiatan produksi sering dilakukan sendiri ketika kebutuhan manusia masih belum tercukupi. Artinya, seseorang berproduksi untuk memenuhi kebutuhannya. Namun karena berbagai kebutuhan dan keterbatasan sumber daya, masyarakat tidak dapat lagi memproduksi apa yang

mereka inginkan. Secara teknis, produksi adalah proses mengubah *input* menjadi *output*, tetapi definisi produksi dalam ekonomi Islam jauh lebih luas.

Meningkatkan akhlak sebagai sarana untuk menciptakan aktivitas dari perspektif Islam, tidak hanya dalam hal kondisi fisik, tetapi juga dalam kaitannya dengan akhirat, yang merupakan tujuan hidup yang digariskan dalam agama. Produksi adalah kegiatan yang menghasilkan keuntungan saat ini dan yang akan datang. Selain itu, konsep produksi juga mengacu pada proses mengubah *input* menjadi *output*. Semua jenis input yang masuk ke dalam proses produksi untuk menghasilkan *output* disebut faktor produksi.

Dalam Al-Qur'an, unsur utama produksi adalah alam dan tenaga manusia. Hal tersebut merupakan perpaduan harmonis antara alam dan manusia. Firman Allah:

وَالِى تَمُوذَ أَخَاهُم صَلْحَانَ قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنِّ إِلَهٍ غَيْرُهُوَ أَنشَأَكُمْ مِّن
الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ

Artinya: “*Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunannya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)*” (QS. Hud [11]: 61).

Jelaslah bahwa semua kegiatan ekonomi manusia, termasuk proses produksi, memegang peranan penting. Manusia sebagai faktor produksi dari sudut pandang Islam harus dilihat dalam konteks manusia secara umum, Khalifah Allah di muka bumi, yang

memiliki unsur spiritual dan material yang saling melengkapi. Oleh karena itu, faktor spiritual tidak dapat dipisahkan dari kajian proses produksi, dari perspektif Al-Qur'an dan hadits, dan dari perspektif bagaimana orang memandang faktor-faktor produksi lainnya. Al-Qur'an dan hadits memberikan petunjuk tentang prinsip-prinsip produksi sebagai berikut (Muflihini, 2018):

- a. Tugas penduduk bumi sebagai khalifah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amal. Allah menciptakan bumi karena kasih sayang-Nya kepada manusia dan sifat rahim, sehingga kualitas-kualitas ini harus menjadi dasar dari semua aktivitas produktif.
- b. Segala bentuk produksi dan kemajuannya berdasarkan penggunaan metode ilmiah, penelitian dan eksperimen tidak dapat dipisahkan dari Al-Qur'an dan hadits.
- c. Teknik produksi sepenuhnya terserah orang dan menyesuaikan dengan kemampuan mereka. Seperti yang dikatakan Nabi Muhammad SAW: *“Kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian.”*
- d. Dalam hal inovasi, Islam pada dasarnya lebih mengutamakan kemudahan, menghilangkan kesulitan, menghindari bahaya dan memaksimalkan keuntungan.

Aturan produksi adalah sebagai berikut (Muflihini, 2018):

- 1) Produksi barang dan jasa halal, dan produksi bahan baku halal di setiap produksi.

- 2) Pencegahan kerusakan bumi, termasuk harmonisasi, pembatasan dan ketersediaan sumber daya alam.
- 3) Produksi memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat dan memberikan kontribusi bagi kemakmuran. Kebutuhan harus didasarkan pada prioritas yang ditetapkan oleh agama, kehidupan, kecerdasan, silsilah/ kehormatan, dan kekayaan materi.
- 4) Produksi Islam tidak dapat dipisahkan dari kemandirian umat. Orang-orang ini perlu memiliki berbagai keterampilan, keahlian, dan infrastruktur yang memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan mental dan material mereka.
- 5) Meningkatkan kualitas bakat baik mental maupun fisik.

Sistem Ekonomi Islam adalah sistem ekonomi yang dibangun berdasarkan Al-Qur'an dan sunnah dan digabungkan untuk tujuan *maslahah* (keuntungan) bagi umat manusia dengan memiliki empat prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Prinsip produksi dalam Islam adalah produksi hal-hal yang halal, akumulasi dari semua proses produksi. Kegiatan produksi harus berdasarkan nilai-nilai Islam dan sesuai dengan *maqashid-syariah*, karena prinsip-prinsip produksi dalam ekonomi Islam diarahkan untuk kepentingan dan kesejahteraan dunia dan masa depan. Bahan atau produk halal yang disimpan di lokasi penyimpanan atau rak penyimpanan tidak boleh tercampur dengan bahan atau produk

ilegal/haram. Juga, jika menyimpannya di lemari es harus memisahkannya elemen campuran.

2. Distribusi

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian distribusi adalah memberikan barang kepada banyak seseorang. Untuk melakukan ini, perlu mengetahui saluran penjualan yang tepat untuk bisnis\saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk mendistribusikan produk atau berbagai kegiatan usaha yang ditujukan untuk menyampaikan produk kepada konsumen.

Dari perspektif ekonomi Islam, distribusi memiliki berbagai kepemilikan, faktor produksi dan sumber kekayaan. Oleh karena itu, distribusi merupakan isu penting dalam ekonomi Islam karena berkaitan erat dengan tingkat kepentingan masyarakat. Di sisi lain, kemakmuran ekonomi Islam, penawaran dan permintaan, pertumbuhan ekonomi, cadangan devisa, nilai mata uang, atau indeks harga pasar tidak realistis seperti yang dialami dalam ekonomi kapitalis, dan kebutuhan setiap individu dalam masyarakat. Sebuah sistem yang diukur berdasarkan prinsip-prinsip konferensi.

Hal ini juga dipengaruhi oleh pandangan para ekonom kapitalis terhadap isu-isu utama ekonomi manufaktur. Islam berpendapat bahwa "pemahaman materi adalah segalanya dalam hidup" adalah pemahaman yang salah. Karena manusia memiliki dimensi (mental) yang tidak berarti selain dimensi fisik. Dalam ekonomi Islam terkandung nilai-nilai inti dan terdiri dari dua aspek (material dan

spiritual) yang terangkum dalam aksioma yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.

3. Pemasaran

Ada tiga elemen Al-Qur'an dalam pemasaran. Salah satunya adalah pemasaran yang etis. Dianggap etis jika memenuhi dua unsur utama ketenangan dan kesopanan. Promosi harus menggunakan bahasa yang lembut dan sopan. Pengusaha harus ramah dalam promosi. Orang beriman harus bermurah hati, sopan, dan baik hati dalam berhubungan dengan orang-orang di sekitarnya. Bagi umat Islam, Alquran memiliki aturan untuk solusi dalam kehidupan sehari-hari, bahkan bagi mereka yang kurang cerdas. Yang kedua adalah pemasaran profesional. Pemasaran profesional dalam Al Quran harus memenuhi beberapa faktor, antara lain: Iklan yang adil. Tidak adanya penipuan, tidak adanya ketidaksesuaian atau insiden penipuan, tidak ada kebohongan, baik harga atau kuantitas pesanan, Selanjutnya adalah berlaku adil kepada orang lain, bahkan non-Muslim.

Oleh karena itu, tanpa kesombongan, metode yang realistis dan bertanggung jawab, konsep pemasaran harus transparan. Hukum Islam melarang masuknya barang-barang non-Halal, atau pelanggaran hak dan milik orang lain dan penyitaannya. Ketidakadilan berakar pada semua perilaku dan perilaku yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, semua ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an ditujukan untuk melindungi hak-hak individu, menjaga

solidaritas sosial, memperkenalkan nilai moral yang tinggi ke dalam bisnis, dan menerapkan hukum Allah dalam bisnis (Muflihini, 2018).

2.3 Value Chain (Nilai Rantai)

2.3.1 Definisi Value Chain

Value Chain adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif dan bagaimana meningkatkannya. *Value Chain* ini dibagi menjadi kegiatan mulai dari pengembangan produk hingga manufaktur, pemasaran dan distribusi. Bisnis perusahaan paling baik digambarkan sebagai *Value Chain* di mana total penjualan dikurangi jumlah semua aktivitas yang terkait dengan pengembangan produk atau layanan dan pemasaran menciptakan nilai. Semua perusahaan dalam industri tertentu memiliki *Value Chain* yang sama, termasuk aktivitas seperti pengadaan bahan baku, pengembangan produk, pengembangan peralatan produksi, pengembangan perjanjian kerjasama, dan penyediaan layanan pelanggan.

Definisi *Value Chain* ini dapat diartikan secara sempit dan secara luas. Dalam arti sempit, *Value Chain* terdiri dari keinginan untuk kegiatan yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk mencapai hasil tertentu. Kegiatan tersebut meliputi tahap konsep dan desain, proses peluncuran atau pengadaan peralatan, proses produksi, kegiatan pemasaran dan penjualan, dan kinerja pasca layanan. Semua aktivitas ini membentuk keseluruhan rantai yang menghubungkan produsen dan konsumen, dan setiap aktivitas dapat menambah nilai pada produk akhir (Pengukir, 2021).

Definisi luas *Value Chain* adalah aktivitas kompleks yang dilakukan oleh berbagai pihak (produsen besar, pengolah, pedagang, penyedia jasa) untuk menjadi produk akhir yang menjual bahan mentah melalui rantai tersebut. *Value Chain* yang luas ini dimulai dengan sistem produksi bahan baku dan terhubung dengan perusahaan lain dalam perdagangan, perakitan, dan lainnya. *Value Chain* yang luas ini tidak hanya mencakup kegiatan perusahaan, tetapi semua hubungan sebelum dan sesudah sampai bahan mentah untuk produksi akhirnya terhubung ke pengguna akhir (Pengukir, 2021).

2.3.2 Halal *Value Chain* (Rantai Nilai Halal)

Halal *Value Chain* merupakan upaya terintegrasi industri mulai dari Input, produksi, distribusi, pemasaran, dan konsumsi. Dalam menghasilkan produk halal, input bahan baku mesti diperhatikan begitupula dengan teknologi pengolahan yang digunakan. Dari segi pengemasan dan pengepakanpun mencerminkan kebersihan dan terjaga kehalalan sampai dengan produk akhir yang diterima konsumen muslim. Pendistribusian dan pemasaran produk makanan dan minuman halal harus menunjukkan nilai syariah, tidak boleh bercampur dengan makanan tidak halal. Dukungan *Value Chain* tidak berhenti pada distribusi dan pemasaran, tetapi perlu penguatan lembaga keuangan syariah, regulasi dan pengembangan riset (Subianto, 2019).

Upaya integrasi ini merupakan pemberdayaan ekonomi syariah yang difokuskan pada enam klaster atau sektor industri

potensi antara lain makanan dan minuman, wisata halal, fashion Islami, media rekreasi halal, kosmetik farmasi halal dan energi halal. *Value Chain* halal merupakan strategi pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dan industri halal dunia. Salah satu caranya adalah dengan menjadikan Indonesia sebagai produsen halal global. Hal ini dicapai dengan memenuhi tuntutan pasar halal domestik yang saat ini didominasi oleh pemain global. Dengan meningkatnya permintaan domestik akan produk halal, akan lebih efektif untuk memenuhi permintaan pasar. Hal ini juga membantu memperkuat neraca pembayaran (Komisi Nasional Syariah Keuangan Ekonomi 2022).

Halal *Value Chain* termasuk dalam Rencana Induk Perekonomian Indonesia (MEKSI) 2019-2024. Pokok dari masterplan ini ialah memperkuat seluruh Halal *Value Chain* dari hulu hingga hilir industri Halal Indonesia. Semua klaster prioritas diukur dalam pemeringkatan *Global Islamic Economic Report* dan klaster/aspek yang dibutuhkan bagi perekonomian nasional.

Menurut Komisi Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS), semua elemen dan lembaga ekonomi syariah harus bekerja keras untuk membangun halal *Value Chain*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bapenas) 2019-2024 setidaknya memiliki lima program unggulan penguatan halal *Value Chain*, yakni (KNEKS 2022).

1. Pendirian kawasan industri halal sesuai dengan keunggulan komparatif masing-masing wilayah dan keterkaitan wilayah yang berbeda.
2. Memperkuat infrastruktur dan memperkuat efektifitas dan standardisasi proses sertifikasi halal Indonesia (Halal Center, Badan Jaminan Halal, Perwakilan BPJPH, Sistem Informasi Halal, dan sebagainya).
3. Meningkatkan sosialisasi/edukasi masyarakat tentang halal *lifestyle*.
4. Skema insentif bagi pemain lokal dan global yang berinvestasi untuk mendukung pengembangan HVC yang komprehensif (mulai dari bahan baku, produksi, distribusi dan promosi).
5. Memperluas pasar produk halal Indonesia, termasuk standardisasi dan harmonisasi. Mendirikan Pusat Halal Internasional di Indonesia untuk memperkuat kerja sama internasional dan meningkatkan kesadaran.

Adapun strategi-strategi utama dalam menguatkan halal *value chain* di Indonesia dilakukan melalui lima program utama, yaitu (Hanik, 2021):

- a. Membangun halal *hub* pada masing masing daerah sesuai dengan keunggulan komparatif
- b. Mengembangkan standar halal efektif dan diterima oleh lokal dan dunia.
- c. Menggerakkan gaya hidup halal

- d. Program intensif bagi pemain lokal an global agar berinvestasi guna mendukung perkembangan halal *value chain*
- e. Membangun pusat halal internasional dalam memperkuat kerjasama antarnegara.

Menurut *State of the Global Islamic Report* (2019), sekitar 1,8 miliar Muslim adalah konsumen industri Halal di seluruh dunia. Jumlah ini terus bertambah dan diperkirakan akan mencapai 2,2 miliar umat Islam pada tahun 2030. Hal ini merupakan potensi besar Indonesia untuk memaksimalkan produksi untuk memenuhi kebutuhan industri Halal. Indonesia dengan jumlah penduduk Islam yang besar harus mampu menjadi pusat pengembangan ekonomi syariah dengan menjadi negara penghasil halal global. Konsumen di seluruh dunia semakin sadar akan pentingnya halal. Seperti yang dilihat, konsumsi produk halal meningkat di enam klaster. Oleh karena itu, dengan memaksimalkan peluang dan peluang yang ada di enam klaster *Value Chain* halal, dapat menerapkan strategi untuk menjadi produsen halal global. Peluang dari halal *value chain cluster* adalah (KNEKS, 2022) :

1. *Claster* Makanan dan Minuman

Claster ini adalah sektor terbesar di industri yang menempati sekitar 56% dari pengeluaran Muslim global di seluruh sektor gaya hidup. Total pengeluaran Muslim di F&B adalah \$ 1,24 Triliun pada tahun 2016 yang diproyeksikan mencapai \$ 1,94 Triliun pada tahun 2022 dengan tingkat pertumbuhan 6,2 persen dari tahun sebelumnya.

2. *Claster* Wisata Halal dan Ramah Muslim

Wisata halal merupakan segmen baru dari industri jasa halal. terkait dengan penerbangan dan makanan hotel halal, maskapai penerbangan halal, hotel dan pantai yang ramah Muslim dan sebagainya. Perkiraan untuk tahun 2020 adalah US\$300 miliar. Sebagian besar Muslim memperhatikan makanan halal di pesawat selama penerbangan untuk jangka waktu yang lama.

3. *Claster Fashion* Muslim

Menurut Kementerian Perindustrian, industri *fashion* Muslim Indonesia saat ini mengekspor USD 7,18 miliar, berada di posisi ketiga terbesar di dunia setelah Bangladesh (USD 22 miliar) dan Turki (USD 14 miliar). Menurut data OKI, pakaian muslim Indonesia memiliki pangsa pasar sebesar 1,6%. Kinerja ekspor industri fashion muslim Indonesia sejalan dengan kinerja ekspor produk tekstil sebagai salah satu hulu industri fesyen muslim yang nilainya terus meningkat dari tahun 2012 hingga 2016, dan produk ekspornya menduduki peringkat 10 besar di komoditas ekspor utama pada 2012-2016.

4. *Claster Media* dan rekreasi halal

Media dan rekreasi adalah sektor terbesar ketiga dalam hal pengeluaran oleh konsumen Islam. Peluang pasar Indonesia di sektor ini adalah \$20,73 miliar dan diperkirakan akan meningkat menjadi \$31,82 miliar.

5. *Claster* Farmasi dan kosmetik halal

Biaya obat-obatan akan mencapai US\$94 miliar pada tahun 2020 dan diperkirakan akan mencapai US\$129 miliar pada tahun 2025. Pengeluaran untuk sektor kosmetik sebesar US\$65 miliar. Angka itu akan tumbuh menjadi \$93 miliar pada tahun 2025. Berdasarkan data *Global Islamic Economic Report 2020/2021*, sektor Farmasi dan Kosmetika Halal Indonesia menempati urutan ke-6 dan ke-2, dengan total pengeluaran sebesar US\$5,4 miliar dan US\$4 miliar.

6. *Claster* Energi Terbaru

Kebutuhan energi bagi kehidupan manusia akan terus berkembang secara global. Pada tahun 2017, 80% kehidupan manusia akan bergantung pada energi yang diperoleh dari bahan fosil seperti minyak, gas, dan batu bara. Di sisi lain, sumber energi lain seperti tenaga udara, tenaga nuklir, dan energi terbarukan memiliki proporsi yang lebih kecil. Hal ini menunjukkan bahwa energi terbarukan merupakan sumber potensi yang belum terealisasi untuk memenuhi kebutuhan global dan regional. Konsumsi energi akan terus meningkat hingga tahun 2040. Permintaan energi global pada tahun 2040 akan berada pada kisaran 13.000 *Mtoe*.

Halal *Value Chain* juga merupakan upaya industri terpadu yang dimulai dengan input, produksi, distribusi, pemasaran dan konsumsi. Dalam pembuatan produk halal, penggunaan bahan baku dan teknik pengolahan harus dipertimbangkan. Industri

menghasilkan produk halal tidak hanya dalam bentuk barang tetapi juga dalam bentuk jasa. Di sektor jasa, tren yang saat ini berkembang di sektor halal antara lain lembaga keuangan syariah, bank syariah, teknologi keuangan syariah, dan pariwisata halal. Seperti halnya produk halal, produk industri halal dalam bentuk jasa memiliki ketentuan untuk memenuhi persyaratan halal menurut hukum Islam (Farina, 2021).

Pendistribusian dan pemasaran makanan dan minuman halal harus sejalan dengan nilai-nilai syariah dan tidak boleh tercampur dengan makanan non halal. Pendukung halal *value chain* tidak terbatas pada kebutuhan akan keuangan syariah, lembaga regulasi dan sosialisasi, serta penjualan dan pemasaran (Subianto, 2018).

Menurut Dzikurullah & Koib (2020), rantai nilai halal dapat didefinisikan sebagai nilai tambah dalam setiap proses, termasuk produksi, distribusi, dan pemasaran barang atau jasa konsumen yang memenuhi aspek pemenuhan. Nilai-nilai syariah dan prinsip-prinsip dasar. Melalui pendekatan ekosistem, pengembangan halal *value chain* dapat mendukung pertumbuhan bisnis syariah yang produktif, komprehensif, dan lengkap dari hulu hingga hilir.

Halal *value chain* adalah ekosistem halal atau rantai pasokan dari industri hulu hingga hilir. Halal *value chain* mencakup empat sektor industri: Industri Pariwisata Halal, Kosmetik dan Farmasi Halal, Industri Makanan Halal, dan Industri Keuangan Halal.

Standar mutu produk dan layanan, serta mutu halal semuanya terintegrasi menjadi satu kesatuan untuk produksi, penjualan,

pemasaran, dan konsumsi. Misalnya, dalam pembuatan makanan halal, penggunaan bahan taman, nutrisi yang digunakan, pupuk dan bahan kimia yang digunakan harus halal dan digunakan dalam pengemasan dan pengemasan. Itu juga perlu dilakukan, karena mencerminkan kebersihan dan halal. Kedua, pemasaran produk perlu mencerminkan nilai-nilai syariah hingga produk akhir diterima oleh konsumen. Inilah yang disiratkan oleh konsep halal *value chain* dari proses hulu ke hilir (Dzikurullah & Koib, 2020).

Selain itu, proses pemisahan barang halal dari fasilitas, sarana, dan peralatan PPH yang digunakan untuk penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyediaan barang non-Halal. Peralatan dan suku cadang untuk PPH harus dijaga kebersihannya. Tidak ada noda, dan hanya bahan halal. Sanksi administratif, teguran tertulis, atau sanksi administratif dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang tidak dapat membedakan lokasi atau peralatan PPH. Bahan baku, bahan pengolah, bahan tambahan, dan bahan penolong semuanya digunakan dalam produksi produk halal.

Bahan yang dimaksud berasal dari bakteri, tumbuhan, hewan, atau produk dari teknik kimia, biologi, atau rekayasa genetika. Syariah melarang penggunaan bangkai, darah, babi, dan/atau hewan yang disembelih, yang semuanya merupakan contoh hewan yang dilarang (Farina, 2021).

Tempat dan fasilitas produk halal diproses harus terpisah dari tempat diproses, dikemas, didistribusikan, dijual, dan disajikan.

Lokasi dan perlakuan produk halal harus bersih dan higienis serta bebas dari kontaminan dan bahan non-halal. Kategori terakhir adalah presentasi makanan halal. Kemasan makanan halal harus sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kemasan makanan, tahan terhadap kerusakan dan tahan lama. Makanan halal kini sudah banyak tersedia di pasaran. Namun, makanan yang tidak diakui halal juga dijual ke konsumen. Konsumen membutuhkan jaminan kualitas untuk mengkonsumsi makanan setiap hari.

Oleh karena itu, tidak ada keraguan bahwa konsumen menjamin kualitas kehalalan makanan. Untuk memprediksi kualitas makanan non-Halal, pemerintah mendorong agen asuransi halal untuk menerbitkan label halal yang dapat dikenali konsumen. Oleh karena itu, keberadaan standar jaminan kualitas untuk makanan halal memberikan peluang bagi konsumen dan bisnis untuk mengembangkan berbagai jenis makanan halal.

