

Analisis Implementasi *Halal Value Chain* pada Umkm sebagai upaya Penguatan Ekosistem Industri Halal di Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan

Nadia Ibrahim^{1)*}, Aslikhah²⁾, Sukamto³⁾

^{1,2,3}Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Email: nadiaeleigh9@gmail.com^{1)*}, aslikhah@yudharta.ac.id²⁾, sukamto@yudharta.ac.id³⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi, termasuk tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, kendala yang dihadapi, serta upaya optimalisasi penguatan ekosistem industri halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi terhadap sepuluh pelaku UMKM. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *halal value chain* telah berjalan dalam kerangka regulasi dan dukungan sertifikasi halal, namun belum sepenuhnya terintegrasi. Pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM masih beragam, di mana sebagian telah menerapkan prinsip halal secara menyeluruh, sementara lainnya masih terbatas pada aspek kebersihan dan keamanan produk. Implementasi pada setiap tahapan rantai nilai juga menunjukkan variasi tingkat penerapan. Kendala utama meliputi keterbatasan literasi digital, pemahaman konsep halal yang belum komprehensif, belum meratanya sertifikasi halal, keterbatasan pendampingan, serta belum optimalnya pemasaran digital. Upaya optimalisasi diperlukan melalui peningkatan literasi digital, penguatan pemahaman halal, optimalisasi pendampingan, dan pengembangan pemasaran berbasis digital agar implementasi *halal value chain* dapat lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Halal Value Chain; Industri Halal; UMKM

Abstract

This study aims to analyze implementation of the halal value chain among MSMEs in Purwodadi District, including the level of understanding and awareness of business actors, the challenges encountered, and efforts to optimize the strengthening of the halal industry ecosystem. This study employs a descriptive qualitative approach. Data collection was carried out through in-depth interviews, observation, and documentation involving ten MSME actors. The data were subsequently analyzed using data reduction, data display, and conclusion-drawing techniques. The findings indicate that the implementation of the halal value chain has been carried out within the framework of national regulations and supported by halal certification policies; however, it is not yet fully integrated. The understanding and awareness of MSME actors vary, where some have implemented halal principles comprehensively, while others are still limited to basic aspects such as hygiene and product safety. The implementation across value chain stages also shows varying levels of application. The main challenges include limited digital literacy, insufficient understanding of the halal concept, uneven halal certification ownership, limited mentoring support, and suboptimal utilization of digital marketing. Optimization efforts are needed through improving digital literacy, strengthening halal understanding, enhancing mentoring programs, and developing digital-based marketing to ensure a more effective and sustainable implementation of the halal value chain.

Keywords: Halal Industry; Halal Value Chain; Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).

Pendahuluan

Industri halal masuk dalam kategori salah satu sektor ekonomi global yang mengalami pertumbuhan signifikan, didorong oleh meningkatnya jumlah penduduk Muslim serta kesadaran masyarakat terhadap pentingnya aspek kehalalan, kualitas, dan keamanan produk. Dalam konteks modern, konsep halal tidak terbatas pada konsep religius, tetapi juga sebagai standar kualitas yang mencerminkan prinsip kebersihan dan keberlanjutan (Jimmi Qizwini1 2025).

Indonesia sebagai negara dengan komposisi penduduk muslim terbanyak secara global, mencapai sekitar 207 juta jiwa atau 87% dari total penduduk, berperan strategis dalam mendorong perkembangan industri halal. Tingginya permintaan terhadap produk halal mendorong kontribusi sektor ini terhadap perekonomian nasional, baik melalui peningkatan PDB, investasi, maupun penyerapan tenaga kerja (Faiza Rafiat Alya and Atie Rachmiate 2024). Dalam mendukung pengembangan tersebut, pemerintah telah menetapkan regulasi melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) serta membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Namun, implementasi prinsip halal di tingkat pelaku usaha, khususnya UMKM, masih menghadapi berbagai kendala (Mohammad Afid Syafiri, Muhammad Rozan Fikri 2025).

UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional memiliki peran dominan dalam penyediaan produk halal, terutama pada sektor makanan dan minuman. Akan tetapi, sebagian besar UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam memahami dan mengimplementasikan prinsip halal secara komprehensif. Dalam praktiknya, penerapan halal cenderung terbatas pada sertifikasi produk akhir, tanpa diikuti dengan integrasi sistem halal dalam seluruh proses usaha (Diandra Kusuma Efendy, Dian Yuniardi, Fira Amanda 2022).

Halal value chain merupakan konsep yang menekankan penerapan prinsip kehalalan dalam seluruh rangkaian kegiatan usaha, yang mencakup tahap pengadaan bahan, pengolahan produk, hingga proses distribusi. Penerapan sistem halal secara terintegrasi penting bagi UMKM untuk menjamin konsistensi kehalalan produk sekaligus meningkatkan daya saing usaha (Nurfadilah Maulana 2025).

Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, sebagai salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup besar, khususnya pada sektor makanan dan minuman. Namun, penerapan *halal value chain* masih belum terlaksana secara optimal. Temuan ini menjadikan wilayah tersebut relevan sebagai konteks kajian dalam memahami implementasi *halal value chain* pada tingkat lokal.

