

**ANALISIS EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN
PADA UMKM MEDAN MARELAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi Syarat – Syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh :

AULIA SYARIF NASUTION
NPM : 1801280063



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

**ANALISIS EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN
PADA UMKM MEDAN MARELAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syari'ah*

Oleh :

AULIA SYARIF NASUTION
NPM : 1801280063

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, M.A

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini dipersembahkan kepada kedua orangtuaku tercinta yang telah memberikan dukungan dan doa yang tiada henti

(Alm) Ayahanda Effendi

Ibunda Ratida Halimah

Adik tercinta Anggi Rahmanida Nasution

Dan Amanda Khairani Nasution

Yang selalu mendo'akan kesuksesan dan keberhasilan bagi diriku

Doa setiap sujudmu ibunda menjadi penguat tersendiri dalam setiap langkah-langkah yang telah ku jalani, serta tawa adik-adikku yang selalu memberikan obat rasa lelah

Sahabat-sahabat Sok Sibuk, Edelwis, Nur Rahma Oktavia Ningrum, Atika Kamalia yang selalu ada dalam memberi semangat dan menemani canda tawa dan tangis dalam proses skripsi.

Terimakasih dan mari bertahan sampai akhir.

Motto

**"Berdoa tanpa berjalan tidaklah cukup,
Namun berjalan tanpa berdoa juga tidak bisa.
Maka keduanya harus saling dilakukan"**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aulia Syarif Nasution
NPM : 1801280063
Jenjang Pendidikan : S1 (Starata Satu)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan” merupakan karya asli saya. jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiarisme maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 20 Agustus 2022



Aulia Syarif Nasution
NPM:1801280092

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN
PADA UMKM MEDAN MARELAN**


Oleh :

AULIA SYARIF NASUTION
NPM : 1801280063

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 20 Agustus 2022

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, M.A

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

Medan, 20 Agustus 2022

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi a.n, Aulia Syarif Nasution

Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di

Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Aulia Syarif Nasution** yang berjudul "**Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Pendidikan pada Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, M.A.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Aulia Syarif Nasution**
NPM : **1801280063**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan**

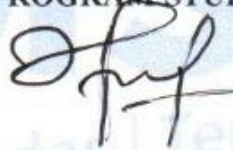
Medan, 20 Agustus 2022

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, M.A

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

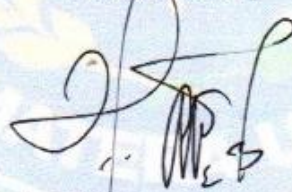
Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : **Aulia Syarif Nasution**
NPM : **1801280063**
PROGRAM STUDI : **Manajemen Bisnis Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada
UMKM Medan Marelan**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 20 Agustus 2022

Pembimbing



Mutiah Khaira Sihotang, M.A

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Aulia Syarif Nasution
NPM : 1801280063
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : IX
Tanggal Sidang : 07/09/2022
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
PENGUJI II : Alfi Amalia, M.E.I



PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987
Nomor : 0453bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
'	Fathah	A	a
	Kasrah	I	i
◌ ⁹	Dammah	U	u

b. Huruf Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
‘-ئ	Fathah	Ai	a dan i
‘-و	Fathah	Au	a dan u

Contoh :

- kataba : كَتَبَ
- fa`ala : فَعَمَ
- kaifa : كَيْفَ

c. Madadah

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

Huruf dan Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا-	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و	Dammah dan waw	ū	u dan garis di atas

Contoh :

- قَم : qāla
- زَو : ramā
- قَم : qīla

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua :

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dammah transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h)

Contoh :

- Rauḍah al-alfāl - rauḍatul alfāl : رَوْضَاتُ الْاِفْالِ
- al-Madīnah al-munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ
- ṭalḥah : طَلْحَاتُ

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid transliterasinya ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- Rabbanā : رَبُّنَا
- nazzala : نَزَّلَ
- al-birr : الْبِرِّ
- al-hajj : الْحَجِّ
- nu''ima : نُوَيْمًا

d. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- ar-rajulu : الرَّجُلُ
- as-sayyidatu : السَّيِّدَةُ
- asy-syamsu : الشَّمْسُ
- al-qalamu : الْقَلَمُ

e. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- ta'khuzūna : تَحْرُؤٌ
- an-nau' : أُنْءِء
- syai'un : شَيْءٌ
- inna : اِنَّ
- umirtu : اِيْمِرْتُ
- akala : اَكْم

f. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

g. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD. diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallažibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-lazunzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh :

- Narummunallahiwafathunqarib
- Lillahi al-amrujami^{an}
- Lillahi-amrujami^{an}
- Wallahubikullisyaiⁱⁿ „alim

h. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan. pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid* Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

ABSTRAK

Aulia Syarif Nasution, 1801280063, Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penerapan ekosistem rantai halal *value chain* pada pelaku UMKM Medan Marelan dan menganalisis *value chain* dalam menghasilkan nilai tambah bagi para pelaku UMKM Medan Marelan. Penelitian ini didapatkan atas asumsi bahwa rantai ekosistem halal dapat menghasilkan *value chain*. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman. Teknik keabsahan data menggunakan metode triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data disimpulkan bahwa pelaku UMKM telah banyak yang mengetahui tentang apa dan bagaimana ekosistem halal sehingga pelaku UMKM di daerah Medan Marelan telah menjalankan ekosistem halal dengan baik. Dan pelaku UMKM masih sedikit yang mengetahui *value chain* sehingga ekosistem halal yang dijalankan dengan baik tidak menghasilkan nilai tambah bagi pelaku UMKM. Penelitian ini menyatakan ekosistem halal dapat menghasilkan *value chain* tetapi sangat disayangkan banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui apa dan bagaimana *value chain* tersebut.

Kata Kunci: Ekosistem Halal, Value Chain, UMKM.

ABSTRACT

Aulia Syarif Nasution, 1801280063, Analysis of Halal Value Chain Ecosystems in MSMEs in Medan Marelan.

This study aims to analyze the extent to which the application of the halal value chain ecosystem to the Medan Marelan MSME actors and to analyze the value chain in generating added value for the Medan Marelan MSME actors. This research was obtained on the assumption that the halal ecosystem chain can produce a value chain. This research method uses qualitative research, with the type of case study research. Data collection techniques used in this research are literature study, observation, interviews, and documentation. While the data analysis in this study used qualitative analysis according to Miles and Huberman. The data validity technique uses the triangulation method. Based on the results of research and data analysis, it is concluded that many MSME actors know about what and how the halal ecosystem is so that MSME actors in the Medan Marelan area have run the halal ecosystem well. And there are still few MSME actors who know the value chain so that a well-run halal ecosystem does not produce added value for MSME actors. This study states that the halal ecosystem can produce a value chain but it is unfortunate that many MSME actors do not know what and how the value chain is.

Keywords: Halal Ecosystem, Value Chain, MSMEs.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wa rahmatullahi Wa barakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kepada Alah SWT yang telah memberikan karunia, kekuatan dan semangat sehingga proposal dapat diselesaikan dengan baik. Tidak pula shalawat beriringkan salam dihadiahkan kepada junjungan besar baginda Rasulullah SAW.

Proposal ini merupakan salah satu bentuk proses sebagai syarat untuk menyelesaikan program pendidikan sarjana S1 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. Selama penyusunan proposal ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan serta doa yang tidak henti-hentinya dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada mereka:

1. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua Ayahanda Alm Effendi dan Ibunda Ratida Halimah atas segala doa dan dukungan serta pengorbanan yang selama ini baik moral maupun material yang telah diberikan.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani S.Pd.I., M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu S.Pd.I., M.A selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Isra Hayati S.Pd, M,Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Syahrul Amsari, S.E.Sy.,M.Si selaku sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Mutiah Khaira Sihotang, M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi tersebut.
9. Bapak/Ibu Biro Akademik Fakultas Agama Islam yang telah banyak membantu memberikan informasi sehingga.
10. Kepada Sahabatku anggota Sok Sibuk Muhammad Ridho, Hida Yati, Ella Nopranda, Cut Ernita Julistia, Safira Mandasari S, Agung Surya, dan Ibnu Rahman Lumban Gaol yang selalu setia memberikan dukungan serta menemani canda tawa dan tangis hingga saat ini.
11. Kepada Zaid Nadawi dan Dania Rahmadani yang telah bersedia direpotkan dan meluangkan waktunya dalam penelitian serta kepada UMKM Medan Marelan yang bersedia menjadi informan untuk penelitian yang telah dilakukan.
12. Kepada Bangtan Sonyeondan terimakasih telah membuat penulis termotivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi tersebut.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan siapa saja yang membacanya. Amin Ya Rabbal'alamin.

Medan, 2022

Penulis

Aulia Syarif Nasution
1801280063

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian Manfaat Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORITIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Ekosistem Halal	13
a. Pengertian Ekosistem Halal	13
b. Kriteria Ekosistem Halal.....	17
c. Penguatan Pilar Industri Halal.....	21
2. UMKM.....	23
a. Pengertian UMKM	23
b. Karakteristik UMKM	24
3. Value Chain.....	25
a. Pengertian Value Chain	25
b. Pengertian Halal Value Chain	28
c. Konsep Value Chain	30
B. Kajian Peneliti Terdahulu	36
C. Kerangka Pemikiran	49

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	41
A.	Pendekatan Penelitian	41
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C.	Sumber Data Penelitian	42
D.	Teknik Pengumpulan Data	43
E.	Teknik Analisis Data	44
F.	Telnik Keabsahan Data	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	46
B.	Hasil Penelitian.....	51
C.	Pembahasan.....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A.	Simpulan	65
B.	Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1	Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin	6
Tabel 2	Registrasi UMKM Terbaru Menurut Kelurahan Di Kecamatan Medan Marelan Tahun 2015-2017	8
Tabel 3	Karakteristik UMKM.....	24
Tabel 4	Kajian Peneliti Terdahulu	26
Tabel 5	Waktu Penelitian	42
Tabel 6	Jumlah Pendidikan di Kecamatan Medan Marelan	49
Tabel 7	Jumlah Air dan Energi di Kecamatan Medan Marelan.....	49
Tabel 8	Jumlah Kesehatan di Kecamatan Medan Marelan	49
Tabel 9	Jumlah Perdagangan di Kecamatan Medan Marelan.....	50
Tabel 10	Jumlah Sarana Olahraga di Kecamatan Medan Marelan	50
Tabel 11	Jumlah Perusahaan Industri di Kecamatan Medan Marelan	50
Tabel 12	Jumlah Lembaga Keuangan di Kecamatan Medan Marelan	50
Tabel 13	Data Pengetahuan Ekosistem Halal Pada UMKM	51
Tabel 14	Pengetahuan Responden Terkait Value Chain Bagi Pelaku UMKM	56
Tabel 15	Terkait Analisis Ekosistem Halal	63
Tabel 16	Terkait Analisis Value Chain	64

DAFTAR GAMBAR

<u>Nomor</u>	<u>Judul Gambar</u>	<u>Halaman</u>
Gambar 1	Halal Value Chain Dalam Kegiatan Ekonomi	29
Gambar 2	Kegiatan Rantai Nilai.....	33
Gambar 3	Kerangka Pemikiran	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia kaya akan keberagaman kuliner yang membentang dari Sabang sampai Merauke. Keberagaman ini merupakan pucuk dari perjalanan panjang sejarah kuliner Indonesia dari zaman prasejarah hingga saat ini. Ada sejumlah faktor yang melatar belakangi cita rasa kuliner Indonesia. Setiap wilayah di Indonesia membentuk potensi kulinernya masing-masing. Ini menjadikan kuliner di setiap wilayah di Indonesia memiliki karakteristik tersendiri. Selama berabad-abad persentuhan berbagai pengaruh kebudayaan telah mendorong masyarakat di Indonesia untuk mempertahankan kebudayaan sekaligus menerima pengaruh kebudayaan mereka sendiri. Salah satu unsur utama yang membentuk kuliner Indonesia adalah pengaruh Barat (Eropa) dengan berbagai warisannya. Memasuki dasawarsa 1940-an, pamor Indische keuken mulai meredup. Selain masa-masa sulit (Malaise), masa pendudukan Jepang (1942 –1945) memunculkan dekolonisasi terhadap berbagai budaya Belanda di Indonesia salah satunya soal kulinernya (Fadly, 2016).

Hal ini menjadikan masakan Indonesia adalah salah satu tradisi kuliner yang paling kaya di dunia, dan penuh dengan cita rasa yang kuat. Kekayaan jenis masakannya merupakan cermin keberagaman budaya budaya dan tradisi Nusantara yang terdiri dari sekitar 6.000 pulau berpenghuni, dan menempati peran penting dalam budaya nasional Indonesia. Hampir seluruh masakan Indonesia kaya dengan bumbu berasal dari rempah-rempah seperti kemiri, cabai, temu kunci, lengkuas, jahe kencur, kunyit, kelapa dan gula aren dengan diikuti penggunaan teknik memasak menurut adat-istiadat daerah masing-masing (Fadly, 2016).

Faktor geografis dan faktor lokal juga turut mempengaruhi, perkembangan kuliner Nusantara juga dipengaruhi oleh faktor luar. Munculnya pengaruh berbagai bangsa-bangsa lain, seperti Tionghoa, India, Arab, hingga turut menjadikan cita rasa kuliner Nusantara menjadi lebih beragam. Kondisi itu turut menentukan pembentukan baru citra kuliner di Indonesia. Selain diwarnai kesibukan para ahli pertanian, ahli gizi, dan tokoh nasional dalam memikirkan strategi dalam mengatasi masalah pangan.

Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas tingkat regional, internasional, dan global, dikhawatirkan sedang dibanjiri pangan dan produk lainnya yang mengandung atau terkontaminasi unsur haram. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan sering kali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam Agama Islam (Astuti & Hakim, 2021).

Industri halal tidak lagi menjadi pelengkap kemajuan perekonomian suatu bangsa, namun menjadi bagian penting dalam pembangunan perekonomian negara, sebagaimana Malaysia dan Uni Emirat Arab (UEA) tengah menikmati pertumbuhan ekonomi negaranya dengan mengembangkan industri halal, dan menjadi leader industri halal dunia seperti yang dilaporkan dalam laporan State of the Global Islamic Economy Report 2019/20:

Besarnya kontribusi belanja produk halal bagi umat Islam di dunia, ditengarai menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dunia saat ini. Berdasarkan laporan tersebut, diproyeksikan masing-masing sektor akan meningkat seiring dengan permintaan produk halal dunia. Untuk sektor makanan dan minuman halal, diprediksi akan mencapai nilai USD 1,97 triliun pada tahun 2024. Sektor keuangan Islam (syariah), diprediksi meningkat sebesar USD 3,5 triliun pada tahun 2024 (Sukoso, Wiryawan, Kusnadi, & Sucipto, 2020).

Perkembangan konsep halal dari pangan kepada bidang non pangan turut memicu perkembangan industri halal. Landasan dari definisi ini berdasarkan UU 33 Pasal 1 yang berbunyi:

Produk adalah barang dan/jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Keterkaitan dengan industri halal dengan pasal ini adalah sesuai dengan definisi dari industri sebagai suatu usaha, proses atau kegiatan pengolahan bahan baku baik bahan mentah ataupun bahan setengah jadi agar menjadi barang yang bernilai ekonomis lebih tinggi dan bermanfaat bagi masyarakat.

Dari enam sektor yang ada, makanan halal merupakan pilar industri halal terbesar dilihat dari sisi *revenue*. Hingga tahun 2014, *market share* sektor ini ditingkat dunia mencapai 17 persen, dengan capaian yang masih terus bertambah. Dari sisi permintaan, Muslim terhadap makanan halal diperkirakan mencapai angka USD 1,9 miliar pada tahun 2021 (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018).

Adapun di era digital saat ini, bahkan ada pula yang tidak memiliki toko serta untuk memasarkan produk, barang, jasa secara online dan belum memiliki perizinan usaha. Pelaku usaha dengan karakteristik tersebut dapat ditemukan disekitar kita baik itu saudara, tetangga, teman atau kita sendiri.

Dari namanya UMKM memang memiliki kepanjangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), namun jangan salah si kecil ini memiliki kontribusi yang sangat besar dan krusial bagi perekonomian kita secara makro. Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (2017), sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%) sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. (UMKM Indonesia, 2018).