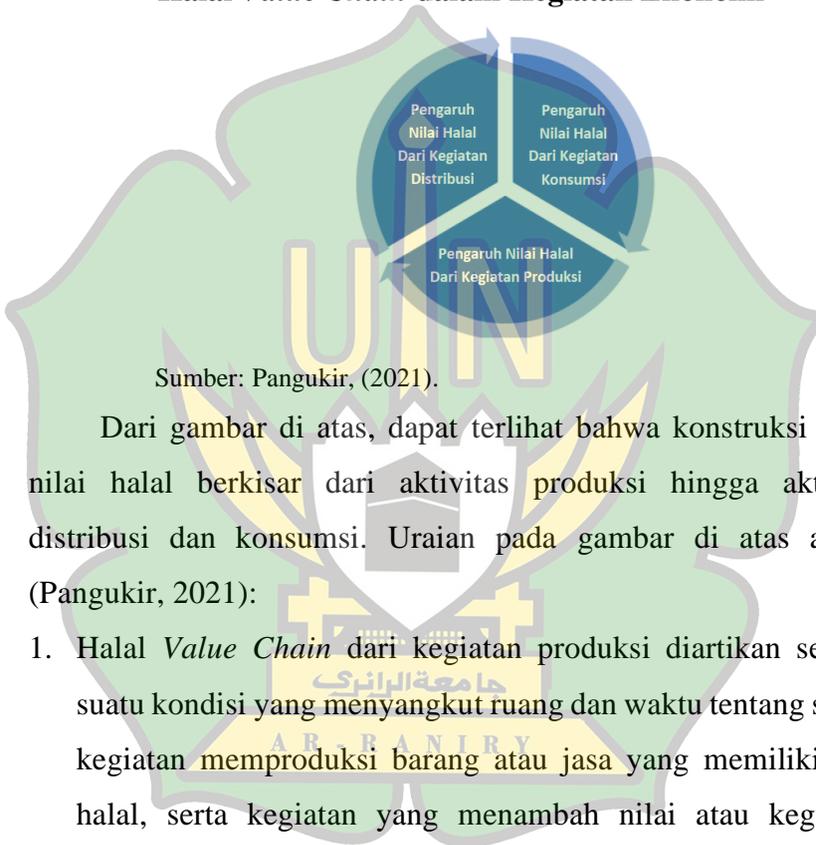
Sertifikasi halal penting bagi dunia usaha, khususnya industri makanan. Hal ini karena semua entitas atau pelaku perlu diperhatikan, mulai dari bahan mentah hingga produk akhir yang sampai ke tangan konsumen (Farina, 2021).

2.3.3 Cluster Rantai Halal

Untuk menghasilkan produk ataupun jasa yang benar benar halal harus memperhatikan rantai nilai halal (halal *value chain*) nya, mulai dari bahan baku hingga pada teknologi yang digunakan dan

sampai kepada pendistribusiannya. Adapun halal *value chain* dalam kegiatan ekonomi terdapat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1
Halal Value Chain dalam Kegiatan Ekonomi



Sumber: Pangukir, (2021).

Dari gambar di atas, dapat terlihat bahwa konstruksi rantai nilai halal berkisar dari aktivitas produksi hingga aktivitas distribusi dan konsumsi. Uraian pada gambar di atas adalah (Pangukir, 2021):

1. Halal *Value Chain* dari kegiatan produksi diartikan sebagai suatu kondisi yang menyangkut ruang dan waktu tentang semua kegiatan memproduksi barang atau jasa yang memiliki nilai halal, serta kegiatan yang menambah nilai atau kegunaan barang menjadi lebih tinggi baik dari segi material maupun mora (halal). Yang termasuk dalam *cluster* ini adalah negara, swasta dan jaringan IT yang meliputi hubungan dalam negeri dan luar negeri khususnya kegiatan ekonomi Islam dan keuangan Islam internasional, dan yang terpenting sertifikat

halalan *tayyiban* untuk semua lembaga yang memproduksi baik produsen jasa maupun barang dari majelis ulama masing masing.

2. *Cluster* halal *value chain* dari aktivitas distribusi didefinisikan sebagai kondisi yang melibatkan ruang dan waktu tentang semua kegiatan yang mengakibatkan perpindahan/migrasi barang atau jasa yang memiliki nilai halal, serta kegiatan yang menjaga nilai atau kegunaan barang yang ada agar lebih stabil dari segi material dan moral (halal). *Cluster* dari kegiatan distribusi adalah negara, swasta, dan jaringan atau industri IT yang mencakup hubungan dalam negeri dan luar negeri, terutama kegiatan ekonomi Islam dan keuangan Islam internasional, dan yang terpenting sertifikasi halalan *tayyiban* untuk semua lembaga distribusi, baik distribusi jasa maupun barang dari majelis ulama masing masing
3. *Cluster* halal *value chain Cluster* rantai nilai halal dari kegiatan konsumsi diartikan sebagai suatu kondisi yang menyangkut ruang dan waktu tentang semua kegiatan pembelanjaan atau penggunaan nilai barang atau jasa yang memiliki nilai halal, serta kegiatan yang memanfaatkan nilai atau kegunaan barang yang ada agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia di dalam segi material dan moral (halal). *Cluster* kegiatan konsumsi adalah negara, swasta, dan IT atau jaringan industri bahkan umat secara keseluruhan yang meliputi hubungan dalam negeri dan luar negeri, terutama kegiatan ekonomi Islam dan keuangan Islam

intrnasional, dan yang terpenting adalah sertifikasi halalan *tayyiban* terhadap seluruh lembaga konsumsi baik konsumen barang maupun jasa dari majelis ulama masing-masing (Pangukir, 2021).

2.3.4 Halal Value Chain Dalam Makanan

Perubahan dan Perkembangan gaya hidup halal ini harus mampu dilayani oleh sektor industri halal dengan baik, yaitu dengan menjaga kualitas rantai pasok makanan halal mulai dari kepastian bahan baku halal, proses produksi sampai dengan konsumen mendapatkan produk, semuanya harus terjamin kehalalannya. Produk olahan makanan dan minuman sendiri, pada prinsipnya adalah halal, kecuali yang diharamkan oleh Allah dan Rasul Nya (Sari 2021).

1. Halal Value Chain Dalam produk Barang

Perkembangan saat ini prinsip halal menjadi sebuah patokan yang menjamin kualitas dari sebuah produk tersebut aman dan layak untuk dikonsumsi, khususnya bagi umat Islam. Dalam hal ini sektor usaha industri produk halal berperan penting dalam mencukupi kebutuhan masyarakat muslim dalam memperoleh produk halal dan layak untuk dikonsumsi, meskipun permintaan mengenai produk halal meningkat, sektor industri tetap harus menjaga kualitas produk yang dihasilkannya sesuai dengan syariat halal dalam Islam agar mendapatkan produk halal yang terjamin kehalalannya bagi konsumen. Syarat

kehalalan produk makanan dan minuman pada sektor industri yang dipastikan melalui manajemen rantai nilai persediaan barang halal (*Halal Value Chain*).

Halal Value Chain merupakan proses pengolahan bahan baku mentah yang diolah menjadi barang jadi kemudian di distribusikan kepada konsumen. Hal tersebut bertujuan untuk efisiensi biaya produksi serta menjaga dan mempertahankan kehalalan produk sampai ditangan konsumen. *Halal value chain* juga membutuhkan kebijakan halal untuk mengontrol logistik halal, struktur jaringan rantai halal produk halal, dan sumber daya halal yang dikelola.

Halal Value Chain menjadi bagian yang integral. Setiap proses dalam produksi makanan dan minuman halal, itu dibuktikan dengan diterapkannya aturan sesuai syariat Islam seperti, untuk memastikan pemisahan antara produk halal dan produk non halal mulai dari proses perencanaan, pengimplementasian, dan juga pengendalian terkait proses penyimpanan barang agar dapat memenuhi kebutuhan para konsumen. Proses penjagaan setiap nilai lebih dan keunggulan dan kompetitif untuk bersaing bagi industri produk halal dengan industri makanan dan minuman lainnya (Saputri, & Yuliana, 2021).

2. Halal *Value Chain* Dalam Produk Jasa

Jasa adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen untuk membantu memasarkan suatu produk yang memiliki nilai jual. Jasa juga disebut dengan pelayanan personal dari suatu produk yang dimiliki nilai jual untuk ditawarkan kepada satu pihak ke pihak lainnya, jasa yang ditawarkan tidak memiliki wujud nyata sehingga kepemilikan dari jasa tersebut tidak didasarkan kepada satu pihak.

Value Chain dalam produk atau jasa ini sangat penting bagi suatu industri makanan dan minuman, rantai nilai makanan ini menjalankan peran penting dalam kelompok pertanian yang akan mengubah produk mentah tersebut ke produk yang siap untuk dikonsumsi guna keberlangsungan hidup manusia.

Strategi yang dilakukan dalam Halal *Value Chain* ini adalah dengan adanya integrasi dari *input*, produksi, distributor, pemasaran dan konsumsi hila akhir produk. Semuanya harus terjaga dari kehalalannya dari bahan baku hingga menjadi siap dikonsumsi. Selain itu, untuk meminimalisir resiko usaha dalam hal pembiayaan setiap industri harus menerapkan prinsip keuangan syariah. Hal itu dilakukan agar kestabilan keuangan akan tetap terjaga (Saputri, & Yuliana, 2021).

2.3.5 Indikator *Halal Value Chain*

1. Produksi

Dalam proses produksi Islam harus memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut (Sari, 2019):

a. Motivasi berdasarkan keimanan

Aktivitas produksi yang dijalankan seorang pengusaha muslim terikat dengan motivasi keimanan atau keyakinan positif, yaitu semata-mata untuk mendapatkan ridha Allah SWT, dan balasan di akhirat. Sehingga dengan motivasi atau keyakinan positif tersebut maka prinsip kejujuran, amanah, dan kebersamaan akan dijunjung tinggi. Prinsip-prinsip tersebut menolak prinsip individualisme (mementingkan diri sendiri), curang, khianat yang sering dipakai oleh pengusaha yang tidak memiliki motivasi atau keyakinan positif.

b. Berproduksi berdasarkan azas manfaat dan maslahat

Seorang muslim dalam menjalankan proses produksinya tidak semata mencari keuntungan maksimum untuk aset kekayaan. Berproduksi bukan semata-mata karena profit ekonomis yang diperolehnya, tetapi juga seberapa penting manfaat keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat.

c. Mengoptimalkan kemampuan akal nya

Seorang muslim harus menggunakan kemampuan akal nya (kecerdasannya), serta profesionalitas dalam mengelola sumber daya. Kerena faktor produksi yang digunakan untuk

menyelenggarakan proses produksi sifatnya tidak terbatas, manusia perlu mengoptimalkan kemampuan yang telah Allah berikan

d. Adanya sikap *tawazun* (keberimbangan)

Produksi dalam Islam juga mensyaratkan adanya sikap *tawazun* (keberimbangan) antara dua kepentingan, yakni kepentingan umum dan kepentingan khusus. Produksi dapat menjadi haram jika barang yang dihasilkan ternyata hanya akan membahayakan masyarakat mengingat adanya pihak-pihak yang dirugikan dari kehadiran produk, baik berupa barang maupun jasa. Produk-produk dalam kategori ini hanya memberikan dampak ketidakseimbangan dan kegoncangan bagi aktivitas ekonomi secara umum. Akibatnya, misi *rahmatan lil alamiin* ekonomi Islam tidak tercapai.

e. Berpikir optimis

Seorang produsen muslim yakin bahwa apapun yang diusahakannya sesuai dengan ajaran Islam tidak membuat hidupnya menjadi kesulitan. Allah SWT telah menjamin rezekinya dan telah menyediakan keperluan hidup seluruh makhluk-Nya termasuk manusia.

f. Menghindari praktik produksi yang haram

Seorang produsen muslim menghindari praktik produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap, dan spekulasi.

2. Konsumsi

Ada 5 prinsip konsumsi dalam Islam (Habibullah, 2019):

- a. Prinsip Keadilan, prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum.
- b. Prinsip Kebersihan, makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.
- c. Prinsip Kesederhanaan, prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan.
- d. Prinsip kemurahan hati, dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan yang diberikan Allah.
- e. Prinsip moralitas, seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan kesyukurannya kepada-Nya setelah makan.

3. Marketing

Dalam proses Marketing Islam harus memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut (Sari, 2019):

- a. Pemasaran Islam dalam konteks produk yang meliputi
 - 1) Produk yang halal dan tayyib.
 - 2) Produk berguna dan dibutuhkan
 - 3) Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
 - 4) Produk yang bernilai tambah tinggi
 - 5) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial

- 6) Produk yang dapat memuaskan masyarakat.
- b. Beban biaya produksi yang wajar.
- 1) Sebagai alat kompetisi yang sehat.
 - 2) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat.
 - 3) Margin perusahaan yang layak
 - 4) Sebagai alat daya tarik konsumen.
- c. Prinsip Pemasaran Islam

Terdapat beberapa prinsip-prinsip pemasaran dalam ekonomi Islam diantaranya (Sari, 2019):

- 1) Berlaku adil

Pada dasarnya kompetitor akan memperbesar pasar, sebab tanpa kompetitor industri tidak dapat berkembang dan kompetitor ini perlu diikuti mana yang bagus dan mana yang buruk, dimana kompetitor yang bagus perlu ditiru.

- 2) Tanggap terhadap perubahan

Selalu ada perubahan dalam kegiatan perindustrian, sehingga langkah bisnis akan terus berubah untuk menyesuaikan dengan pasar. Kompetisi yang semakin sengit tidak dapat dihindari, arus globalisasi dan teknologi akan membuat pelanggan semakin pintar dan selektif sehingga jika kita tidak sensitif terhadap perubahan maka kita akan kehilangan pelanggan.

- 3) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga
Pada konsep pemasaran Islami, tidak diperbolehkan menjual barang jelek dengan harga yang tinggi, hal ini dikarenakan pemasaran Islami adalah pemasaran yang fair dimana harga sesuai dengan barang/produk.
- 4) Rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi)
Pada prinsip ini, penjual yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dan dipastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal. Dengan arti lain *keep the costumer*, namun *keep the costumer* saja tidaklah cukup, perlu pula *grow the costumer*, yaitu *value* yang diberikan kepada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertambahan tersebut.
- 5) Tidak curang
Pada pemasaran Islami *tadlis* sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahan barang dan harga
- 6) Berorientasi pada kualitas
Tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan *Quality*, *Cost*, dan *Delivery* (QCD) agar tidak kehilangan pelanggan (Sari, 2019). QCD adalah

kerangka kerja dalam mengevaluasi proses sistem perakitan Quality umumnya diklasifikasikan ke dalam persyaratan pelanggan, persyaratan fungsional, dan persyaratan bebas kesalahan terlepas dari produk, proses dan organisasi (Sulton, 2021).

2.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pentingnya sektor swasta tumbuh di sejumlah negara berkembang dalam periode globalisasi perdagangan saat ini dan sistem perdagangan bebas yang ada. Pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kementerian ini telah memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. UMKM adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh masyarakat, baik yang berbentuk badan usaha perorangan maupun unit usaha (Listyaningsih, 2020).

UMKM berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja, kontribusi pajak, impor dan ekspor, promosi distribusi produk dan pengembangan sumber daya manusia, serta merupakan tempat lahirnya inovasi dan kewirausahaan. Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha terbesar dan tahan terhadap berbagai jenis kerusakan akibat krisis ekonomi yang terjadi. UMKM ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berdasarkan beban kerja.

Di sini, usaha kecil adalah unit bisnis dengan 5 hingga 19 staf, dan usaha kecil adalah unit bisnis dengan 20 hingga 99 staf. UMKM di Indonesia memberikan pertumbuhan ekonomi dengan

memberikan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan devisa negara, memperkuat struktur badan usaha milik negara dan menjadikan sistem perekonomian nasional sebagai bagian penting.

Hal ini tercermin dari kemampuannya menciptakan lapangan kerja, mengurangi pergerakan dan misi, serta melebarkan sayap antar sektor atau agen, menjadikannya salah satu sarana untuk membawa produk asli ke dalam negeri (Listyaningsih, 2020).

UKM relatif lebih tangguh dibandingkan perusahaan besar saat badai krisis melanda Indonesia. UKM kurang bergantung pada bisnis besar atau pinjaman dalam mata uang asing. Oleh karena itu, perusahaan mata uang asing kemungkinan besar akan mengalami krisis jika nilai tukar berubah. Salah satu tujuan UMKM adalah tumbuh dan berkembangnya perusahaan untuk membangun perekonomian yang semata-mata berdasarkan demokrasi ekonomi. Saran perjuangan bangsa untuk tumbuh dan berkembangnya perekonomian nasional melalui pelibatan sebanyak mungkin pelaku ekonomi, berdasarkan potensi yang tidak memihak dari seluruh pemangku kepentingan.

UMKM lokal sangat dihargai dan didukung oleh pemerintah karena semakin besar komunitas wirausaha, semakin baik dan kuat ekonomi lokal, karena dapat secara optimal menyerap dan menggunakan sumber daya, tenaga kerja lokal dan dana lokal. Oleh karena itu, UKM tidak boleh dianggap remeh. UMKM adalah yang paling bermanfaat karena dapat mendukung pertumbuhan ekonomi

dan menawarkan pembiayaan yang konsisten bagi masyarakat. Selain itu, UMKM mempekerjakan sebagian besar sektor korporasi, yang menurunkan dampak dan meningkatkan standar hidup (Listyaningsih, 2020).

Hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam pengembangan UMKM antara lain kurangnya modal, kurangnya keterampilan manajemen, keterampilan operasional, dan rendahnya produktivitas baik dari segi kuantitas maupun sumber daya. Ini menciptakan manfaat yang signifikan bagi bisnis, pemasaran yang tidak memadai dan organisasi yang buruk. Luasnya usaha mereka juga terkendala oleh persaingan tidak sehat dan faktor ekonomi. Upaya peningkatan kinerjanya biasanya konvensional. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan manajemen dalam menentukan harga produk.

Penetapan harga produk seringkali hanya didasarkan pada kondisi industri secara umum dan tidak memperhitungkan beban kerja. Akibatnya, mereka sering melakukan kesalahan saat mengukur produktivitas suatu perusahaan. Hal ini pada akhirnya mengarah pada kinerja bisnis (Listyaningsih, 2020).

2.4.1 Pengertian UMKM

UMKM adalah bentuk kegiatan ekonom bagi UMKM yang memenuhi standar perundang-undangan untuk penjualan tahunan dan kekayaan bersih. UMKM dapat didefinisikan sebagai berikut (Handini, 2019):

1. Pengembangan empat sektor ekonomi fundamental agribisnis, manufaktur, sumber daya manusia, atau produk dan bisnis kelautan yang mendorong pembangunan.
2. Mengembangkan daerah unggulan yang dapat melanjutkan perekonomian dengan pendekatan regional atau melalui program prioritas dan pembangunan serta pemilihan daerah atau wilayah yang menjadi tuan rumah peluang sektoral.
3. Meningkatkan inisiatif pemberdayaan masyarakat. UKM adalah bisnis yang dijalankan secara pribadi yang mematuhi standar berikut:
 - a. Perusahaan dengan aset bersih Rp. 200.000,00 atau kurang, tidak termasuk tanah dan bangunan untuk perusahaan.
 - b. Sebuah perusahaan dengan penjualan tahunan kurang dari 1 miliar rupiah.
 - c. Perusahaan lain, bukan perusahaan atau cabang yang berhubungan langsung atau tidak langsung dengan perusahaan menengah atau besar.
 - d. Berbentuk koperasi dan badan usaha lainnya yang dimiliki oleh orang yang bukan badan hukum.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), Pasal 1 menyatakan (Handini, 2019):

1. Untuk usaha mikro, aset bersih adalah Sebagian besar (tidak termasuk tanah dan bangunan) yaitu Rp. 50.000.000 (50 juta rupiah), dan penjualan tahunan (penjualan/tahun) maksimum adalah Rp. 300.000.000. (300 juta).
2. Bukan perusahaan dan/atau badan yang merupakan anak perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, mengelola, atau menjadi bagian dari pendirian UKM atau usaha produktif mandiri yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, menguasai, atau mengoperasikan UKM. untuk bisnis besar yang mematuhi persyaratan UKM sebagaimana ditentukan oleh undang-undang ini.
3. UKM dikelola oleh perorangan atau perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, mengelola, atau menguasai seluruh aset keuangan atau penjualan tahunan UKM tetapi bukan merupakan cabang dari anak perusahaan. Hukum ini mengatur bagaimana pekerjaan dilakukan.

2.4.2 Karakteristik UMKM

UMKM berbeda dengan perusahaan besar karena memiliki ciri khas. UMKM tidak memiliki banyak kontak dekat atau sumber dukungan dari kelompok bisnis, dan UMKM mandiri. Penggunaan teknologi yang kompak atau *basic* merupakan ciri lain dari UMKM. Teknologi manual masih digunakan oleh usaha kecil. UKM berbeda dari perusahaan besar karena mereka memiliki pangsa pasar yang lebih kecil (Muheramtohad, 2017).

Penargetan terbatas pada lingkungan atau pasar terdekat. UMK biasanya membutuhkan pembiayaan untuk mengembangkan usaha mereka, meskipun fakta bahwa modal perusahaan UMKM sangat langka dan akses ke dukungan modal umumnya menantang. Mereka membutuhkan banyak sumber daya dan peralatan untuk meningkatkan output barang mereka.

Oleh karena itu, keuntungan pembiayaan sektor UMKM adalah (Muheramtohad, 2017).