Sejumlah penelitian mengindikasikan bahwa implementasi *halal value chain* pada UMKM masih belum optimal dan belum terintegrasi secara menyeluruh. (Rulita Nur Mufatikah, Estu Unggul Drajat 2025) menemukan bahwa penerapan prinsip halal telah dilakukan pada beberapa tahapan usaha, namun masih terkendala pada aspek logistik halal dan belum adanya prosedur yang terdokumentasi. Hal tersebut selaras dengan (RAHMAWATI 2024) yang mengungkapkan bahwa penerapan *halal value chain* mampu meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan konsumen, Meskipun masih membutuhkan penguatan dalam aspek sumber daya manusia, pemahaman regulasi, dan infrastruktur pendukung. Di sisi lain, rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep halal secara komprehensif juga menjadi kendala utama (Muhammad Khozin Ahyar 2021). Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan dan dukungan sistem turut memengaruhi pengembangan industri halal. Penelitian di Kabupaten Pasuruan juga menunjukkan bahwa sertifikasi halal belum dimanfaatkan secara optimal dalam meningkatkan daya saing UMKM (Aslikhah 2023).

Namun demikian, kajian yang berkembang saat ini cenderung bersifat parsial dan belum mengkaji *halal value chain* secara terintegrasi dari hulu hingga hilir. Selain itu, fokus penelitian yang dominan pada wilayah perkotaan menyebabkan kajian pada konteks lokal masih terbatas. Terdapat pula ketidakkonsistenan temuan, di mana sertifikasi halal dalam beberapa studi mampu meningkatkan daya saing UMKM, namun pada penelitian lain belum memberikan dampak signifikan tanpa didukung pemahaman dan sistem yang memadai. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan dalam kajian implementasi *halal value chain* pada UMKM secara komprehensif, khususnya dalam konteks lokal seperti Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, permasalahan utama dalam penelitian ini terletak pada belum optimalnya tingkat literasi pelaku UMKM terhadap pendekatan *halal value chain* serta implementasinya yang masih terbatas pada pemenuhan sertifikasi produk akhir. Selain itu, keterbatasan dukungan dari lingkungan eksternal, seperti kelembagaan, kebijakan, dan infrastruktur pendukung, turut memengaruhi belum terintegrasinya penerapan prinsip halal secara menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara mendalam implementasi *halal value chain* pada UMKM, yang mencakup pemahaman dan praktik pelaku usaha, proses penerapan pada setiap tahapan aktivitas usaha, serta peluang dan tantangan yang dihadapi. Dalam konteks ini, aspek dukungan eksternal diposisikan sebagai faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi dan berimplikasi pada penguatan ekosistem industri halal secara lebih luas.

Penelitian dilakukan pada UMKM di Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, sebagai konteks kajian yang memiliki potensi pengembangan industri halal di tingkat lokal. Dalam penelitian ini, pelaku UMKM menjadi fokus utama sebagai unit analisis, dengan fokus pada aktivitas usaha yang mencerminkan penerapan *halal value chain* dari hulu hingga hilir.

Kajian Teori

Konsep Halal Value Chain

Halal value chain merupakan pengembangan konsep *value chain* (rantai nilai) yang memandang aktivitas usaha sebagai rangkaian proses yang saling terintegrasi, mulai dari penyediaan bahan baku hingga produk sampai kepada konsumen. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan nilai tambah serta meningkatkan keunggulan kompetitif melalui optimalisasi setiap tahapan kegiatan usaha (Kharisya Ayu Effendi, Tanti Irawati Mukhlis 2023).

Dalam kajian manajemen strategis, *value chain* digunakan untuk menganalisis seluruh aktivitas yang berkontribusi dalam penciptaan produk serta hubungan antara perusahaan dengan pemasok, pelanggan, dan pelaku usaha lainnya. Dalam konteks industri halal, konsep ini berkembang menjadi *halal value chain*, yaitu sistem yang memastikan seluruh proses usaha berjalan sesuai prinsip syariah, tidak hanya pada produk akhir, tetapi juga dari tahap praproduksi hingga konsumsi (Anne Charina 2023).

Secara etimologis, halal (حلال) berarti diperbolehkan atau tidak dilarang. Dalam Islam, halal merujuk pada segala sesuatu yang diizinkan untuk dikonsumsi atau digunakan. Kewajiban mengonsumsi makanan halal ditegaskan dalam Q.S. al-Baqarah:168:

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

Artinya: *Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata* (Q.S. al-Baqarah:168).

Ayat ini menegaskan bahwa konsumsi halal merupakan bentuk ketaatan kepada Allah SWT, yang tidak hanya menitikberatkan pada aspek halal, tetapi juga *thayyib* (baik), yaitu berkualitas, bersih, aman, dan bermanfaat. Oleh karena itu, produk tidak hanya berstatus halal secara hukum, tetapi juga memberikan keberkahan dan terbebas dari unsur najis maupun kontaminasi (Nasution 2021).