Dari banyaknya UMKM yang terus berkembang saat ini membuat kita mempertanyakan rantai ekosistem kehalalannya sebagai seorang muslim. Indonesia menjadi salah satu Negara yang di dominasi umat muslim mempunyai potensi signifikan terhadap laju perekonomian syariah secara kompeten sehingga sangat memungkinkan apabila di targetkan menjadi pusat dunia dalam ekonomi. Dalam hal ini, ketersediaan instrument seperti halnya ekosistem halal dan tingginya tingkat kepedulian terhadap produk ramah muslim turut menjadi poin pelengkap.

Salah satu strategi yang digunakan untuk mewujudkan tujuan Indonesia sebagai pusat perekonomian syariah dunia adalah dengan menguatkan rantai nilai halal dalam beberapa klaster di antaranya makanan dan minuman halal.

Menurut Porter Halal *Value-Chain* (HVC) memiliki makna secara bahasa yang berarti rantai nilai, sedangkan secara istilah adalah kegiatan menyeluruh dalam proses pembuatan produk atau jasa dari mengubah input menjadi output yang bernilai bagi pelanggan dan dapat dikatakan halal. Rantai nilai mendefinisikan sembilan kegiatan yang secara strategis relevan, lima kegiatan primer dan empat kegiatan pendukung. Kegiatan primer meliputi logistik kedalam atau memasukkan bahan dalam bisnis, operasi atau mengubah bahan menjadi produk akhir, logistik keluar atau mengirimkan produk akhir, Memasarkan produk, yang meliputi penjualan, Memberikan layanan produk (Subianto Pratiwi, 2019).

Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mengetahui permasalahan di setiap rantai nilai adalah menggunakan *Value Chain Analysis* (Suseno, Arifin, & Sutrisno, 2020). Peningkatan nilai dalam aktifitas industri halal di Indonesia didukung pula oleh peningkatan kesadaran akan pentingnya konsumsi sektor industri halal dari penduduk Indonesia yang merupakan 12,7% dari populasi penduduk muslim dunia.

Kesadaran inilah yang pada akhirnya merubah gaya hidup akan konsumsi barang produksi. Perubahan ini berdampak signifikan pada tren gaya hidup halal atau halal *lifestyle* yang menjadi indikator universal sehingga diterima dan diikuti untuk semua kalangan masyarakat (Annisa, 2019).

Adanya analisis rantai nilai (*Value Chain*) pada UMKM agar adanya keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) yang guna dapat menghasilkan nilai tambah bagi para pelaku UMKM dan dapat bersaing dari perolehan input, pengolahan, output, pemasaran, Karena dalam perdagangan nasional maupun internasional persaingan produk lokal semakin ketat. Tingginya tingkat persaingan memaksa pelaku UMKM untuk memiliki keunggulan kompetitif dalam usahanya.

Diketahui juga bahwa UMKM memiliki produksi yang tinggi dan sangat berkembang, terutama pada sektor usaha kuliner, tetapi masih sedikit sekali UMKM yang bergerak dibidang pangan yang menjamin ekosistem halal untuk pelaku konsumennya sendiri. *Value Chain Analysis* (VCA) dapat dimanfaatkan untuk menganalisis dan memaksimalkan nilai pada industri manufaktur. Pendekatan rantai nilai telah digunakan untuk menangkap interaksi pasar yang semakin dinamis dinegara negara berkembang.

Kota Medan dengan jumlah penduduk sebanyak 2.435.252 jiwa memiliki jumlah UMKM sebesar 696.217 unit usaha yang didominasi oleh sektor perdagangan dan kuliner. Berikut tabel data badan pusat statistik kota Medan tentang rincian jumlah penduduk kota Medan menurut kecamatan dan jenis kelamin tahun 2020:

Tabel 1 Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin

Wilayah	2020
	Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin (Jiwa)
	Laki-Laki Perempuan
Medan Tuntungan	97.249
Medan Johor	151.756
Medan Denai	169.643
Medan Area	117.029
Medan Kota	84.665
Medan Maimun	49.231
Medan Polonia	59.915
Medan Baru	36.522
Medan Selayang	103.176
Medan Sunggal	129.063
Medan Helvetia	164.910
Medan Petisah	71.844
Medan Barat	88.502
Medan Timur	116.985
Medan Perjuangan	103.813
Medan Tembung	146.534
Medan Deli	189.321
Medan Labuhan	133.765
Medan Marelan	182.515
Medan Belawan	108.967

Medan	2.235.252
-------	-----------

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Medan 2020

Dari data tabel di atas Medan Marelan memiliki jumlah penduduk terbesar kedua setelah kecamatan Medan Deli. Kecamatan Medan Marelan memiliki jumlah penduduk sebesar 162.267 jiwa. Kecamatan Medan Marelan merupakan kecamatan yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang begitu pesat di kota Medan.

Pertumbuhan ekonomi yang begitu pesat tersebut didominasi oleh pesatnya pertumbuhan jumlah unit UMKM. Sektor UMKM di kecamatan Medan Marelan memberikan sumbangsih sebesar 9,7% dari total penduduk 162.267 jiwa.

Angka yang terlihat masih relatif kecil namun jika kita telusuri lebih dalam bahwa jika angka 9,7% tersebut kita asumsikan mampu membuka peluang lapangan pekerjaan untuk setiap unitnya sebanyak 2 orang tenaga kerja maka angka ini akan sangat luar biasa potensial dalam mengurangi angka pengangguran, kemiskinan sehingga dapat menciptakan pemerataan ekonomi yang stabil (Dwi Prabowo, 2018).

Umumnya, UMKM memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar. Perkembangan UMKM di kota Medan tercatat sebagai perkembangan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan daerah penyangga infrastruktur disekitarnya seperti Deli Serdang, Langkat, Binjai dan lain-lain.

Perkembangan UMKM yang tinggi di kota Medan merupakan suatu hal yang wajar, hal ini didukung oleh letak geografis dan demografisnya serta label kota metropolitan yang dilekatkan pada kota Medan. Kecamatan Medan Marelan merupakan salah satu daerah penyangga ekonomi kota Medan. Ini didukung dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di daerah tersebut.

Kecamatan Medan Marelan dinilai sebagai kecamatan dengan tingkat kesibukkan aktifitas yang super tinggi. Jumlah penduduk yang padat terlihat dari aktifitas lalu lintas yang super padat, geliat aktifitas ekonomi yang tiada henti. Ini sejalan dengan perkembangan UMKM yang cukup besar:

Tabel 2 Data Registrasi UMKM Terbaru Menurut Kelurahan Di Kecamatan Medan Marelan Tahun 2015-2017

No	Kelurahan	Jumlah UMKM (Unit)	Jenis usaha				
			Kuliner (Unit)	Perdagangan (Unit, Orang)	Industri (Unit)	Pertanian (Orang)	Jasa (Orang)
1	Tanah 600	113	24	50	16	5	12
2	Rengas Pulau	180	27	107	11	1	34
3	Terjun	252	21	168	16	6	41
4	Payah Pasir	26	5	11	3	2	5
5	Labuhan Deli	125	9	88	2	18	8
	2017	696	252	313	50	30	51
	2016	606	209	270	48	32	47
	2015	577	192	261	43	36	45

Sumber: Kantor Camat Medan Marelan 2017

Kecamatan Medan Marelan setiap tahunnya memiliki jumlah UMKM yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Bahkan di tahun 2015 jumlah registrasi terbaru UMKM sebanyak 577 dan meningkat di tahun 2016 sebanyak 606 hingga 2017 tumbuh sebesar 696 pelaku UMKM di kecamatan Medan Marelan. Kecamatan Medan Marelan memiliki 5 kelurahan dimana jumlah UMKM tertinggi berada di kelurahan Terjun yaitu sebanyak 252 dan tertinggi kedua yaitu kelurahan Rengas Pulau yaitu sebanyak 180 dan didominasi oleh jenis usaha perdagangan dan kuliner.

Ini merupakan suatu hal yang wajar karena kelurahan Terjun dan Rengas Pulau memiliki dua pasar yang merupakan pusat pasar di kecamatan Medan Marelan.

Sehingga mengakibatkan banyaknya usaha dengan jenis perdagangan dan kuliner memiliki jumlah yang terbesar. Apabila kita lihat di kecamatan Medan Marelan banyaknya kios, tokoyang banyak di daerah Titipapan atau disepanjang jalan Marelan Raya merupakan salah satu titik pusat geliat ekonomi di jantung perekonomian kecamatan Medan Marelan.

Bila dilihat dari angka populasi penduduk yang terus meningkat pesat, faktor masyarakat Medan Marelan bersifat konsumtif, serta proses produksi yang lebih mudah dan lain-lain. Hal ini yang membuat sektor UMKM khususnya jenis usaha perdagangan dan kuliner di kecamatan Medan Marelan yang mendominasi laju pertumbuhan jumlah UMKM. Sedangkan di kelurahan Paya Pasir jumlah UMKM terbatas terhitung merupakan jumlah yang terkecil yaitu dengan total hanya 26 pelaku UMKM saja. Hal ini disebabkan karena letak geografis serta demografisnya yang tidak mendukung seperti lokasi pemukiman warga yang berdampingan langsung dengan lokasi industri dengan skala besar dalam bentuk pabrikasi juga pergudangan (*warehouse*) serta jumlah penduduk di kelurahan Paya Pasir merupakan kelurahan dengan populasi penduduk yang lebih kecil dibanding kelurahan lain.

Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM di kecamatan Medan Marelan memerlukan perhatian khusus dari pemerintah daerah agar dapat terus mendorong serta mengoptimalkan program pengembangan UMKM lebih pesat lagi. Hal ini berarti Medan Marelan merupakan salah satu wilayah yang UMKM nya sangat berkembang pesat baik itu UMKM Kecil, Mikro, maupun Menengah. Namun, pertanyaannya apakah UMKM tersebut sudah menerapkan ekosistem halal yang sesuai mengingat konsumennya lebih dominan pada masyarakat muslim.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. Namun demikian, para pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan, seperti kualitas produk, keterbatasan permodalan, dan jaringan pemasaran. Salah satu solusi untuk mengatasi keterbatasan tersebut adalah memperkuat UMKM melalui analisis value chain management.

Kolaborasi diarahkan untuk berpikir strategis dalam menciptakan nilai produk atau jasa. UMKM juga harus fokus pada tingkat integritas unit bisnisnya. Dalam rantai nilai dioptimalkan melalui analisis *value chain* manajemen yang bernilai *excellent*.

Jadi UMKM bisa diarahkan agar memiliki performance yang superior melalui analisis prinsip operasional *value chain* manajemen yang efektif serta *strategic positioning* yang tepat pada rantai nilainya agar bisa bertahan dan berkembang lebih maju lagi.

Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dihubungkan berdasarkan luasnya aspek, maka secara garis besar identifikasi masalah pada penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

1. Belum adanya jaminan rantai ekosistem halal *value chain* pada pelaku UMKM Medan Marelan
2. Banyaknya UMKM Medan Marelan yang berkembang pesat diragukan memenuhi rantai halal *value chain* untuk menjamin konsumen
3. UMKM belum memanfaatkan *value chain* guna meningkatkan daya saing

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang terbentuk berdasarkan identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana penerapan ekosistem rantai halal *value chain* pada pelaku UMKM Medan Marelan?
2. Bagaimana *value chain* menghasilkan nilai tambah bagi para pelaku UMKM Medan Marelan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis sejauh mana penerapan ekosistem rantai halal *value chain* pada pelaku UMKM Medan Marelan
2. Untuk menganalisis *value chain* dalam menghasilkan nilai tambah bagi para pelaku UMKM Medan Marelan

E. Manfaat Penelitian

Dalam penulisan ini, penulis berharap dapat memberikan dua manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta perkembangan teori ilmu pengetahuan terkait dengan ekosistem rantai halal dan *value chain* guna nilai tambah untuk bersaing bagi para pelaku UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan referensi, informasi, wawasan, serta diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti lainnya

- b. Bagi UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pelaku usaha ditingkat usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mengembangkan usahanya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari 5 Bab dan di setiap Bab memiliki Sub Bab adalah sebagai berikut : (UMSU, 2018)

1. BAB I Pendahuluan, yaitu berisikan gambaran umum mengenai arah penelitian yang dilakukan. Pada Bab ini memiliki Sub Bab yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
2. BAB II Landasan Teoritis, yaitu berisikan teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Pada Bab ini memiliki Sub Bab yang terdiri dari kajian pustaka dan kajian penelitian terdahulu.
3. BAB III Metodologi Penelitian, yaitu berisikan tentang pengungkapan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam penelitian secara operasional. Pada Bab ini memiliki Sub Bab yang terdiri dari rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, kehadiran peneliti, tahapan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pemeriksaan keabsahan temuan.
4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yaitu deskripsi mengenai informasi gambaran umum subjek penelitian, di antaranya yaitu mengenai lokasi penelitian, data maupun peristiwa penting yang berhubungan erat dengan topik peneliti. Pada Bab ini memiliki Sub Bab yang terdiri dari deskripsi penelitian, temuan penelitian dan pembahasan.
5. BAB V Penutup, yaitu berisikan tentang cakupan dari kesimpulan dan saran yang terdapat dalam penelitian. Pada Bab ini memiliki Sub Bab yang terdiri dari Simpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Ekosistem Halal

a. Pengertian Ekosistem Halal

Ekosistem Halal atau Industri Halal secara bahasa terdiri dari dua kata, yaitu industri dan halal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa industri atau ekosistem adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan pralatan, misalnya mesin. Sedangkan Halal artinya diizinkan (tidak dilarang oleh syariah), sehingga industri atau ekosistem halal diartikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan yang diizinkan oleh syariat Islam (Sukoso et al., 2020, p. h. 48).

Analisis rantai nilai meliputi seluruh aktifitas yang terangkum dalam suatu rantai nilai, seperti sumber bahan baku, bahan produksi, pemasaran, distribusi dan penyampaian kepada konsumen akhir. Ketersediaan produk adalah kiat secara konsisten dan efisien untuk memberi pelanggan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dengan mudah diterima oleh pelanggan. (Marpaung, Hafiz, Koto, & Dari, 2021).

Kata “halal” berasal dari bahasa Arab, yaitu halla, halal, hill, dan ahalla, yang berarti sah, boleh, suci dan lain sebagainya (Hamid, 2012). Halal dalam bahasa Arab هلال yang berarti diizinkan, juga dapat di baca hallal atau halal yaitu mengacu pada apa yang diizinkan atau halal dalam hukum Islam (Amir & Tjibtosubroto, 2019). Sedangkan secara etimologi, halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Adinugraha & Sartika, 2019).

Halal juga berasal dari bentuk derivative kata حلال yang berarti “diizinkan”. Halal merupakan sesuatu yang mubah atau diperkenankan, yang terlepas dari ikatan larangan dan diizinkan oleh pembuat syariat (Asnawi & Ibrahim, 2018). Halal berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan dan membolehkan. Dalam kaitannya dengan hukum syarak, halal memiliki dua pengertian yaitu, pertama, segala sesuatu yang tidak dikenakan dosa apabila menggunakannya dan kedua, segala sesuatu yang telah perbolehkan syarak baik untuk mengerjakannya atau memanfaatkannya.

Pengertian pertama menunjuk bahwa kata halal menyangkut kebolehan (mubah) menggunakan benda-benda atau apa saja seperti kosmetika, minyak wangi, dan lain-lain. Pengertian kedua berkaitan dengan kebolehan memanfaatkan dan mengerjakan sesuatu yang kesemuannya ditentukan berdasarkan nash seperti makan, minum, termasuk mengkonsumsi obat-obatan.

Halal adalah sesuatu yang jika digunakan atau dikonsumsi tidak mengakibatkan mendapat dosa (siksa) dan tidak dilarang agama Islam. Atas dasar tersebut, umat Islam mengkonsumsi barang yang dijamin kehalalan dan kesuciannya. Menurut ajaran Islam mengkonsumsi yang halal, suci, dan baik merupakan perintah agama dan hukumnya adalah wajib. Adapun ayat yang menjelaskan tentang halal terdapat dalam Q.S. al-Baqarah:168 sebagai berikut:

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

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 nyata bagimu. (Departemen Agama, 2012).