1. Penting untuk mempertimbangkan faktor manusia, UMKM umumnya sangat membutuhkan dukungan permodalan dan membutuhkan perhatian lebih.
2. Mereka aktif di dunia bisnis dalam hal produk dan layanan. Kredit yang dipesan tidak dimaksudkan untuk bisnis yang tidak realistis seperti pasar saham. Pinjaman ke sektor yang sebenarnya sangat penting karena sektor ini secara harfiah adalah kekayaan negara.
3. Pengelola UMKM pada umumnya masih berpedoman pada etika dan moral bisnis. Mereka umumnya menilai kontrak kredit (kontrak).

Sifat atau keadaan sebenarnya yang terkait dengan pengusaha dalam operasi bisnis membentuk karakteristik UMKM. Menurut ukuran organisasi, karakteristik inilah yang membedakan pelaku ekonomi satu dengan yang lain. UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok, menurut Bank Dunia:

1. Usaha mikro (10 karyawan).
2. UKM (30 karyawan).
3. Bisnis menengah (hingga 300 karyawan).

UMKM dapat dikategorikan menjadi empat kelompok dari sudut pandang bisnis, yaitu (Kerjasama LPPI Dengan Bank Indonesia, 2015).

1. Usaha kecil dan menengah di sektor informal seperti pedagang kaki lima.
2. UMKM Mikro adalah UMKM yang menggunakan keterampilan karakter namun kurang memiliki jiwa wirausaha untuk mengembangkan usahanya.
3. *Dynamic Small Business* adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan kerjasama (subkontrak akuisisi) dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM wirausaha yang siap bertransformasi menjadi perusahaan besar..

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia (UMKM). Menurut peraturan ini, UMKM didefinisikan sebagai “usaha kecil yang dikuasai dan dimiliki oleh satu orang atau sekelompok orang yang menggunakan kekayaan dan pendapatan dalam jumlah yang signifikan” (Kerjasama LPPI Dengan Bank Indonesia, 2015).

Tabel 2.1
Karakteristik UMKM dan Usaha Besar

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	a. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti
	b. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat pindah tempat
	c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun.
	d. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
	e. Sumber daya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
	f. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah
	g. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank.
	h. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP. Contoh: Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar.
Usaha Kecil	a. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah
	b. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah pindah
	c. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masih sederhana
	d. Keuangan perusahaan sudah mulai dipisahkan dengan keuangan keluarga.
	e. Sudah membuat neraca usaha.
	f. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
	g. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal.
	i. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning. Contoh: Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya

Tabel 2.2-Lanjutan

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Menengah	a. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi
	b. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan.
	i. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan.
	a. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga
	b. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan
	c. Pada umumnya telah memiliki sumber daya manusia yang terlatih dan terdidik
Usaha Besar	a. Usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Sumber: Kerjasama LPPi Dengan Bank Indonesia, (2015).

AR - R Tabel 2.2

Kriteria UMKM & Usaha Besar Berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (dalam rupiah)	Omset (dalam rupiah)
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	>300 juta –2,5 miliar
Usaha Menengah	> 500 juta – Rp10 miliar	>2,5 miliar– 50 miliar
Usaha Besar	> 10 miliar	>50 miliar

Sumber: Kerjasama LPPi Dengan Bank Indonesia, (2015).

Selain itu, tergantung pada aspek bahan baku yang dihasilkan, UMKM juga menunjukkan sifat-sifat berikut:

1. Kualitas tidak standar. Hal ini dikarenakan sebagian besar UMKM belum memiliki keahlian yang memadai. Sebagian besar produk yang diperoleh adalah dari hasil buatan tangan sendiri, sehingga persyaratan kualitasnya juga berbeda.
2. Desain produk terbatas. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang terkait dengan produk tersebut. Sebagian besar UMKM bekerja berdasarkan pesanan, tetapi tidak memiliki banyak keberanian untuk mencoba desain baru.
3. Jenis produk terbatas. Biasanya, UKM hanya memproduksi sejumlah kecil produk. Saat ada permintaan model baru, UMKM sulit memenuhinya. Harus luangkan waktu untuk menerimanya.
4. Kapasitas produk dan daftar harga terbatas. Menentukan kapasitas dan harga produk merupakan hal yang sulit dan mudah bagi konsumen.
5. Bahan baku tidak terstandar. Karena bahan bakunya berasal dari berbagai sumber.
6. Kesenambungan produk tidak terjamin dan tidak sempurna. Karena produksi yang tidak teratur, produk yang dihasilkan seringkali sama (Kerjasama LPPI Dengan Bank Indonesia, 2015).

2.4.3 Peran UMKM

Menurut Zubaidah (2020), UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan terbesar, pemain utama dalam pembangunan ekonomi daerah dan pemberdayaan masyarakat, sebagai pencipta pasar baru dan sumber inovasi, dan masyarakat. Secara umum fungsi untuk neraca pembayaran.

Oleh karena itu, pemberdayaan perlu dibangun dan disampaikan secara berkelanjutan dengan tujuan meningkatkan produktivitas dan daya saing serta menumbuhkan wirausaha baru yang tangguh. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Mikro dan UKM, Pasal 3 menyatakan bahwa Mikro dan UKM bertujuan untuk berkembang dan berkembang dalam rangka pembangunan ekonomi yang bertumpu pada perekonomian semata. Artinya, UMKM akan berperan dalam membangun PDB, menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja.

Kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangunan ekonomi nasional dipicu oleh (Zubaidah, 2020).

1. Sektor mikro dapat dikembangkan di hampir setiap sektor perekonomian dan tersebar di seluruh Indonesia.
2. Karena penggunaannya yang luas di sektor mikro (baik di sektor korporasi maupun wilayahnya), memainkan peran yang sangat penting dalam pemerataan kesempatan kerja.
3. UMKM biasanya termasuk perusahaan anggota koperasi yang fleksibel.

4. Ukuran perusahaan yang kecil, spesifikasi yang sederhana, dan teknologi yang digunakan membuat UMKM mudah beradaptasi dengan setiap perubahan atau perkembangan yang mungkin terjadi.
5. UMKM adalah industri padat modal. Komponen terbesar dari struktur biaya produksi adalah biaya variabel, yang dapat dengan mudah disesuaikan dengan perubahan/perkembangan yang terjadi. Contoh: Sebagian besar produk yang diproduksi adalah produk yang berhubungan langsung dengan kebutuhan utama masyarakat.
6. UMKM lebih cocok di level ini (level dasar) dan lebih dekat dengan kehidupan, sehingga bisa lebih efektif mengangkat masyarakat dari keterbelakangan.

2.5 Penelitian Terkait

Peneliti berusaha untuk mengetahui temuan terkait dengan penelitian ini. Dalam pembahasan ini, peneliti mendukung teori yang diajukan dan menggunakan beberapa penelitian sebelumnya sebagai acuan untuk menjelaskan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Berikut adalah persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Annisa (2019), yang berjudul “Kopontren dan Ekosistem Halal *Value Chain*. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Annisa ialah sama sama membahas Halal *Value Chain*”. Perbedaan peneliti dengan

penelitian Annisa ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *value chain* pada toko roti. Sedangkan penelitian Annis membahas mengenai Kopontren dan Ekosistem.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Ahla (2020) yang berjudul “Strategi Pengembangan Ekonomi Syari’ah Melalui Penguatan Halal *Value Chain* (Studi Kasus Pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru)”. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Ahla, AS ialah mengkaji tentang Halal *Value Chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Ahla, AS ialah pada penelitian peneliti meneliti Halal *Value Chain* pada toko roti, sedangkan penelitian Ahla, AS ia meneliti Halal *Value Chain* pada Industri Pariwisata.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Muslihati yang berjudul “Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal *Value Chain* di Indonesia. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*”. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Muslihati ialah sama-sama membahas halal *value chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Muslihati ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *value chain* pada toko roti. Sedangkan penelitian Muslihati Milenial membahas mengenai Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal *Value Chain* di Indonesia. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Lulu (2021), yang berjudul “Halal *Value Chain* Analysis Pada Daging Sapi Di Peternakan Desa Jambu Kecamatan Wangon Kabupaten

Banyumas”. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Lulu ialah Sama-sama membahas halal *value chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Lulu ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan *halal value chain* pada toko roti. Sedangkan penelitian Lulu, P. membahas mengenai Halal *Value Chain Analysis* Pada Daging Sapi Di Peternakan Desa Jambu Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Mu’awwanah, Mardiyah, & Utami (2021), yang berjudul “Penguatan Halal *Value Chain* dalam Pemasaran Abon Lele melalui Adaptasi Digital. Mujtama” Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Mu’awwanah, Mardiyah, & Utami, ialah mengkaji tentang *Halal Value Chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Mu’awwanah, Mardiyah, & Utami ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan *Halal value chain* pada toko roti Wirda *Cake*, sedangkan penelitian Mu’awwanah, Mardiyah, & Utami, meneliti Halal *Value Chain* dalam Pemasaran Abon Lele.

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Kesuma (2020), yang berjudul “Analisis *Value Chain (Value Chain Analysis)* Bank Muamalat Untuk Peningkatan Kinerja” Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Kesuma, ialah mengkaji tentang *Value Chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Kesuma, ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *value chain* pada toko roti Wirda *Cake*, sedangkan penelitian Kesuma, menganalisis *Value Chain (Value Chain Analysis)* Bank Muamalat.

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Rachmaniah (2020), yang berjudul “*Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Pada CV *Green Life* Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo)” Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Rachmaniah ialah membahas tentang *Value Chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Rachmaniah ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *value chain* pada toko roti *Wirda Cake*, sedangkan penelitian Rachmaniah ia meneliti *Value Chain Analysis* Berdasarkan Prinsip Syariah Pada CV *Green Life* Tirta.

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Pragnya (2018), yang berjudul “Preferensi Konsumen dan *Value Chain Analysis* pada Produk Olahan Kambing di Surabaya”. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Pragnya ialah membahas tentang *Value Chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Pragnya ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *Value Chain* pada toko roti *Wirda Cake*, sedangkan penelitian Pragnya meneliti *Value Chain Analysis* pada Produk Olahan Kambing di Surabaya.

Kesembilan, Penelitian yang dilakukan oleh Jannah, Yurisinthae, & Yusra (2019)., yang berjudul “Analisis *Value Chain* (*value chain*) kerupuk lidah buaya (aloevera) pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak”. Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Jannah, Yurisinthae, & Yusra ialah membahas tentang *Value Chain*. Perbedaan peneliti dengan penelitian Jannah, Yurisinthae, & Yusra

ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *Value Chain* pada toko roti *Wirda Cake*, sedangkan penelitian Jannah, Yurisinthae & Yusra ia meneliti Analisis *Value Chain* (*Value Chain*) kerupuk lidah buaya (aloevera) pada UKM I Sun Vera.

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Subianto (2019), yang berjudul “*Value Chain* dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal” Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Subianto ialah membahas tentang *Value Chain* . Perbedaan peneliti dengan penelitian Subianto ialah pada penelitian peneliti membahas mengenai penerapan Halal *Value Chain* pada toko roti *Wirda Cake*, sedangkan penelitian Subianto fokus kajiannya tentang perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal.

Tabel 2.3
Penelitian Terkait

No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
1.	Annisa, A. A. (2019). Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain.	Penelitian bersifat kualitatif.	Berdasarkan hasil analisis, peran kopontren sebagai motor penggerak perekonomian pondok pesantren berpengaruh secara signifikan sebagai penentu bagaimana menghidupkan halal value chain (<i>Value Chain</i> halal) pada setiap bagian lingkungan dalam ekosistem pondok pesantren dengan menerapkan nilai-nilai halal dalam aktivitas produksi, distribusi hingga aktivitas konsumsi anggotanya baik berupa barang ataupun jasa.

Tabel 2.3-Lanjutan

2.	Ahla, AS. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Syari'Ah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus Pada Industri Pariwisata Halal Di Kota Banjarbaru) .	Penelitian bersifat kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan dalam pengembangan ekonomi syariah di Kota Banjarbaru maupun pemerintah setempat belum melakukan strategi ataupun program pengembangan pada industri pariwisata di Kota Banjarbaru sebagai perumusan strategi alternatif, didapat strategi alternatif, didapat strategi altenatif yakni strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (<i>growth Oriented Strategy</i>).
3.	Muslihati, M. Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal Value Chain di Indonesia. <i>Study of Scientific and Behavioral Management</i>	Penelitian bersifat kualitatif.	Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa Generasi milenial dianggap memiliki kapasitas dalam hal pembentukan opini terkait berbagai klaster dalam <i>halal value chain</i> dengan memanfaatkan media sosial dan memanfaatkan pemahaman akan regulasi produk halal. Hal

Tabel 2.3-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
3.	(SSBM),		tersebut dapat menstimulasi permintaan akan berbagai klaster produk halal ditengah masyarakat dan mampu menggerakkan ekosistem <i>halal value chain</i> di Indonesia.
4.	Lulu, P. (2021). Halal Value Chain Analysis Pada Daging Sapi Di Peternakan Desa Jambu Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas.	Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis <i>Value Chain</i> halal daging sapi di Kecamatan Wangon dari lima kegiatan primer <i>Value Chain</i> yaitu pasokan sapi barasal dari pasaran lokal, penyembelihan dilakukan oleh juru potong halal di Rumah Potong Hewan, distribusi yang dilakukan dengan sistem distribusi langsung, Penjualan dilakukan secara konvensional di pasar tradisional dan penjualan ke agen, dan terdapat pelayanan purna jual yang sudah dilakukan. Sedangkan dari empat kegiatan pendukung <i>Value Chain</i> diketahui bahwa lokasi kandang dan tempat usaha jauh dari barang najis, pemasok kebutuhan sapi memadai, ketersediaan SDM memadai namun tidak ada pelatihan untuk meningkatkan kapasitas diri para pekerja, dan usaha daging sapi ini belum memanfaatkan teknologi secara maksimal selain itu juga belum terdapat pengolahan limbah kandang. Kata Kunci: Analisi <i>Value Chain</i> , Halal, Daging Sapi

Tabel 2.3-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
5.	Mu'awwanah, U., Mardiyah, A., & Utami, A. S. (2021). Penguatan Halal Value Chain dalam Pemasaran Abon Lele melalui Adaptasi Digital. Mujtama':	Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan Hasil penelitian menyatakan bahwa aktivitas primer (primary activities) Bank Mumalat terdiri dari (1) inbound logictics – penghimpunan modal dan dana bank; (2) operation – desain produk, kesesuaian dengan fatwa, inovasi produk, bauran produk dan layanan jasa keuangan, fee-based activities, pembiayaan, dan formulasi bagi hasil, investasi dan pengembangan dana; (3) outbound logistic – distribusi infomasi produk kepada cabang dan mitra; (4) marketing – pemasaran produk kepada nasabah, promosi produk dan layanan; (5) services – layanan purna jual, customer relationship management, dan penanganan keluhan nasabah. Aktivitas pendukung (support activities) Bank Mumalat terdiri dari (1) firm infrastucture – infrastruktur bank yang meliputi manajemen, struktur dan sistem organisasi, dan manajemen risiko; (2) human capital – manajemen SDM yang dinamis dan kepemimpinan Islami; (3) technology development – pengembangan dan akuisisi teknologi; (4) procurement – pengadaan aset tetap, aset tidak tetap, dan teknologi perbankan Pemahaman yang mendalam tentang pada <i>Value Chain</i> akan memberikan keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja dan

Tabel 2.3-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
			keuntungan.
6.	Kesuma, Y. M. (2020). Analisis <i>Value Chain</i> (Value Chain Analysis) Bank Muamalat Untuk Peningkatan Kinerja	Penelitian menggunakan desain studi pustaka dengan analisis konten menggunakan dokumen cetak dan digital yang relevan dengan analisis <i>Value Chain</i> dan Bank Muamalat value chain analysis laporan tahunan, website, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lain yang	Hasil penelitian menyatakan bahwa aktivitas primer (primary activities) Bank Muamalat terdiri dari (1) inbound logistics – pengumpulan modal dan dana bank; (2) operation – desain produk, kesesuaian dengan fatwa, inovasi produk, bauran produk dan layanan jasa keuangan, fee-based activities, pembiayaan, dan formulasi bagi hasil, investasi dan pengembangan dana; (3) outbound logistic – distribusi informasi produk kepada cabang dan mitra; (4) marketing – pemasaran produk kepada nasabah, promosi produk dan layanan; (5) services – layanan purna jual, customer relationship management, dan penanganan keluhan nasabah. Aktivitas pendukung (support activities) Bank Muamalat terdiri dari (1) firm infrastructure – infrastruktur bank yang meliputi manajemen, struktur dan sistem organisasi, dan manajemen risiko; (2) human capital – manajemen SDM yang dinamis dan kepemimpinan Islami; (3) technology development – pengembangan dan akuisisi teknologi; (4) procurement – pengadaan aset tetap, aset tidak tetap, dan teknologi perbankan. Pemahaman yang mendalam tentang pada <i>Value Chain</i> akan

Tabel 2.3-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
			memberikan keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan
7.	Rachmaniah, R. (2020). Value Chain Analysis Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten	Penelitian ini adalah penelitian kualitatif ,	Hasil dari penelitian ini adalah berbagai kegiatan yang termasuk dalam kegiatan primer dan kegiatan sekunder yang dilakukan oleh CV Green Life Tirta Sentosa sebagian besar telah menyetujui prinsip-prinsip syariah yang meliputi: halalan thayyiban, tolong menolong (taawun), menggunakan keadilan (al - adl), bebas dari maysir gharar (debat), telah menyetujui partisipasi masyarakat seperti zakat, infaq, dan shadaqah, serta menerapkan proses produksi yang mendorong pertumbuhan yang seimbang, tetapi perusahaan masih tidak bebas dari riba dan tidak bebas dari gharar
8.	Pragnya, Y. N. (2018). Preferensi Konsumen dan Value Chain Analysis pada Produk Olahan Kambing di Surabaya.	Metode yang digunakan adalah kuantitatif untuk preferensi dan kualitatif untuk value chain,	Temuan penelitian ini yaitu preferensi dari kesebelas atribut pada produk olahan kambing ditunjukkan dengan tiga kategori yakni, netral, positif dan sangat positif, atribut yang masuk pada kategori netral adalah ukuran dan promosi, sedangkan atribut yang masuk pada ketegori positif adalah rasa, harga, ketersediaan, label halal, tempat penjualan, kesehatan, komposisi bahan baku dan masa kadaluarsa, sedangkan untuk kategori sangat positif adalah atribut

Tabel 2.3-Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
			kebersihan dan dari analisis <i>Value Chain</i> rekomendasi terdapat temuan 17 produk olahan yang dapat meningkatkan nilai tambah komoditas kambing Implikasi manajerial umumnya ditujukan kepada pelaku usaha skala UMKM atau industri dan calon pelaku usaha produk olahan kambing untuk dapat memaksimalkan potensi ternak kambing agar dapat meningkatkan mutu produk dan nilai tambah produk itu sendiri
9.	Jannah, R., Yurisinthae, E., & Yusra, A. H. A. (2019). Analisis <i>Value Chain</i> (value chain) kerupuk lidah buaya (aloevera) pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.	Berdasarkan hasil penelitian diketahui pengolahan kerupuk lidah buaya (<i>alovera</i>) di UKM I Sun Vera masih tradisional dan menggunakan teknologi semi moderen. Kendala pada kerupuk lidah buaya UKM I Sun Vera yaitu kurangnya prediksi cuaca karena masih mengandalkan panas matahari, kurangnya promosi secara online serta kurangnya inovasi kemasannya. Nilai tambah (value added) pada kerupuk lidah buaya masih tergolong rendah karena rasio nilai tambah 47,17%. Penggunaan input sebanyak 51,8% penggunaan bahan baku pendukung serta keuntungan pengusaha sebesar 40,5% per produk kerupuk lidah buaya.

Tabel 2.3-Lanjutan

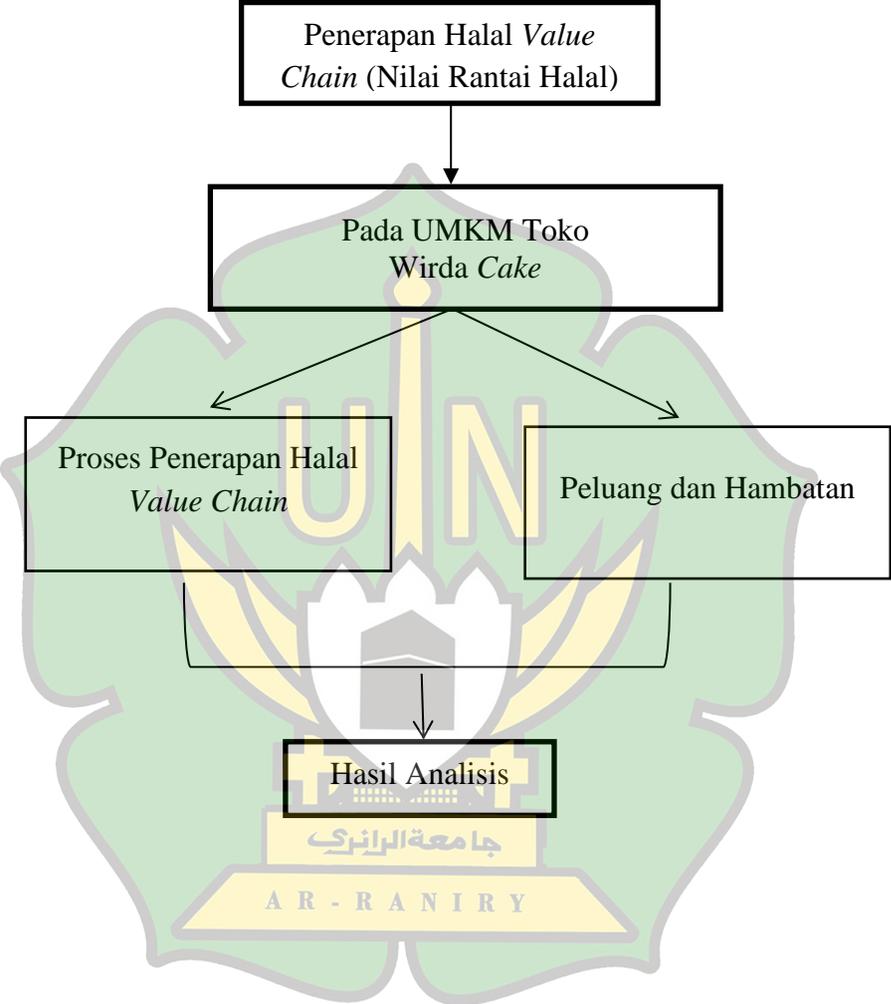
No	Penelitian dan Judul	Metodologi penelitian	Hasil Penelitian
10.	Subianto, P. (2019). <i>Value Chain</i> dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan kualitatif.	Hasil penelitian bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi makanan dan minuman halal dapat mendorong Halal Value Chain (HVC). Saran untuk penelitian lebih mendalam terkait faktor pendorong dan penghambat <i>Value Chain</i> halal di daerah.