Konsep ini diperkuat melalui prinsip *Halalan Thayyiban*, yang mengintegrasikan kehalalan dengan kualitas produk. Penerapannya menuntut penggunaan bahan baku yang halal dan aman, serta proses produksi yang higienis, serta praktik usaha yang bertanggung jawab. Prinsip ini juga sejalan dengan peraturan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mencakup berbagai jenis produk yang digunakan Masyarakat (Dika Eri Saputra, Nur Ain Nazira, Falentia Wiliana Putri 2025).

Secara konseptual, *halal value chain* didasarkan pada dua prinsip utama, yaitu halal dan *thayyib*. Halal berkaitan dengan kesesuaian terhadap syariat, sedangkan *thayyib* mengutamakan aspek kualitas, kebersihan, keamanan, dan kebermanfaatannya. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memastikan kehalalan bahan, proses, serta cara perolehannya agar produk yang dihasilkan aman dan berkualitas.

Pada UMKM, implementasi *halal value chain* meliputi empat tahapan utama, yaitu pemilihan bahan baku, proses produksi sesuai syariah, distribusi yang menjaga kehalalan produk, serta pemasaran yang jujur dan transparan. Keempat tahapan ini menjadi dasar dalam mengukur implementasi *halal value chain* pada UMKM (Aziz 2025).

Indikator Implementasi Halal Value Chain

Indikator *halal value chain* digunakan untuk menilai konsistensi penerapan prinsip halal dan *thayyib* pada seluruh tahapan usaha UMKM. Dalam hal ini, kehalalan tidak hanya berfokus pada produk akhir, tetapi juga mencakup proses yang terintegrasi dari hulu hingga hilir.

Pemilihan Bahan Baku

Pemilihan bahan baku merupakan tahap awal yang sangat menentukan kehalalan dan kualitas produk. Bahan harus memiliki status halal yang jelas, bebas dari unsur haram dan najis, serta diperoleh melalui cara yang sesuai syariah. Selain itu, bahan harus memenuhi prinsip *thayyib*, yaitu aman, bersih, dan bermanfaat. Hal ini sesuai dengan QS. Al-Ma'idah [5]:88:

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

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu...”

Ayat tersebut menegaskan bahwa mengonsumsi rezeki yang halal dan *thayyib* merupakan suatu kewajiban. Prinsip halal mencakup kehalalan substansi bahan serta cara memperolehnya, sedangkan *thayyib* berkaitan dengan aspek kemanfaatan, keamanan, dan kelayakan bahan bagi kesehatan (Rudi Purnama, Indra 2024).

Proses Produksi

Produksi dalam ekonomi Islam tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan, melainkan juga pada kemaslahatan dan tanggung jawab spiritual. Dalam *halal value chain*, seluruh proses produksi termasuk bahan, alat, dan fasilitas harus bebas dari unsur haram dan kontaminasi non-halal. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Hadid [57]:7:

أْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَحْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

“Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar.”

Ayat tersebut menegaskan bahwa pengelolaan harta merupakan amanah dari Allah SWT, sehingga produksi tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mengandung tanggung jawab spiritual dan sosial. Oleh karena itu, produksi dalam halal value chain menjadi sarana mewujudkan kemaslahatan secara bertanggung jawab dan bernilai ibadah (M. Falih Romadhon, Nivara Clara Putri 2025).

Distribusi

Distribusi berperan dalam menjaga kehalalan produk hingga sampai ke konsumen melalui penyimpanan, pengemasan, dan pengiriman yang aman serta terpisah dari produk non-halal. Selain itu, distribusi harus menjunjung prinsip keadilan dan menghindari praktik penimbunan (ikhtikār), sebagaimana hadits Rasulullah SAW:

“Siapa saja yang melakukan penimbunan... maka ia telah berbuat kesalahan” (HR. Ahmad).

Larangan ini menegaskan bahwa distribusi halal tidak hanya menjaga kehalalan produk, tetapi juga menuntut keadilan dalam penyalurannya. Oleh karena itu, distribusi harus dilakukan secara wajar, transparan, dan bebas dari praktik manipulatif.

Dalam praktik UMKM, distribusi masih sederhana dan sering belum menerapkan pemisahan serta standar kebersihan yang memadai, sehingga implementasi halal belum sepenuhnya terintegrasi (Darmawan 2024).

Pemasaran

Pemasaran halal menekankan kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam promosi dan transaksi. QS. Al-Isrā' [17]:35 menyatakan:

“Sempurnakanlah takaran... dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”

Ayat ini menegaskan pentingnya kejujuran dalam perdagangan. Pada UMKM, pemasaran dilakukan secara langsung maupun digital, namun penggunaan label halal dan informasi produk masih terbatas, sehingga kepercayaan konsumen belum optimal.

Secara keseluruhan, indikator halal value chain mencakup bahan baku, produksi, distribusi, dan pemasaran sebagai satu kesatuan sistem dalam menilai implementasi halal pada UMKM serta kontribusinya terhadap penguatan ekosistem industri halal (Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustini 2022).

UMKM dalam Perspektif Industri Halal

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, pemerataan kesejahteraan, dan peningkatan produk domestik bruto. Dengan karakteristik dan skala usaha yang beragam sesuai regulasi, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional (Hasyim 2023).