Dalam tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah menyebutkan sebagai pemberi karunia kepada mereka, bahwa Dia memperbolehkan mereka makan dari semua apa yang ada di bumi, yaitu yang diharamkan bagi mereka lagi baik dan tidak membahayakan tubuh serta akal mereka, sebagai karunia dari Allah melarang mereka mengikuti langkah-langkah setan, yakni jalan-jalan dan sepak terjang yang digunakan untuk menyesatkan para pengikutnya, seperti mengharamkan bahirah (hewan unta bahirah), saibah (hewan unta saibah), wasilah (hewan unta wasilah), dan lain sebagainya yang dihiaskan oleh setan terhadap mereka dalam masa jahiliah (Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, 2007).

Halal juga merupakan istilah yang secara khusus digunakan dalam ajaran Islam yang artinya diizinkan atau sah. Saat ini konsep tentang halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman semata, akan tetapi menjadi sesuatu yang sifatnya luas seperti aktivitas, tingkah laku, cara berpakaian, cara memperoleh rezeki dan sebagainya serta menyatu pada berbagai lini kehidupan manusia khususnya umat muslim (Muslihati, 2020).

Bagi umat muslim mengkonsumsi makanan dan minuman halal merupakan suatu kewajiban dan manifestasi dari ketaqwaan terhadap Allah SWT sebagaimana terdapat dalam surat An-Nahl (16):114 yang berbunyi:

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

Artinya: Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya (Departemen Agama RI, 2015).

Ayat ini menjelaskan bahwasanya konsumsi makanan dan minuman yang baik serta halal adalah suatu keharusan karena akan berdampak pada kualitas nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh disamping mengandung nilai akhlaqul karimah oleh karena hati menjadi jernih ketika mengkonsumsinya.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa yang di maksud dengan halal disini adalah suatu makanan ataupun produk yang dikonsumsi oleh konsumen benar-benar dalam keadaan suci, tanpa adanya campuran dengan yang berbau haram, misalnya menggunakan minuman keras pada makanan atau produk. Halal juga sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen dalam sebuah produk.

Thomson Reuters bekerja sama dengan Dinar Standard yang termuat di dalam *State of the Global Islamic Report* edisi 2019 menyebutkan bahwa industri halal atau ekosistem halal terdiri dari sector-sektor yang produk dan layanan utamanya secara struktural dipengaruhi oleh Hukum Islam, didorong oleh nilai-nilai gaya, gaya hidup konsumen dan praktik bisnis Islam.

Menurut Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang berbunyi:

Produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan yang dimaksud dengan Produk Halal adalah Produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Untuk memastikan kehalalan suatu produk maka terdapat jaminan produk halal. Jaminan Produk Halal (JPH) adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu Produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal (Perpres, 2014).

Halal harus mencakup dua aspek, yaitu halal secara lahiriah dan batiniah. Halal secara lahiriah menyangkut dengan sesuatu yang melekat pada panca indera, khususnya penglihatan, penciuman dan pendengaran.

Ekosistem halal mencakup tiga industri utama, yang meliputi makanan dan gaya hidup, perjalanan serta keuangan Islam. Hal tersebut menjadikan ekosistem halal sebagai platform bagi para pemain industri halal untuk dapat merambah ke pasar produk halal yang menguntungkan di seluruh dunia.

Lebih lanjut, industri produk halal diharapkan dapat berkordinasi dan berintegrasi membentuk pasar halal dalam suatu paradigma ekonomi baru yaitu ekosistem halal global. Dalam ekosistem halal global tersebut, industri halal global memiliki peluang untuk melayani penduduk Muslim di dunia. Selain itu, konsumen industri halal dinilai bersifat universal dengan nilai-nilai bersama. Konsumen industri halal terutama umat muslim tetapi juga termasuk orang lain diluar agama Islam yang memiliki nilai-nilai yang sama (Bafadhal, 2020).

Selain itu, alat-alat yang digunakan untuk memproduksi produk tidak bercampur dengan alat yang terkena barang haram atau digunakan untuk memproduksi produk haram. Selanjutnya untuk penggunaan bahan baku, pekerja dan teknik pengerjaan harus sesuai dengan standar halal (Rahmawati, 2017).

b. Kriteria Ekosistem Halal

Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) merupakan sistem manajemen terintegrasi yang disusun, diterapkan dan dipelihara untuk mengatur bahan, proses produksi, produk, sumber daya manusia dalam rangka menjaga kesinambungan proses produksi halal.

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. Dasar penentuan halal haramnya makanan bagi seorang muslim terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا
إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya : “Sesungguhnya Allah Hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Departemen Agama, 2012)

Dalam tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah Ta’ala juga memberitahukan bahwa Dia tidak mengharamkan makanan- makanan itu kecuali bangkai saja, yaitu binatang yang mati dengan sendirinya, tanpa disembelih. Selain itu, Allah SWT juga mengharamkan daging babi, baik yang disembelih maupun yang mati dengan sendirinya. Lemak babi termasuk dalam hukum dagingnya, karena secara generalisasi, atau karena dagingnya mengandung lemak, atau melalui cara qiyas (analogi) menurut suatu pendapat.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa binatang yang disembelih tanpa menyebut nama Allah akan dikatakan haram adapun yang dimaksud kedalam haram yaitu bangkai, darah, babi dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah. Hewan yang diharamkan akan berubah statusnya menjadi haram jika mati karena terbentur, tercekik, jatuh karena ditanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhala.

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالِدَّمَ وَالْحُمُّ الْحَنْزِيرُ وَمَا أَهَلَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَفَّةُ وَالْمَوْفُودَةُ وَالْمُنْتَرِدِيَّةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْوَاجِ لَكُمْ فِي سِقِّ الْيَوْمِ يَيْسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِيْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala.

Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir Telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Ku-sempurnakan untuk kamu agamamu, dan Telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan Telah Kuridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (Departemen Agama RI, 2015).

Berdasarkan ayat Al-Qur'an diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan makanan halal adalah makanan yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam mulai dari proses pemotongan, pencucian, penyimpanan, hingga pengemasan.

Sehingga terjamin kualitas dan status kehalalan atau dapat dikatakan defenisi halal *value chain* sebagai upaya/strategi pada sektor industri halal bagi produsen untuk dapat bersaing diindustri yang sama dengan tujuan menjaga dan mempertahankan kehalalan produk sampai ke tangan konsumen sehingga mampu meningkatkan peluang masyarakat dalam meningkatkan daya saing produk yang dijual bagi pelaku UMKM.

Secara teknis dapat dijelaskan bahwa produksi merupakan proses perubahan input menjadi output. Salah satu mata rantai konsumsi yaitu produksi. Kegiatan produksi akan menghasilkan dan menyediakan barang dan jasa yang merupakan kebutuhan konsumen. Produksi menjadi suatu hal yang sangat penting dalam bisnis, karena akan menjadikan sebuah produk barang atau jasa yang akan dibutuhkan oleh masyarakat (Ahyar & Abdullah, 2020).

Kriteria SJPH: Kalimat yang menjelaskan persyaratan yang harus dipenuhi perusahaan dalam rangka menerapkan SJPH sehingga dihasilkan produk halal secara konsisten. Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) ada 11, yaitu sebagai berikut:(Sukoso et al., 2020).

1) Kebijakan Halal

Manajemen Puncak harus menerapkan kebijakan halal dan mensosialisasikannya kepada semua pemegang saham perusahaan.

2) Tim Manajemen Halal

Manajemen Puncak harus menetapkan Tim Manajemen Halal, yang mencakup semua bagian yang terlibat dalam kegiatan penting dan memiliki tugas, tanggung jawab, dan wewenang.

3) Pelatihan dan Pendidikan

Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk melakukan pelatihan. Ini harus dilakukan minimal setahun sekali dan termasuk kriteria kelulusan untuk kompetensi pribadi.

4) Bahan

Bahan yang diperoleh tidak boleh berasal dari babi dan turunannya, khamar (minuman beralkohol), turunan khamar hanya diperoleh dengan pemisahan fisik, darah, bangkai, dan bagian dari tubuh manusia.

5) Produk

Merek atau produk tidak boleh menggunakan nama yang mengarah ke terlarang (haram). Produk ritel yang serupa dengan yang beredar di Indonesia harus terdaftar penuh untuk sertifikasi.

6) Fasilitas Produk

Lini produksi dan peralatan tambahan tidak boleh digunakan secara bergantian untuk menghasilkan produk halal dan produk yang mengandung babi atau turunannya.

7) Prosedur Tertulis Untuk Kegiatan Kritis

Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis mengenai pelaksanaan kegiatan kritis (pemilihan bahan baku, pembelian bahan, pemeriksaan materi yang datang, produksi, dan lain-lain). Yang memastikan semuanya digunakan memenuhi kriteria halal.

- 8) Keterlacakan
Perusahaan harus memiliki prosedur tertulis untuk memastikan bahwa kemampuan pencaharian produk bersertifikasi halal berasal dari bahan yang disetujui dan dibuat difasilitas produksi yang memenuhi kriteria fasilitas produksi.
- 9) Penangan Produk Tidak Memenuhi Kriteria
Perusahaan harus memiliki prosedur yang tertulis untuk menangani produk yang sudah dibuat dari bahan dan fasilitas yang tidak memenuhi kriteria halal.
- 10) Audit Internal
Perusahaan harus memiliki audit internal terhadap prosedur tertulis yang dilakukan berdasarkan jadwal, setidaknya 6 bulan sekali.
- 11) Kaji Ulang Manajemen
Manajemen Puncak harus meninjau keefektifan penerapan sistem jaminan produk halal setahun sekali atau lebih sering jika diperlukan. Hasil evaluasi harus diserahkan kepada yang bertanggung jawab.

c. Penguatan Pilar Industri Halal

Empat pilar dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia adalah:

- 1) Pemerintah
Pemerintah harus mendukung implementasi dari ekosistem halal dengan memberikan bantuan berupa pengadopsian dalam level yang cukup untuk berjalannya atmosfer syariah dan halal. Kebijakan harus diambil baik di level makro maupun mikro. Perundang-undangan telah selesai disusun oleh pemerintah. Melalui kementerian tenaga kerja, membentuk standard kompetensi kerja nasional Indonesia (SKKNI). Selain itu pemerintah juga dapat melakukan fasilitasi dengan baik komponen-komponen pembiayaan penjaminan halal. Sebagai contoh melakukan subsidi dan dukungan dana kepada UMKM untuk melakukan sertifikasi.

2) Infrastruktur

Infrastruktur juga disiapkan baik berupa logistik dan halal yang disetiap sektor yang berbeda sesuai dengan sektornya dengan kondisi dan karakter logistik yang berbeda pula.

Pada konteks infrastruktur sebagai pilar ekosistem industri halal, maka infrastruktur sebagai bagian dari persiapan logistik bahan baku dan sektor mata rantai (*supply chain*) yang nantinya akan mendukung penguatan berbagai industri aplikatif pangan.

3) Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM juga harus di kuatkan dengan pelatihan-pelatihan dan peningkatan kesadaran tentang pentingnya penjaminan halal. Hal ini tentu sangat mengkhawatirkan karena sampai saat ini masih banyak warna Negara Indonesia yang masih tidak sadar halal.

Peningkatan dan penguatan pilar SDM dapat dilakukan dengan penyadaran kebijakan halal dan pentingnya penjaminan halal di Indonesia. Persiapan pelaku industri halal juga harus di kuatkan dengan memberikan pelatihan-pelatihan baik terhadap kompetensi pekerjaan yang secara langsung berhubungan dengan halal, seperti penyelia dan auditor. Selain kedua hal tersebut juga perlu ditingkatkan kompetensi SDM pengujian bahan dan produk, serta segala kompetensi primer maupun sekunder sebagai bagian dari mata rantai ekosistem industri halal di Indonesia.

4) Pelayanan/Service

Terakhir adalah masalah pelayanan yang meliputi jasa keuangan dan pendanaan. Permasalahan utama dari keuangan syariah adalah permasalahan penyaluran, dimana pada akhirnya perlu di fikirkan tatacara yang legal dalam penyaluran dana-dana secara syariah. Selain itu juga harus dilakukan pelayanan berupa pendampingan-pendampingan kepada pelaku-pelaku usaha yang terkait dengan halal, terutama pelaku usaha berbentuk UMKM. Sektor prioritas halal di Indonesia, masih terkait dengan makanan dan minuman.

Kedepan pengelolaan sektor lain untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Indonesia melalui industri global halal ini adalah sektor-sektor seperti: pariwisata, kosmetik dan farmasi tentu saja sangat menjanjikan (Sukoso et al., 2020).

2. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

a. Pengertian UMKM

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan ataupun badan usaha dan sesuai dengan kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga dalam lingkup mikro. Kriteria UMKM dapat dibedakan antara lain meliputi dari usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Mujiatun & Manullang, 2021).

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Mujiatun & Manullang, 2021).

Dalam UU No.20 tahun 2008 menyebutkan bahwa usaha mikro, kecil, menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan sebagai proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro,kecil dan menengah adalah salah satu pilar ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik Negara (Handayani Tati, 2021).

b. Karakteristik UMKM

Tabel 3 Karakteristik UMKM

Jenis Usaha	Karakteristik
1. Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> 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 usaha belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai. f) Tingkat pendidikan rata-rata relative sangat rendah. g) Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian sudah akses kelembaga keuangan non bank. h) Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
2. Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> 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. g) Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha. h) Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. i) Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti business planning.
3).Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> a) Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. b) Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi.

	<ul style="list-style-type: none"> c) Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. d) Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan system akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk auditing dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan. e) Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan f) Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga. (Fauji & Ernestivita, 2019)
--	---

3. Value Chain

a. Pengertian Value Chain

Value Chain atau rantai nilai menjelaskan adalah seluruh aktifitas yang diperlukan untuk membawa produk sampai di tangan konsumen, mulai dari titik awal kegiatan produksi, transformasi fisik dari produk dan berbagai input jasa, serta menyampaikan produk/jasa tersebut kepada konsumen akhir sampai layanan purna jual setelah pembelian produk tersebut (Jannah, Yurisinthae, & Yusra, 2019).

Konsep value chain pertama kali diperkenalkan oleh Michael Porter pada tahun 1985 sebagai serangkaian kegiatan yang memiliki nilai tambah untuk menemukan keunggulan kompetitif suatu produk. Menurut Porter keunggulan kompetitif tidak bisa didapatkan hanya dengan melihat suatu perusahaan atau usaha secara tertutup. Keunggulan bersaing didapatkan dari berbagai macam langkah yang berlainan mulai dari proses desain produk, produksi, pemasaran, pendistribusian produk sampai dengan proses product support dan pelayanan yang saling berkaitan. Dalam suatu kegiatan usaha, meningkatkan nilai suatu produk/jasa adalah hal yang sangat penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif produk.

Istilah Value-Chain (rantai nilai) merupakan gambaran cara untuk memandang suatu usaha sebagai rantai aktivitas yang mengubah input menjadi output yang bernilai bagi para pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar yaitu, aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk dan aktivitas yang dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan. Analisis rantai nilai (*Value-Chain Analysis*) berupaya untuk memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi dan aktivitas-aktivitas yang ada dalam bisnis tersebut (Oktavima Wisdaningrum, 2013).

Menurut Shank dan Govindarajan *Value-Chain* merupakan alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk suatu produk. Rantai nilai (*Value-Chain*) ini berasal dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan, mulai dari pengolahan bahan baku sampai ketangan konsumen (Aniek Rumijati, Aris Soelistyo, Ratih Juliati, Eko Handayanto, Jihadi, Mursidi, Rahmat Wijaya, Rizki Febriani, Sandra Irawati, Sri Wibawani, Uci Yuliati, Bambang Widagdo, Mohammad Rofik, Sri Budi Cantika Yuli, Wahyu Hidayat, 2022).

Menurut Porter analisis Value-Chain merupakan analisis alat analisis strategik yang digunakan untuk memahami secara lebih baik terhadap keunggulan kompetitif.

