

Analisis Implementasi Halal *Value Chain* Pada Produk *Home* Industri Perspektif Ekonomi Syariah (Pada UMKM di Kabupaten Bone)

¹Nurul Marifat, ²Kamiruddin, ³Hartas Hasbi

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone,
Indonesia

E-mail: [1nurullmrifat@gmail.com](mailto:nurullmrifat@gmail.com) , [2kamiruddin@iain-bone.ac.id](mailto:kamiruddin@iain-bone.ac.id) ,
[3hartashasbi@gmail.com](mailto:hartashasbi@gmail.com)

ABSTRAK

Artikel ini membahas masalah analisis implementasi halal *value chain* pada produk *home* industri perspektif ekonomi syariah (pada UMKM di Kabupaten Bone). Penulis mengumpulkan data menggunakan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis berkesimpulan bahwa (1) implementasi halal *value chain* pada produk *home* industry UMKM di Kabupaten Bone mencerminkan kesadaran pelaku usaha dalam menjaga kehalalan dan kualitas produk secara menyeluruh. Meskipun mayoritas belum bersertifikat halal, praktik mulai dari bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pemasaran telah mengikuti prinsip halalan thayyiban, menunjukkan upaya penerapan standar halal meski dengan keterbatasan dan (2) strategi peningkatan implementasi halal *value chain* dalam ekonomi syariah meliputi edukasi, pelatihan, dan kemudahan akses sertifikasi halal. Edukasi menambah pemahaman pelaku usaha tentang kehalalan seluruh rantai pasok, sementara pendampingan teknis, subsidi, dan sinergi antar pihak memudahkan UMKM melegitimasi usahanya dan memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional.

Kata kunci : Halal *Value Chain*, *Home* Industri, UMKM

ABSTRACT

This article discusses the issue of analyzing the implementation of the halal value chain in home industry products from the perspective of Islamic economics (in MSMEs in Bone Regency). The author collected data using a field research approach with a qualitative method. Data collection techniques included interviews, observations, and documentation. The data analysis techniques used in this study were data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Based on the research results and discussion, the author concludes that: (1) the implementation of the halal value chain in MSME home industry products in Bone Regency reflects the awareness of business actors in maintaining the overall halal integrity and quality of their products. Although the majority are not yet halal certified, practices from raw material sourcing, production processes, distribution, to marketing already follow the principles of halalan thayyiban, indicating efforts to apply halal standards despite certain limitations; and (2) strategies to enhance the implementation of the halal value chain within Islamic economics include education, training, and easier access to

halal certification. Education increases entrepreneurs' understanding of halal practices throughout the supply chain, while technical assistance, subsidies, and synergy among stakeholders help MSMEs legitimize their businesses and expand their market reach to national and international levels.

Keyword : *Halal Value Chain, Home Industry, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat pasar produk halal menunjukkan perubahan signifikan dalam preferensi konsumen di seluruh dunia. Produk halal, yang sebelumnya dianggap khusus untuk konsumen Muslim, kini juga menarik bagi mereka yang mengedepankan standar etika tinggi dalam konsumsi mereka. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk tersebut memenuhi standar syariah, yang mencakup berbagai aspek mulai dari bahan baku hingga proses produksi. Sertifikasi ini tidak hanya penting dalam konteks konsumen Muslim tetapi juga dalam menarik minat konsumen non-Muslim yang menganggap standar etika dan kualitas sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian konsumen (Pratiwi 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian lokal di berbagai negara, termasuk Indonesia. UMKM sering kali merupakan tulang punggung ekonomi lokal karena mereka menciptakan lapangan kerja, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, dan menyediakan produk yang bermanfaat bagi masyarakat. UMKM berperan penting dalam sektor home industri, yang meliputi produksi makanan, kerajinan, dan barang konsumsi lainnya.

Dalam konteks ini, *halal value chain*, menjadi elemen kunci dalam penerapan standar halal pada UMKM. *Halal value chain* memastikan kepastian bahan baku

halal, proses produksi, hingga konsumen mendapatkan produk (Annisa 2019).

Halal *value chain* mencakup seluruh proses yang diperlukan untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar halal, mulai dari pengadaan bahan baku hingga distribusi dan pemasaran. Konsep ini mencakup berbagai tahapan, masing-masing dengan tantangan dan peluangnya sendiri, yang harus diperhatikan untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal (Hasniar, R, and Jumriani 2025).