Dalam industri halal, UMKM berperan sebagai pelaku utama dalam rantai nilai halal. Jumlahnya yang besar dan keterlibatannya di berbagai sektor memungkinkan UMKM mendorong pengembangan industri halal melalui penerapan prinsip syariah pada seluruh aktivitas usaha, mulai dari bahan baku, produksi, distribusi, hingga pemasaran. Penerapan

standar dan sertifikasi halal turut meningkatkan kualitas produk, kepercayaan konsumen, serta daya saing di pasar nasional dan global (Ach. Faqih Supandi 2022).

Namun, implementasi halal pada UMKM masih dihadapkan pada berbagai kendala, antara lain rendahnya literasi halal, keterbatasan pemahaman sertifikasi, serta keterbatasan sumber daya manusia, modal, dan dukungan pemangku kepentingan. Selain itu, keterbatasan literasi digital dan kebutuhan penyesuaian biaya serta teknologi juga menjadi hambatan dalam penerapan standar halal (Syahidin, M. Nasor 2024).

Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas SDM, pendampingan, sosialisasi regulasi, dan dukungan teknologi agar UMKM mampu menerapkan prinsip halal secara menyeluruh. Dengan demikian, UMKM tidak hanya meningkatkan kualitas dan efisiensi usaha, tetapi juga berkontribusi dalam penguatan ekosistem industri halal yang terintegrasi, berkelanjutan, dan kompetitif (Nur Azizah, Maulida Rizkinnikmatussolihah 2022).

Ekosistem Industri Halal

Ekosistem industri halal merupakan sistem terintegrasi yang melibatkan berbagai aktor, proses, dan institusi dalam menghasilkan, mengembangkan, serta mengawasi produk dan layanan halal. Sistem ini mencakup regulasi, pembiayaan, sertifikasi, produksi, distribusi, edukasi, hingga konsumsi yang saling terhubung untuk memastikan penerapan prinsip halal dan *thayyib* secara konsisten di sepanjang rantai nilai. Dalam perspektif ekonomi syariah, ekosistem ini berperan penting dalam mendorong keberlanjutan industri, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penciptaan nilai tambah, serta penguatan daya saing (Kholifatul Husna Asri 2022).

Komponen utama dalam ekosistem halal meliputi pelaku usaha sebagai pelaksana utama prinsip halal, lembaga keuangan syariah sebagai penyedia pembiayaan, lembaga sertifikasi halal sebagai pihak verifikasi, pemerintah sebagai regulator dan fasilitator, serta pendamping proses produk halal (PPH) yang memberikan asistensi, khususnya bagi UMKM. Selain itu, dukungan dari akademisi, organisasi, platform digital, dan konsumen turut memperkuat implementasi halal melalui inovasi, jejaring, dan pengawasan (Saragi 2023).

Namun, pengembangan ekosistem halal masih menghadapi kendala, terutama rendahnya literasi halal di kalangan pelaku usaha dan masyarakat, yang berdampak pada kualitas produk dan pengawasan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan edukasi, optimalisasi sertifikasi, dan dukungan pembiayaan syariah.

Pemerintah Indonesia telah menjadikan pengembangan ekosistem industri halal sebagai agenda strategis melalui kebijakan seperti pembangunan kawasan industri halal, percepatan sertifikasi, dan penguatan UMKM. Hal ini menunjukkan peluang besar bagi Indonesia untuk membangun ekosistem halal yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing global (Nour Athiroh Abdus Sjakoer, Eko Nurhayati 2022).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mengkaji secara mendalam implementasi *halal value chain* pada UMKM berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, persepsi, dan pengalaman pelaku usaha sebagai subjek penelitian melalui data non-numerik.

Secara konseptual, penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman fenomena secara menyeluruh dengan mengandalkan pandangan partisipan serta analisis terhadap data berbentuk kata atau narasi. Penelitian ini dilakukan dalam konteks alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan interpretasi data. Analisis data

dilakukan secara induktif dengan menekankan pada pemaknaan fenomena, bukan generalisasi (Fadli 2021).

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung pada UMKM untuk mengamati penerapan *halal value chain*, meliputi pemilihan bahan baku, proses produksi, kebersihan sarana, serta distribusi produk. Wawancara dilakukan secara mendalam terhadap pelaku UMKM untuk memperoleh informasi terkait pengalaman, pemahaman, dan kendala dalam penerapan prinsip halal dalam kegiatan usaha. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui pengumpulan bukti tertulis dan visual, seperti foto kegiatan usaha, peralatan, bahan baku, serta catatan usaha yang relevan (Subakti *et al.* 2023).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyaring, memfokuskan, dan mengelompokkan data sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman dan analisis. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara induktif berdasarkan temuan empiris, serta diverifikasi melalui triangulasi sumber dan teknik untuk memastikan keabsahan data.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menyajikan gambaran yang komprehensif dan akurat mengenai implementasi *halal value chain* pada UMKM sesuai dengan kondisi empiris di lapangan (RizalSafarudin, Zulfamanna, Martin Kustati 2023).