Value-Chain dapat mengidentifikasi dimana pelanggan dapat menilai dan memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri (Purnawanto, 2012).

Analisis value chain juga berfungsi untuk mengidentifikasi tahap-tahap rantai nilai di mana industri dapat meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan dan mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan. Efisiensi biaya atau peningkatan nilai tambah dapat membuat industri lebih kompetitif (Imfazu Muhammad Yusuf & Pradesyah Riyan, Cut Ernita Julistia, 2021)

Berdasarkan pengertian ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Value Chain* merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan pada setiap tahapan atau langkah yang dilakukan, mulai dari tahap produksi hingga sampai kepada tangan konsumen untuk siap dikonsumsi, guna untuk meningkatkan nilai atau pemanfaatan pada barang atau jasa dan bernilai bagi pelanggan.

Value chain analysis adalah proses di mana sebuah perusahaan mengidentifikasi kegiatan utama dan bantuan yang menambah nilai produk, kemudian menganalisisnya untuk mengurangi biaya atau meningkatkan diferensiasi.

Value chain analisis merupakan strategi yang digunakan untuk menganalisis kegiatan internal perusahaan. Dengan kata lain, dengan melihat ke dalam kegiatan internal, analisis itu mengungkap di mana keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau kekurangannya. Perusahaan yang bersaing melalui keunggulan diferensiasi akan mencoba untuk melakukan kegiatan yang lebih baik dari yang akan dilakukan pesaing. Jika bersaing melalui keunggulan biaya, ia akan mencoba untuk melakukan kegiatan internal dengan biaya lebih rendah dari pesaing. Ketika sebuah perusahaan mampu memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah dari harga pasar atau untuk memberikan produk-produk unggulan, ia memperoleh keuntungan (Suseno et al., 2020).

Value Chain Analysis (VCA) adalah alat diagnosis untuk mendukung proses perbaikan yang berkelanjutan di setiap level rantai nilai sebagai satu kesatuan. VCA dapat ini digunakan untuk memaparkan ketidakselarasan kegiatan-kegiatan. Operasional dan strategik dalam rantai nilai dan konsekuensi dari kesalahan alokasi sumber daya. Oleh karena itu dengan menggunakan VCA ada peluang peningkatan yang dapat membentuk nilai tambah dan keberlanjutan ekonomi suatu usaha.

Faktor-faktor produksi sebagai input untuk produk dan layanannya. VCA memungkinkan evaluasi sistematis dari

keseluruhan proses produksi dan distribusi/layanan dan dapat membantu mengidentifikasi ketidakefisienan yang diakibatkan oleh satu atau lebih disfungsionalitas dalam rantai nilai.

b. Pengertian Halal Value Chain

Halal *Value Chain* merupakan bagian dari upaya ataupun strategi pada sektor industri halal bagi produsen untuk dapat bersaing diindustri yang sama, di Indonesia memfokuskan halal value chain pada 6 sektor diantaranya adalah sektor makanan dan minuman halal, pariwisata halal, fashion muslim, media-rekreasi halal, farmasi-kosmetik halal dan energi halal.

Namun pada penelitian ini kami memfokuskan pada salah satu sektor dalam halal value chain ini yaitu sektor makanan dan minuman.

Adapun tujuan halal *value chain* ini untuk menjaga dan mempertahankan kehalalan produk sampai ke tangan konsumen atau pembeli (Al-Bara & Nasution, 2018).

VCA mampu memecahkan permasalahan yang dihadapi organisasi maupun lingkungan bisnis dalam untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. VCA dapat diadaptasi untuk memasukkan perspektif tambahan dalam menggabungkan nilai bersama, untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Suryandani & ..., 2021).

Halal Value-Chain merupakan upaya terintegrasi industri mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran dan konsumsi. Dalam menghasilkan produk yang halal, input bahan baku harus diperhatikan begitu juga halnya dengan teknologi pengolahan yang digunakan. Dari segi pengemasan juga harus mencerminkan kebersihan dan terjaga kehalalan sampai dengan produk akhir yang diterima konsumen muslim (Subianto & Pratiwi, 2018).

Berdasarkan pengertian halal *Value-Chain* diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa untuk menghasilkan produk/jasa yang benar- benar halal harus memperhatikan rantai nilai (*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 dibawah ini:

Gambar 1 Halal Value Chain Dalam Kegiatan Ekonomi



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa dalam menciptakan rantai nilai halal dengan mulai melihat kegiatan produksi, distribusi hingga pada kegiatan konsumsi. Adapun penjelasan dari gambar diatas yaitu:

- 1) Sebuah rantai nilai halal dari kegiatan produksi dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang menyangkut kepada ruang dan waktu tentang seluruh kegiatan produksi barang dan jasa yang memiliki nilai halalnya, serta sebuah kegiatan yang menambah nilai guna suatu barang menjadi lebih tinggi baik dari segi material maupun moral (halal). Yang termasuk dalam cluster ini yaitu negara, khususnya kegiatan ekonomi Islam dan keuangan Islam Internasional, dan yang terpenting sertifikat halalannya untuk semua lembaga yang memproduksi baik produsen jasa maupun barang dari majelis masing-masing.
- 2) Cluster rantai nilai halal dari aktivitas distribusi diartikan sebagai keadaan yang melibatkan ruang dan waktu mengenai semua kegiatan yang mengakibatkan perpindahan barang dan jasa yang memiliki nilai halal, serta kegiatan yang menjaga

nilai atau kegunaan barang yang ada agar lebih tinggi dari segi material dan moral (halal).

Cluster dalam kegiatan distribusi ini merupakan negara, swasta, dan jaringan atau industri IT yang meliputi hubungan dalam negeri dan luar negeri, terutama dalam kegiatan ekonomi Islam dan keuangan Islam internasional, dan yang terpenting sertifikat halalannya untuk semua lembaga distribusi, baik distribusi jasa maupun barang dari majelis ulama masing-masing (Amir & Tjibtosubroto, 2019).

- 3) Cluster rantai nilai halal dari kegiatan konsumsi diartikan sebagai suatu kondisi yang menyangkut ruang dan waktu tentang semua kegiatan pembelian 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 internasional, dan yang terpenting adalah sertifikasi halalannya terhadap seluruh lembaga konsumsi baik konsumen barang maupun jasa dari majelis ulama masing-masing.

c. Konsep *Value Chain*

Porter menggunakan kerangka rantai nilai guna untuk mempelajari bagaimana suatu perusahaan seharusnya dapat memposisikan dirinya di pasar serta didalam hubungan mereka dengan para pemasok, pembeli, dan pesaing.

Ide keunggulan kompetitif suatu kegiatan usaha dapat dilihat dengan bagaimana suatu kegiatan usaha dapat memberi konsumen suatu produk atau layanan yang nilainya setara dengan produk atau pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing, namun dengan menggunakan biaya yang lebih rendah dan

bagaimana suatu kegiatan usaha dapat menghasilkan produk atau layanan.

Meskipun harganya lebih mahal dibandingkan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan pesaing, namun tetap diminati oleh konsumen yang bersedia membayar lebih (Purnawanto, 2012).

Dalam kerangka Porter, rantai nilai memberikan alat yang dapat digunakan perusahaan untuk menentukan sumber keunggulan kompetitif mereka (baik sumber yang ada saat ini ataupun yang masih berupa potensi). Khususnya, dalam argumentasinya Porter menyatakan bahwa sumber-sumber keunggulan kompetitif tidak dapat terdeteksi hanya dengan melihat kondisi perusahaan secara keseluruhan, akan tetapi perusahaan tersebut harus diuraikan menjadi serangkaian kegiatan, dan keunggulan daya saing yang dimiliki perusahaan akan ditemukan disatu atau lebih kegiatan tersebut. Porter membedakan antara kegiatan utama yang secara langsung berkontribusi menambahkan nilai pada produk atau layanan yang dihasilkan oleh perusahaan, dan kegiatan pendukung, yang membawa efek tak langsung terhadap nilai akhir suatu produk.

Porter memperkenalkan gagasan bahwa daya saing suatu perusahaan tidak secara eksklusif atau semata-mata berhubungan dengan proses produksi. Daya saing suatu kegiatan usaha dapat dianalisis dengan cara melihat rantai nilai yang mencakup perancangan produk, pengadaan input atau sarana produksi, logistik, logistik eksternal, pemasaran, penjualan, purna jual, dan layanan pendukung seperti misalnya perancangan strategis, manajemen sumber daya manusia, dan kegiatan penelitian.

Porter selanjutnya mengajukan suatu model rantai nilai sebagai alat untuk mengidentifikasi cara-cara menghasilkan nilai tambah bagi konsumen yang mana ada model ini ditampilkan keseluruhan nilai yang terdiri dari aktivitas-aktivitas nilai dan

keuntungan (*margin*), aktivitas nilai dibagi menjadi lima aktivitas utama (*primary activities*) dan empat aktivitas pendukung (*support activities*).

Aktivitas utama digambarkan secara berurutan yaitu mulai dari membawa bahan baku ke dalam bisnis (*inbound logistic*), kemudian diubah menjadi barang jadi (*operating*), mengirimkan barang yang sudah jadi (*outbound logistic*), menjual barang tersebut (*marketing and sales*) dan memberikan layanan purna jual (*service*) (Sari, 2021).

Konsep porter tentang rantai nilai (*Value Chain*) merupakan konsep yang mengajarkan bahwa tujuan utama usaha bisnis untuk mewujudkan laba (*margin*) diproses dan akan diwujudkan melalui kerjasama antara aparatur operasi (*direct operating activities*) dan aparatur penunjang (*supporting activities*) (Oktavima Wisdaningrum, 2013). Rantai nilai mengidentifikasi sembilan kegiatan yang secara strategis relevan, lima kegiatan primer dan empat kegiatan pendukung. Kegiatan primer yaitu sebagai berikut:

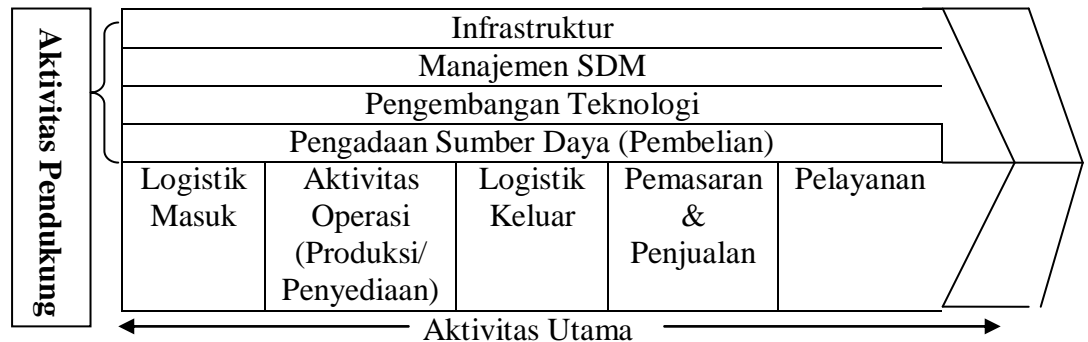
- 1) Logistik kedalam atau masukan bahan dalam bisnis.
- 2) Operasi atau mengubah bahan menjadi produk akhir.
- 3) Logistik keluar atau mengirimkan produk akhir.
- 4) Memasarkan produk, yang meliputi penjualan
- 5) Memberikan layanan produk.

Kegiatan pendukung yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengadaan.
- 2) Pengembangan teknologi.
- 3) Manajemen sumber daya manusia
- 4) Infrastruktur perusahaan, ditangani oleh departemen khusus.

Kegiatan Rantai Nilai (*Value Chain*) dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2 Kegiatan Rantai Nilai



Kegiatan dari aktivitas rantai nilai (Value Chain) dapat diuraikan, produk yang harus di proses atau disediakan memerlukan kerja sama berbagai pihak pelaksana kegiatan langsung (Direct Operating Function), yaitu:

1) Logistik Masuk

Pemasok yang akan mendukung terselenggaranya kegiatan logistik masuk. Logistik masuk melibatkan penerimaan dan penyimpanan bahan mentah dan penggunaannya muncul dalam manufaktur sebagai kebutuhan (Amir & Tjibtosubroto, 2019).

2) Aktivitas Operasi

Fungsi operasi atau departemen pabrikisasi yang akan melakukan pengolahan atas masukan (input) menjadi keluaran (output). Operasi berkaitan dengan proses mengubah bahan mentah menjadi barang jadi sedangkan untuk bisnis yang beroperasi dalam sektor jasa berkaitan dengan proses penyediaan layanan.

3) Logistik Keluar

Logistik keluar terkait dengan pergudangan dan distribusi produk jadi. Fungsi distribusi dan pergudangan yang akan menyimpan dan mengatur distribusi keluaran itu ke pasar.

4) Pemasaran dan Penjualan

Fungsi pemasaran dan penjualan yang akan memasukan atau menjual produk yang dihasilkan atau disediakan sejak dari

gudang perusahaan ke tangan konsumen. Pemasaran dan penjualan mengacu pada pilihan dan penerapan strategi pemasaran untuk mengkomunikasikan pesan pemasaran ke segmen target pelanggan dan generasi penjualan (Amir & Tjibtosubroto, 2019).

5) Pelayanan

Fungsi layanan pelanggan (*Customer Service atau Customer Relationship Management*), merupakan fungsi yang harus membina hubungan dengan parapelanggan, antara lain selalu mengingatkan kepada pelanggan akan produk yang disediakan atau diproduksi oleh perusahaan. Pemeliharaan hubungan dapat dibangun melalui hubungan korespondensi (surat berwartak, e-mail, atau melalui situs internet), atau melalui acara jamuan makan dengan para pelanggan utama perusahaan, pameran, dan kegiatan hubungan masyarakat.

Pelaksanaan aktivitas operasi tersebut memerlukan dukungan dari pihak aparaturn pendukung yang lazim disebut fungsi staf (*back office function*). Fungsi pendukung itu mencakup:

1) Infrastruktur

Menyangkut sturuktur organisasi yang menjelaskan hak dan kewajiban, pola hubungan formal antara semua pihak yang terkait, aturan tata kerja (standar operasi dan prosedur), dan aturan mengenai bonus. Infrastruktur akan menjelaskan pola arus komunikasi dan semua informasi sehingga semua pihak mengetahui cara dan prosedur kerja sama.

2) Manajemen SDM

Berfungsi untuk melakukan rekrutmen, penempatan, pengembangan, kompensasi, dan pemeliharaan karyawan. Kinerja yang baik dari manajemen sumber daya manusia akan menjamin ditariknya SDM yang berkualitas, yaitu sesuai

dengan tuntutan spesifikasi keahlian yang diperlukan oleh semua elemen organisasi.

3) Pengembangan Teknologi

Terutama yang berhubungan dengan perbaikan teknologi produksi dan teknologi informasi untuk menunjang terwujudnya *Customer Relationship* Manajemen. Adopsi teknologi maju akan menjadi penunjang terhadap usaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses kegiatan.

4) Pengadaan Sumber Daya (Pembelian)

Fungsi dari bidang ini adalah termasuk penyusunan anggaran yang menunjang aktivitas operasi langsung (*direct operating activities*) dan aktivitas pembelian sumber daya ekonomi yang diperlukan oleh organisasi atau perusahaan. Aktivitas tersebut mencakup pula pencarian mitra pemasok yang menguntungkan perusahaan.

Konsep rantai nilai dalam kerangka Porter memiliki penerapan yang ketat dalam bisnis. Sebagai konsekuensinya, analisis rantai nilai utamanya bertujuan untuk mendukung keputusan manajemen serta strategi pihak eksekutif. Model yang diciptakan oleh Porter berguna untuk mengidentifikasi beberapa kegiatan utama dan pendukung yang umum dijumpai pada berbagai kegiatan bisnis. Rantai nilai hanya menyoroti beberapa kegiatan khusus yang membuat perusahaan dapat menciptakan nilai dan dengan demikian menjadikan model ini alat yang berguna untuk menyederhanakan analisis.

Berdasarkan tahapan-tahapan dalam analisis *Value-Chain* diatas dapat disimpulkan bahwa, suatu perusahaan atau industri harus melakukan pembagian tugas kepada karyawan/pekerja, guna untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan ataupun industri. Dalam tahapan ini sangat membantu perusahaan/industri untuk menjalankan tugas-tugas yang telah diberikan kepada karyawan ataupun pekerja.