Halal value chain adalah rangkaian aktivitas yang terintegrasi dan dilakukan oleh suatu perusahaan atau industri untuk menghasilkan produk atau jasa yang memenuhi standar halal (Zakiyah et al. 2023). Konsep halal mencakup semua tahap dari proses produksi hingga konsumsi, dan ini dikenal sebagai *halal value chain*. *Halal value chain* memastikan bahwa setiap langkah dalam proses pembuatan produk, mulai dari pemilihan bahan baku hingga distribusi, mematuhi standar syariah. Hal ini tidak hanya penting untuk memenuhi tuntutan pasar tetapi juga untuk membangun reputasi produk di pasar global.

Dalam perspektif ekonomi syariah, *halal value chain* harus mencerminkan prinsip-prinsip keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial (Lisa Anggryani, Hukmiah Husain 2024). Keadilan dalam ekonomi syariah mencakup berbagai aspek, seperti harga yang wajar, pembagian laba yang adil, dan

pemberian upah yang sesuai. Transparansi mengharuskan adanya keterbukaan dalam proses bisnis, harga, serta laporan keuangan, sehingga semua pihak dapat memperoleh informasi yang jelas dan akurat. Tanggung jawab sosial dalam ekonomi syariah menekankan pada kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat serta perlindungan terhadap lingkungan (Hamzah et al. 2024). Implementasi *halal value chain* harus sejalan dengan prinsip-prinsip ini untuk memastikan bahwa seluruh proses bisnis dilakukan dengan cara yang etis dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Tantangan utama dalam implementasi *halal value chain* di home industri sering kali melibatkan kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang bersertifikat halal dan memastikan bahwa fasilitas produksi memenuhi standar yang diperlukan. Home industri yang beroperasi dengan keterbatasan sumber daya mungkin menghadapi kesulitan dalam memenuhi semua persyaratan ini, terutama dalam hal pengadaan bahan baku dan penyesuaian proses produksi. Selain itu, mematuhi standar halal juga memerlukan pelatihan dan kesadaran yang cukup di antara tenaga kerja.

Di sisi lain, keuntungan dari penerapan *halal value chain* dalam home industri sangat besar. Produk yang bersertifikat halal dapat memasuki pasar yang lebih luas, termasuk pasar internasional yang mengutamakan standar halal. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk tetapi juga membantu dalam membangun reputasi yang kuat di pasar. Dengan mematuhi standar halal, home industri dapat menciptakan peluang untuk pertumbuhan dan ekspansi usaha yang lebih besar.

Keberhasilan implementasi *halal value chain* dalam home industri tidak hanya memberikan manfaat bagi usaha itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat secara luas. Dengan mematuhi standar halal, home industri dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan reputasi UMKM, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. (Otong Karyono 2024) Ini juga membantu dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Implementasi *halal value chain* pada home industri, jika dilakukan dengan benar, dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha.

Urgensi penerapan *halal value chain* sangat tinggi dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia, khususnya dalam industri halal. Konsep ini memastikan setiap tahap produksi, distribusi, dan pemasaran produk mengikuti standar syariah, memberikan jaminan kehalalan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama di sektor UMKM, penerapan *halal value chain* membantu menciptakan keunggulan kompetitif, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas pasar, baik nasional maupun internasional. Hal ini juga sejalan dengan upaya pemerintah melalui BPJPH untuk memastikan produk halal terjamin kualitasnya (Nuratikah et al. 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji implementasi *halal value chain* dalam berbagai sektor usaha. Penelitian Maulida Azkhi Rahmawati (2024) membahas implementasi *halal value chain* pada usaha makanan Bakso Pekih di Purwokerto, dengan hasil bahwa

halal value chain membantu menjaga kualitas bahan dan memudahkan pengelolaan bisnis, meskipun belum ditinjau dari perspektif ekonomi syariah (Rahmawati 2024). Penelitian Suwaibah (2022) menganalisis penerapan *halal value chain* pada UMKM Toko Roti Wirda Cake di Banda Aceh, yang menunjukkan bahwa meski telah bersertifikat halal, masih ada kekurangan dalam aspek bahan baku dan proses produksi (Suwaibah 2022). Eva Febriani Kartika Hesti (2024) meneliti dampak sertifikasi halal terhadap *value chain* pada UMKM Bakery di Ponorogo dan menemukan bahwa sertifikasi halal berkontribusi pada peningkatan omzet dan pendapatan (Hesti 2024). Penelitian Zakiyah (2024) mengkaji *halal value chain* pada pengembangan produk wisata halal di Makam Habib Basirih Banjarmasin, yang menyoroti perlunya perbaikan pada aspek akomodasi dan kuliner (Zakiyah et al. 2023). Sementara itu, Nuratikah (2024) menekankan pentingnya *halal value chain* dalam meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis kuliner, dengan menyoroti integrasi proses produksi dari hulu hingga hilir (Nuratikah et al. 2024).