Hasil dan Pembahasan

Tingkat Pemahaman dan Kesadaran Pelaku UMKM terhadap Konsep Halal Value Chain di Kecamatan Purwodadi

Berdasarkan temuan dari hasil wawancara terhadap sepuluh pelaku UMKM di Kecamatan Purwodadi, diperoleh temuan bahwa tingkat pemahaman terhadap konsep *halal value chain* masih beragam. Sebagian pemilik usaha telah memahami halal tidak hanya sebagai bentuk sertifikasi, tetapi sebagai prinsip yang harus diterapkan dalam keseluruhan aktivitas usaha. Hal ini tercermin dari praktik usaha yang menekankan kejujuran, menjaga kebersihan proses produksi, serta memastikan kualitas dan keamanan produk hingga sampai kepada konsumen.

Lebih lanjut, pelaku usaha tersebut juga telah mengimplementasikan prinsip halal pada beberapa tahapan kegiatan, seperti proses pemilihan bahan baku yang jelas dan terjamin, proses pengolahan yang higienis, serta distribusi yang dilakukan secara aman. Hal ini membuktikan bahwa penerapan halal mulai diarahkan tidak hanya pada produk akhir, tetapi juga pada proses yang menyertainya.

Sebagian pelaku UMKM masih memaknai konsep halal secara sederhana, yakni sebatas menjaga kebersihan, keamanan produk, penggunaan bahan baku, dan proses produksi. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa penerapan *halal value chain* belum dilakukan secara menyeluruh dari hulu hingga hilir. Selain itu, keterbatasan informasi dan minimnya pendampingan juga menjadi kendala dalam memahami prosedur sertifikasi halal secara lebih mendalam.

Dari sisi kesadaran, seluruh pelaku UMKM menilai bahwa penerapan prinsip halal merupakan hal penting dalam menjalankan usaha, terutama karena mayoritas konsumennya beragama Islam dan adanya tanggung jawab untuk menyediakan produk yang halal serta aman. Pelaku usaha yang telah memiliki sertifikasi halal menyatakan bahwa sertifikasi tersebut mampu meningkatkan daya saing usaha, yang terlihat dari meningkatnya kepercayaan konsumen,

bertambahnya pelanggan, serta semakin luasnya peluang pemasaran. Selain itu, sertifikasi halal juga dinilai dapat meningkatkan citra dan nilai jual produk sehingga lebih mudah diterima konsumen dibandingkan produk sejenis yang belum bersertifikat halal.

Untuk memperkuat temuan tersebut, berikut disajikan data profil pelaku UMKM beserta status sertifikasi halal yang dimiliki:

Table 1 Profil Pelaku UMKM di Purwodadi

No	Nama Pemilik Usaha	Nama Usaha	Unit	Bidang Usaha	Alamat Usaha (Desa)	Status Sertifikasi Halal
1	Ibu Dewi	Krites		Makanan	Dsn. Cengkarukwatu, Ds. Capang	Sudah
2	Ibu Mamik	Catering Mami Kenzo		Makanan	Dsn. Cengkarukwatu, Ds. Capang	Belum
3	Pak Wagianto	Tempe Jempol		Makanan	Dsn. Cengkarukwatu, Ds. Capang	Sudah
4	Ibu Eka	Peyek Kemriyek		Makanan	Dsn. Krajan, Ds. Capang	Sudah
5	Pak Irfan	Omah Edukasi Tempe		Makanan	Dsn. Belimbing, Ds. Parerejo	Sudah
6	Ibu Fuat	Keripik Bu Fuat		Makanan	Dsn. Belimbing, Ds. Parerejo	Sudah
7	Ibu Aminah	Jamu Herbal		Minuman	Dsn. Krajan, Ds. Capang	Proses
8	Ibu Yuni	Cilok Nendang		Makanan	Dsn. Bakalan, Ds. Gajahrejo	Sudah
9	Ibu Lutfi	Keripik Tempe Bu Lutfi		Makanan	Dsn. Krajan, Ds. Capang	Sudah
10	Ibu Rida	Bakery		Makanan	Dsn. Krajan, Ds. Capang	Proses

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa sebagian pelaku UMKM telah memiliki sertifikasi halal, sementara sebagian lainnya masih berada pada tahap proses atau belum mengajukan sertifikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran terhadap pentingnya kehalalan produk telah terbentuk, tingkat implementasinya masih bervariasi.

Pelaku usaha yang telah memiliki sertifikasi halal umumnya menunjukkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap konsep *halal value chain*, serta cenderung menerapkan prinsip halal tidak hanya pada produk akhir, tetapi juga pada seluruh proses usaha. Sebaliknya, pelaku usaha yang belum tersertifikasi cenderung menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan informasi, kemampuan dalam penggunaan teknologi, serta kurangnya akses terhadap pendampingan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap *halal value chain* telah berkembang, namun belum sepenuhnya merata dan komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi halal serta pendampingan yang berkelanjutan agar implementasi konsep *halal value chain* dapat dilakukan secara lebih terintegrasi dan optimal di seluruh pelaku UMKM.