Sumber: Data diolah, (2022)

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai isu penting. Kerangka yang baik secara teoritis menjelaskan penelitian antar variabel yang diteliti. Untuk memahami situasi khusus penelitian selanjutnya, peneliti menjelaskannya dalam bentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang secara metodologis sehat untuk mempelajari fenomena sosial dan masalah manusia, dan merupakan bentuk pemahaman. Dalam pendekatan ini, peneliti hadir untuk menjalin hubungan sosial yang erat antara peneliti dan subjek penelitian (Nafis, 2019).

Penelitian kualitatif menurut Anggit & Setiawan (2018) adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan lingkungan alam dan menggunakan berbagai metode yang ada untuk menginterpretasikan fenomena yang terjadi. Alasan menggunakan pendekatan ini dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti aktif menghadapi informan dan memungkinkan peneliti melihat individu secara utuh: (*whole*). Jadikan hasil penelitian lebih akurat.
2. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Metode ini dapat digunakan untuk memungkinkan responden secara sukarela berbagi pemikiran dan persepsi mereka.
3. Penelitian ini bersifat naturalistik artinya data yang diperoleh sesuai dengan fakta yang diperoleh.

3.2 Populasi dan sampel

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih berkaitan erat dengan masalah yang diteliti. Populasi adalah perkiraan jumlah unit analisis. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan Toko Wirda *Cake* dalam 1 bulan yaitu 50 orang pelanggan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu teknik dalam *non probability sampling* adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Para pelanggan yang membeli produk lebih dari 3 kali dalam 1 bulan
2. Para pelanggan yang paham Halal *Value Chain*

Dari kriteria sampel diatas diperoleh sampel penelitian dari populasi yang berjumlah 50 orang /bulan yaitu 5 orang pelanggan Toko Wirda *Cake*

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini yaitu informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Yang

menjadi informan atau subjek penelitian adalah Pemilik Wirda *Cake*, LP POM MUI ACEH, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Pelanggan/ Masyarakat/ Konsumen Wirda *Cake*.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Toko Roti Wirda *Cake*, Jl. Taman Siswa No.54 A, Merduati, Kec. Kuta Raja, Kota Banda Aceh.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data adalah informasi tentang sesuatu. Fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan informasi (Mamik, 2015). Data survei dikumpulkan melalui alat pengumpulan data, observasi, wawancara, dan data dokumentasi. Sumber data secara garis besar dapat dibagi menjadi dua bagian:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh dari dukungan prosedur dan teknik pengumpulan data dan dapat berupa wawancara, observasi, atau penggunaan alat ukur yang dirancang khusus untuk tujuan tersebut.
- b. Data sekunder yaitu berasal dari berbagai sumber tentang masalah penelitian seperti: seperti Al-Quran , jurnal, artikel dan buku-buku yang mengenai produk halal (Nafis, 2019). Keakuratan dan keakuratan topik penelitian dan informasi variabel tergantung pada strategi dan alat pengumpulan data

yang digunakan. Hal ini pada akhirnya menentukan keakuratan hasil penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, sumber, dan pengaturan. Pengumpulan data begitu luas dan intensif penelitian sehingga upaya penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam

Rincian metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Informan dipilih berdasarkan kesimpulan peneliti sehingga dapat menemukan dan menjelaskan masalah yang diteliti yang disebut dengan wawancara. Wawancara terperinci hal ini dilakukan sesuai dengan pedoman wawancara yang disajikan sebelumnya. Berikut ini narasumber, pelanggan yang akan penulis wawancarai:

Tabel 3.1
Daftar Informan untuk diwawancarai

No	Keterangan	Jumlah
1	Pemilik Toko Roti Wirda <i>Cake</i>	1 orang
2	LP POM MUI Aceh	1 orang
3	Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry	1 orang
4	Pelanggan/Masyarakat/ Konsumen Wirda <i>Cake</i>	5 orang
Jumlah		9 orang

Sumber: Data diolah, (2021)

b. Observasi.

Observasi adalah pengumpulan data yang memungkinkan peneliti mengakses langsung lokasi penelitian untuk mengamati secara langsung topik penelitian baik pengamatan nyata maupun pengamatan buatan. Observasi dilakukan untuk melihat proses penerapan halal *value chain* (Nilai Rantai Halal) pada Toko Roti Wirda *Cake*, Observasi ini dilakukan selama 7 hari.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data yang layak untuk diteliti oleh peneliti, yaitu data tentang objek dan variabel berupa catatan, eksemplar buku, agenda, dan sebagainya. Dokumen ini memungkinkan penulis untuk mengumpulkan data dalam kategori material yang terkait dengan masalah yang dihadapi (Nafis, 2019).

3.4 Instrumen Penelitian

1. Halal *Thayyiban*

Halal berasal dari akar bahasa Arab *alla-yahillu*. Itu berarti keluar dari apa yang dilarang atau dilarang. Oleh karena itu, halal berarti sesuatu yang wajib dan tidak terhalang oleh Allah. Pengertian *Thayyiban* dalam bahasa Arab. *Thayyiban* adalah Masdar dari *Taba*, yang memiliki jalur tiga huruf yang terdiri dari tiga huruf *Tha*, *Alif*, dan *Ba*, yang artinya halal, suci, enak, pingiran, dan halal. Menurut Kalamuddin, Nurdin mendeskripsikan kata *Thayyib* dalam kamus *Syawarifiyyah* menjelaskan kata *thayyib* yakni: kebaikan,

kebajikan, kemuliaan nikmat, berkah, kehalusan (Buang & Hamidon, 2016).

2. *Value Chain*

Value Chain adalah alat yang digunakan untuk mendefinisikan keunggulan kompetitif dan mengidentifikasi cara untuk meningkatkannya. Perusahaan juga membagi *Value Chain* ini ke dalam aktivitas individu yang dijalankannya, mulai dari pengembangan produk dan produksi hingga pemasaran dan penjualan. Bisnis perusahaan paling baik digambarkan sebagai *Value Chain* di mana total pendapatan dari semua aktivitas yang terkait dengan pengembangan dan pemasaran produk atau layanan mengurangi total biaya penciptaan nilai. Semua perusahaan dalam industri tertentu memiliki *Value Chain* yang sama, termasuk aktivitas seperti pengadaan bahan baku, desain produk, pengembangan fasilitas manufaktur, kontrak bersama, dan penyediaan layanan pelanggan (Pengukir, 2021). Adapun indikator halal *value chain* sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indikator Halal Value Chain

Produksi	<ul style="list-style-type: none"> a. Motivasi berdasarkan keimanan b. Berproduksi berdasarkan azas manfaat dan maslahat c. Mengoptimalkan kemampuan akal nya d. Adanya sikap tawazun (keberimbangan) e. Harus optimis e. Menghindari praktik produksi yang haram
Konsumsi	<ul style="list-style-type: none"> a. Prinsip Keadilan Prinsip Kebersihan makanan harus baik dan cocok untuk dimakan b. Prinsip Kesederhanaan Prinsip kemurahan hati Prinsip moralitas
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemasaran Islam dalam konteks produk yang meliputi: <ul style="list-style-type: none"> 1) Produk yang halal dan tayyib. 2) Produk berguna dan dibutuhkan 3) Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit 4) Produk yang bernilai tambah tinggi 5) Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial 6) Produk yang dapat memuaskan masyarakat. b. Pemasaran Islam dalam konteks produk yang meliputi <ul style="list-style-type: none"> 1) Beban biaya produksi yang wajar. 2) Sebagai alat kompetisi yang sehat. 3) Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat. 4) Margin perusahaan yang layak 5) Sebagai alat daya tarik konsumen. c. Prinsip Pemasaran Islam <ul style="list-style-type: none"> 1) Berlaku adil 2) Tanggap terhadap perubahan 3) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga 4) Rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi) 5) Tidak curang 6) Berorientasi pada kualitas

Sumber: Sari, (2019).

3.5 Metode dan Teknik Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan penulis untuk menganalisis halal *value chain* menggunakan pendekatan kualitatif yang dimulai dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Rahmawati, 2017).

1. Reduksi Data

Pada fase reduksi data, peneliti mengumpulkan data yang mereka yakini akan mendukung penelitian mereka. Selain itu, peneliti memeriksa data yang dikumpulkan dan data yang dikumpulkan. Reduksi data didefinisikan sebagai proses seleksi yang menitikberatkan pada penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang muncul dari catatan lapangan. Data pendukung yang dikumpulkan peneliti dalam penelitian ini adalah data-data yang berkaitan dengan Halal *Value Chain* pada toko roti Wirda *Cake*.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah informasi terstruktur yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyampaikan seperangkat fakta yang terorganisir yang memberikan kesempatan untuk mengembangkan kesimpulan. Hal ini terjadi karena data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berupa penjelasan dan perlu disederhanakan tanpa mengurangi isinya. Semua data yang dikumpulkan oleh penulis disajikan dalam bentuk deskripsi singkat, bagan, diagram alur, dan lainnya. Hal

ini untuk menghindari kesalahan data akibat berbagai data yang dikumpulkan. Oleh karena itu, peneliti menemukan data yang diperoleh pada tahap ini. Data yang diperoleh peneliti dari toko wirda cake telah diedit oleh peneliti agar data yang diperoleh lebih mudah dibaca.

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang terkumpul disiapkan dan dianalisis oleh penulis, dan pada langkah terakhir penulis menarik kesimpulan dari data yang dianalisis. Proses analisis data diakhiri dengan penarikan kesimpulan atau validasi. Peneliti memperoleh kesimpulan dari data di bagian ini. Dengan mencari hubungan, kesejajaran, atau ketidaksesuaian, kegiatan ini berusaha menginterpretasikan pentingnya informasi yang dikumpulkan. Dengan membandingkan pernyataan validitas yang diteliti dengan makna yang diungkapkan dalam prinsip-prinsip dasar penelitian, kesimpulan dapat ditarik.

Dalam tahap ini maka peneliti akan memberikan kesimpulan mengenai hasil penelitian berupa bagaimana hasil analisis Penerapan Halal *Value Chain* (Nilai Rantai Halal) Pada Toko Roti Wirda *Cake*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Toko Wirda Cake

4.1.1 Sejarah Toko Wirda Cake

Toko Wirda *Cake* berlokasi di Jalan Taman Siswa No.54 AB, Merduati, Kecamatan Kuta Raja, Kota Banda Aceh. Usaha Kue ini telah berdiri selama 17 tahun 6 April 2006 oleh Ibu Elfida yang merupakan pemilik sekaligus pengelola usaha kue/roti tersebut. Berawal dari hobi, dan pada akhirnya mendirikan usaha toko roti/kue untuk membantu mencukupi biaya hidup sehari-hari. Sebelum ibu Elfida membuka toko roti yang sekarang dikenal Toko Wirda *Cake*, ia pernah mengikuti kursus ke jakarta, bahkan beberapa kali mengikuti kursus membuat kue/ roti. Guna mempelajari teknik-teknik pembuatan kue serta berbagai macam jenis kue ataupun roti. Setelah ibu Elfida pulang ke kampung halamannya yaitu Kota Banda Aceh, ia mulai membuat kue dan juga roti. Adapun Kue yang pertama kali dibuat seperti: *cake* tape, roll es. dan bolu. Ia berusaha menciptakan produk yang belum ada orang lain yang memproduksi produk yang sama dengannya pada masa itu.

Pada awalnya ia menjualkan produk kue/rotinya dirumah kerabatnya. Ketika usaha roti/kuenya sudah memasuki 7 bulan, lalu ibu Elfida memutuskan untuk berjualan di toko. Pada saat itu toko yang dia tepati masih sangat sederhana. Namun, seiringnya waktu kini toko Wirda *Cake* sudah mengalami perkembangan, baik dari

segi dekorasi toko maupun perkembangan penjualannya yang sudah dikenal oleh kalangan masyarakat luas (Wawancara dengan Ibu Elfida pemilik Toko Wirda *Cake*, Senin 11 April 2022 pukul 11.20 WIB).

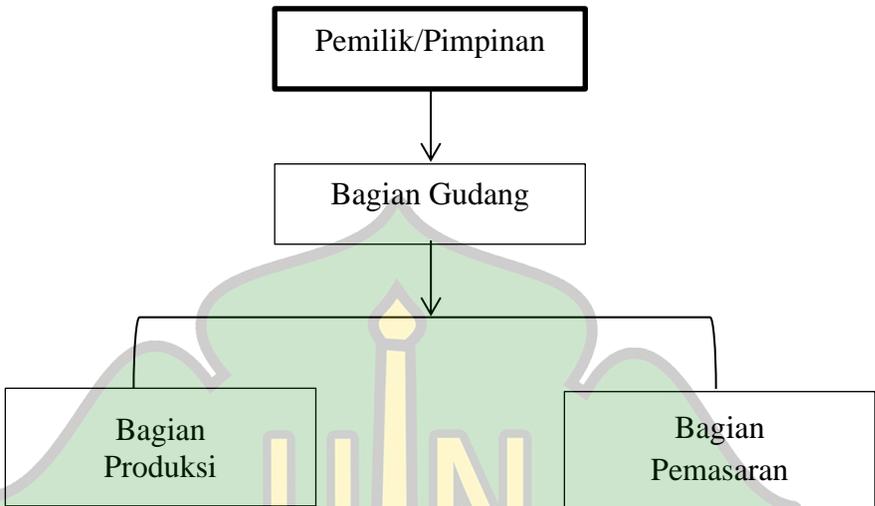
4.1.2 Struktur Organisasi Toko Wirda *Cake*

Keberhasilan suatu perusahaan tidak pernah lepas dari struktur organisasinya. Struktur organisasi merupakan salah satu penjelasan atau bagian yang menjelaskan hubungan antara penugasan peran dan komunikasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Karena struktur organisasi perusahaan tepat, tertib dan jelas, maka pembagian tugas, fungsi, wewenang dan tanggung jawab setiap karyawan juga jelas. Selain itu, struktur organisasi memiliki fungsi lain yaitu:

1. Kebijakan kegiatan, dalam hal ini struktur organisasi, dapat memberikan arahan dan keputusan tentang kegiatan bisnis, apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan, dengan menjelaskan hasil akhir di masa yang akan datang.
2. Struktur organisasi sebagai ukuran kinerja bisnis ketika tujuan bisnis didefinisikan dengan jelas dan dipahami oleh karyawan. Ini memberikan ukuran langsung untuk menilai kinerja bisnis.
3. Struktur organisasi sebagai salah satu sumber utama pemantauan, kinerja, dan penilaian karyawan.

Adapun struktur organisasi Toko Wirda *Cake* seperti yang terlihat pada gambar berikut:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Wirda *Cake*



Sumber : Wawancara Dengan Pemilik Toko Wirda *Cake*, (2022)

Dari struktur organisasi di atas menjelaskan tugas yang dijalankan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan, berikut ini uraian tugas dari struktur organisasi Toko Wirda *Cake*:

1. Pemilik/Pimpinan
 - a. Menjalankan dan memimpin perusahaan.
 - b. Menentukan segala kebijakan dan pengendalian usaha.
 - c. Berhak mengambil segala tindakan, baik mengenai pengurusan maupun pemilikan.
 - d. Melaksanakan dan mengesahkan transaksi penjualan hasil produksi.

- e. Mengawasi pegawai dalam melaksanakan tugasnya kepada karyawan atas pelaksanaan tugas-tugas yang diberikan kepadanya.
2. Gudang
- a. Bertanggung jawab terhadap semua kegiatan yang berkaitan dengan ketersediaan barang yang ada pada saat itu untuk waktu yang akan datang.
 - b. Mengkoordinasikan semua keluar masuk produk yang ada pada perusahaan untuk keperluan produksi.
3. Produksi
- a. Mengurus jadwal produksi.
 - b. Membuat laporan hasil produksi.
 - c. Mengadakan pengendalian atas seluruh persiapan produksi.
 - d. Menjaga dan menetapkan mutu produk.
 - e. Mengawasi dan melakukan mutu produk.
 - f. Mengawasi dan melakukan pengujian mutu.
 - g. Mengadakan pemeliharaan dari semua peralatan yang dilakukan untuk menjalankan proses produksi.
4. Pemasaran
- a. Memasarkan produk kue kepada konsumen.
 - b. Mencari strategi baru dan tepat untuk memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
 - c. Mengimbangi penjualan dengan harga pesaing pada harga pasar

4.1.3 Aktivitas Toko Wirda *Cake*

Aktivitas Toko Wirda *Cake* adalah bidang usaha industri yang memproduksi berbagai macam jenis Kue dan roti yang pada umumnya menggunakan tepung terigu sebagai bahan baku utamanya. Adapun aktivitas produksi Toko Wirda *Cake* adalah sebagai berikut:

1. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi sebagai berikut:

Tabel 4.1
Peralatan Pada Proses Produksi

No.	Peralatan	Keterangan
a.	Mixer Kue	Alat yang digunakan untuk mengaduk adonan
b.	Talenan plastik	Digunakan untuk tempat adonan Kue
c.	Pemotong adonan Kue	Digunakan untuk memotong adonan Kue
d.	Oven	Digunakan untuk memanggang Kue
e.	Timbangan	Digunakan untuk menimbang bahan
f.	Waskom plastik	untuk mencampur adonan roti atau kue
g.	Loyang Kue	Digunakan untuk tempat Kue pada saat dimasukan ke dalam oven
h.	Kuas loyang	Digunakan untuk mengoles loyang dengan minyak loyang atau margarin
i.	Sendok makan	Digunakan untuk menakar bahan Kue
j.	Mangkuk kecil	Digunakan sebagai tempat susu cair Dioleskan ke permukaan Kue
k.	Cetakan	Digunakan untuk menghasilkan Kue dengan bentuk yang bagus
l.	Mangkuk / Bowl	Digunakan sebagai wadah untuk

Tabel 4.1 Lanjutan

No.	Peralatan	Keterangan
m.		pencampuran bahan-bahan yang akan digunakan
n.	Sendok Ukur/ Measuring Spoon	Digunakan untuk mengukur jumlah bahan baku yang digunakan berdasarkan ukuran sendok teh ataupun sendok makan.
o.	Timbangan	Digunakan untuk menimbang bahan baku yang digunakan.
p.	Rubber Spatula	Digunakan untuk mengaduk dan membersihkan adonan yang menempel pada sisi mangkuk.
q.	Pengocok / Balloon Whisk	Digunakan untuk mencampurkan bahan agar tercampur rata dan tidak ada gumpalan.
r.	Penyaring	Digunakan untuk menyaring bahan-bahan kering agar tidak menggumpal dalam pembuatan kue coklat

Sumber: Wawancara dengan Pemilik Toko Wirda Cake, (2022)

2. Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi sebagai berikut:

a. Bahan Utama

Adapun bahan utama pembuatan roti sebagai berikut:

1) Tepung terigu.

Tepung terigu adalah bahan utama dalam pembuatan roti, fungsi tepung terigu dalam pembuatan roti adalah sebagai bahan pembangun struktur jaringan atau kerangka. Pembuatan roti membutuhkan tepung terigu protein

tinggi (disebut juga *hard flour*) yang mengandung 14% protein. Tepung terigu protein tinggi mengandung lebih banyak *gluten* yang berguna untuk membentuk adonan menjadi elastis. Adonan yang elastis menandakan *gluten* dalam tepung tersebut bekerja dengan baik maka akan menghasilkan roti dengan volume lebih besar.

2) Ragi/*Yest*

Ragi adalah mikro organisma hidup yang dalam pembuatan roti berfungsi sebagai pengembang. Pada suhu tertentu ragi berkembang biak dengan cepat, bereaksi dengan cairan dan gula. Reaksi tersebut membebaskan gas karbondioksida (CO₂) yang menyebabkan adonan mengembang.

3) Cairan

Fungsi utama dari cairan adalah sebagai pelarut, cairan akan melarutkan bahan-bahan penyusun terutama gula sehingga akan mudah bereaksi dengan ragi. Selain itu cairan akan mengontrol suhu adonan, karena itu sebaiknya cairan yang digunakan bersuhu dingin agar adonan tidak cepat panas.

4) Garam

Garam, walaupun digunakan dalam jumlah sedikit, pengaruhnya cukup berarti. Dalam pembuatan roti garam berfungsi untuk mengendalikan fermentasi sebab garam menghambat aktivitas ragi sehingga mencegah terjadinya

fermentasi yang berlebihan. Karena sifatnya yang menghambat fermentasi, dalam pembuatan roti garam dimasukkan terakhir. Pada saat mencampur adonan, garam jangan bersentuhan langsung dengan ragi. Selain itu garam juga memperkuat gluten sehingga jaringan roti menjadi kokoh.

b. Bahan Tambahan

Selain Bahan utama dalam pembuatan roti ataupun kue, maka terdapat pula bahan tambahan dalam pembuatan roti pada umumnya. Adapun bahan tambahannya yaitu:

1) Gula dan Pemanis Lainnya

Gula yang umum digunakan pada pembuatan roti adalah gula pasir. Gula adalah "makanan" bagi ragi untuk dapat berkembang biak. Dalam reaksi fermentasi, ragi akan bereaksi dengan gula menghasilkan gas karbondioksida, gas inilah yang menyebabkan volume roti menjadi besar. Selain itu fungsi gula adalah sebagai pelembut, penambah cita rasa, memperpanjang keawetan, dan pemberi warna menarik pada permukaan roti.