B. Kajian Peneliti Terdahulu

Tabel 4 Kajian Peneliti Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Uliyatul Mu'awwanah, Atik Mardiyah, Aprilia Sri Utami	Penguatan Halal <i>Value Chain</i> dalam Pemasaran Abon Lele melalui Adaptasi Digital	Persoalan mengenai industri makanan dan minuman halal yang terjadi disebabkan oleh belum adanya tolak ukur terhadap sertifikasi halal, sedangkan makanan dan minuman halal sebenarnya di sokong oleh UMKM yang belum mengedepankan standarisasi kehalalan produk. Sementara itu, sertifikasi halal dan industri makanan dan minuman menjadi satu paket yang dapat menunjang efektivitas perekonomian syariah di Indonesia.
2	Wulan Suryandani, Novi Kusumaningsih	Pengembangan Strategi Industri Kreatif Menggunakan <i>Value Chain Analysis</i>	Rantai nilai pada KUB Batik Tulis Lasem terdiri dari aktivitas primer (Inbound logistic, operation, outbond logistics, marketing & sales serta service). Sedangkan aktivitas pendukung terdiri dari procurement, technology development, human resource management, serta firm infrastructure. Untuk Prioritas startegi pengembangan diperoleh KUB harus melakukan: melakukan inovasi produk, memperbanyak variasi produk, menerapkan dan mengoptimalkan model pemasaran secara online, membuat kemasan produk yang menarik, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

3	Raudlatul Jannah, Erlinda Yurisinthae, Abdul Hamid A Yusra	Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>) Kerupuk Lidah Buaya (<i>Alovera</i>) Pada Ukm I Sun Vera Di Kota Pontianak	Proses pengolahan lidah buaya menjadi kerupuk lidah buaya pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak masih tergolong sederhana, karena dalam beberapa proses aktivitas rantai nilai, produk masih bersentuhan langsung dengan tenaga kerja. Rantai nilai kerupuk lidah buaya yang terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung masih terkendala pemeliharaan peralatan produksi, perluasan pemasaran, inovasi pengemasan produk, pembukuan keuangan yang masih sederhana dan perencanaan produksi ketika musim hujan dan ketika permintaan meningkat. Nilai tambah (<i>value added</i>) yang dihasilkan dari pengolahan lidah buaya menjadi kerupuk lidah buaya pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak masih tergolong rendah dengan nilai tambah Rp 2.830/produk dan rasio nilai tambah sebesar $47,17\% < 50\%$.
4	Agustian Suseno, Jauhari Arifin, Sutrisno	Analisis <i>Value Chain</i> Management pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia	Analisis strategi rantai nilai (<i>value chain</i>) bisa dijadikan solusi untuk UMKM bisa diarahkan untuk memiliki performance yang lebih superior melalui Analisis prinsip operasional manajemen yang efektif serta strategi <i>positioning</i> yang bisa memenangkan persaingan pasar maka ekosistem <i>value chain</i> harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu dan bervariasi. Analisis strategi rantai nilai (<i>value chain</i>) yang bisa dijadikan solusi untuk penguatan pelaku UMKM di Indonesia adalah utilisasi kapasitas melalui diferensiasi produk/jasa, mengomunikasikan keunggulan, kekhasan, keunikan dan digitalisasi proses bisnis atau menggunakan platform digital serta strategi <i>positioning</i> yang tepat akan mendorong bisnis menjadi optimal di

			mana <i>value chain</i> akan memastikan UMKM bertahan dan bahkan mendapatkan keuntungan yang lebih optimal.
5	Cut Ernita Julistia, Aulia Syarif Nasution, Muhammad Yusuf Imfazu, Riyan Pradesyah	Analisis Ekosistem Halal <i>Value Chain</i> Pada Umkm Di Kota Medan	UMKM di Kota Medan masih banyak yang belum memiliki sertifikasi halal terutama pada klasifikasi usaha mikro dan kecil. UMKM di Kota Medan sudah banyak yang menjalankan ekosistem halal walaupun banyak dari UMKM belum memiliki sertifikasi halal karena beberapa faktor, yaitu; faktor ketidaktahuan bagaimana tata cara mengurus dan mendaftarkan sertifikat halal MUI, Faktor biaya, berlaku pada UMKM yang masih baru dan terklasifikasi pada usaha mikro. Faktor ketidaktahuan manfaat lebih dalam ketika memiliki sertifikasi halal, Faktor berita tidak benar atau simpang siur yang beredar dimasyarakat bahwasanya mengurus sertifikasi halal itu sulit dan sangat mahal. juga dalam penelitian ini menemukan sikap masyarakat terhadap makanan yang sedang trend atau yang sedang populer di Kota Medan ternyata rata-rata masyarakat tidak melihat bahkan tidak memikirkan atau memperdulikan apakah makanan minuman tersebut halal tidaknya, tetapi masyarakat lebih menikmati popularitas dibandingkan makanan tersebut aman dan terjamin tidak kehalalannya.
6	Efrina Sari	Analisis Halal Value Chain Pada Proses Potong Ayam di Rumah UD. Ayam Segar Panyabungan	Analisis halal Value-Chain pada proses potong ayam di rumah potong UD. Ayam segar Panyabungan, hasil yang dapat diperoleh yaitu bahwa halal Value-Chain pada proses potong ayam di rumah potong UD. Ayam segar Panyabungan sudah efektif sesuai dengan syariat Islam, karena sudah memenuhi aktivitas utama halal <i>Value-Chain</i> yang terdiri

			<p>dari logistik masuk, aktivitas operasi, logistik keluar, penjualan dan pelayanan.</p> <p>Akan tetapi rumah potong UD. Ayam segar belum mempunyai sertifikat halal yang dikeluarkanpihak MUI dikarenakan kurangnya pemahaman tentang prosedur pembuatan sertifikat halal</p>
--	--	--	--

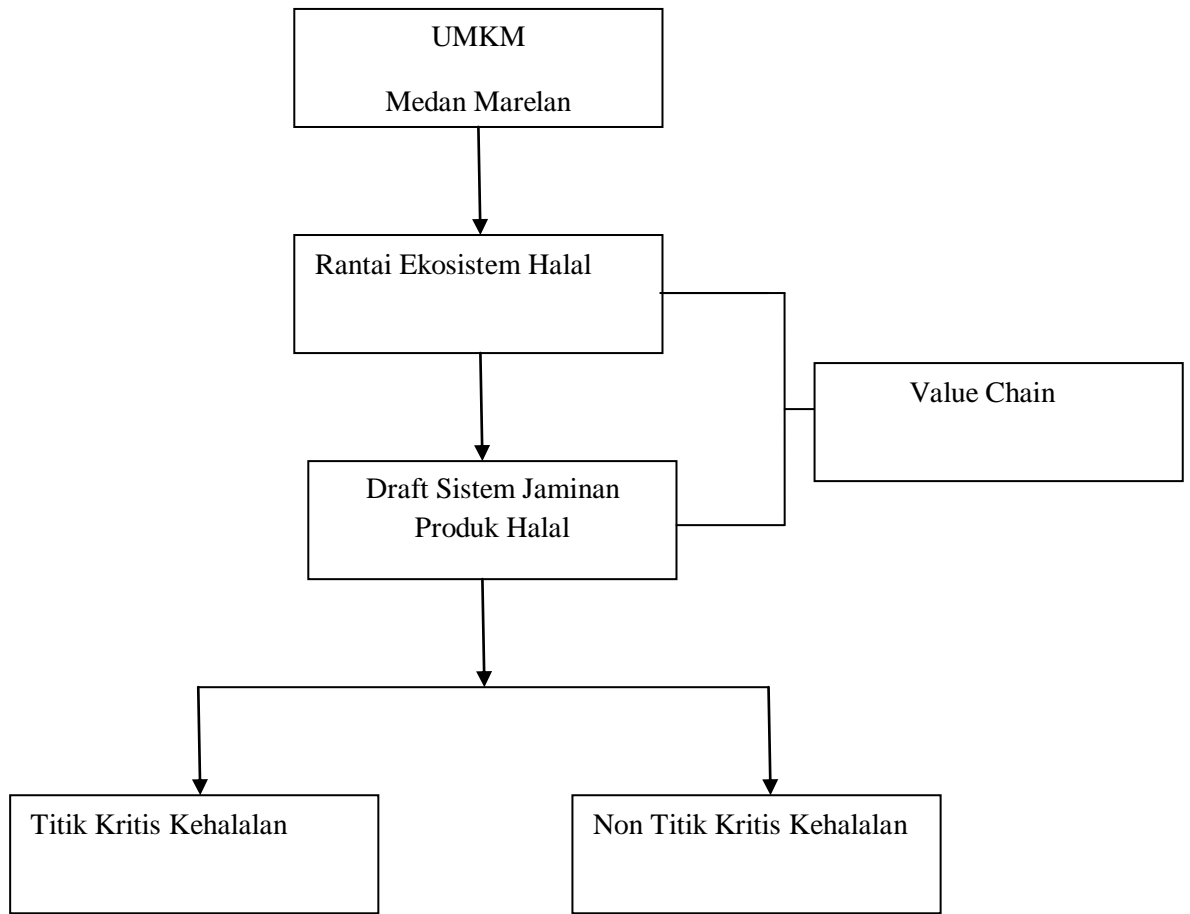
Dari keenam hasil penelitian tersebut, maka terdapat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada hasil penelitian tersebut yakni sama-sama menganalisis penambahan nilai tambah (*value chain*).

Perbedaan dari kelima peneliti terdahulu diatas terhadap penelitian yang akan dilakukan yaitu melihat tentang penambahan nilai tambah dilihat dari ekosistem yang dilangsungkan serta objek penelitian. Sedangkan persamaan penelitian ini yaitu dengan melihat hasil nilai tambah yang dilakukan para pelaku UMKM.

C. Kerangka Pemikiran

UMKM Medan Marelan menjadi objek peneliti yang akan dianalisis ekosistem halalnya yang disesuaikan dengan draft panduan sistem jaminan halal produk (SPJH) oleh MUI yang mana hasil analisis ekosistem halal dibagi menjadi dua bagian yaitu; titik kritis kehalalan dan non titik kritis kehalalan. Hasil dari eksosistem halal yang sesuai dengan draft panduan sistem jaminan halal (SPJH) juga akan dianalisis *value chain* nya.

Gambar 3 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan tidak tertulis yang berasal dari objek atau pelaku yang diamati, penelitian kualitatif berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna di balik suatu fakta dan hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan. melalui linguistik, bahasa dan kata-kata (Fitra Muh, 2017).

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi situasi tertentu atau dalam konteks tertentu serta hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan dalam penelitian kualitatif dapat mengubah urutan kegiatan tergantung pada kondisi dan gejala yang ditentukan (Rukin, 2019).

Data dalam penelitian kualitatif menitik beratkan pada kajian penelitian dan pokok permasalahan yang akan diteliti melalui penjelasan dimensi-dimensi yang menjadi pusat perhatian untuk pembahasan yang mendalam dan menyeluruh. Kemudian dari hasil data tersebut akan ditarik kesimpulan dari hasil analisis tersebut untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun tempat penelitian yang dilakukan di daerah Medan Marelan Kota Medan Sumatera Utara dan penulis melakukan penelitian ini mulai dari Juni 2022 Hingga Juli 2022.

Tabel 5 Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Jadwal Penelitian	Bulan/Mingguan																											
		Januari 2022				Februari 2022				Maret 2022				April 2022				Juli 2022				Agustus 2022				September 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul	■	■																										
2.	Penyusunan Proposal				■	■	■	■																					
3.	Bimbingan Proposal									■	■	■	■																
4.	Seminar Proposal													■															
5.	Pengumpulan Data														■	■	■	■	■										
6.	Bimbingan Skripsi																				■	■	■	■	■				
7.	Sidang Skripsi																											■	

C. Sumber Data Penelitian

Data menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah informasi atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar suatu penelitian (analisis atau kesimpulan).

Data kualitatif adalah data yang tidak berupa angka-angka tetapi diperoleh dari rekaman, observasi, wawancara atau bahan tertulis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data mentah yang di ambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan tersebut sebelumnya tidak ada (Juliandi, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dan observasi langsung dengan beberapa pedagang UMKM-UMKM daerah Medan Marelan Kota Medan Sumatera Utara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diambil peneliti tetapi oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka, buku-buku dan dari berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan ekosistem halal dan *value chain* terhadap UMKM. Serta pendokumentasian dilakukan dengan mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, baik dalam bentuk tertulis seperti buku, majalah, jurnal, dokumen, laporan dan lain-lain maupun dalam bentuk gambar.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:(Salim, 2012).

a. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu teknik pengumpulan data dari buku, jurnal dan segala bentuk jenis data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

b. Observasi

Observasi yaitu teknik atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap obyek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.

c. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan yang bertujuan, antara dua orang (tetapi kadang-kadang lebih) yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu pencatatan data yang telah valid. Pendokumentasian dilakukan dengan mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, baik dalam bentuk tertulis

seperti buku, majalah, jurnal, dokumen, laporan dan lain-lain maupun dalam bentuk gambar.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menafsirkan data yang telah dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah untuk menghasilkan informasi tertentu. Analisis data kualitatif adalah menganalisis data pada data – data yang tidak berbentuk angka dan umumnya tidak menggunakan statistic (Juliandi, 2014).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, yaitu menganalisis data yang menitikberatkan pada permasalahan yang ada sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan. ditarik dan diverifikasi.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisa kualitatif.

Langkah-langkah analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip oleh sugiyono, yaitu sebagai berikut :

- 1) Data *Reduction* (Reduksi Data) Menurut sugiyono, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Data-data penunjang yang akan dikumpulkan peneliti dalam penelitian ini yaitu data-data yang berkaitan dengan Halal Value Chain pada UMKM Medan Marelan.
- 2) Data *Display* (Penyajian Data) Menurut Miles dan Huberman, sebagaimana dikutip dalam buku Sugiyono, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah

dengan teks dan naratif. Pada tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah dikumpulkan dalam bentuk uraian singkat, bagan, flowchart, dan sebagainya. Hal ini bermaksud untuk menghindari adanya kesalahan data karena data yang terkumpul beraneka ragam, oleh karena itu pada tahap ini peneliti akan melakukan penyusunan data-data yang telah diperoleh. Data-data yang telah didapatkan peneliti dari lapangan.

- 3) *Conclusion* (Pengambilan Kesimpulan) Langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Pada tahap akhir data yang tersaji harus dapat menjawab rumusan masalah yang dikemukakan sejak awal. Sehingga memperoleh kesimpulan halal Value-Chain pada UMKM Medan Marelan.

F. Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan kriteria triangulasi sumber data untuk pengecekan data. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan suatu temuan dengan memperbaiki teoritis, metodologis, dan interpretasi suatu penelitian yang memanfaatkan sesuatu dari luar data untuk keperluan pengecekan atau perbandingan data.

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal (Denzin, Norman K, Yvonna S, 2009).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Medan Marelan

Wilayah Marelan dulunya merupakan wilayah Kesultanan Deli yang dijadikan perkebunan dengan hak konsesi dari Sultan. Pada masa itu bukan hanya Belanda, banyak investor dari berbagai negara datang ke Deli untuk membuka perkebunan. Ada Amerika, Inggris, Jerman, Swiss, Prancis, Polandia, Ceko dan Belgia. Komoditas yang ditanam semula adalah tembakau, namun kemudian berkembang ke komoditas lain seperti karet, kopi, lada, pala, kelapa sawit, dan teh. Kebun-kebun tersebut ada yang diberi nama dengan nama lokal dan ada pula dengan istilah asing. Nama-nama perkebunan ini banyak yang masih dipakai hingga saat ini. Salah satunya adalah perkebunan Maryland. Dirk A. Buiskool dalam artikel "*A plantation city on the east coast of Sumatra 1870 - 1942*" menyebutkan bahwa Maryland merupakan salah satu perkebunan disekitar Medan dengan nama Inggris. Maryland sendiri merupakan nama salah satu Negara Bagian Amerika Serikat yang dulunya merupakan koloni Inggris. Nama perkebunan Maryland atau Maryland Estate inilah yang akhirnya menjadi nama daerah Marelan (Wikipedia, 2022).