Implementasi *Halal Value Chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi

Berdasarkan temuan di lapangan, implementasi *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi telah berjalan dalam kerangka regulasi nasional, khususnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Peran pemerintah melalui BPJPH dan pendamping halal berkontribusi dalam mendorong implementasi melalui fasilitasi sertifikasi, sosialisasi, dan pembinaan. Kemudahan prosedur melalui skema reguler dan *self declare*, serta dukungan sistem digital Si-Halal, secara normatif telah memperluas akses pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal. Namun demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa keberadaan kebijakan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan pelaku usaha, sehingga efektivitas implementasinya masih bersifat parsial.

Secara konseptual, *halal value chain* menuntut keterpaduan seluruh aktivitas usaha dari hulu hingga hilir. Akan tetapi, dalam praktiknya, implementasi pada UMKM di Kecamatan Purwodadi cenderung lebih kuat pada aspek operasional dibandingkan aspek sistematis. Pada tahap bahan baku dan produksi, pelaku usaha relatif telah menerapkan prinsip halal melalui pemilihan bahan yang aman serta proses produksi yang higienis. Hal ini menunjukkan bahwa nilai halal telah terinternalisasi pada level praktik. Namun, pada tahap distribusi dan pemasaran, integrasi tersebut belum berjalan optimal, yang terlihat dari masih konvensional sistem distribusi serta belum maksimalnya pemanfaatan label halal dan transparansi informasi produk. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pemahaman praktis dan penerapan sistem halal yang terstandarisasi.

Variasi tingkat implementasi antar pelaku UMKM juga memperlihatkan adanya diferensiasi kapasitas usaha. Pelaku usaha yang telah mengimplementasikan *halal value chain* secara lebih komprehensif umumnya memiliki akses informasi dan pendampingan yang lebih baik, serta tingkat kesadaran yang lebih tinggi. Sebaliknya, pelaku usaha yang masih berada pada tahap dasar cenderung memaknai halal sebatas kebersihan dan keamanan produk. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman konseptual memiliki pengaruh signifikan terhadap kedalaman implementasi. Dalam konteks ini, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai legitimasi formal, tetapi juga sebagai instrumen transformasi praktik usaha menuju sistem yang lebih terstruktur.

Meskipun demikian, implementasi *halal value chain* masih dihadapkan pada berbagai kendala struktural dan kultural. Keterbatasan literasi digital menjadi hambatan utama dalam mengakses sistem sertifikasi berbasis daring, yang pada akhirnya membatasi partisipasi pelaku UMKM. Selain itu, pemahaman terhadap konsep halal yang belum komprehensif menyebabkan implementasi cenderung bersifat parsial dan belum terintegrasi. Keterbatasan pendampingan serta belum meratanya distribusi informasi juga memperkuat adanya kesenjangan antar pelaku usaha. Di sisi lain, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran menunjukkan bahwa potensi peningkatan daya saing melalui *halal value chain* belum dimanfaatkan secara optimal.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi berada pada tahap transisi, yaitu dari praktik halal yang bersifat individual menuju sistem yang terintegrasi. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang tidak hanya berfokus pada aspek regulatif, tetapi juga pada penguatan kapasitas pelaku usaha melalui peningkatan literasi halal dan digital, optimalisasi pendampingan, serta penguatan integrasi antar rantai nilai. Upaya tersebut penting agar *halal value chain* tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga berfungsi sebagai strategi peningkatan daya saing dan penguatan ekosistem industri halal secara berkelanjutan.

Kendala dalam Implementasi *Halal Value Chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa penerapan *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi telah mulai dilakukan, khususnya pada aspek bahan baku, proses produksi, hingga produk akhir. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran pelaku usaha dalam menjaga kehalalan produk. Namun demikian, implementasi tersebut belum berjalan secara optimal karena belum terintegrasi secara menyeluruh antar tahapan dalam rantai nilai halal, sehingga masih bersifat parsial.

Keterbatasan literasi digital menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM. Kesulitan dalam penggunaan teknologi, seperti pengoperasian sistem daring dan pemenuhan persyaratan administratif berbasis digital, menyebabkan proses sertifikasi halal tidak dapat berjalan secara maksimal. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara kebijakan digitalisasi dengan kesiapan teknologi pelaku usaha di lapangan.

Selain itu, pemahaman terhadap konsep halal secara komprehensif juga masih terbatas. Meskipun pelaku usaha telah menerapkan prinsip halal dalam praktik, pemahaman mengenai *halal value chain* sebagai suatu sistem yang terintegrasi belum sepenuhnya dimiliki. Akibatnya, implementasi cenderung berfokus pada aspek teknis, seperti kebersihan dan keamanan produk, tanpa diikuti dengan penguatan sistem secara menyeluruh.

Kendala lain terlihat pada kepemilikan sertifikasi halal yang belum merata. Sebagian pelaku UMKM masih berada pada tahap pengurusan atau belum mengajukan sertifikasi, yang dipengaruhi oleh keterbatasan informasi, persepsi kompleksitas prosedur, serta hambatan administratif. Padahal, sertifikasi halal terbukti memberikan manfaat dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas akses pasar, sehingga menjadi aspek strategis dalam pengembangan usaha.