Meskipun banyak penelitian telah membahas tentang *halal value chain*, tapi belum ada penelitian yang mengkaji penerapannya dari sudut pandang ekonomi syariah, khususnya pada produk home industri. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis implementasi *halal value chain* pada produk home industri ditinjau dari perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini memberikan pendekatan baru dalam memahami penerapan *halal value chain* di sektor home industri serta strategi peningkatannya, dengan tujuan

memperkuat daya saing UMKM lokal sambil tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan produk.

UMKM di Kabupaten Bone memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk home industri yang berkualitas, namun implementasi *halal value chain* pada produk mereka masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami konsep *halal value chain* secara menyeluruh, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi dan pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan kurangnya pendampingan dari pihak terkait sering kali menjadi hambatan dalam penerapan konsep ini. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya yang lebih intensif untuk mendukung UMKM dalam memahami dan menerapkan *halal value chain*, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen muslim tetapi juga memiliki daya saing di pasar yang lebih luas.

2. LANDASAN TEORI

Halal Value Chain

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah "halal" merujuk pada sesuatu yang diperbolehkan menurut hukum agama Islam. Secara umum, halal adalah segala sesuatu yang boleh digunakan atau dilakukan dalam ajaran Islam, termasuk makanan dan minuman yang dikonsumsi umat Muslim. Selain itu, makanan dan minuman tidak hanya harus halal, tetapi juga harus *thayyib*, yaitu berkualitas baik dan bermanfaat bagi kesehatan (Zahrah and Fawaid 2019; Safitri et al. 2025).

Halal value chain adalah konsep yang mengacu pada seluruh rangkaian proses dan aktivitas yang memastikan

bahwa produk atau layanan memenuhi standar halal menurut hukum Islam. Halal, yang berarti diperbolehkan dalam bahasa Arab, mencakup berbagai aspek, termasuk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya. Konsep ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahap dalam proses produksi dan distribusi mematuhi prinsip-prinsip syariah (Zakiyah et al. 2023).

Halal *value chain* merupakan upaya terintegrasi dalam industri yang mencakup seluruh rangkaian aktivitas mulai dari input, produksi, distribusi, pemasaran, hingga konsumsi. Proses ini memastikan bahwa setiap tahapan dalam menghasilkan produk halal mematuhi standar syariah. Dalam menghasilkan produk halal, perhatian utama adalah pada pemilihan dan pengelolaan bahan baku. Bahan baku harus bebas dari unsur haram (terlarang) dan najis (kotor), dan proses pengolahan harus dilakukan dengan teknologi yang tidak menyebabkan kontaminasi silang dengan bahan haram (Imani and Putri 2023).

Indikator Halal *value chain*

Penerapan halal *value chain* merupakan upaya untuk memastikan bahwa setiap tahap dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk mematuhi prinsip-prinsip syariah. Setiap langkah dalam rantai pasok, mulai dari pemilihan bahan baku yang halal hingga pemasaran yang jujur dan transparan, sangat penting untuk menjaga integritas dan kualitas produk. Adapun indikator halal *value chain* adalah sebagai berikut (Nuratikah et al. 2024):

1) Bahan Baku

Bahan baku adalah komponen awal dalam rantai pasok halal yang sangat penting. Bahan baku yang digunakan harus bebas dari kontaminasi bahan haram, seperti alkohol, babi, atau bahan yang dilarang dalam Islam. Pemilihan bahan baku harus dilakukan dengan cermat untuk memastikan produk akhir tetap halal. Selain itu, bahan baku juga harus memenuhi standar kebersihan dan

kesehatan, agar tidak hanya halal, tetapi juga aman untuk dikonsumsi

2) Proses Produksi

Proses produksi merupakan tahapan penting untuk memastikan kehalalan produk. Selama proses ini, bahan baku harus diolah dengan cara yang sesuai dengan syariah, menjaga agar tidak ada kontaminasi silang antara bahan halal dan non-halal. Proses produksi juga harus menjaga kebersihan dan sanitasi, serta memastikan bahan tambahan seperti pewarna atau pengawet yang digunakan adalah halal dan terverifikasi kehalalannya.