Penggunaan Nama Marelan sebagai nama salah satu Kecamatan di kota Medan dimulai pada tahun 1992, dimasa Walikota Medan dijabat H. Bachtiar Jafar. Pada saat itu dibentuk kecamatan Medan Marelan sebagai kecamatan baru. Dasar hukumnya adalah Peraturan Pemerintah (PP) No. 35 tahun 1992, yang ditetapkan tanggal 13 Juli 1992. Isinya mengatur tentang pembentukan 18 kecamatan di propinsi Sumatera Utara. Untuk kota Medan, kecamatan yang dibentuk adalah kecamatan Medan Marelan dan kecamatan Medan Perjuangan.

Berdasarkan PP-35 tahun 1992, wilayah Kecamatan Medan Marelan dibentuk dari sebagian wilayah kecamatan Medan Labuhan dan sebagian wilayah kecamatan Medan Deli. Wilayah Medan Marelan yang berasal dari Medan Labuhan meliputi wilayah Kelurahan Labuhan Deli, Kelurahan Rengas Pulau dan Kelurahan Terjun. Sedangkan wilayah dari Kecamatan Medan Deli meliputi Kelurahan Tanah Enam Ratus.

2. Kondisi Geografis Medan Marelan

Kecamatan Medan Marelan adalah salah satu kecamatan yang ada di Kota Medan, yang memiliki luas wilayah terbesar ketiga setelah Medan Labuhan dan Medan Belawan, dengan luas wilayah sebesar 23.82 km². Pada tahun 2020, kecamatan Medan Marelan mempunyai penduduk sebesar 182.515 jiwa. Luasnya adalah 23,82 km² dan kepadatan penduduknya adalah 7.662 jiwa/km². Sementara pada tahun 2021, jumlah penduduk kecamatan ini sebanyak 185.191 jiwa. Kecamatan Medan Marelan terdiri dari 6 kelurahan yaitu: Kelurahan Labuhan Deli, Kelurahan Paya Pasir, Kelurahan Rengas Pulau, Kelurahan Tanah Enam Ratus, Kelurahan Terjun.

Kecamatan Medan Marelan adalah Kecamatan baru yang dahulunya di kelilingi oleh persawahan. Seiring berjalannya waktu Kecamatan Medan Marelan berkembang begitu pesat karena banyaknya pendatang baru yang menetap di Kecamatan Medan Marelan, sehingga mengakibatkan bannyaknya pembangunan dimana mana. Secara geografis, wilayah kecamatan medan marelan berbatasan langsung dengan :

Sebelah Utara : Kecamatan Medan Belawan

Sebelah Selatan : Kabupaten Deli Serdang

Sebelah Barat : Kabupaten Deli Serdang

Sebelah Timur : Kecamatan Medan Labuhan

Sebagai salah satu kecamatan di Kota Medan, suku penduduk di kecamatan ini cukup beragam. Suku Jawa, Melayu Deli, Batak dan Tionghoa merupakan suku yang paling banyak di kecamatan ini. Selain itu, ada juga suku lain seperti, Minang, Sunda, India, Nias, Pesisir, Bugis dan lainnya. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri tahun 2021, penduduk kecamatan Medan Marelan sangat beragam dalam agama yang dianut.

Adapun persentasi penduduk kecamatan Medan Marelan berdasarkan agama yang dianut ialah, yang memeluk agama Islam sebanyak 89,90%, kemudian Kristen sebanyak 5,39% dimana Protestan 4,85% dan Katolik 0,54%. Pemeluk agama Buddha dari keturunan Tionghoa sebanyak 4,59% dan sebagian kecil lainnya adalah Hindu 0,11% dan Konghucu 0,01%. Sementara untuk rumah ibadah, terdapat 53 masjid, 16 vihara dan 13 gereja.

3. Kondisi Topografi Medan Marelan

Letak Kecamatan Medan Marelan di atas permukaan laut adalah 0-5 meter. Berdasarkan topografinya daerah ini terletak pada ketinggian 0-5 meter dengan luas wilayah 23,82 km² yang tidak berpengaruh banyak karena kecamatan medan marelan di dominasi oleh dataran dan tidak banyak yang bergelombang. Dan jarak antar Kecamatan Medan Marelan dengan kantor Walikota Medan yaitu 22 km. Medan Marelan merupakan kecamatan dengan luas wilayah terbesar ketiga setelah Medan Labuhan dan Medan Belawan. Komoditi tanaman pangan unggulan di Kecamatan Medan Marelan yaitu padi dan juga sayuran, akibat lahan berkurang sehingga lambat laun semakin berkurang, Di karenakan banyak pembangunan. Kecamatan Medan Marelan berdasarkan letak topografinya yang bersebelah dengan pinggiran laut sehingga hasil tangkapan ikan juga menjadi unggulan.

4. Kondisi Demografi Medan Marelan

Jumlah populasi penduduk di Medan Marelan tercatat sebanyak 185.191 jiwa. Dengan Jumlah pendidikan sebanyak:

Tabel 6 Jumlah Pendidikan di Kecamatan Medan Marelan

No	Jenis Pendidikan	Keterangan
1	SD / Sederajat	54 unit
2	SLTP / Sederajat	15 unit
3	SLTA / Sederajat	10 unit
4	Akademi	2 unit
5	Universitas	-

Tabel 7 Jumlah Air dan Energi di Kecamatan Medan Marelan

No	Pelanggan	Jumlah
1	Air Minum	983
2	Listrik Negara	25.949
3	Gas Negara	463

Tabel 8 Jumlah Kesehatan di Kecamatan Medan Marelan

No.	Sarana	Jumlah
1	Rumah Sakit	3 unit
2	Puskesmas	4 unit
3	Balai Pengobatan Umum	18 unit
4	Balai Kesehatan Ibu dan Anak	9 unit

5. Kondisi Sosial Medan Marelan

Sarana ibadah tiap umat di Kecamatan Medan Marelan sudah cukup banyak terkecuali kelenteng yang cuman ada di Kelurahan Rengas Pulau. Sarana infrastruktur di Kecamatan Medan Marelan rata – rata baik yang bisa tercermin dari kondisi jalan Kecamatan Medan Marelan dimana pajang jalan Kecamatan Medan Marelan pada tahun 2016 yaitu 127,6 Km. dan menurut kondisi jalannya Aspal sepanjang 88,7 Km, dan Beton sepanjang 38,3 Km dan kondisinya baik sepanjang 124.3 Km dan rusak berat sepanjang 3.3 Km. Sedangkan Jumlah Perdagangan:

Tabel 9 Jumlah Perdagangan di Kecamatan Medan Marelan

No	Jenis Perdagangan	Keterangan
1	Pasar Tradisional	2 unit
2	Plaza / Mall	2 unit
3	Swalayan/Mini Market	4 unit
4	Dealer Mobil Toyota	1 unit
5	Pergudangan	7 unit

Tabel 10 Jumlah Sarana Olahraga di Kecamatan Medan Marelan

No.	Sarana	Jumlah
1	Sepak bola	3 unit
2	Bola Volly	10 unit
3	Bulutangkis	15 unit
4	Futsal	26 unit

Tabel 11 Jumlah Perusahaan Industri di
Kecamatan Medan Marelan

No	Industri	Jumlah
1	Besar/Sedang	3 unit
2	Kecil	11 unit
3	Rumah Tangga	7 unit

Tabel 12 Jumlah Lembaga Keuangan
di Kecamatan Medan Marelan

No.	Lembaga	Jumlah
1	Bank	4 unit
2	Leasing/Finance	2 unit
3	Valuta Asing	0 unit
4	Koperasi	3 unit
5	Pegadaian	2 unit

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Penerapan Rantai Ekosistem Halal Value Chain Pada Pelaku UMKM

Pada penelitian yang dilakukan penulis dengan wawancara kepada 20 UMKM yang bergerak dibidang kuliner makanan dan minuman terdapat hasil wawancara dari lapangan hanya 16 UMKM yang terjamin kehalalan ekosistemnya dan 4 UMKM lagi yang belum terjamin kehalalan ekosistemnya. Berdasarkan analisis penelitian tentang ekosistem kehalalan pada UMKM yakni sebagai berikut:

Tabel 13

Data Penerapan Rantai Ekosistem Halal Value Chain Pada Pelaku UMKM

No	Nama Pewawancara	Non Titik Kritis Kehalalan	Titik Kritis Kehalalan
1	Zaid Nadawi	✓	
2	Irwansyah, S.H	✓	
3	Hadi Sulistyو	✓	
4	Herman		✓
5	Rivani Silvana	✓	
6	Hafnizar Nasution	✓	
7	Fara	✓	
8	Legiatik		✓
9	Sri Lestari		✓
10	Eka Agus Hariani	✓	
11	Kiki	✓	
12	Juliani	✓	
13	Annisa Litun	✓	
14	Ardiansyah	✓	
15	Citra	✓	
16	Siti Khodijah	✓	
17	Ody		✓
18	Halimah	✓	
19	Widya Utari	✓	
20	Dania Rahmadani	✓	
Total		16	4

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa pemilik UMKM telah mengetahui dan menjalankan rantai ekosistem halal dengan baik dibandingkan dengan pemilik UMKM yang belum terjamin ekosistem kehalalannya dikarenakan tidak mengetahui apa dan bagaimana rantai ekosistem halal. Kurangnya pengetahuan mengenai ekosistem halal tersebut dapat merugikan pihak konsumen.

Padahal dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang termasuk produk halal terkait makanan dan minuman yang digunakan oleh masyarakat pada produk yang masuk, mewajibkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal.

Pengetahuan tentang ekosistem halal adalah hal yang mendasar bagi para pelaku UMKM muslim untuk menjalankan usahanya. Pelaku UMKM harus memperhatikan ekosistem mulai dari memastikan tahap awal dari proses pembelian produk, pencucian, penyimpanan, pengemasan hingga proses akhir yaitu pendistribusian. Sehingga konsep halal pada makanan dan minuman dijelaskan secara komprehensif bermaksud makanan dan minuman halal mencerminkan kebaikan (*thayyib*) pada setiap aspek lain seperti sehat, bersih, higienis, dan benar secara moral. Dalam penelitian ini, dianalisis pengetahuan ekosistem halal dalam menjalankan usahanya berdasarkan alat ukur yang sudah dijelaskan diatas:

- a. Pak Zaid Pemilik Usaha Canai Cikgu, beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan tentang rantai ekosistem halal sehingga juga sudah menerapkan rantai ekosistem halal dalam menjalankan usahanya tersebut. Walau beliau mengatakan ada bahan yang didapatnya dari impor tetapi beliau mengatakan rantai ekosistem halal tetap berjalan sebagaimana mestinya.
- b. Pak Irwansyah Pemilik Usaha Aneka Kue Manis dan Gorengan, beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan tentang rantai ekosistem halal walaupun produk makanan yang dijualnya diambil dari orang lain atau bisa dikatakan beliau resellernya namun sebelum menjalankan usahanya beliau ikut melihat bagaimana proses produksi hingga produk makanan siap dijual kembali olehnya.
- c. Pak Hadi Sulistyو Pemilik Usaha Mie Balap, beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan tentang rantai ekosistem halal sehingga juga sudah menerapkan ekosistem halal dalam menjalankan usahanya tersebut.
- d. Walau beliau mengatakan ketika harga naik sering menjadi kendala terutama ketika harga cabai naik, namun beliau mengantisipasinya

dengan mengurangi porsi yang dijualnya sehingga bahan-bahan yang lain tetap menggunakan bahan-bahan yang sama dengan terjamin kehalalannya.

- e. Pak Herman Reseller Usaha Es Dawet Ayu, beliau mengatakan belum terlalu paham tentang bagaimana rantai ekosistem halal, beliau juga menjual produk es nya dengan mengambil dari orang lain artinya beliau hanya supplier. Beliau hanya tau produk yang ia jualkan kembali dibuat oleh yang Muslim juga jadi dia tidak pernah ikut serta melihat langsung proses pembuatan produk es yang beliau jual tersebut.
- f. Ibu Rivani Silvana Pemilik Usaha Menjamoe, beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan rantai ekosistem halal dan sudah menerapkannya dalam menjalankan usahanya. Walau kendala ketika harga naik menjadi kendala seperti pada saat pandemi harga Jahe yang melonjak tinggi sehingga proses produksi menurun.
- g. Ibu Hafnizar Nasution Pemilik Usaha Mie dan Cookies, beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan rantai ekosistem halal dan menerapkannya dalam menjalankan usahanya.
- h. Ibu Fara Pegawai Usaha Mom Cakes, beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan rantai ekosistem halal dan menerapkannya dalam menjalankan usahanya. Beliau mengatakan kendala yang dihadapinya karena banyaknya pesaing yang menjual produk yang sama sehingga strategi yang harus beliau lakukan dengan sesekali mengadakan discount.
- i. Ibu Legiatik Pemilik Usaha Jual Mie Sop Dan Kue Kering Legiatik, beliau mengatakan belum terlalu paham tentang rantai ekosistem halal seperti apa sehingga dalam proses membuat produk beliau menggunakan teknik dan caranya yang beliau tau.
- j. Ibu Sri Lestari Pemilik Catering Makanan Bu Sri, beliau mengatakan belum terlalu paham tentang rantai ekosistem halal seperti apa tetapi beliau mengatakan produk yang dijualnya adalah semua makanan halal.

- k. Ibu Eka Agus Hariani Pemilik Usaha Aneka Kue dan Roti Tasya , beliau mengatakan sudah mengetahui dan menjalankan rantai ekosistem halal sehingga dalam menjalankan proses produk yang dibuat beliau sudah menerapkannya. Beliau mengatakan setiap kali ganti karyawan, beliau mengajarkan dari awal sampai produk tersebut ke tangan konsumen agar ekosistemnya tetap terjaga walau karyawan sering berganti.
- l. Ibu Kiki Pegawai Erna Kue, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem dan menjalankan halal dan sudah menerapkannya walaupun beliau bilang usaha yang dijalankannya termasuk baru.
- m. Ibu Juliani Pemilik Toko Keripik, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal dan sudah menjalankan walau berbagai macam kendala yang sudah pernah beliau hadapi tetapi tetap konsisten dengan rantai ekosistem halal.
- n. Ibu Annisa Litun Pegawai Rotee Bunda, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal dan sudah menjalankan. Walau beliau mengatakan harga bahan utama yakni telur sering sekali harganya tidak stabil tetapi beliau terus mengusahakan rantai ekosistem halal berjalan.
- o. Pak Ardi Pemilik Usaha Sans Coffe, karyawan beliau mengatakan tidak terlalu tahu apa dan bagaimana rantai ekosistem halal, tetapi karyawan tersebut mengatakan semua makanan yang dijual adalah makanan-makanan yang halal.
- p. Ibu Citra Pemilik Mega Burger, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal dan sudah menjalankannya dari awal berjalannya usaha hingga sampai saat ini.
- q. Ibu Siti Khodijah Pemilik Usaha Risol Frozen, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal sehingga beliau sudah menjalankannya dalam menjalankan usahanya.
- r. Pak Dedy Ody Karyawan Romansa Coffe, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal tetapi belum menjalankannya dengan baik.

Beliau mengatakan terkadang membeli buah-buahan dipasar kepada bukan yang sesama muslim dikarenakan harga yang lebih murah dan langganan buah yang ia beli sedang kosong stok buahnya.

- s. Ibu Halimah Pemilik Putri Kripik, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal dan sudah menjalankannya dengan baik sampai sekarang.
- t. Ibu Widya Utari Pemilik Toko Tari Bakery, karyawan beliau mengatakan tidak terlalu paham tentang rantai ekosistem halal tetapi karyawan mengatakan pemilik toko dapat menjamin produk yang dijualkan terjamin kehalalannya.
- u. Ibu Dania Rahmadani Pegawai Dimsum Super, beliau mengatakan sudah mengetahui rantai ekosistem halal dan sudah menerapkannya dalam menjalankan usahanya.