2) Lemak, Mentega, Margarin, dan Minyak

Dalam pembuatan roti, lemak yang umum digunakan adalah mentega dan margarin. Mentega (*butter*) berbeda dengan margarin. Mentega berasal dari susu/hewani sedangkan margarin berasal dari tumbuhan/nabati. Fungsi lemak dalam adonan roti adalah. Untuk memperkaya cita rasa sehingga lebih lezat. Menambah

kelembutan dan membuat roti lebih lama lembut/tidak cepat kering. Menambah gizi.

3) Telur

Kuning telur yang mengandung *lecithin* sebagai *emulsifier* alami berguna sebagai pelembut. Untuk membuat jenis roti yang mempunyai tekstur lembut, penggunaan kuning telur sangat dibutuhkan. Tetapi putih telur juga diperlukan karena mengandung protein yang berguna untuk membangun kerangka jaringan roti sehingga roti dapat mengembang dan kokoh, tidak "kempes". Jika ingin tekstur roti empuk, penggunaan kuning telur harus lebih banyak dari putih telur.

4) Susu bubuk

Susu bubuk adalah susu segar yang diproses dengan cara dikeringkan (*drying*) sehingga hasil akhir berupa bubuk. Fungsi susu bubuk dalam adonan roti adalah menjadikan adonan roti tidak lengket, sehingga mudah dipegang. Penggunaan susu bubuk tidak terlalu banyak sebab jika berlebihan akan menyebabkan roti menjadi kering.

5) *Bread improver*

Bread improver adalah bahan yang ditambahkan ke dalam adonan roti dengan tujuan agar serat roti menjadi lebih halus dan roti empuk lebih lama. *Bread improver* terbuat dari beberapa komposisi antara lain bahan

penguat *gluten* yang terdiri dari beberapa macam enzim, dan *emulsifier* misalnya soya *lechin*.

3. Tahapan pembuaran dalam membuat Kue/roti

Tahapan-tahapan dalam pembuatan Kue/roti adalah sebagai berikut:

- a. Timbang bahan dan timbang dengan cermat dan teliti. Hindari mengukur bahan dengan sendok atau cangkir. Pastikan adonan tidak memiliki terlalu sedikit atau terlalu banyak air untuk mencegah kue menjadi lengket.
- b. Sebelum menambahkan air dan mentega, semua bahan kering harus melalui proses aerasi 5 menit (aduk terlebih dahulu) agar air dapat ditambahkan secara maksimal.
- c. Penimbangan adonan, bagi adonan sesuai berat yang diinginkan menggunakan timbangan yang benar.
- d. Pembulatan, usahakan supaya terbentuk lapisan keras di permukaan adonan supaya dapat menahan gas yang dihasilkan.
- e. Pembuangan gas pada adonan, tekan-tekan adonan supaya gas di dalam adonan dapat dikeluarkan dan serat Kue menjadi halus merata.
- f. Pembentukan adonan, bentuk Kue sesuai keinginan. Untuk Kue manis dapat diisi dengan aneka isian namun hindari penggunaan minyak dan air terlalu banyak supaya Kue tidak terbuka.

- g. Pencetakan, untuk Kue manis adonan diletakan di atas loyang.
- h. Pembakaran, pastikan suhu oven sesuai dengan jenis Kue yang dibakar.
- i. Mengeluarkan Kue dari oven, untuk Kue manis keluarkan dari panggangan secara hati-hati karena Kue masih dalam keadaan lembut dan empuk.
- j. Pendinginan, dinginkan Kue pada suhu ruang sekitar 45-90 menit dan letakan Kue pada rak pendingin supaya panas Kue menyebar ke segala arah.
- k. Packing, tahapan terakhir cara membuat Kue adalah packing atau pembungkusan

4.2 Proses Penerapan Halal *Value Chain* pada UMKM Studi di Toko Roti Wirda Cake

Perkembangan industri makanan dan minuman halal Indonesia membutuhkan nilai rantai yang dapat merencanakan peluang dan tantangan dalam industri tersebut. Dalam konteks kehalalan industri makanan dan minuman, nilai kehalalan suatu produk harus tetap terjaga dan siap dikonsumsi mulai dari bahan mentah hingga produk jadi. Kualitas produk dan layanan halal memerlukan penerapan manajemen *Value Chain* halal. Penanganan produk berbeda untuk halal dan non-halal dan harus dipisahkan. Prosesnya perlu dilakukan dari hulu hingga hilir agar masyarakat dapat dengan mudah membedakan keduanya.

Value Chain Halal mewujudkan standar kualitas, kualitas, dan harapan layanan untuk produk dan layanan halal. *Input*, produksi, distribusi, pemasaran dan konsumsi terintegrasi. Pangan yang diimpor harus terjamin kehalalannya dan pakan, pupuk serta bahan kimia yang digunakan harus halal. Selain itu, dalam mengolah bahan mentah menjadi produk akhir perlu memperhatikan nilai kehalalan produk. Kemudian pengolahan dan pendistribusian makanan dan minuman halal juga harus terjamin dalam penyimpanan, pengemasan, pendinginan dan pengolahan. Setelah itu, pemasaran harus dimulai dengan supermarket dan menunjukkan nilai-nilai syariah dari kebutuhan dasar konsumen restoran, hotel, dan restoran. Jangan mencampur produk dengan makanan selain halal. dan pembiayaan harus menggunakan keuangan syariah sebagai bentuk pengembangan yang utuh untuk menjaga nilai dan integritas kehalalan. Asuransi juga harus syariah, agar meminimalkan risiko bisnis (Master plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, 2018).

Seperti yang diungkapkan juga oleh Bapak Deni Candra selaku Sekretaris Laboratorium LP POM MUI, Aceh beliau menjelaskan tentang halal value chain:

“Halal value chain, dapat diartikan sebagai kondisi yang menjamin kehalalan produk, maka dari itu memilih makanan yang sudah memiliki sertifikasi halal sangat dianjurkan. Namun, tidak ada sanksi bagi pelaku usaha yang belum memiliki sertifikat halal, karena sanksi ini diperuntukkan bagi pelaku usaha yang sudah memiliki sertifikat halal”. Jika misalnya pelaku usaha tersebut melanggar salah satu keetentuan syariat Islam dalam kehalalan produknya, maka pelaku usaha tersebut akan mendapatkan sanksi

berupa denda, kurungan, bahkan dicambuk. Tetapi untuk pelaku usaha yang belum memiliki sertifikasi halal maka tidak diberi sanksi melainkan mensosialisasikan agar mengurus sertifikat halal". (Wawancara dengan Bapak Deni Candra selaku Sekretaris Laboratorium LP POM MUI, Senin 16 Mei 2022 Pukul 11.00 WIB)

Begitu juga halnya yang disampaikan oleh Bapak Jalaludin, selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, beliau menjelaskan juga bahwa:

"Halal value chain jika dalam definisi yang mudah dipahami itu dapat diartikan bahwa "chain" adalah rantai, maka halal value chain ialah Value Chain halal, sehingga yang dimaksud halal value chain yakni: dari perolehan bahan baku, prosesnya, pengemasannya, pemasaran, hingga pada distribusi produk tersebut harus sudah berdasarkan syariat Islam sehingga produk yang dihasilkan oleh UMKM dapat disebut halal. Dikatakan halal bukan hanya sekedar sudah disajikan tetapi juga cara penyajiannya yang melalui berbagai proses yang sesuai syariah Islam. (Wawancara dengan Bapak Jalaludin, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Rabu 18 Mei 2022 Pukul 10.20 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara oleh Bapak Jalaludin dan Bapak Deni Candra, maka dapat diambil kesimpulan bahwa halal *value chain* diartikan sebagai kondisi yang menjamin kehalalan produk. Dari perolehan bahan baku, prosesnya, pengemasannya, pemasaran, hingga pada distribusi produk tersebut harus sudah berdasarkan syariat Islam sehingga produk yang dihasilkan oleh UMKM dapat disebut halal.

Value Chain halal merupakan fase yang perlu diperhatikan dalam membangun industri halal, mulai dari input hingga output dari

industri halal. Penguatan *Value Chain* Halal termasuk dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. Ini termasuk beberapa sektor seperti industri dan minuman halal, pariwisata halal, pakaian halal, media dan rekreasi halal, apotek dan kosmetik halal. Namun, penelitian penulis hanya berfokus pada industri makanan dan minuman halal yang ditemukan di usaha kecil. Bagian ini menjelaskan *Value Chain* industri makanan dan minuman Halal sebagai berikut (Sukoso, Wiryawan, Kusnadi, & Sucipto, 2020):

Tabel 4.2
***Value Chain* Industri Makanan dan Minuman Halal**

Value Chain	Industri Utama	Industri Pendukung
Bahan Baku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Industri pertanian 2. Industri perkebunan 3. Industri peternakan 4. Industri perikanan dan hasil laut 	Industri riset dan pengembangan Asosiasi
Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi pengolah bahan dasar pangan 2. Rumah potong hewan 3. Teknologi pertanian bioindustri 	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan
Manufaktur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Industri makanan kemasan 2. Industri pengolahan minuman kemasan 3. Pengolahan daging, makanan laut 4. Pengolahan sereal, tepung, susu, kakao 5. Pengolahan sayuran, buah, kacang 6. Residu dan limbah industri 	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan

Tabel 4.2 Lanjutan

Value Chain	Industri Utama	Industri Pendukung	
	7. makanan Industri perlengkapan dan peralatan pengendali mutu		
Saluran Distribusi	1. Industri pengemasan 2. Industri pengangkutan darat 3. Jasa pengiriman barang	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan	
Saluran Distribusi	1. <i>E-commerce</i> 2. Retail store 3. Pameran 4. Media 5. Restoran	Industri riset dan pengembangan Asosiasi Lembaga pendidikan	
Pembiayaan	Industri perbankan syariah IKNB syariah		

Sumber: Master plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, (2018).

Untuk memperkuat masing-masing *Value Chain* industri dan minuman halal tersebut, perlu diterapkan strategi yang dilakukan dalam kurun waktu 5 tahun (2019-2024) sebagaimana tertuang dalam “Rencana Induk Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024”, dengan strategi khusus berikut (Sukoso, dkk, 2020):

1. Penguatan pasar dalam negeri, dengan sasaran program yang terdiri dari: standardisasi produk halal dalam negeri, promosi dan literasi produk halal sebagai gaya hidup muslim, dan sertifikasi halal produk UMKM.
2. Diversifikasi pasar tujuan ekspor & spesialisasi produk, kegiatannya terdiri dari: pembukaan rantai distribusi ke luar

negeri, promosi produk halal, standarisasi mutu pangan internasional.

3. Memperkuat dan meningkatkan efektivitas kelembagaan yang terkait dengan industri halal, dengan kegiatan antara lain: investasi untuk mendukung swasembada bahan baku dan program unggulan daerah.
4. Penguatan ekosistem *Value Chain* pangan halal dengan teknologi 4.0, yang meliputi kegiatan, seperti R&D pangan halal dan pendirian halal center di masing-masing daerah.

Indonesia memiliki keunggulan daerah yang menerapkan syariat Islam yaitu Aceh. Misi pemerintah adalah memperkuat implementasi penuh syariat Islam sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Aceh. Karena kesadaran masyarakat yang luas tentang agama, mereka mulai mengonsumsi barang dan jasa mereka secara Halal.

Seperti yang diungkapkan juga oleh Bapak Jalaludin, beliau mengatakan bahwa:

“Proses penerapan halal value chain di Aceh sudah sesuai dengan syariat Islam, ketika berbicara tentang Islam bukan hanya membahas keuangan syariah, namun ketika membicarakan Insan Kaffah harus sesuai dengan berbagai sektor seperti salah satunya sektor makanan dan minuman halal. Sehingga ketika Aceh menerapkan syariat Islam maka semuanya harus dikelola berdasarkan syariah, bukan hanya dari segi perbankan, perhotelan, rumah sakit tetapi juga pada makanan. tetapi aceh menjalankan itu secara bertahap, dan kedepannya saran saya agar Pemerintah membuat peraturan-peraturan khusus tentang makanan dan minuman halal, karena jika sudah ada bagian bidang yang bertanggung jawab tentang kehalalan makanan dan minuman itu

akan mudah dalam pencapaiannya menjadikan sebuah daerah atau negara yang syariah.

Kemudian dijelaskan juga oleh Bapak Deni Candra beliau mengatakan bahwa:

“Sertifikat halal sebenarnya merupakan amanah dari Qanun No 8 Tahun 2016, pasal 4, pada Qanun tersebut dijelaskan bahwa semua barang yang beredar di Aceh wajib memiliki sertifikat halal, jadi UMKM yang sudah mengurus sertifikat halal ini berarti sudah menjalankan Qanun, dan bagi pelaku usaha yang belum memiliki sertifikasi halal, kami dari LP POM MUI Aceh terus menghimbau pelaku usaha agar mengurus sertifikat halal ini pada usaha yang ia miliki, dan bunyi pasal tersebut diperuntukan bagi semua produk yang beredar di Aceh, dan produk yang dihasilkan oleh usaha mikro, kecil maupun menengah. Kami tidak membuat batasan usaha seperti apa yang harus mengurus sertifikasi halal hanya saja yang terpenting produk tersebut beredar dan diproduksi di Aceh. Karena di Aceh produk-produk 80% berasal dari UMKM.

Kemudian Lanjutnya beliau menjelaskan:

“Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk pengurusan sertifikat halal antara lain: a) Surat permohonan, dan dokumen-dokumen terkait usaha, b) Pihak LP POM Aceh memeriksa berkas, c) Jika sudah memenuhi syarat, pihak LP POM Aceh akan menghubungi pelaku usaha tersebut. d) Pembentukan tim auditor untuk turun ke tempat pelaku usaha tersebut, e) Kemudian, Pihak LP POM Aceh akan menilai tempat usaha tersebut, f) Pengauditan tersebut tergantung berapa lama pelaku usaha tersebut memperbaiki hasil dari temuan-temuan Pihak LP POM Aceh, jika cepat pelaku usaha itu memperbaiki maka akan cepat pula Pihak LP POM Aceh, memproses penerbitan sertifikat halal.

Lebih lanjutnya, beliau mengatakan:

“Ketika pihak LP POM MUI Aceh datang untuk mengaudit, inilah yang dimaksud dengan penilaian Value Chain halal (halal value chain) pada sebuah usaha. hal-hal yang diamati oleh auditor

LP POM MUI Aceh kepada pelaku usaha yang hendak memiliki sertifikasi halal pada usahanya yaitu:

1) Bahan Bakunya

bahan baku yang dipakai untuk sebuah usaha makanan salah satunya, harus memperhatikan setiap bahan baku yang sudah memiliki sertifikat halal, bahkan bahan yang sangat kecil juga harus diperhatikan jika sudah terdapat label sertifikasi halal dari MUI maka barang tersebut bisa digunakan. Namun, jika usaha tersebut bergerak pada bidang usaha roti, akan ada banyak penilaian, karena bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kue/roti itu sangat banyak seperti tepung, pengembang, pelembut. Bahkan jika banyak jenis kue/roti tersebut akan lebih banyak lagi bahan baku harus diamati.

2) Proses produksi

Proses produksi bukan hanya dilihat dari pengolahan bahan baku menjadi sebuah produk. Tetapi proses produksi yang harus diamati untuk mengetahui Value Chain halalnya (halal value chain) harus dimulai dengan mengamati proses pencucian (pencucian alatnya, pencucian bahan baku yang seharusnya bisa dicuci), proses penjemuran, penyimpanan (bahan baku yang baru maupun penyimpanan sisa bahan baku). Menggunakan air yang mengalir. Serta tempatnya penyimpanan bahan baku, maupun produk yang sudah jadi harus tertutup. Sehingga bisa dikatakan sudah sesuai syariat Islam. Selain itu juga, disaat memproduksi produk tidak boleh ada binatang peliharaan seperti, kucing, jika ada kucing maka tidak bisa dikatakan halal karena bisa saja bulu kucing akan berjatuhannya ditempat usaha tersebut bahkan ditempat produksi kue/roti tersebut.

3) Pengolahan,

Dalam pengolahan produk disaat mengolah produk maka harus dengan semua pekerja yang muslim, tidak bisa mempekerjakan orang non-muslim diunit proses pembuatan produk.

4) Fasilitas

Fasilitas juga harus diamati dan dinilai kebersihan dan kehalalannya. Karena fasilitas yang akan digunakan harus terlebih dahulu dicuci, tidak boleh menggunakan alat-alat yang sudah dipakai kemarin dan dipakai kembali pada hari besoknya,

ini tidak bisa dilakukan. Setiap alat yang akan dipakai maka harus memperhatikan kebersihan dan kehegenisannya

5) *Pekerja/karyawan*

Penilaian terhadap pekerja/karyawan, harus memenuhi persyaratann keamanan pangan, seperti memakai masker, menutup kepala, mencuci tangan. Ini semua harus dilakukan oleh pekerja/karyawan agar terjaga kebersihan dan kehegenisan produk.

6) *Perindustrian,*

Pada pendistribusian produk maka yang harus dinilai ialah kendaraan/alat transformasi pengangkut produk yang akan didistribusikan oleh konsumen/grosir, di dalam kendaraan tersebut tidak boleh bercampur dengan produk yang haram. Kendaraan tersebut harus higienis, dilarang membawa produk berdampingan dengan bahan bahan kimia.

Dalam kegiatan yang dilakukan oleh sebuah industri makanan yang sesuai dengan kegiatan halal *Value chain* halal pertama yang dilihat adalah *input*, proses, dan *output*. Dimana dari rangkaian proses pemilihan bahan baku harus diperhatikan aspek kehalalannya baik dari aspek bahan baku yaitu roti/kue serta halal proses pembuatannya. Berikut tiga kegiatan yang dilakukan oleh Toko Roti Wirda *Cake Salsila* sebagai UMKM yang menjalankan bisnisnya dengan halal, maka dari itu ini berkaitan dengan *Value Chain* halal (halal *value chain*):

1. *Input*

Input adalah sumber daya yang menjadi bahan utama dalam suatu proses bisnis, ruang lingkupnya meliputi bahan sumber daya alam, tenaga kerja dan teknologi. Dalam menghasilkan sebuah produk halal pertama yang dilakukan adalah pemenuhan bahan baku.

Dari hasil wawancara dengan pemilik toko wirda cake yaitu Ibu Elfida beliau mengatakan:

“Bahwa bahan baku untuk proses pembuatan kue ataupun roti di dapatkan dengan cara yang halal dan bersumber dari bahan bahan yang sudah memiliki label sertifikasi halal dari MUI. Karena ketika saya membeli bahan baku untuk membuat kue/roti, saya akan membeli bahan yang sudah berlabel halal”

“Saya membeli bahan baku di toko khusus menjual bahan-bahan kue ataupun supermarket, bahan yang digunakan untuk satu produk kue atau cake tidak bisa dibilang berapa banyak karena setiap harinya kami membuat kue/roti dengan berbeda beda jumlahnya, tergantung kue/roti yang diproduksi jika misalnya hari ini banyak maka bahan yang menjadi stock kami akan habis sehari, sehingga bisa saya katakan bahwa bahan baku habis tergantung berapa banyak kami produksi.

“Kemudian, waktu proses pembuatan kue dengan menggunakan alat-alat yang ada ditoko, misalnya untuk satu produk waktu pengerjaannya sekitar 30 menit-1 jam pengerjaan serta dengan proses pendinginannya, alat-alat yang digunakan di toko wirda cake ini memadai dalam pembuatan semua produk, karena alat alatnya menggunakan alat yang besar dan cepat dalam membuat kue. Seperti, satu oven saja bisa muat 16 loyang dan di toko saya memiliki 2 oven besar tersebut. Menurut saya alat yang saya gunakan sudah memadai untuk memproduksi kue dalam jumlah banyak.

“Selain itu di toko saya memiliki 15 orang pekerja, semua pekerja bergerak dalam memproduksi kue, hanya 1 orang sebagai admin toko. Di toko wirda cake ini kami tidak menerapkan pembagian bidang tertentu untuk karyawan bekerja, karena semua karyawan bisa membuat produk yang ada di toko ini, sehingga karyawan di toko ini tidak ada yang nganggur. Dalam sehari cake/roti yang di produksi di toko wirda cake ini, ada 5 jenis cake per harinya, dan 10 jenis kue kering per harinya khusus kue kering dibuat untuk lebaran”.