Di samping itu, keterbatasan pendampingan dan penyebaran informasi turut memengaruhi efektivitas implementasi. Program yang ada belum sepenuhnya menjangkau seluruh pelaku UMKM, sehingga menimbulkan kesenjangan dalam tingkat pemahaman dan kemampuan penerapan. Pada aspek pemasaran, pemanfaatan teknologi digital juga masih belum optimal, karena pelaku usaha cenderung mengandalkan metode konvensional yang membatasi jangkauan pasar.

Secara keseluruhan, kendala dalam implementasi *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi mencerminkan adanya persoalan yang bersifat teknis, konseptual, dan struktural. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih terarah melalui peningkatan literasi digital, penguatan pemahaman halal, perluasan akses sertifikasi, serta optimalisasi pendampingan agar implementasi dapat berjalan lebih terintegrasi dan berkelanjutan.

Upaya Optimalisasi Potensi UMKM dalam Penguatan Ekosistem Industri Halal di Kecamatan Purwodadi

Berdasarkan hasil analisis, berbagai kendala dalam implementasi *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi memerlukan upaya optimalisasi yang bersifat terarah dan berkelanjutan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa penguatan ekosistem industri halal tidak cukup hanya berfokus pada sertifikasi, tetapi juga harus mencakup peningkatan kapasitas pelaku usaha, pemanfaatan teknologi, serta penguatan sistem pendampingan secara terpadu.

Peningkatan literasi digital menjadi langkah yang krusial. Keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan sistem berbasis daring, termasuk aplikasi Si-Halal, menunjukkan bahwa proses digitalisasi belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan pengguna. Hal ini berdampak pada terhambatnya akses terhadap sertifikasi halal, sehingga diperlukan

pelatihan yang aplikatif dan pendampingan langsung agar pelaku usaha mampu beradaptasi dengan teknologi secara efektif.

Selain itu, penguatan pemahaman terhadap konsep *halal value chain* secara menyeluruh juga menjadi kebutuhan penting. Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi halal masih cenderung berfokus pada aspek teknis, seperti kebersihan dan keamanan produk, tanpa diikuti pemahaman mengenai keterpaduan antar tahapan usaha. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang lebih sistematis agar penerapan halal dapat dilakukan secara utuh dari hulu hingga hilir.

Optimalisasi peran pendamping halal juga perlu diperkuat. Meskipun pendampingan telah memberikan manfaat, jangkauannya yang belum merata menunjukkan bahwa dukungan yang diberikan belum sepenuhnya efektif. Dengan demikian, peningkatan intensitas dan keberlanjutan pendampingan menjadi penting agar pelaku UMKM memperoleh bimbingan yang konsisten.

Di sisi lain, dukungan pemerintah perlu diarahkan pada pemerataan akses informasi dan efektivitas pelaksanaan program. Masih adanya pelaku usaha yang belum memperoleh informasi secara optimal menunjukkan perlunya strategi sosialisasi yang lebih tepat sasaran dan inklusif.

Selanjutnya, penguatan pemasaran berbasis digital menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM. Ketergantungan pada metode pemasaran konvensional menunjukkan bahwa potensi digitalisasi belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dalam penggunaan media digital diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar.

Dengan demikian, optimalisasi potensi UMKM dalam penguatan ekosistem industri halal memerlukan sinergi antara pelaku usaha, pendamping, dan pemerintah. Melalui peningkatan literasi digital, pemahaman halal, pendampingan, serta pemasaran digital, implementasi *halal value chain* diharapkan dapat berjalan lebih efektif, terintegrasi, dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi *halal value chain* pada UMKM di Kecamatan Purwodadi telah berjalan dalam kerangka regulasi nasional dan memperoleh dukungan dari pemerintah melalui BPJPH serta pendamping halal. Sebagian pelaku UMKM telah menerapkan prinsip halal pada aspek bahan baku, proses produksi, distribusi, dan pemasaran, meskipun tingkat implementasinya masih bervariasi dan belum terintegrasi secara menyeluruh. Tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep *halal value chain* juga belum merata, di mana sebagian masih memandang halal sebatas aspek kebersihan dan keamanan produk, sementara sebagian lainnya telah memahami halal sebagai prinsip yang mencakup seluruh rantai nilai usaha. Selain itu, implementasi *halal value chain* masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan literasi digital, rendahnya pemahaman konsep halal secara komprehensif, belum meratanya sertifikasi halal, keterbatasan pendampingan, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Meskipun demikian, *halal value chain* memiliki potensi besar sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM dan memperkuat ekosistem industri halal secara berkelanjutan.

Berdasarkan temuan tersebut, diperlukan upaya kolaboratif antara pelaku UMKM, pemerintah, BPJPH, dan pendamping halal untuk mengoptimalkan implementasi *halal value chain*. Pelaku UMKM perlu meningkatkan pemahaman mengenai konsep halal yang terintegrasi pada seluruh rantai nilai usaha, memperluas pemanfaatan teknologi digital, serta aktif mengikuti program sertifikasi halal guna meningkatkan daya saing dan akses pasar. Di

sisi lain, pemerintah dan BPJPH perlu memperkuat program sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara berkelanjutan, termasuk penyederhanaan layanan sertifikasi halal berbasis digital agar lebih mudah diakses oleh UMKM. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian atau menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur efektivitas implementasi halal value chain secara lebih komprehensif sehingga dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih tepat bagi pengembangan industri halal di Indonesia.