2. Analisis Data Value Chain Menghasilkan Nilai Tambah Bagi Pelaku UMKM

Analisis rantai nilai meliputi seluruh aktifitas yang terangkum dalam suatu rantai nilai, seperti: desain, sumber bahan baku, bahan intermediari, produksi, pemasaran, distribusi dan penyampaian kepada konsumen akhir. Selain itu analisis rantai nilai berfungsi untuk mengidentifikasi tahap-tahap rantai nilai di mana industri dapat meningkatkan nilai tambah (Value chain) bagi pelanggan dan mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan. Efisiensi biaya atau peningkatan nilai tambah (Value added) dapat membuat industri lebih kompetitif.

Dari data penelitian yang dilakukan dengan wawancara kepada 20 UMKM yang ada di daerah Medan Marelan maka terlihat *value chain* (nilai tambah) dari ekosistem halal yang dijalankan para pelaku UMKM tersebut ialah:

Tabel 14

Data Value Chain Menghasilkan Nilai Tambah Bagi Pelaku UMKM

No	Nama Pelaku UMKM	Menghasilkan Value Chain	Tidak Menghasilkan Value Chain
1	Zaid Nadawi	✓	
2	Irwansyah,	✓	
3	Hadi Sulisty		✓
4	Herman		✓
5	Rivani Silvana	✓	
6	Hafnizar Nasution	✓	
7	Fara	✓	
8	Legiatik		✓
9	Sri Lestari		✓
10	Eka Agus Hariani		✓
11	Kiki		✓
12	Juliani		✓
13	Annisa Litun		✓
14	Ardiansyah		✓
15	Citra		✓
16	Siti Khodijah,	✓	
17	Ody		✓
18	Halimah		✓
19	Widya Utari	✓	
20	Dania Rahmadani	✓	
Total		8	12

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa lebih banyak yang tidak menghasilkan *value chain* dikarenakan kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengetahui *value chain* (nilai tambah) untuk menghasilkan nilai produk juga guna mengurangi biaya-biaya yang tidak dibutuhkan. Sebanyak 12 UMKM yang tidak mengetahui hal itu, sementara hanya 8 dari 20 UMKM yang telah mengetahuinya.

Artinya banyak pelaku UMKM yang menjalankan usahanya hanya sebatas menjalankan usahanya tanpa mengidentifikasi dan menganalisis kegiatan rantai ekosistemnya.

Seharusnya pelaku UMKM yang menjalankan usahanya harus sudah mengetahui *value chain* dalam mengidentifikasi rantai ekosistemnya guna menemukan kelemahan yang terjadi diseluruh rantai ekosistem dari

bahan mentah hingga aktivitas pelayanan pelanggan juga dan juga guna melihat suatu keunggulan perusahaan.

Dalam penelitian ini dianalisis rantai ekosistem yang dijalankan guna melihat value chain bagi pelaku UMKM:

- a. Pak Zaid Pemilik Usaha Canai Cikgu :Merasa diuntungkan dengan mengidentifikasi value chain dari ekosistem halal guna meningkatkan usaha sehingga sudah menerapkannya.
- b. Pak Irwansyah Pemilik Usaha Aneka Kue Manis dan Gorengan : Merasa penting guna melihat rantai ekosistem berjalan dengan baik atau tidak sehingga sudah menerapkannya.
- c. Pak Hadi Sulistyو Pemilik Usaha Mie Balap :Tidak mengetahui seperti apa guna value chain sehingga belum menerapkannya.
- d. Pak Herman Reseller Usaha Es Dawet Ayu :Kata value chain terdengar baru oleh beliau sehingga belum menerapkannya.
- e. Ibu Rivani Silvana Pemilik Usaha Menjamoe :Sudah menerapkan untuk mengidentifikasi rantai ekosistem yang telah dijalankan sehingga sudah menerapkannya.
- f. Ibu Hafnizar Nasution Pemilik Usaha Mie dan Cookies :Sudah mengidentifikasi value chain dari ekosistem halal untuk melihat rantai mana yang harus ditingkatkan sehingga sudah menerapkannya.
- g. Ibu Fara Pegawai Usaha Mom Cakes :Menggunakan value chain untuk dapat bersaing sehingga sudah menerapkannya.
- h. Ibu Legiatik Pemilik Usaha Jual Mie Sop Dan Kue Kering Legiatik :Belum Memahami kegunaan value chain sehingga belum menerapkannya.
- i. Ibu Sri Lestari Pemilik Catering Makanan Bu Sri :Baru mendengar kata value chain sehingga beliau belum menerapkannya.
- j. Ibu Eka Agus Hariani Pemilik Usaha Aneka Kue dan Roti Tasya : Belum menerapkannya karena kurangnya pengetahuan tentang value chain.

- k. Ibu Kiki Pegawai Erna Kue : Belum ingin menerapkan value chain dikarenakan tidak ingin rumit.
- l. Ibu Juliani Pemilik Toko Keripik :Belum ingin menerapkan juga karena ketidaktahuan beliau sehingga belum menerapkan value chain.
- m. Ibu Annisa Litun Pegawai Rotee Bunda :Baru mendengar kata value chain sehingga belum diterapkannya value chain dalam mengidentifikasi ekosistem rantai.
- n. Bapak Ardiansyah Pemilik Usaha Sans Coffe :Merasa tidak perlu menerapkan value chain sehingga value chain tidak diterapkan dalam mengidentifikasi rantai ekosistem.
- o. Ibu Citra Pemilik Mega Burger :Tidak ingin menerapkan karena tidak ingin rumit sehingga value chain tidak diterapkan dalam mengidentiikasi rantai ekosistem.
- p. Ibu Siti Khodijah Pemilik Usaha Risol Frozen :Sudah menerapkan value chain untuk penurunan biaya-biaya yang tidak diperlukan sehingga value chain sudah diterapkan.
- q. Bapak Ody Karyawan Romansa Coffe :Belum menerapkan value chain karena beliau merasa belum perlu diterapkan dalam menjalankan usahanya.
- r. Ibu Halimah Pemilik Putri Kripik :Belum menerapkan value chain karena minimnya pengetahuan tentang itu sehingga value chain belum diterapkan.
- s. Ibu Widya Utari Pemilik Toko Tari Bakery :Value chain dapat meningkatkan keuntungan untuk UMKM sehingga sudah diterapkannya value chain untuk mengidentifikasi ekosistem rantai.
- t. Ibu Dania Rahmadani Pegawai Dimsum Super :Menerapkan value chain untuk melihat ekosistem rantai mana yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi UMKM sehingga susah diterapkannya value chain.

C. Pembahasan

1. Hasil Analisis Penerapan Rantai Ekosistem Halal Value Chain Pada Pelaku UMKM

Dalam penelitian yang dilakukan dilapangan dari 20 UMKM yang telah diwawancarai oleh peneliti sebanyak 16 dari pelaku UMKM tersebut telah memperhatikan kegiatan ekosistem halal atau dapat dikatakan kegiatan yang memproses atau mengolah produk dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan syariah. Artinya dari penelitian yang dilakukan lebih banyak pelaku UMKM yang sudah menjalankan kegiatan ekosistem halal dengan baik.

Walaupun pelaku UMKM mengatakan memiliki beberapa faktor kendala dalam menjalankan ekosistem halal yaitu:

1. Harga yang tidak stabil

Dengan harga untuk produk yang mereka buat tidak stabil maka mereka harus mencari cara untuk mensiasati agar ekosistem halal tetap berjalan dengan baik tetapi UMKM juga dapat bertahan. Salah satunya dengan mengurangi jumlah porsi produk yang mereka jualkan dari yang biasanya, dan ada juga yang terpaksa menaikkan harganya.

2. Dampak Pandemi

Dampak pandemi membuat sistem kebijakan yang tidak boleh berjualan diatas jam yang sudah ditentukan sehingga ketika ada razia dan melanggar akan kedapatan sanksi.

Tetapi hal-hal tersebut tidak membuat mereka meninggalkan ekosistem halal. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari konsumen mereka adalah muslim sehingga mereka harus menjamin ekosistem kehalalan guna dapat bersaing ditengah meroketnya *halal food and drink* yang semakin berkembang pesat dan beraneka ragam.

Ekosistem halal berarti bukan hanya sebagai penjamin untuk konsumen muslim tetapi dengan adanya ekosistem halal yang berjalan dengan baik maka UMKM-UMKM dapat terus bertahan bahkan berkembang di era industri halal yang sedang berkembang pesat bahkan

pemerintah juga ikut berpartisipasi dalam industri halal yang sedang berkembang pesat.

Walaupun begitu, hasil penelitian dilapangan juga menunjukkan ada 4 dari pelaku UMKM yang ekosistem kehalalannya masih dipertanyakan. Artinya masih ada pelaku UMKM yang tidak memperhatikan ekosistem halal dalam menjalankan UMKM. Padahal pelaku muslim harusnya memperhatikan ekosistem kehalalan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah ada, bahkan pemerintah sendiri ikut berpartisipasi dengan membuat UU tentang jaminan produk halal. Peneliti menemukan beberapa faktor ekosistem kehalalan yang masih dipertanyakan:

1. Faktor ketidaktahuan seperti apa ekosistem halal tersebut
2. Faktor ketidakpedulian pentingnya ekosistem halal

Maka dengan adanya faktor-faktor permasalahan ekosistem halal tersebut peneliti menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada, yakni sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang jurusannya manajemen bisnis syariah bisa mensosialisasikan atau dengan adanya kegiatan KKN setiap tahunnya dapat membantu untuk menambah wawasan UMKM tentang pentingnya ekosistem halal
2. Peran pemerintah terkait terutama MUI dapat membuat seputar *workshop* atau pelatihan terkait ekosistem halal yang dijalankan UMKM

2. Analisis Data Value Chain Menghasilkan Nilai Tambah Bagi Pelaku UMKM

Dan dalam penelitian terkait value chain menghasilkan nilai tambah bagi pelaku UMKM hanya sebanyak 8 dari 20 UMKM yang menghasilkan nilai tambah bagi pelaku UMKM padahal menjaga rantai halal sama dengan dapat menambah nilai (value chain) bagi usahanya. Dan sebanyak 12 dari 20 UMKM yang ekosistemnya tidak menghasilkan *value chain* dalam menjalankan kegiatan ekosistemnya.

Hal itu berarti, yang tidak menghasilkan value chain lebih dominan padahal menjaga rantai halal sama dengan dapat menambah nilai (*value*

chain) bagi usahanya. Peneliti menemukan beberapa faktor ekosistem halal tidak menghasilkan *value chain*:

1. Faktor ketidaktahuan bagaimana cara menganalisis ekosistem sehingga dapat menghasilkan nilai tambah (*value chain*)
2. Faktor awam yang baru mendengar kata *value chain*
3. Faktor tidak ingin rumit

Maka dengan adanya faktor-faktor permasalahan tersebut peneliti menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada, yakni sebagai berikut:

1. UMKM dapat mengikuti seminar atau pelatihan gratis yang dibuat oleh pemerintah
2. Mensosialisasikan pentingnya *value chain* untuk dapat bersaing dan bertahan sehingga pelaku UMKM tertarik untuk menjalankan *value chain*

Berdasarkan penelitian dari (Mu'awwanah, Mardiyah, & Utami, 2021) yang berjudul Penguatan Halal *Value Chain* dalam Pemasaran Abon Lele melalui Adaptasi Digital. Persoalan mengenai industri makanan dan minuman halal yang terjadi disebabkan oleh belum adanya tolak ukur terhadap sertifikasi halal, sedangkan makanan dan minuman halal sebenarnya di sokong oleh UMKM yang belum mengedepankan standarisasi kehalalan produk.

Sementara itu, sertifikasi halal dan industri makanan dan minuman menjadi satu paket yang dapat menunjang efektivitas perekonomian syariah di Indonesia.

Penelitian dari (Suseno et al., 2020) yang berjudul Analisis Value Chain Management pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Analisis strategi rantai nilai (*value chain*) bisa dijadikan solusi untuk UMKM bisa diarahkan untuk memiliki performance yang lebih superior melalui Analisis prinsip operasional manajemen yang efektif serta strategi positioning yang bisa memenangkan persaingan pasar maka ekosistem *value chain* harus bisa menyediakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu dan bervariasi. Analisis strategi rantai nilai (*value chain*) yang bisa

dijadikan solusi untuk penguatan pelaku UMKM di Indonesia adalah utilisasi kapasitas melalui diferensiasi produk/jasa, mengomunikasikan keunggulan, kekhasan, keunikan dan digitalisasi proses bisnis atau menggunakan platform digital serta strategi positioning yang tepat akan mendorong bisnis menjadi optimal.

Dimana value chain akan memastikan UMKM bertahan dan bahkan mendapatkan keuntungan yang lebih optimal.

Penelitian dari (Imfazu Muhammad Yusuf & Pradesyah Riyan, Cut Ernita Julistia, 2021) yang berjudul Analisis Ekosistem Halal *Value Chain* Pada Umkm Di Kota Medan. UMKM di Kota Medan masih banyak yang belum memiliki sertifikasi halal terutama pada klasifikasi usaha mikro dan kecil.

UMKM di Kota Medan sudah banyak yang menjalankan ekosistem halal walaupun banyak dari UMKM belum memiliki sertifikasi halal karena beberapa faktor, yaitu; faktor ketidaktahuan bagaimana tata cara mengurus dan mendaftarkan sertifikat halal MUI, Faktor biaya, berlaku pada UMKM yang masih baru dan terklasifikasi pada usaha mikro, Faktor ketidaktahuan manfaat lebih dalam ketika memiliki sertifikasi halal.

Faktor berita tidak benar atau simpang siur yang beredar dimasyarakat bahwasanya mengurus sertifikasi halal itu sulit dan sangat mahal. juga dalam penelitian ini menemukan sikap masyarakat terhadap makanan yang sedang trend atau yang sedang populer di Kota Medan ternyata rata-rata masyarakat tidak melihat bahkan tidak memikirkan atau memperdulikan apakah makanan minuman tersebut halal tidaknya, tetapi masyarakat lebih menikmati popularitas dibandingkan makanan tersebut aman dan terjamin tidak kehalalannya.

Adapun penelitian dari (Sari, 2021) yang berjudul Analisis Halal Value Chain Pada Proses Potong Ayam di Rumah UD. Ayam Segar Panyabungan. Analisis halal Value-Chain pada proses potong ayam di rumah potong UD. Ayam segar Panyabungan, hasil yang dapat diperoleh yaitu bahwa halal Value-Chain pada proses potong ayam di rumah potong UD. Ayam segar Panyabungan sudah efektif sesuai dengan syariat Islam,

karena sudah memenuhi aktivitas utama halal Value-Chain yang terdiri dari logistik masuk, aktivitas operasi, logistik keluar, penjualan dan pelayanan. Akan tetapi rumah potong UD. Ayam segar belum mempunyai sertifikat halal yang dikeluarkan pihak MUI dikarenakan kurangnya pemahaman tentang prosedur pembuatan sertifikat halal.

Jadi adapun hasil analisis dari 20 UMKM terkait ekosistem halal ialah sebagai berikut:

Tabel 15 Terkait Analisis Ekosistem Halal

No	Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase
1	Titik Kritis Kehalalan	4	80%
2	Non Titik Kritis Kehalalan	16	20%
Jumlah		20	100%

Dapat dilihat pada tabel tersebut, titik kritis kehalalan pada makanan dan minuman sebagai parameter halal atau tidaknya ekosistem yang dijalankan.

Hasil dari penelitian deskriptif memperoleh kategori baik berdasarkan garis kontinum pada non titik kritis kehalalan yang artinya kegiatan proses ekosistem yang dijalankan pedagang aman dan terjamin kehalalannya.

Sedangkan, pada jumlah rata-rata pada titik kritis kehalalan memperoleh kehalalan sebesar 20% yang artinya kegiatan ekosistem yang berlangsung belum baik.