Selain itu juga penulis mewancarai pelanggan Toko Wirda Cake yang terdiri dari 5 orang diantaranya:

a. Narasumber pertama

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda cake yaitu ibu jumiati beliau mengatakan bahwa:

“Alasan saya memilih produk di toko wirda cake karena menurut saya rasanya enak. Lokasinya juga dekat dari rumah saya, saya selalu puas dengan produk di toko Wirda cake ini, sehingga sampai saat ini pun saya masih menjadi pelanggan setianya, dimulai dari 5 tahun belakang sampai sekarang saya selalu membeli produk toko wirda cake. Selain itu menurut saya yang membedakan toko wirda cake dengan toko roti lainya ialah toko wirda cake memproduksi produk yang di inovasikannya sendiri sehingga produk yang tersedia di toko wirda cake tidak ada ditoko kue/roti lainya. Selain rasanya yang enak produk yang dihasilkan oleh toko wirda cake juga memiliki tekstur yang lembut/soft, tidak pernah saya membeli produk yang teksturnya keras di toko wirda cake ini, selalu bertekstur lembut dan berserat. Kemudian untuk ukuran cake/roti dan kualitasnya sesuai harga dari produk tersebut, dan produk yang saya beli selalu bersih dan packingannya juga rapi.

b. Narasumber Kedua

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda cake yaitu ibu Eni beliau mengatakan bahwa:

“Saya memilih membeli produk di toko Wirda Cake karena menurut saya rasanya enak. Lokasinya mudah saya dapatkan karena saya sering lewat jalan depan toko Wirda Cake ini, selain itu karena saya selalu puas dengan produk di toko Wirda cake ini bukan hanya dari segi rasanya tapi teksturnya yang lembut,produknya yang bersih serta packingannya yang rapi. Saya juga sudah lama berlangganan selama 4 tahun di toko Wirda Cake ini, Selain itu menurut saya yang membedakan toko wirda cake dengan toko roti lainya ialah toko wirda cake memproduksi produk yang lokal yang enak seperti cak tape, produk yang tersedia ditoko wirda cake tidak ada ditoko kue/roti lainya. Karena saya merasa puas dengan produk lokal yang diproduksi oleh toko wirda cake saya terus

berlangganan. Kemudian untuk ukuran cake/roti dan kualitasnya sesuai harga.

c. Narasumber Ketiga

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda *cake* yaitu ibu Hafida beliau mengatakan bahwa:

“Saya membeli produk di toko Wirda Cake di karenakan rasanya enak. Dan lokasinya tidak terlalu jauh dari rumah saya, selain itu saya selalu puas dengan produk di toko Wirda cake karena rasanya yang enak, produknya bersih dan pakingannya juga rapi. Saya berlangganan sudah 1 tahun, yang membedakan toko wirda cake dengan toko roti lainya ialah toko wirda cake memproduksi produk yang lokal sesuai dilidah saya. Saya menyukainya produk lokal yang diproduksi oleh toko wirda cake. Untuk ukuran cake/roti dan kualitasnya sesuai harga.

d. Narasumber Keempat

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda *cake* yaitu ibu Noviawati beliau mengatakan bahwa:

“Saya memilih membeli produk di toko Wirda Cake karena rasa kue dan rotinya enak, selain itu juga lembut tidak keras. Lokasi toko wirda cake inipun mudah saya dapatkan, dan juga saya sering lewat dijalan depan toko Wirda Cake ini, saya sangat puas dengan produk di toko Wirda Cake karena produknya bersih serta pakingannya yang rapi. Saya sudah 1 tahun berlangganan dengan toko roti Wirda Cake. Selain itu menurut saya yang membedakan toko wirda cake dengan toko roti lainya ialah toko wirda cake memproduksi produk yang lokal tetapi enak seperti cake tape dan roll Ice, produk yang tersedia di toko wirda cake tidak ada ditoko kue/roti lainya. Kemudian untuk ukuran cake/roti dan kualitasnya sesuai harga”

e. Narasumber ke Lima

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda *cake* yaitu ibu Resdiana beliau mengatakan bahwa:

“Saya memilih membeli produk di toko Wirda Cake karena menurut saya rasanya enak dan nikmat dan juga sesuai dengan harganya. Lokasinya mudah saya dapatkan karena saya sering lewat jalan depan toko Wirda Cake ini, saya selalu puas dengan produk di toko Wirda cake karena produknya yang bersih serta packingannya yang rapi. Saya berlangganan sudah 2 tahun di toko Wirda Cake ini, Selain itu menurut saya yang membedakan toko Wirda Cake dengan toko roti lainnya ialah toko wirda cake memproduksi produk yang lokal, produk yang tersedia di toko wirda cake tidak ada di toko kue/roti lainnya. Kemudian untuk ukuran cake/roti dan kualitasnya sesuai harga”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Wirda *Cake* dan 5 narasumber di atas maka dapat diambil kesimpulan tentang *input* di Toko Wirda *Cake* ialah bahwa bahan baku untuk proses pembuatan kue ataupun roti di dapatkan dengan cara yang halal dan bersumber dari bahan-bahan yang sudah memiliki label sertifikasi halal dari MUI. Dari 5 pelanggan yang menjadi narasumber, semuanya mengatakan alasan memilih produk di toko Wirda *Cake* dibandingkan di toko lain ialah produknya lezat. Lokasinya juga mudah didapatkan, yang membedakan toko wirda *cake* dengan toko roti lainnya ialah toko Wirda *Cake* memproduksi produk yang di inovasikannya sendiri sehingga produk yang tersedia di toko wirda *cake* tidak ada di toko kue/roti lainnya. Selain rasanya yang enak produk yang dihasilkan oleh toko wirda *cake* juga memiliki tekstur yang lembut/*soft*, tidak pernah saya membeli

produk yang teksturnya keras di toko wirda cake ini, selalu bertekstur lembut dan berserat. Kemudian untuk ukuran cake/roti dan kualitasnya sesuai harga dari produk tersebut, serta produk yang saya beli selalu bersih dan packingannya juga rapi.

2. Proses

Proses produksi merupakan sebuah aktivitas yang mengkoloborasikan berbagai faktor produksi yang tersedia guna untuk menghasilkan sebuah produk, yang bersifat barang maupun jasa yang mempunyai manfaat untuk konsumen. Proses produksi disebut juga sebagai kegiatan mengolah bahan baku dan bahan pembantu dengan memanfaatkan peralatan sehingga suatu produk yang lebih bernilai dari bahan awalnya.

Dari hasil wawancara dengan pemilik toko Wirda Cake yaitu Ibu Elfida beliau mengatakan bahwa :

“Ketika proses memproduksi mulai menimbang bahan, pengolahan, Dan sebagainya, Setiap tenaga kerja/karyawan selalu menjaga kebersihan tempat, memakai penutup kepala, masker dan sarung tangan. Dalam proses pembuatan cake/roti juga para tenaga kerja/karyawan selalu membaca basmalah”

3. Output

Output adalah setiap hasil baik barang, jasa, maupun penghasilan yang diperoleh dari proses. Dari hasil wawancara dengan pemilik toko Wirda Cake yaitu Ibu Elfida beliau mengatakan bahwa:

“Jenis cake/roti yang paling banyak terjual dalam satu bulan seperti bolu roll Ice, cake tape, natural coklat, cake bolu berry, cheese cake, snack box. Pelayanan kami di toko wirda cake dalam

menjual produk juga terkadang saya yang melayani. Selain itu proses distribusi produk saya ini misalnya seperti produk snack box saya distribusikannya ke kantor, itu sebelumnya mereka yang terlebih dahulu memesan, bukan hanya 1 kantor, tetapi terdiri dari kantor keuangan, pajak pratama aceh besar, pajak kanwil, kantor keuangan dan juga universitas- universitas. Selebihnya kami menjual produk ditoko ini langsung, kemudian untuk pemasaran di toko Wirda Cake sejauh ini belum ada cara pemasaran hanya langsung menjual ditoko tanpa endorsemen. Keuntungan yang di dapat dari setiap produk yang dijual oleh toko wirda cake sekitar 40 juta/bulan”

Dari hasil wawancara terhadap pemilik Toko Wirda Cake maka dapat ditarik kesimpulan mengenai *input* di Toko Wirda Cake ialah bahwa bahan baku untuk proses pembuatan kue ataupun roti di dapatkan dengan cara yang halal dan bersumber dari bahan bahan yang sudah memiliki label sertifikasi halal dari MUI. Dari 5 pelanggan yang menjadi naraasumber, semuanya mengatakan alasan memilih produk di toko Wirda Cake dibandingkan di toko lain ialah produknya lezat. Selain rasanya yang lezat produk yang dihasilkan oleh toko Wirda Cake juga memiliki tekstur yang lembut/*soft*, tidak ada produk yang teksturnya keras. Kemudian untuk ukuran *cake*/roti dan kualitasnya sesuai harga serta produk yang selalu bersih dan packingannya yang rapi. Proses memproduksi di toko Wirda Cake seperti dari dimulai mnimbang bahan, pengolahan, Dan sebagainya. Setiap tenaga kerja/karyawan selalu menjaga kebersihan tempat, dan dalam proses pembuatan *cake*/roti juga para tenaga kerja/karyawan selalu membaca basmalah. *Output* di Toko Wirda Cake ialah jenis *cake*/roti yang paling banyak terjual dalam satu bulan seperti bolu

roll Ice, cake tape, natural coklat, cake bolu berry, cheese cake, snack box. Keuntungan yang di dapat dari setiap produk yang dijual oleh toko wirda cake sekitar 40 juta/bulan.

Selain itu juga penulis mewancarai pelanggan toko wirda cake yang terdiri dari 5 orang, antara lain:

a. Narasumber Pertama

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda *cake* yaitu ibu jumiaty beliau mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh pihak toko Wirda Cake selalu cepat, tanggap ramah dan baik. Toko Wirda Cake juga memberikan pilihan kepada saya jika saya ingin merequest jenis kue saya dipersilahkan, bahkan saya memesan kue bisa hanya dengan menelpon pemilik toko wirda cake. Selain itu juga toko wirda cake sangat teliti ia selalu memberikan produk yang saya pesan sesuai yang saya inginkan. dan Keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan di toko roti Wirda Cake juga sangat bagus, bukan hanya pemilik toko saja tetapi semua karyawannya juga ramah dan sopan. Karyawannya juga bagus dalam berbicara dan melayani saya. Serta rapi dan bersih dalam berpakaian. Harga rata-rata roti/ kue yang biasa saya beli per-produknya sekitar 50-100 ribu”

b. Narasumber Kedua

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda *cake* yaitu ibu Eni beliau mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh pihak toko Wirda Cake selalu cepat, tanggap ramah dan baik. saya bisa merequest jenis kue yang saya inginkan jika saya memesan snack box, selain itu juga toko wirda cake sangat teliti ia selalu memberikan produk yang saya pesan sesuai dengan yang saya inginkan. dan untuk keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan di toko roti Wirda Cake juga sangat bagus, bukan hanya pemilik toko saja tetapi semua

karyawannya juga ramah dan sopan. Karyawannya memiliki kemampuan berkomunikasi yang bagus dengan saya yang merupakan pelanggan toko Wirda Cake tersebut. Serta karyawannya juga rapi, bersih dalam berpakaian. Harga rata-rata roti/ kue yang biasa saya beli per produknya sekitar 50-150 ribu”

c. Narasumber Ketiga

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda cake yaitu ibu Hafida beliau mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang saya dapatkan di toko Wirda Cake mereka melayani selalu cepat, tanggap ramah dan sopan. Toko Wirda Cake selalu memberikan produk sesuai dengan pesanan saya. Untuk keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan di toko roti Wirda Cake juga sangat bagus, bukan hanya pemilik toko saja tetapi semua karyawannya juga ramah dan sopan. Karyawannya juga bagus dalam berbicara dan melayani saya. Serta rapi dan bersih dalam berpakaian. Harga rata-rata roti/ kue yang biasa saya beli per produknya sekitar 40-150 ribu”

d. Narasumber Keempat

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda cake yaitu ibu Noviawati beliau mengatakan bahwa:

“hal yang saya dapatkan terkait pelayanan di toko roti Wirda Cake ialah pelayanannya selalu cepat tanggap, ketika saya masuk ditoko mereka langsung menyambut dan menanyakan ingin produk apa? dan karyawannya juga tanggap. Di toko wirda cake ini sangat teliti dengan produk yang saya pesan mereka memberikan produknya sesuai dengan pesanan dan harapan saya, untuk keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan di toko roti Wirda Cake juga sangat bagus, bukan hanya pemilik toko saja tetapi semua karyawannya juga ramah dan sopan. Karyawannya juga bagus dalam berbicara dan melayani saya. Serta rapi dan bersih dalam berpakaian. Harga rata-rata roti/ kue yang biasa saya beli per produknya sekitar 50-100 ribu”

e. Narasumber Kelima

Dari hasil wawancara dengan pelanggan toko wirda *cake* yaitu ibu Resdiana beliau mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh pihak toko roti Wirda Cake selalu cepat, tanggap ramah dan baik. Tetapi saya kurang suka terkait pelayanan di toko Wirda Cake yang ketika saya ingiin memesan snaack box dan saya ingin merequest kue apa saja yang saya inginkan, tetapi karyawannya tidak menjawab dengan cepat dan jelas, tetapi memillih saya agar menghubungi pemilik wirda cake yaitu ibu Elfida, padahal saya ingin cepat tetapi karena karyawannya tidak tahu apapun saya merasa tidak menyukai pelayanan seperti ini, tetapi semua karyawannya juga ramah dan sopan. Harga rata-rata roti/kue yang biasa saya beli per produknya sekitar 50-120 ribu”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Wirda *cake* diatas maka dapat diambil kesimpulan mengenai *Output* di Toko Wirda *Cake* yaitu pelayanan di toko Wirda *Cake* dalam menjual produk juga tekadang pemilik toko yang melayaninya. Dari 5 pelanggan yang menjadi narasumber, 4 orang narasumber tersebut mengatakan pelayanan di toko wirda *cake* selalu cepat tanggap, namun 1 orang narasumber mengatakan kurang terkait pelayanan di toko Wirda *Cake* yang ketika ia ingin memesan *snack box* dan saya ingin *merequest* kue apa saja yang saya inginkan, tetapi karyawannya tidak menjawab dengan cepat dan jelas, memillih saya agar menghubungi pemilik langsung yaitu ibu Elfida, padahal ia ingin cepat tetapi karena karyawannya kurang mengerti saya merasa kurang puas dengan pelayanan seperti ini. Namun toko wirda

cake ini sangat teliti dengan produk yang di pesan mereka memberikan produk nya sesuai dengan pesanan.

Analisis penulis terhadap *Output* halal *value chain* di Toko Wirda cake ditemukan bahwa kurangnya pengetahuan karyawan terhadap produk, cara order, dan kurangnya daya tangkap karyawan di Toko Wirda *Cake*. Padahal dalam Islam mengukur kualitas jasa pada usaha/bisnis halal. Jika dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut (Maulida, 2021):

1) *Compliance* (kepatuhan)

Compliance (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Ta'ala (Syariah). Dalam konsep ini Toko Wirda *Cake* sudah memenuhi kepatuhan terhadap atran Allah dengan berusaha menciptakan produk yang halal untuk di distribusikan kepada konsumen Muslim khususnya.

2) *Assurance* (jaminan)

Assurance (jaminan) adalah pengetahuan yang luas karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/sopan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Pada konsep ini karyawan di Toko Wirda *Cake* memiliki sikap sopan santun namun belum se penuhnya memenuhi *Assurance* (jaminan) dalam Islam, karena karyawan Toko Wirda *Cake* tidak memiliki pengethuan luas terhadap produk, dan cara memesan produk.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) menyangkut kerelaan sumber daya organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat (*responsif*) dan tepat. Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah mendzalimi pelanggan. Allah Ta'ala melarang setiap muslim untuk berbuat dzalim dalam berserikat/berbisnis. Dalam konsep ini Toko Wirda *Cake* belum sepenuhnya memiliki daya tanggap karena pada hasil penelitian penulis, penulis menemukan bahwa karyawan di Toko Wirda *Cake* tidak selalu konsisten pada daya tanggapnya dalam melayani konsumen.

4. *Tangible* (bukti fisik)

Tangible (bukti fisik) menyangkut fasilitas fisik organisasi yang nampak, peralatan yang digunakan, serta bahan komunikasi yang digunakan oleh organisasi jasa. Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Dalam

konsep ini Toko Wirda *Cake* sudah sepenuhnya memiliki bukti fisik seperti, toko tempat produksi, produk roti ataupun *cake* yang di pasarkan, fasilitas toko dan sebagainya.

5. *Empathy*

Menyangkut kepedulian organisasi terhadap maksud dan kebutuhan pelanggan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan perhatian khusus terhadap mereka. Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepehaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan wujud kepatuhan penyedia jasa terhadap perintah Allah Ta'ala untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain. Dalam konsep ini Toko Wirda *Cake* sudah sepenuhnya memiliki prinsip *empathy* yang ditunjukkan oleh pelayanan yang dilakukan oleh pemilik Toko Wirda *Cake* serta karyawannya, walaupun karyawan di toko Wirda *Cake* tidak konsisten dalam prinsip daya tangkap serta pengetahuan atas produk yang masih kurang. Namun. Untuk perhatian karyawan kepada konsumen sudah diterapkan.

6. *Reliability* (kehandalan)

Reliability (keandalan) merupakan kemampuan penyampaian kinerja yang telah dijanjikan kepada pelanggan secara handal dan akurat, artinya pelanggan dapat melihat dan memberikan kesan spontan bahwa kinerja jasa yang diberikan oleh organisasi terjamin, tepat, dan terasa memberikan kemudahan bagi

pelanggan. Dalam konsep ini untuk pemilik Toko Wirda *Cake* sudah sepenuhnya memiliki kehandalan, namun untuk karyawannya hanya memiliki kehandalan dalam memproduksi produk namun untuk menjelaskan prosedur pemesanan berbagai macam roti dan kue belum memahami sepenuhnya.

Setelah penulis melakukan wawancara mendalam terhadap narasumber diatas, penulis juga melakukan observasi/ pengamatan langsung terhadap segala kegiatan *input*, proses, *output* di Toko Wirda *Cake*. Adapun hasil observasi yang penulis temukan sebagai berikut:

1. Produksi

a. Bahan baku

Bahan baku yang digunakan untuk proses produksi penulis melihat bahwa bahan baku yang digunakannya tidak semua memiliki label halal MUI, ada beberapa bahan baku yang tidak memiliki label halal MUI, namun sebagian besar produk bahan bakunya sudah memiliki label halal MUI. Bahan baku seperti santan dan tepung untuk pembuatan kue/roti salah satu contoh bahan baku yang berlabel MUI. Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku yang baik dalam kualitasnya serta Gizi, Proposional, dan Aman. Hanya saja untuk kehalalan bahan baku tidak semuanya memakai produk yang berlabel halal.

b. Proses produksi

Dalam proses memproduksi kue/roti penulis mengamati bahwa telur yang akan digunakan sebelumnya tidak dicuci mereka langsung memecahkan telur dan mencampurkannya kedalam adonan, tetapi telur yang mereka gunakan semuanya telur yang berkualitas baik dan bagus. bergizi, serta proses produksinya aman. Dilakukan ditempat pembuatan kue tersebut. Namun, tempat memproduksi kue/roti kurang bersih karena mereka memasuki ruang produksi dengan sandal yang sama mereka gunakan ketika keluar dari tempat tersebut. Untuk penempatan bahan adonannya juga tidak tertata, Dan apapun yang dibuka dibiarkan begitu saja tanpa ditutup sejenak, seharusnya bahan yang sudah dibuka harus ditutup kembali agar terhindar dari kotoran yang masuk. Selain itu juga alat pendingin kue/roti tidak semua tertutup dibagian rak atas tidak memiliki pintu penutupnya.

c. Proses Pengolahan,

Pada proses pengolahan terkadang hal-hal seperti memegang adonan yang basah karyawannya menggunakan sarung tangan tetapi tidak semua kegiatan mereka menggunakan sarung tangan. contohnya ketika memasuki kue kering kedalam toples penulis mengamati mereka tidak memakai sarung tangan, selebihnya proses pengolahan adonan sebagian besarnya menggunakan alat alat seperti mixer, selain itu juga tidak semua pekerja memakai penutup kepala

ada sebagian karyawan yang memakai penutup kepala, tetapi tidak selalu konsisten dalam memakainya padahal mereka masih dalam proses memproduksi dan mengolah bahan untuk kue. Untuk pakaian yang digunakan oleh pekerja/karyawan. Ada beberapa karyawan yaang hanya memakai daster yang berlengan pendek. Tetapi juga terkadang memakai pakaian yang rapi. Namun untuk ruangan toko sangat bersih dan mewah.

2. Distribusi

a. Pertimbangan pasar

Berdasarkan pengamatan penulis, di Toko Wirda *Cake* tidak ada pertimbangan pasar untuk produk yang akan dijualnya, hanya saja jika masyarakat ingin membeli bisa langsung memesan atau membeli produk yang tersedia di toko Wirda *Cake*. Konsumen yang membeli produk kue/roti biasanya terdiri dari masyarakat biasa, pedagang setempat, kantor pajak, kantor keuangan dan mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari universitas yang ada di Banda Aceh. Jumlah pesanan dari konsumen bervariasi seperti hanya memesan 1 jenis kue sampai ada yang memesan produk dalam jumlah yang banyak.

b. Pertimbangan produk

Sesuai pengamatan penulis bahwa nilai unit dari sebuah produk yang dihasilkan di toko Wirda *Cake* memiliki kualitas yang bagus, bersih dan juga pangkingannya yang

rapi, untuk besar dan berat produk sesuai dengan harganya jika produk itu harganya 100 ribu keatas maka akan lebih besar dan berat melebihi ukuran normal yang toko Wirda *Cake* produksikan, selain itu juga bentuk produk kue juga tidak mudah rusaknya, karena di toko ini selalu menjaga kualitas produknya agar konsumen yang membeli produknya merasa puas.