Referensi

- Ach. Faqih Supandi, & Umbara, B. D. (2022). Analisis strategi pengembangan UMKM halal di Jember dalam menghadapi persaingan pasar nasional (Studi pada peluang dan tantangan). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2, 18.
- Ahyar, M. K., & Abdullah, A. (2021). Membangun bisnis dengan ekosistem halal. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 2, 16.
- Alya, F. R., Hibatullah, M. F. A., & Rachmiatie, A. (2024). Analisis ekosistem halal dan literasi halal terhadap perkembangan regulasi halal ekonomi Islam. 1, 13.
- Anne Charina, & Charisma, D. (2023). The effectiveness of the implementation of the halal value chain (HVC) ecosystem in the halal food and beverage industry in Indonesia. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9, 21.
- Aslikhah, & Farida, A. (2023). Sertifikasi halal untuk penguatan branding produk usaha mikro kecil di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 5, 12.
- Asri, K. H., & Ilyas, A. (2022). Penguatan ekosistem halal value chain sebagai pengembangan industri halal menuju era 5.0. *ALIF: Sharia Economics Journal*, 1, 11.
- Aziz, F. H. (2025). Peran halal value chain dalam penguatan ekosistem industri halal di Indonesia: Pendekatan strategis. *AT-TIJARY: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1, 21.
- Azizah, N., Rizkinnikmatussolihah, M., & Santoso, M. A. (2022). Perkembangan industri halal di Indonesia. *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 1, 15.
- Darmawan, S. (2024). Pengembangan industri halal: Peluang dan tantangan dalam ekonomi Islam. *Jurnal Sahmiyya*, 3, 9.
- Efendy, D. K., Yuniardi, D., Amanda, F., et al. (2022). Sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal menggunakan aplikasi SiHalal pada UMKM di Desa Salo Palai. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3, 9.
- Efvfendi, K. A., Mukhlis, T. I., Padmanegara, O. H., et al. (2023). Analisis transformasi halal awareness dan teknologi blockchain terhadap penguatan halal value chain di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9, 13.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21, 22.
- Hasyim, H. (2023). Peluang dan tantangan industri halal di Indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7, 24.
- Maulana, N., & Jafar, W. (2025). Analisis kesiapan ekosistem halal value chain Indonesia dalam mendukung daya saing produk halal lokal di pasar global. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5, 11.
- Mufatikhah, R. N., Drajat, E. U., & Muhammad, A. A. (2025). Strengthening halal value chains for sustainable MSMEs growth: A case study of food industries in Madiun City, Indonesia. *JoIE: Journal of Islamic Economics*, 5, 14.
- Nasution, L. Z. (2021). Penguatan industri halal bagi daya saing wilayah: Tantangan dan agenda kebijakan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 1, 25.
- Purnama, R., Indra, & Nurrachmi, R. (2024). Penguatan halal value chain pada kluster makanan dan minuman di Indonesia. *PJIEFAS: Postgraduated Journal of Islamic Economics, Finances and Accounting Studies*, 3, 25.

- Qizwini, J., & Purnama, D. G. (2025). Inovasi teknologi dan transformasi industri halal di Indonesia: Tantangan dan peluang. *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, 5, 14.
- Rahmawati, M. A. (2024). *Implementasi halal value chain pada usaha makanan di Kota Purwokerto (Studi kasus Bakso Pekih Purwokerto)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri].
- Romadhon, M. F., Putri, N. C., & Pratama, R. A. (2025). Produksi halal dan standar syariah dalam industri. *Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia (JIBI)*, 3, 11.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyant, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3, 15.
- Saragi, A. F. (2023). Peran ekosistem halal dalam pengembangan produk halal. *Al-Ihsan: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Syariah*, 1, 9.
- Sjakoer, N. A. A., Nurhayati, E., & Said, M. (2022). Penguatan halal culture dan halal industri di Jawa Timur. *Jurnal Pusat Studi Jawa Timur Pascasarjana Universitas Islam Malang*, 1, 20.
- Subakti, H., et al. (2023). *Metodologi penelitian kualitatif*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sudartono, T., Nugroho, H., Irwanto, & Agustini, I. G. A. A. (2022). *Kewirausahaan UMKM di era digital* (D. E. Putri & E. P. Sari, Eds.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Saputra, D. E., Nazira, N. A., Putri, F. W., & Hidayati, A. N. (2025). Mendorong pertumbuhan ekonomi melalui ekosistem industri halal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2, 13.
- Syafiri, M. A., Fikri, M. R., & Kholis, N. (2025). Diversifikasi ekonomi melalui industri halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11, 8.
- Syahidin, M., Nasor, M., & Hermanto, A. (2024). Pertumbuhan industri halal berbasis usaha mikro kecil (UMK). *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7, 9.