Diketahui apabila terjadi kesalahan dalam menetapkan kebijakan halal, tim manajemen halal yang tidak bertanggung jawab, prosedur yang tidak dijalankan, bahan yang tidak halal dan turunannya, produk yang mengarah kea arah terlarang, fasilitas produk yang tercampur dengan yang haram, tidak memiliki prosedur tertulis untuk pelaksanaan kegiatan kritis, tidak memastikan pencaharian produk halal, tidak meninjau penerapan jaminan produk. Peneliti menemukan pelaku UMKM menjalankan kegiatan ekosistem halal tersebut dikarenakan:

1. .Pelaku UMKM tersebut Muslim sehingga baginya suatu keharusan menjaga ekosistem halal
2. Konsumen yang lebih dominan muslim sehingga menjadi

keharusan untuk menjaga ekosistem halal untuk mempertahankan konsumen

3. *Halal food and drink* yang semakin berkembang pesat membuat pelaku UMKM harus menjaga ekosistem halal guna mampu bertahan dan bersaing.

Sedangkan pada hasil analisis value chain menghasilkan nilai tambah atau tidak bagi pelaku UMKM terdapat hasil sebagai berikut:

Tabel 16 Terkait Analisis *Value Chain*

No	Keterangan	Jumlah UMKM	Persentase
1	Menghasilkan Value Chain	8	40%
2	Tidak Menghasilkan Value Chain	12	60%
Jumlah		20	100%

Dapat dilihat pada tabel tersebut, yang tidak menghasilkan *value chain* sebesar 60% hal ini tidak sejalan dengan kegiatan ekosistem yang berlangsung, harusnya ketika kegiatan ekosistem halal berjalan dengan baik maka akan dapat menghasilkan *value chain* pula.

Sedangkan pada menghasilkan *value chain* persentasenya sebesar 40% hal ini sejalan dengan konsep porter tentang rantai nilai (*Value Chain*) merupakan konsep yang mengajarkan bahwa tujuan utama usaha bisnis untuk mewujudkan laba (*margin*) diproses dan akan diwujudkan melalui kerjasama antara aparatur operasi (*direct operating activities*) dan aparatur penunjang (*supporting activities*).

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis ekosistem rantai halal value chain pelaku UMKM telah banyak yang mengetahui tentang apa dan bagaimana ekosistem halal sehingga pelaku UMKM di daerah Medan Marelan telah menerapkan ekosistem halal dengan baik. Walaupun banyak kendala yang dihadapi para pelaku UMKM tetapi mereka tetap mempertahankan ekosistem halal dengan strategi yang baik, sehingga ekosistem halal tetap terjaga kehalalannya.
2. Berdasarkan hasil value chain sebagai nilai tambah bagi pelaku UMKM masih sedikit yang mengetahui value chain sehingga ekosistem halal yang dijalankan dengan baik tidak menghasilkan nilai tambah bagi pelaku UMKM.

B. Saran

1. Diharapkan kepada UMKM untuk lebih sering mengikuti kegiatan seminar atau workshop sehingga menambah wawasan terutama terkait value chain
2. UMKM terus melakukan sinergi untuk mempertahankan ekosistem kehalalan dengan kendala-kendala yang akan datang dan terjadi kapanpun agar mampu mempertahankan perkembangan usaha dan dapat menjamin konsumen terkait produk yang dijual.
3. Bagi peneliti berikutnya kiranya dapat melakukan penelitian terkait ekosistem halal di daerah-daerah lain juga sehingga dapat melihat perbedaannya, melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57–81.
<https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>
- Ahyar, M. K., & Abdullah, A. (2020). Membangun Bisnis dengan Ekosistem Halal. *Jurnal Pasar Modal Dan Bisnis*, 2(2), 167–182.
<https://doi.org/10.37194/jpmb.v2i2.46>
- Al-Bara, A.-B., & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248.
<https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Amir, A. S., & Tjibtosubroto, W. (2019). The Creating of Halal Value Chains : A Theoretical Approach. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 10(1), 14–22. <https://doi.org/10.9790/5933-1001011422>
- Aniek Rumijati, Aris Soelistyo, Ratih Juliati, Eko Handayanto, Jihadi, Mursidi, Rahmat Wijaya, Rizki Febriani, Sandra Irawati, Sri Wibawani, Uci Yuliati, Bambang Widagdo, Mohammad Rofik, Sri Budi Cantika Yuli, Wahyu Hidayat, I. Z. (2022). *Kemandirian Ekonomi dan Bisnis Indonesia Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*. (M. R. Warsono, Ed.) (Pertama). Malang: UMMPress.
- Annisa, A. A. (2019). Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.398>
- Asnawi, U. F., & Ibrahim, R. R. (2018). Implementasi jaminan produk pangan halal di Jambi. *Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 18(2), 211. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v18i2.211-226>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister ...*, 4, 1–10.
- Bafadhal, A. S. (2020). *PARIWISATA KESEHATAN MUSLIM (Kajian Kontemporer)*. (TIM MNC Publishing, Ed.) (1st ed.). Malang: Media Nusa Creative.
- Denzin, Norman K, Yvonna S, L. (2009). *HANDBOOK OF QUALITATIVE*

RESEARCH. YOGYAKARTA: PUSTAKA PELAJAR.

- Departemen Agama. (2012). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: CV. Afaq Erfani.
- Departemen Agama RI. (2015). *Al-Quran Terjemahan*. BANDUNG: CV Darus Sunnah.
- Dwi Prabowo. (2018). Analisa Perkembangan Umkm Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Di Kota Medan (Studi Kasus Di Kecamatan Medan Marelan).
- Fadly, R. (2016). *Sejarah;Budaya Kuliner Indonesia di Masa Kolonial 1870-1942*. (R. W. Hardjono Cici, Ed.) (PERTAMA). JAKARTA: PT. GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.
- Fauji, D. A. S., & Ernestivita, G. (2019). Analisis Karakteristik Pelaku UM KM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kota Kediri. *PROSIDING Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 12(2), 125–132.
- Fitra Muh, L. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. SUKABUMI: CV JEJAK.
- Hamid, A. (2012). *Buku Pintar Halal Haram Sehari-hari*. Yogyakarta: Diva Press.
- Handayani Tati, P. (2021). *MEMBANGUN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL (PERTAMA)*. Yogyakarta: CV BULDI UTAMA.
- Hidayah, D. M. H. dan I. (2018). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. Retrieved February 22, 2022, from <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Imfazu Muhammad Yusuf, & Pradesyah Riyan, Cut Ernita Julistia, N. S. A. (2021). Al-Muaddib : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman ANALISIS EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN PADA UMKM DI KOTA MEDAN, 6(2), 247–255.
- Jannah, R., Yurisinthae, E., & Yusra, A. H. A. (2019). Analisis rantai nilai (value chain) kerupuk lidah buaya (aloevera) pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak. *Jurnal Agribisnis*, 1–12.
- Juliandi, A. (2014). *Metedologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. MEDAN: Umsu Press.

- Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional. (2018). No Title. Retrieved from https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- 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(1), 65–73. Retrieved from <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/Mujtama/article/view/5134>
- Muhammad Nasib Ar-Rifa'i. (2007). *Ringkasan Ibnu Katsir*. (B. B. I. Bandung, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Maktabah Ma'arif, Riyadh.
- Mujiatun, S., & Manullang, S. M. (2021). Strategi Promosi Pedagang UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus UMKM Lingkungan Universitas Muhammadiyah). *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1170–1178.
- Muslihati, M. (2020). Milenial Sebagai Penggerak Ekosistem Halal Value Chain di Indonesia. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 1(2), 45–55. Retrieved from <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/16459/9567%0Ahttp://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/ssbm/article/view/16459>
- Oktavima Wisdaningrum. (2013). ANALISIS RANTAI NILAI (VALUE CHAIN) DALAM LINGKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN. *ANALISA*, 1(42).
- Perpres. (2014). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, (1). Retrieved from [file:///C:/Users/acer/Downloads/UU Nomor 33 Tahun 2014.pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/UU%20Nomor%2033%20Tahun%202014.pdf)
- Purnawanto, B. (2012). *Manajemen SDM Berbasis Proses*. JAKARTA: Grasindo.
- Rahmawati, R. (2017). KEHALALAN PRODUK MAKANAN DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI UMAT MUSLIM (Studi Kasus Pasar Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur).
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Ahmar Cendekia.
- Salim, S. (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif, konsep dan aplikasi dalam*

- ilmu sosial, keagamaan dan pendidikan*. BANDUNG: Citapusaka Media.
- Sari, E. (2021). ANALISIS HALAL VALUE-CHAIN PADA PROSES POTONG AYAM DI RUMAH.
- Subianto, & Pratiwi. (2018). Rantai nilai dan perspektif kesadaran masyarakat muslim akan makanan halal. *Journal.Uii.Ac.Id, 1*, 141–146. Retrieved from <https://journal.uii.ac.id/CIMAE/article/view/13362>
- Subianto Pratiwi. (2019). Rantai Nilai dan Prespektif Kesadaran Masyarakat Muslim Akan Makanan Halal. *Jurnal CIMAE, 1*.
- Sukoso, Wiryawan, A., Kusnadi, J., & Sucipto. (2020). *Ekosistem Industri Halal. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia Pusat Studi Halal Thoyyib-Universitas Brawijaya*. JAKARTA: 2020.
- Suryandani, W., & ... (2021). Pengembangan Strategi Industri Kreatif Menggunakan Value Chain Analysis. *Fokus Ekonomi: Jurnal ...*, 4, 265–278. Retrieved from <https://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe/article/view/410%0Ahttps://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe/article/download/410/290>
- Suseno, A., Arifin, J., & Sutrisno, S. (2020). Analisis Value Chain Management pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. *Go-Integratif: Jurnal Teknik Sistem Dan Industri, 1*(01), 24–33. <https://doi.org/10.35261/gijtsi.v1i01.4294>
- UMSU, T. P. F. (2018). *PANDUAN PENULISAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR*. Yogyakarta: CV. BILDUNG NUSANTARA.
- Wikipedia. (2022). Medan Marelan, Medan. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Medan_Marelan,_Medan

LAMPIRAN



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian dengan judul “Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan.” Adapun rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu bagaimana penerapan ekosistem rantai halal *value chain* pada pelaku UMKM Medan Marelan dan bagaimana *value chain* menghasilkan nilai tambah bagi para pelaku UMKM Medan Marelan. Berikut daftar pertanyaan wawancara yang digunakan peneliti guna memperoleh informasi untuk menjawab rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana sistem pengelolaan makanan/minuman yang dibuat?	
2	Apakah semua produk yang dibeli terjamin kehalalannya?	
3	Apakah sulit mendapatkan bahan-bahan produk yang halal untuk mengelola bahan yang akan dibuat?	
4	Apakah ketika harga naik pernah mengganti bahan produksi ke barang yang tidak berlogo halal?	
5	Apakah ada kendala saat proses produksi berlangsung?	
6	Bagaimana jika makanan/minuman tidak terjual habis?	
7	Apakah dengan memproduksi semua bahan yang dijamin kehalalannya dapat meningkatkan <i>value chain</i> bagi UMKM?	
8	Apakah ada kendala yang dihadapi saat menjual produk makanan/minuman?	



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth : Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

19 Jumadil Akhir 1443 H
22 Januari 2022 M



Dengan Hormat,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aulia Syarif Nasution
NPM : 1801270063
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3.67
Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan	 20-1-2022	Mutiah Khairah Siholang, MA	24/1/22
2	Analisis Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Roti Canai Cikgu Cabang Griya Martubung	-	-	-
3	Analisis Halal Supply Chain Pada UMKM Medan Labuhan	-	-	-

As: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan skripsi FAI UMSU.
Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Aulia Syarif Nasution

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.tiktok.com/@umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.S.i
Dosen Pembimbing : Mutia Khaira Sihotang, M.A

Nama Mahasiswa : Aulia Syarif Nasution
Npm : 1801280063
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan

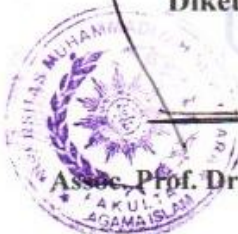
Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
2/3-22.	Latar Belakang Masalah Rumusan Masalah Tujuan Penelitian Teknik Penulisan		
14/3-22.	Teknik Penulisan		
22/3-22.	Teknik Penulisan		
24/7-22.	Ace Diseminarkas.		

Medan, 24 Maret, 2022

Diketahui/Disetujui
Dekan

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Pembimbing Proposal



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Mutia Khaira Sihotang, M.A



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Berkontribusi untuk negeri dan dunia
Menerajukan Bangsa

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/11/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah yang diselenggarakan pada hari Sabtu, 09 April 2022 M, menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Syarif Nasution
NPM : 1801280063
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Judul Proposal : Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 3 - 6.2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembimbing

(Mutiah Khaira Sihotang, M.A)

Pembahas

(Riyan Pradesyah, M.E.I)

Diketahui/Disetujui

Wakil Dekan I



Dr. Zulfani, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PEMIMPIN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Elit berprestasi, suka berprestasi, berprestasi dan unggul

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari Sabtu telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Syarif Nasution
NPM : 1801280063
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Judul Proposal : Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan

Disetujui / Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Rumusan dan Tujuan Penelitian
Bab II	Kerangka Pemikiran
Bab III	Jadwal / Tahapan Penelitian, Pemeriksaan Keabsahan Data
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 3-6- 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembimbing

(Mutiah Khaira Sibotang, M.A)

Pembahas

(Riyan Pradesyah, M.E.I)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.S.i
Dosen Pembimbing : Mutiah Khaira Sihotang, M.A

Nama Mahasiswa : Aulia Syarif Nasution
Npm : 1801280063
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
10/8/2022	- Penulisan Tabel - Sejuvakan hasil wawancara - Pada pembahasan jelaskan apa dan bagaimana		
13/8/2022	- Lanjutkan wawancara dengan responden dengan baik		
15/8/2022	- Susun hasil wawancara sesuai dengan kondisi lapangan		
20/8/2022	- ACC Sidang		

Medan, 20 Agustus 2022



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Mutiah Khaira Sihotang, M.A



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://fal.umsu.ac.id>

fai@umsu.ac.id

[umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan)

[umsumedan](https://www.tiktok.com/@umsumedan)

[umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Nomor : 13/IL.3/UMSU-01/F/2022
Lamp : -
Hal : Izin Riset

03 Dzulqaidah 1443 H
03 Juni 2022 M

Kepada Yth :
Ka. UMKM Medan Marelan
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

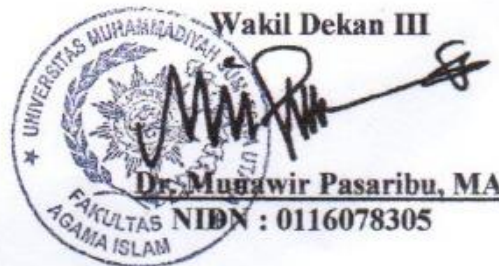
Nama : Aulia Syarif Nasution
NPM : 1801280063
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan,

Wakil Dekan III



CC. File



Medan, 29 Juni 2022 M
29 Dzulqaidah 1443 H

Nomor :
Lamp : -
Hal : Pemberitahuan Izin Riset

Yth

Pimpinan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
tempat

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas segala nikmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Sehubungan dengan Surat Izin Riset pada tanggal 03 Juni 2022 Nomor 13//TL.3/UMSU-01/F/2022 yang diberikan kepada Canai Cikgu Cabang Medan Marelan, dengan ini menyatakan bahwa mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berikut :

Nama : Aulia Syarif Nasution

NPM : 18012800063

Diizinkan melakukan riset yang berkenaan judul skripsi "**Analisis Ekosistem Halal Value Chain Pada UMKM Medan Marelan**".

Demikianlah surat ini kami sampaikan, Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Kami

UMKM Canai Cikgu

**CANAI
CIKGU**

Zaid Nadawi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Aulia Syarif Nasution
Tempat/Tanggal Lahir : Medan/01 April 2000
Alamat : JL.TG.Damai VII. Blok 1 Griya Martubung
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Warga Negara : Indonesia
No. Handphone : 085766186465
Email : auliasyrfnasution@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Alm. Effendi
Nama Ibu : Ratida Halimah
Alamat Orang Tua : JL.TG.Damai VII. Blok 1 Griya Martubung

Pendidikan Formal

1. SDN 068475 Medan
2. SMPN 45 Medan
3. MAPN 4 Medan
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Manajemen Bisnis
Syariah Fakultas Agama Islam