3. Pemasaran

a. Beretika

Berdasarkan pengamatan penulis, toko Wirda *Cake* tidak menggunakan sistem endorsan untuk pemasaran produk, namun cara melayani *customer* karyawan maupun pemiliknya sangat ramah sopan dan adil terhadap konsumen yang membeli.

b. Profesional

Begitu juga dengan profesional yang toko roti Wirda *Cake* jalani, sangat profesional terhadap pelayanan yang mereka berikan kepada *customer*

Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Observasi di Toko Wirda *Cake*

Tema	Indikator	Sub Indikator		√	X	
Halal Value Chain	Produksi	Bahan Baku	Halal	√	X	
			Thayyiban	√		
			Gizi	√		
			Proposional	√		
			Aman	√		
		Proses Produksi	Halal	√		
			Thayyiban		X	
			Gizi	√		
			Proposional	√		
			Aman	√		
		Pengelolaan	Halal		X	
			Thayyiban		X	
			Gizi	√		
			Proposional	√		
			Aman	√		
	Distribusi	Pertimbangan Pasar	Konsumen/Pasar Industri	√		
			Jumlah Pembeli Potensial	√		
			Konsentrasi Geografis	√		
			Jumlah Pesanan	√		
			Pertimbangan Produk	√		
		Pemasaran	Beretika	Besar dan Berat Barang	√	
				Mudah rusaknya barang		X
				Sistem Teknis	√	
Profesional			Ramah	√		
			Sopan Santun	√		
	Profesional	Adil	√			
		Curang dan Gharar		X		
		Manipulasi		X		

Dari hasil wawancara penulis dengan narasumber dan observasi/pengamatan diatas maka dapat disimpulkan bahwa toko Wirda *Cake* sudah memiliki legalitas halal dengan dibuktikan adanya sertifikat halal dari MUI. Namun, dari pengamatan penulis, tentang penerapan halal *value chain* di Toko Wirda *Cake* tersebut tidak 100% bisa dikatakan sudah memenuhi syarat kehalalan, dikarenakan ada hal seperti bahan baku yang digunakan pada produksi penulis mengamati tidak semua berlabel halal begitu juga dengan penemuan penulis lainnya pada setiap nilai rantai sebuah toko Wirda *Cake* ini. Namun sebagian besar dari nilai rantai halal (halal *Value chain*) tersebut lebih banyak memenuhi syarat kehalalan suatu produk yang diproduksi oleh toko Wirda *Cake*, sehingga penulis bisa mengatakan hanya 75% yang sesuai dengan ketentuan kehalalan produk. Alasan penulis mengatakan 75 % tersebut dikarenakan sesuai dengan indikator produksi Islam, yang mengharuskan semua produk dan segala kegiatan produksi mulai dari bahan baku, prosesnya, *output* hingga produk tersebut didistribusikan kepada konsumen, harus memenuhi nilai rantai halal (halal *Value chain*) agar terjaga kehalalan dari produk tersebut. Namun seperti penjelasan penulis di atas bahwa toko Wirda *Cake* belum memeuhi persyaratan dari nilai rantai halal (halal *Value chain*).

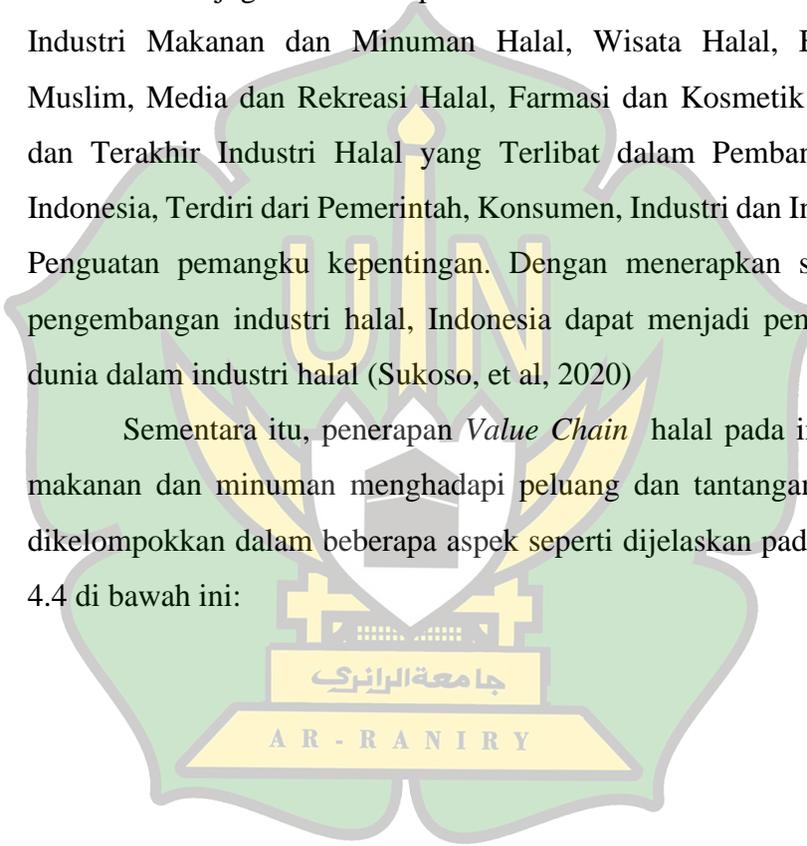
4.3 Peluang dan Hambatan Dalam Penerapan Halal *Value Chain* pada UMKM studi di Toko roti Wirda *Cake*

Tren gaya hidup halal terjadi di negara-negara yang mayoritas penduduknya bukan muslim, tetapi juga minoritas di negara-negara Islam minoritas, terbukti dengan peningkatan produksi produk halal di seluruh dunia, seperti yang disebutkan di atas. Hal ini membuka potensi untuk berkembangnya produk dan industri halal di berbagai belahan dunia saat ini dan di masa depan. Namun, Indonesia tidak mencakup semuanya sebagai kandidat utama untuk jumlah pembelian produk halal di dunia. Indonesia berada di urutan kelima setelah Malaysia dan Uni Emirat Arab, namun ada tiga sektor yang masuk dalam 10 besar industri halal yaitu, Halal Fashion, Halal Tourism, Islamic Finance.

Kondisi internal ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk menjadi produsen produk halal dengan memenuhi kebutuhan pasar halal dalam negeri dengan kualitas yang mampu bersaing dengan produk impor. Indonesia terpicat menjadi pemimpin dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Penduduk Indonesia sekitar 220 miliar. UU 33 JPH, dengan PP no. 31 dan penetapan BP JPH sebagai badan hukum. Di sisi lain, tantangan dalam mengembangkan industri halal di Indonesia antara lain sertifikasi halal UMKM, sertifikasi halal, dan masih sedikit masyarakat yang memahami halal. Oleh karena itu, pemerintah fokus pada penguatan produk ekspor dan strategi substitusi impor.

Strategi lainnya adalah penetapan Halal Industrial *Estate* oleh Kementerian Perindustrian, antara lain Rencana Halal Industrial *Estate* di Kawasan Industri Batam, Kawasan Industri Bintan, Kompleks Industri Jakarta Progadung dan Kawasan Industri Modern Cikande. Ini juga akan memperkuat *Value Chain* industri halal. Industri Makanan dan Minuman Halal, Wisata Halal, Busana Muslim, Media dan Rekreasi Halal, Farmasi dan Kosmetik Halal, dan Terakhir Industri Halal yang Terlibat dalam Pembangunan Indonesia, Terdiri dari Pemerintah, Konsumen, Industri dan Investor Penguatan pemangku kepentingan. Dengan menerapkan strategi pengembangan industri halal, Indonesia dapat menjadi pemimpin dunia dalam industri halal (Sukoso, et al, 2020)

Sementara itu, penerapan *Value Chain* halal pada industri makanan dan minuman menghadapi peluang dan tantangan yang dikelompokkan dalam beberapa aspek seperti dijelaskan pada tabel 4.4 di bawah ini:



Tabel 4.4
Peluang dan Tantangan Makanan dan Minuman Halal
Berdasarkan Ekosistem

Aspek	Peluang	Tantangan
Permintaan dan pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan jumlah umat Muslim Indonesia dan dunia 2. Target pasar di Indonesia sangat besar, dengan pertumbuhan masyarakat kelas menengah 7-8% per tahun sehingga daya beli pun meningkat 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi makanan halal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk multinasional yang mulai menggarap sektor makan halal 2. Akses ke pasar internasional masih kecil 3. Kurangnya riset mengenai pergerakan pasar, segmentasi dan selera pasar
Teknologi dan informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan teknologi yang pesat 2. Bekembangnya e-commerce dan media 	Pemanfaatan teknologi informasi masih rendah
Regulasi	Dukungan pemerintah terhadap industri makanan dan halal secara umum melalui UU no 33 tahun 2014	Kebijakan pemerintah pusat dan daerah masih belum selaras.
Kerjasama dengan sektor lain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peluang co-branding dengan sektor pariwisata halal 2. Peluang co-marketing dengan sektor media dan rekreasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asymmetric information antar sektor 2. Birokrasi kerja sama antar sektor
Pembiayaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyak platform alternatif pembiayaan 2. Peluang kolaborasi dengan lembaga perbankan dan keuangan syariah 3. Semakin banyaknya skema pembiayaan yang ramah IKM 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lembaga keuangan kurang memahami seluk beluk industri kreatif 2. Lembaga pembiayaan masih membutuhkan jaminan yang tangible, seperti: ijazah, sertifikat, dan terutama business plan, yang kebanyakan belum bisa dipenuhi oleh

Tabel 4.4 Lanjutan

Aspek	Peluang	Tantangan
	(KUR, LPEI, Ventura)	para pelaku usaha
R&D	Kerja sama riset dengan badan penelitian pangan, universitas dan perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya riset mengenai uji bahan pangan halal 2. Ketersediaan database industri makanan dan minuman halal terbatas

Sumber: Master plan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, (2018).

Sementara itu, Aceh memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal di Indonesia. Kekhususan berupa keistimewaan dalam menjalankan syariah Islam dan didukung dengan hadirnya Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) jadi kelebihan tersendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Deni Candra beliau mengatakan bahwa:

“Bentuk dukungan pemerintah terhadap halal value chain ini terdapat Qanun no 2 tahun 2009 dan pemerintah aceh membuat lembaga sekretariat aceh, tugas dari lembaga tersebut ialah melayani semua kegiatan MPU termasuk LPPOM, karena LPPOM bagian dari MPU. Jadi semua kegiatan MPU itu disuport oleh Pemerintah Aceh, Pemerintah Aceh membuat sekretariat namanya Sekretariat MPU. LP POM adalah bagian dari MPU, secara fungsional LPPOM MUI ini bertanggung jawab pada MPU, Pemerintah mensuport dari segi pembiayaan. Misalnya pada kegiatan audit setifikasi halal di tempat usaha yang diaudit oleh LP POM MUI Pemerintah Aceh yang mensuport kegiatan itu semua.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Bapak Jalaludin, beliau mengatakan bahwa:

“Dukungan pemerintah sudah cukup memberikan dukungan, namun karena masih adanya keterbatasan dikarena yang melakukan

sertifikasi kehalalan itu dilakukan oleh MUI Provinsi, belum ada MUI Kabupaten/ Kota”

Selain dari peluang yang dijelaskan oleh narasumber diatas terkait Halal *Value Chain* di Aceh, maka dari hasil pengamatan penulis, peluang Halal *Value Chain* pada UMKM di Toko Wirda *Cake* ialah Toko Roti Wirda *Cake* sudah memiliki sertifikat halal sehingga dapat memajukan pariwisata halal di Kota Banda Aceh, membuka lapangan kerja bagi SDM dan mengurangi tingkat pengangguran, letak lokasi toko yang strategis yang berada di pusat kota Banda Aceh, Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan pada manajemen toko.

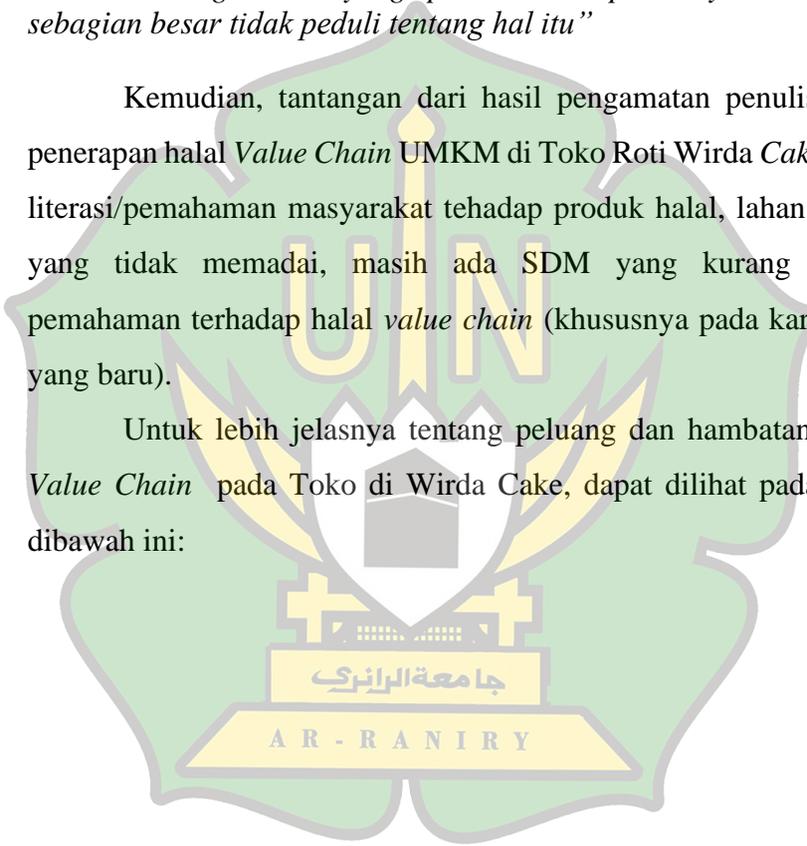
Peluang yang sangat baik ini harus dimanfaatkan oleh UMKM Di Aceh khususnya untuk mengembangkan ekonomi yang bersyariat Islam, namun selain adanya peluang ditegakkannya halal *value chain* khususnya di UMKM Toko Wirda *Cake*, ia juga memiliki tantangan, seperti yang dikatakan oleh Bapak Deni Candra beliau mengatakan bahwa tantangannya ialah:

*“Lp pom membuat sosialisasi tentang makanan halal seperti membuat baliho, media, tetapi terkadang masyarakat sebagiannya tidak menghiraukan. BPOM pada bagian pengawas sering membuat baliho seperti, 1. Perhatikan label halal, 2. Perhatikan tanggal ekspayer, perhatikan kemasan. Namun masih ada msyarakat sebagian kecil tidak menghiraukan, ada sebagian masyarakat kota yang sangat memperhatikan label halal ini tetapi sebagian besar masyarakat khususnya sudah memasukki perdalaman, mereka lebih banyak tidak menghiraukan. Ini adalah hambatan bagi Aceh yang sudah menghimbau masyarakat tetapi himbau tidak didengarkan. dan hambatan juga untuk khususnya UMKM yang di Aceh seperti Toko Wirda *Cake*, karena Masyarakat Aceh masih ada yang tidak*

menghiraukan kue/roti yang belum memiliki sertifikat halal, benar toko Wirda Cake sudah memiliki banyak pelanggan tetapi jika saja masyarakat Aceh peduli atas sertifikat halal maka otomatis akan lebih banyak konsumen yang membeli kue atau roti di Wirda Cake, karena toko ini sudah jelas memiliki sertifikat halal, tetapi faktanya sekarang banyak toko roti di banda Aceh yang bahkan roti/kue tersebut orang china yang produksi tetapi masyarakat Aceh sebagian besar tidak peduli tentang hal itu”

Kemudian, tantangan dari hasil pengamatan penulis pada penerapan halal *Value Chain* UMKM di Toko Roti Wirda Cake ialah literasi/pemahaman masyarakat terhadap produk halal, lahan parkir yang tidak memadai, masih ada SDM yang kurang dalam pemahaman terhadap halal *value chain* (khususnya pada karyawan yang baru).

Untuk lebih jelasnya tentang peluang dan hambatan Halal *Value Chain* pada Toko di Wirda Cake, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:



Tabel 4.5
Peluang dan hambatan Halal *Value Chain* pada Toko Roti
Wirda *Cake*

Peluang	Tantangan
1. Qanun No 2 tahun 2009	1. Masyarakat sebagiannya tidak menghiraukan tentang makanan yang belum memiliki label halal.
2. Adanya Sekretariat MPU yaitu LPPOM MUI	2. Himbuan dan sosialisasi pemerintah Aceh terhadap makanan yang dikonsumsi harus adanya label halal masih saja tidak dihiraukan
3. Sertifikat halal yang dimiliki toko Wirda <i>Cake</i> dapat memajukan pariwisata halal di Kota Banda Aceh	3. Literasi masyarakat terhadap produk halal masih kurang
4. Membuka lapangan kerja bagi SDM	4. Lahan parkir yang tidak memadai.
5. Mengurangi tingkat pengangguran	5. Masih ada SDM yang kurang dalam pemahaman terhadap halal <i>value chain</i> khususnya pada karyawan yang baru.
6. Letak lokasi toko yang strategis yang berada di pusat Kota Banda Aceh	
7. Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan pada manajemen toko	

Sumber: Data diolah, (2021).

Berdasarkan hasil wawancara di atas tentang peluang dan tantangan Halal *Value Chain* pada UMKM di Toko Wirda *Cake* maka dapat disimpulkan bahwa Aceh memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal di Indonesia. Kekhususan berupa keistimewaan dalam menjalankan syariah Islam dan didukung dengan hadirnya Qanun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) jadi kelebihan tersendiri, serta peluang khusus bagi UMKM di Toko Roti Wirda *Cake* ialah sudah memiliki sertifikat halal sehingga dapat memajukan pariwisata halal di Kota Banda Aceh, membuka lapangan kerja bagi SDM dan mengurangi tingkat pengangguran,

letak lokasi toko yang strategis yang berada di pusat kota Banda Aceh, Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan pada manajemen toko. Sedangkan tantangan dari penerapan halal *Value Chain* pada UMKM di Toko Wirda *Cake*, label halal tidak mempengaruhi penjualan karena sebagian besar masyarakat masih tidak peduli dengan label halal yang ada pada suatu produk, kemudian lahan parkir yang tidak memadai, serta masih ada SDM yang kurang dalam pemahaman terhadap halal *value chain* (khususnya pada karyawan yang baru di Toko Roti Wirda *Cake*). Berbeda dengan turis yang datang ke Aceh seperti Malaysia mereka sangat berpedoman dengan label halal dalam memilih produk yang akan di belinya, seperti yang dikatakan oleh ibu Elfida beberapa waktu lalu konsumen dia dari Malaysia, mereka sebelum membeli melihat dulu toko yang ada label halalnya. Ini menjadi salah satu peluang besar bagi toko Wirda *Cake*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, tentang analisis penerapan halal *value chain* pada UMKM (studi kasus di toko Wirda *Cake*) maka dapat disimpulkan:

1. Penerapan halal *value chain* pada UMKM di Toko Roti Wirda *Cake* ialah Toko Roti Wirda *Cake* sudah memiliki legalitas halal dengan dibuktikan adanya sertifikat halal dari MUI. Namun, dari penelitian penulis, tentang penerapan halal *value chain* di Toko Roti Wirda *Cake* tersebut, penulis bisa mengatakan hanya 75% yang sesuai dengan ketentuan kehalalan produk. Dikarenakan ada beberapa hal Seperti a) Bahan baku, yang digunakan untuk proses produksi yang digunakannya tidak semua memiliki label halal MUI, namun sebagian besar produk bahan bakunya sudah memiliki label halal MUI, b) Proses produksi, untuk penempatan bahan adonannya tidak tertata, dan telur yang digunakan tidak dicuci terlebih dahulu, namun telur yang digunakan semuanya telur yang berkualitas baik dan bagus bergizi, sehingga aman untuk dikonsumsi. c) Proses pengolahan, sebagian karyawan tidak konsisten dalam memakai sarung tangan, masker dan penutup

2. kepala. d) Distribusi, di Toko *Wirda Cake* tidak ada pertimbangan pasar untuk produk yang akan dijualnya, hanya saja jika masyarakat ingin membeli bisa langsung memesan atau membeli produk yang tersedia di toko *Wirda Cake*. Namun, nilai unit dari sebuah produk yang dihasilkan di toko *Wirda Cake* memiliki kualitas yang bagus, bersih dan juga pangkingannya yang rapi. e) Pemasaran, toko *Wirda Cake* melayani *customer* karyawan maupun pemiliknya sangat ramah sopan dan adil terhadap konsumen yang membeli. f) Professional, toko roti *Wirda Cake* sangat profesional terhadap pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen.
3. Peluang dan tantangan Halal *Value Chain* pada UMKM di Toko *Wirda Cake* yaitu Toko Roti *Wirda Cake* sudah memiliki sertifikat halal sehingga dapat memajukan pariwisata halal di Kota Banda Aceh, lokasi toko yang strategis sehingga para wisata yang ingin membeli mudah menemukannya, dan Standar Operasional Prosedur (SOP) . Dengan itu menjadi peluang besar untuk pemilik toko roti *Wirda Cake* dalam menerapkan halal *value chain*. Sedangkan hambatan dari penerapan halal *Value Chain* pada UMKM di Toko *Wirda Cake* ialah literasi masyarakat terhadap produk halal masih kurang, lahan parkir yang tidak memadai, masih ada SDM yang kurang dalam pemahaman terhadap halal *value chain* khususnya pada karyawan yang baru.

5.2 Saran

Berdasarkan kondisi secara objektif setelah melakukan penelitian seperti wawancara, dokumentasi, penulis mengajukan beberapa hal sebagai saran atau solusi yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh para pihak yang terkait untuk menunjang:

1. Kepada pemilik Toko Roti Wirda *Cake* hendaknya meningkatkan literasi/pemahaman kepada semua karyawan tentang halal *value chain*.
2. Kepada pemerintah khususnya, seharusnya tidak hanya di MUI di Banda Aceh yang bisa mengeluarkan sertifikasi halal, jika pemerintah Aceh menerapkan kebijakan pembuatan tempat sertifikasi halal di setiap kabupaten/Kota maka akan lebih cepat hasilnya, namun jika tidak bisa dibuat tempat yang bisa juga untuk mengeluarkan sertifikasi bagi usaha, setidaknya bisa bekerja sama dengan universitas atau dinas yang terkait.
3. Kepada Masyarakat hendaknya mematuhi dan sadar atas labelisasi terhadap produk khususnya, karena makanan yang sudah pasti terjaga kehalalannya dapat memberikan kesehatan dan kebaikan bagi tubuh manusia yang mengkonsumsinya.
4. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat menindaklanjuti penelitian tentang halal management *value chain*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahannya.
- Ahla, AS. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Syari'ah Melalui Penguatan Halal Value Chain (Studi Kasus Pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru). *Diploma Thesis*. 1-12.
- Anggito, A & Setiawan, J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Annisa, A.A. (2019). Kopotren dan Ekosistem Halal Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 5(01). 1-8.
- Ashari, M. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. *Skripsi*. i-79.
- Buang, A. H., & Hamidon, S. F. (2016). Halal, Haram Dan Syubhah Dalam Makanan Dara Perspektif Syariah Dan Undang-Undang. *Albasirah journal*. 6(1). 49-61.
- Burhan, A. (2017). *Strategi Penyuluhan Produk Halal Bagi Peserta Diklat Pembina Produk Halal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Charity, L.M. (2019). Jaminan Produk Halal di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*. 14(1). 99-108.
- Dahlan, Aziz A, *Ensiklopedi Hukum Islam Jilid I*. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve
- Dzikrulloh, Koib., A. (2020). Implementation of Halal Value Chain In Business In Islamic Boarding Schools. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. 7 (2). 1-13.
- Ensiklopedi Kitab 9 Imam Hadits (2021). Diambil tanggal 12 Desember 2021. Dari <http://www.infotbi.com/hadis9/>.
- Fadila, C. T. (2019). Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread Boy Bakery & Cake Shop Di Banda Aceh). *Skripsi*. i-97.
- Farina, F. (2021). Edukasi *Value Chain* Halal Pada Makanan dan Minuman Kemasan Bagi Anak-Anak di Panti Asuhan Bina Insani Kota Bengkulu. *Skripsi*. i-66.

- Habibullah, S.K. (2017). Etika Konsumsi *Ad- Deenar Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol 1, No 01
- Handini, M. &. (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai* . Surabaya: Unitomo Pers.
- Hanik, U. (2021). Pengembangan Industri Makanan Melalui Penguatan Halal *Value Chain* di Desa Wisata Pujon Kidul Malang. *Skripsi*. i-117.
- Harahap, I. (2017). Pendekatan Al-Maslahah Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*. 3(1). 47-65.
- Hasan, S. (2014). *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Idris, M., & Ari, D. (2020). Karakteristik Manusia Dalam Perspektif AlQur'an. *Al-Fawatih: Jurnal Kajian Al-Qur'an Dan Hadis*. 1(2). 1-16.
- Instruksi Presiden Nomor 2 Tahun 1991 Tanggal 12 Juni 1991 Tentang Peningkatan Pembinaan Dan Pengawasan Produksi Dan Peredaran Makanan Olahan.
- Jannah, R., Yurisinthae, E., & Yusra, A. H. A. (2019). Analisis *Value Chain* (value chain) kerupuk lidah buaya (aloevera) pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak. *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*. 8(2). 1-12.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 82/MENKES/SK/I/1996 Tentang Pencantuman Tulisan "Halal" Pada Label Makanan, Yang Diubah Dengan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 924/MENKES/SK/VIII/1996 Tentang Perubahan Atas Kepmenkes RI Nomor 82/Menkes/SK/1996
- Kesuma, Y. M. (2020). Analisis *Value Chain* (Value Chain Analysis) Bank Muamalat Untuk Peningkatan Kinerja. *Al-Misbah*. 4(1). 16-23.

- Konoras, A. (2017). *Jaminan Produk Halal di Indonesia Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah . (2021). Diambil Tanggal 16 April 2021. Pada <https://knks.go.id/berita/145/strategi-knks-untukgabungkan-Islamic-finance- dan-sektor-industri-halal?category=1>.
- Lembaga Pangkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika MUI. (2020). *Rekapitulasi Jumlah Perusahaan, Produk dan Sertifikat Halal*. <https://www.pom.go.id/new/admin/dat/20201212/LAPTAH-BPOM-2019.pdf>.
- Listyaningsih, E. A. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta: Anggota IKPI.
- Lulu, P. (2021). Halal Value Chain Analysis Pada Daging Sapi Di Peternakan Desa Jambu Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas. *Skripsi*. i-92.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Maulida, R. (2021). Peran *cafe* dan Restoran Sebagai Penunjang Pariwisata Halal di Kota Banda Aceh. *Skripsi*. I-276
- Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. (2018). Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Mu'awwanah, U., Mardiyah, A., & Utami, A. S. (2021). Penguatan Halal Value Chain dalam Pemasaran Abon Lele melalui Adaptasi Digital. *Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*. (1). 65-73.
- Mudjajanto, S.E., & Yulianti, N.L. (2004). *Membuat Aneka Roti*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- _____ (2013). *Bisnis Roti, Cara Pembuatan Roti, Kunci Keberhasilan Bisnis Roti, Untung Rugi Bisnis Roti*. Bogor: Swadaya.
- Muflihini, D.M. (2018). Kontribusi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion. *Thesis*. i- 101.
- Muheramtohad, S. (2017). Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 65-77.

- Muslihahi, M. (2020). Milenial Sebagai Pengerak Ekosistem Halal Value Chain di Indonesia. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*. 1(2). 45-55.
- Nafis, D. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Kasus Usaha Rumah Makan Wong Solo Batoh, Kec. Lueng Bata Kota Banda Aceh). *Skripsi*. i-91.
- Nasution, M. A. (2018). Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam, *Jurnal El-Qanuny: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyariahan Dan Pranata Sosial*. (4)1. 88-100.
- Nengsih, D., & Auliya, S. (2020). Perspektif Al-Quran Tentang Prinsip-Prinsip Konsumsi. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya*. 2(1). 45-59.
- Nurlaili, Ekawati, E., Eliza, A. (2014). *Program Sosialisasi Label Halal/Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Siap Saji*. Lampung: LP2M Raden Intan Lampung.
- Nimpuno. (2019). *Roti Buatan Rumah Klasik dan Kekinian*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nuraini, N. (2018). Halalan Thayyiban Alternatif Qurani Untuk Hidup Sehat. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah: Media Kajian Al-Qur'an dan Al-Hadits Multi Perspektif*. 15(1). 82-93.
- Pangukir, L. (2021). Halal Value Chain Analysis Pada Daging Sapi Di Peternakan Desa Jambu Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas. *Skripsi*. i-79.
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan
- Pragnya, Y. N. (2018). Preferensi Konsumen dan Value Chain Analysis pada Produk Olahan Kambing di Surabaya. *Skripsi*. i-158.
- Parwanto, F. (2018). Studi Penafsiran Ayat-Ayat Makanan Dalam Tafsir Fathu Al Qodir. *Al Karima: Jurnal Studi Ilmu Al Quran dan Tafsir*. 1(2). 17-29.
- Rachmaniah, R. (2020). Value Chain Analysis Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Pada CV Green Life Tirta Sentosa, Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo). *Artikel Ilmiah*. 1-12.
- Rahayu, I. (2020). Analisis Value Chain Pada Industri Olahan Ikan Teri Asin Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada UKM

- Ikan Teri Asin Pulau Pasaran, Teluk Betung Timur, Bandar Lampung) . *Skripsi*. i-228.
- Rahmawati. (2014). Strategi Pemasaran Usaha Roti (Studi Kasus Pada CV. Roti Daeng Makassar). *Skripsi*. i-64.
- Rasyid, A. (2019). Dinamika Pelaksanaan Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Di Kota Medan, Sibolga dan Padangsidempuan. *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu KeIslaman*. 43(2). 167-201.
- Rodhiah, R., & Wiryawan, Z. Z. (2012). Pengembangan Usaha Melalui Peningkatan Nilai Tambah Pelaku Bisnis Dengan Pendekatan Value Chain Analysis (Studi Pada Usaha Kopi Di Kabupaten Solok Sumatera Barat). *Karya Ilmiah Dosen*. 1-21.
- Rosyidah, A. T. (2019). Implementasi Manajemen *Value Chain* Guna Meningkatkan Daya Saing Produk Kedai Kopi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Nyala Coffe Roastery Bandar Lampung). *Skripsi*. i-96.
- Saputri, & Yuliana. F.N (2021). Implementasi Halal Value Chain Dalam Usaha Rumah Makan (Studi Pada Usaha Rumah Makan H. Ismun). *Skripsi*. i-58.
- Sariati, N. P., & Mutafarida, B. (2019). Pesantren dan Konsumsi Halal Santri (Studi Kasus di Pesantren Syarif Hidayatullah Rejomulyo Kediri). *Prosiding Nasional*. 2. 193-212.
- Sari, E. (2021). Analisis Halal Value Chain Pada Proses Potong Ayam di Rumah Potong Ud. Ayam Segar Panyabungan. *Skripsi*. i-85.
- Sari, P.I. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Pembuatan Tahu Di Desa Lubuk Sehung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. i-92.
- Siregar, F. A. (2018). Langkah-Langkah Mengetahui Maqasid Asy-Syari'ah. *Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu Kesyarifan dan Keperdataan*. 4(1). 1-14.
- Siregar, S. A. (2019). Keringanan Dalam Hukum Islam. *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyarifan Dan Pranata Sosial*. 5(2). 284-297.
- Setiawan, H. (2020). Karakteristik Makanan Halalan Thayyiban dalam Al-Qur'an. *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian*

- Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah (Journal of Halal Management, Sharia Tourism and Hospitality Studies)*. 3(2). 40-54.
- Safira, M. E., Roihanah, R., Hasanah, U., & Mufidah, L. (2019). Masyarakat Milenial Melek Hukum Akselerasi Produk Halal Berjaya Di Pentas Dunia. *Al-Syakhsiyyah: Journal of Law & Family Studies*. 1(2). 243-254.
- Subianto, P. (2018.). *Value Chain* Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal. *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMA)E Proceeding*. 2. 141-146.
- Subianto, P. (2019). *Value Chain* Dan Perspektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal. *In Proceeding Of Conference On Islamic Management, Accounting, And Economics*. 2. 141-146
- Sufi. (2006). *Kreasi Roti*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Kesehatan Nomor 472/MENKES/SKB/VIII/1985 dan Nomor 68/1985 tentang pengaturan tulisan “halal” pada label makanan
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syahrial, S. (2020). Pandangan Islam tentang Konsumsi (Analisis terhadap Ayat dan Hadits Ekonomi Tentang Konsumsi). *Jurnal An-Nahl*. 7(1). 18-31.
- Sukoso, Wiyawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). *Ekosistem Industri halal*. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI. Data Katalog dalam Terbitan (KDT).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
- Zubaidah, F. (2020). Pemanfaatan Produk Pembiayaan Mikro PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangkejeren Dalam Pengembangan UMKM Sektor Agribisnis di Kabupaten Gayo Lues. *Skripsi*. i-70.

LAMPIRAN I; PEDOMAN OBSERVASI

Tema	Indikator	Sub Indikator		√	X
Halal Value Chain	Produksi	Bahan Baku	Halal		
			Thayyiban		
			Gizi		
			Proposional Aman		
		Proses Produksi	Halal		
			Thayyiban		
			Gizi		
			Proposional Aman		
		Pengelolaan	Halal		
			Thayyiban		
			Gizi		
			Proposional Aman		
	Distribusi	Pertimbangan Pasar	Konsumen/Pasar Industri		
			Jumlah Pembeli Potensial		
			Konsentrasi Geografis		
			Jumlah Pesanan		
		Pertimbangan Produk	Nilai Unit Besar dan Berat Barang		
			Mudah rusaknya barang		
			Sistem Teknis		
Pemasaran	Beretika	Ramah Sopan Santum			
	Profesional	Adel			
		Curang dan Gharry			
		Manipulasi			

LAMPIRAN II; DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

a. Pedoman Wawancara untuk Pihak toko Wirda *Cake* (Internal)

Nama	
Jabatan	
Pendidikan Terakhir	
Usia	
Tanggal Wawancara	
Pukul	
<p>A. Pertanyaan Umum</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses berdirinya toko roti Wirda <i>Cake</i>? 2. Bagaimana asal mula berdirinya toko wirda <i>Cake</i>? 3. Apakah toko roti Wirda <i>Cake</i> memiliki cabang/toko? (Ya/Tidak) Ya, lokasinya di 4. Dimana lokasi pabrik toko roti Wirda <i>Cake</i>? 5. Apa visi, misi dan tujuan dari toko roti Wirda <i>Cake</i>? 6. Bagaimana struktur organisasinya toko roti Wirda <i>Cake</i>? 7. Bagaimana bentuk manajemen pengelolaan toko wirda <i>cake</i>? 8. Fasilitas apa saja yang dimiliki oleh toko roti Wirda <i>Cake</i>? 9. Bagaimana penanganan produk jika ada kegagalan? 10. Bagaimana cara penetapan harga pada produk di toko roti Wirda <i>Cake</i>? 11. Bagaimana proses pengurusan sertifikasi halal pada toko roti Wirda <i>Cake</i>? 12. Apa kah toko roti ibu telah memenuhi standar dari halalan thayyiban? <p>B. Input</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja bahan dalam proses pembuatan produk di toko wirda <i>cake</i>? 2. Apakah setiap bahan baku untuk pembuatan produk di toko wirda <i>cake</i> terjamin kehalalannya dan layak pakai? 3. Dimana tempat pembelian bahan untuk pembuatan produk di toko wirda <i>cake</i>? 4. Berapa banyak bahan yang digunakan untuk satu produk kue atau <i>cake</i>? 5. Jenis kue/<i>cake</i> apa yang banyak menggunakan bahan? 6. Bagaimana bentuk kemasan pada produk di toko wirda <i>cake</i>? 7. Alat-alat apa yang digunakan dalam pembuatan kue di Toko wirda <i>cake</i>? 8. Berapa lama proses pembuatan kue dengan menggunakan alat-alat yang ada ditoko wirda <i>cake</i>? 9. Apakah alat-alat yang digunakan di toko wirda <i>cake</i> memadai dalam pembuatan semua produk? 10. Ada berapa tenaga kerja di toko wirda <i>cake</i>? 	

11. Dalam sehari berapa *cake*/roti yang di produksi di toko ini?
12. Apakah setiap tenaga kerja mempunyai bagian bidangnya tertentu?

C. Proses

1. Bagaimana proses pembuatan *cake* dan roti?
2. Apakah setiap tenaga kerja, menjaga kebersihan tempat?
3. Berapa lama proses pembuatan *cake*/roti?
4. Apakah ada teknik tertentu dalam cara pembuatan *cake* roti?
5. Apakah dalam proses pembuatan *cake*/roti para tenaga kerja membaca basmalah?
6. Selama pembuatana *cake* dan roti, apakah tenaga kerja menggunakan pakaian khusus, seperti tutup kepala, Dan sarung tangan?

D. Output

Output adalah setiap hasil baik barang, jasa, maupun penghasilan yang diperoleh dari proses

1. Berapa keuntungan yang di dapat dari setiap produk yang dijual?
2. Apa Jenis *cake*/roti yang paling banyak terjual dalam satu bulan?
3. Bagaimana bentuk pelayanan toko wirda *cake* dalam menjual produk ?
4. Bagaimana proses pemasaran di toko wirda *cake*?
5. Berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk pemasaran?
6. Bagaimana proses distribusi nya?Apakah ada sistem pesanan untuk acara tertentu?
7. Apakah ada sasaran konsumen sebagai target distribusi produk toko wirda *cake*?
8. Seperti apa proses distribusi produk wirda *cake*? Bagaimana saluran distribusi untuk memasarkan produk Roti pada toko roti Wirda *cake*?
9. Apa pemasaran yang dilakukan wirda *cake* dalam mempromosi produk?

جامعة الرانيري

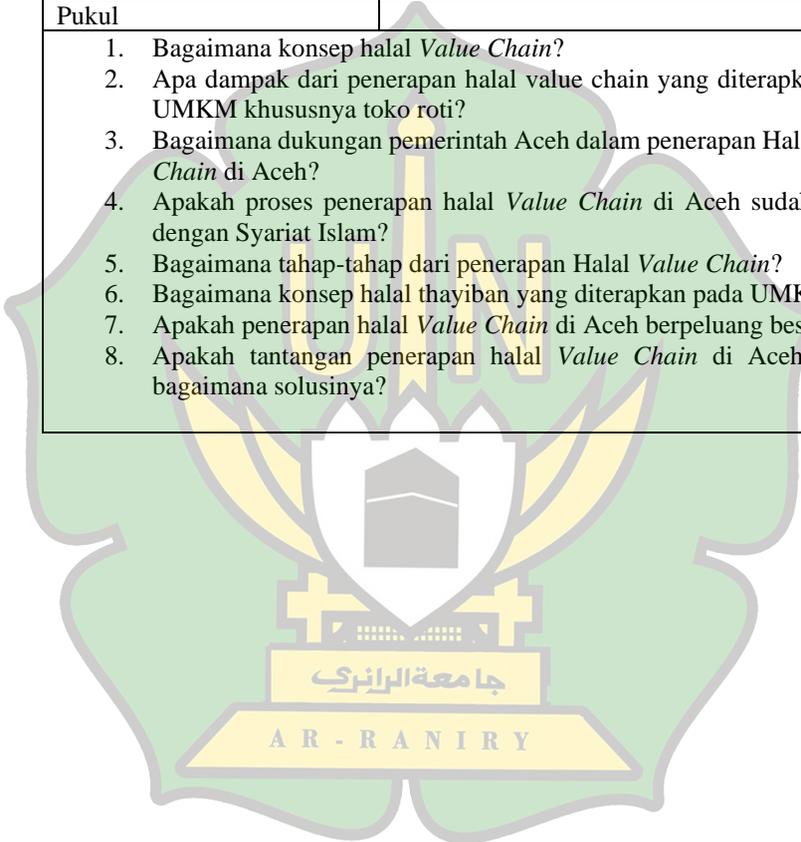
A R - R A N I R Y

b. Pedoman Wawancara untuk Konsumen Roti Wirda *Cake*

Nama	
Jabatan	
Pendidikan Terakhir	
Usia	
Tanggal Wawancara	
Pukul	
<p>A. Pertanyaan Umum</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alasan bapak/ibu memilih produk wirda <i>cake</i> dibandingkan produk lain? 2. Darimanakah bapak/ibu mengetahui produk di toko roti Wirda <i>Cake</i>? 3. Apakah bapak/ibu dengan mudah mendapatkan lokasi toko roti ini? 4. Apakah bapak/ibu merasa puas setelah mengkonsumsi produk di toko roti Wirda <i>Cake</i>? 5. Sudah berapa lama bapak/ibu menjadi pelanggan toko wirda <i>cake</i>? 6. Apa yang membedakan toko wirda <i>cake</i> dengan toko roti lainnya? <p>B. Input</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana rasa <i>cake</i>/kue di tooko wirda <i>cake</i>? 2. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai tekstur <i>kue</i> di toko roti Wirda <i>Cake</i>? 3. Bagaimana ukuran <i>cake</i>/roti apakah sesuai kualitas? 4. Apakah setiap prduk yang bapak.beli kualitas nya terjaga? <p>C. Output</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapat bapak/ibu mengenai pelayanan yang diberikan oleh pihak toko roti Wirda <i>Cake</i>? 2. Kecepatan dan tanggapan karyawan toko roti Wirda <i>Cake</i> dalam memberikan pelayanan? 3. Apakah toko wirda <i>cake</i> memberikan Kemudahan dalam melayani proses pembelian? 4. Bagaimana Kesesuaian menu dengan pesanan? 5. Bagaimana Keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan toko roti Wirda <i>Cake</i>? 6. Bagaimana Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen? 7. Bagaimana Kemudahan cara pembayaran? 8. Bagaimana Kebersihan dan kerapian penampilan karyawan? 9. Apakah Anda membeli produk di toko roti Wirda <i>Cake</i> karena image? 10. Bagaimana Harga rata-rata roti yang biasa Anda beli per buah? 	

- f. Pedoman Wawancara untuk LP POM MUI ACEH, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Nama	
Jabatan	
Pendidikan Terakhir	
Usia	
Tanggal Wawancara	
Pukul	
<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana konsep halal <i>Value Chain</i>?2. Apa dampak dari penerapan halal value chain yang diterapkan pada UMKM khususnya toko roti?3. Bagaimana dukungan pemerintah Aceh dalam penerapan Halal <i>Value Chain</i> di Aceh?4. Apakah proses penerapan halal <i>Value Chain</i> di Aceh sudah sesuai dengan Syariat Islam?5. Bagaimana tahap-tahap dari penerapan Halal <i>Value Chain</i>?6. Bagaimana konsep halal thayiban yang diterapkan pada UMKM?7. Apakah penerapan halal <i>Value Chain</i> di Aceh berpeluang besar?8. Apakah tantangan penerapan halal <i>Value Chain</i> di Aceh ? Dan bagaimana solusinya?	



LAMPIRAN III; DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Wawancara Mendalam



Gambar 1.1 Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry; Bapak Jalaludin, ST., M.A.



Gambar 1.2 LP POM MUI Aceh; Bapak Deni Candra S.T., M.T



Gambar 1.3 Pemilik Toko Roti Wirda Cake: Ibu Elfida



Gambar 1.4 Pelanggan Wirda Cake: Resdiana



Gambar 1.5 Pelanggan Wirda Cake; Ibu Eni



Gambar 1.6 Pelanggan Wirda Cake; Ibu Jumiati



Gambar 1.7 pelanggan Wirda Cake; Hafida



Gambar 1.8 Pelanggan Wirda Cake; IbuNovia wati

2. Observasi



Gambar 1.1. Observasi Lokasi penelitian: Toko Wirda Cake



Gambar 1.2 Observasi dekorasi Toko Wirda Cake



Gambar 1.3 Gambar Sertifikasi Halal toko Wirda Cake



Gambar 1.4
Observasi tempat produksi produk



Gambar 1.5
Observasi: proses produksi



Gambar 1.6
Observasi pembentukan Adonan bahan baku telur



Gambar 1.7
Observasi menggunakan



Gambar 1.8
Observasi penimbangan bahan baku



Gambar 1.9
Observasi: peletakkan



Gambar 1.10
Observasi alat mixer



Gambar 1.11
Observasi: peletakkan adonan di loyang



Gambar 1.12
Observasi: produk yang sudah selesai



Gambar 1.11
Observasi: tempat Pemanggang