3) Distribusi

Distribusi melibatkan semua langkah untuk mengirimkan produk dari produsen ke konsumen. Pada tahap ini, pengemasan yang tepat diperlukan untuk melindungi produk halal dari kontaminasi bahan non-halal. Selain itu, proses transportasi dan penyimpanan produk harus dijaga kebersihannya, dengan pemisahan yang jelas antara produk halal dan non-halal agar tidak terjadi pencemaran silang.

4) Pemasaran Produk

Pemasaran produk halal harus dilakukan dengan jujur, transparan, dan sesuai syariah. Informasi yang diberikan harus akurat tanpa klaim palsu, terutama terkait sertifikasi halal. Label halal harus sesuai dengan standar yang berlaku. Selain itu, penting untuk menjelaskan kehalalan bahan, proses produksi, pengemasan, dan distribusi produk. Tujuan pemasaran adalah mengedukasi konsumen agar memilih produk yang sesuai dengan ajaran Islam dan menjaga kepercayaan konsumen.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, termasuk di antaranya perdagangan, industri, jasa, dan pertanian. UMKM memegang peran penting dalam perekonomian suatu negara karena kontribusinya yang signifikan terhadap

pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan distribusi pendapatan. Karakteristik utama dari UMKM adalah skala usaha yang relatif kecil, jumlah karyawan yang terbatas, dan tingkat modal yang terbatas pula (Nuramalita Hasanah 2020).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada jenis usaha yang memiliki cakupan pasar yang terbatas, melibatkan jumlah tenaga kerja yang terbatas, dan umumnya dikelola secara mandiri oleh pemilik usaha. Konsep ini sejalan dengan pandangan Bank Dunia yang mengidentifikasi UMKM sebagai bentuk bisnis yang memenuhi minimal dua dari tiga kriteria yang diukur dalam aspek kekuatan karyawan, ukuran aset, atau jumlah penjualan tahunan.

UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia (Ida Farida, Kamiruddin 2022). Di banyak negara, termasuk di Indonesia, UMKM menyumbang sebagian besar dari total jumlah usaha di sektor ekonomi. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 99% dari total usaha di Indonesia dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja.

Keberadaan UMKM memiliki dampak positif yang luas, terutama dalam menciptakan lapangan kerja. Dengan jumlah karyawan yang terbatas dan skala usaha yang relatif kecil, UMKM memiliki fleksibilitas dalam merespons perubahan ekonomi dan memainkan peran penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di masyarakat. Dengan menciptakan lapangan kerja, UMKM juga membantu mengatasi masalah ketenagakerjaan.

Ekonomi Syariah

Ekonomi sebagai suatu aspek kehidupan manusia sudah ada sejak manusia dilahirkan. Ekonomi Syariah telah dipraktikkan sejak agama Islam itu diturunkan. Banyak ayat dalam al-qur'an tentang ekonomi dan praktik kehidupan

Rasulullah Saw., yang mencerminkan perilaku ekonomi yang sesuai syariat. Ekonomi Syariah adalah cabang pengetahuan yang bertujuan mewujudkan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang langka sesuai dengan ajaran Islam untuk mewujudkan keseimbangan makroekonomi.

Pada intinya, ekonomi syariah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara sesuai dengan prinsip syariat Islam. Pengertian syariat adalah ajaran tentang hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia dengan Allah Swt., hubungan manusia dengan manusia dan alam sekitar yang berdasar dari al-qur'an dan hadis (Muljawan, Suseno, and Purwanta 2018).

Karakteristik Aktivitas Ekonomi Syariah

Terdapat beberapa aktivitas ekonomi syariah yaitu sebagai berikut (Jaih Mubarak, Khotibul Umam, Destri Budi Nugraheni and Primandasetio, Kesumawati Syafei 2018):

- 1) Niat berniaga karena Allah swt., dan bertransaksi secara jujur
- 2) Berniaga dengan baik dan amanah
- 3) Selalu menepati janji dan mengantarkan barang-barang yang kualitasnya telah disepakati secara tepat waktu
- 4) Sungguh-sungguh dalam setiap urusan dan segera mengerjakan urusan yang lain begitu selesai mengerjakan satu urusan.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, karena data diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu UMKM di Kabupaten Bone. Penelitian ini bertujuan untuk memahami implementasi halal value chain pada

produk home industri dalam perspektif ekonomi syariah secara mendalam. Data diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer yang dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara dengan pelaku UMKM, dan dokumentasi, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, jurnal, dan dokumen terkait. Subjek penelitian ini adalah UMKM di Kabupaten Bone, sementara objek penelitiannya adalah praktik halal value chain. Teknik analisis data yang digunakan mengacu pada model Miles dan Huberman, yaitu melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan sampai data dianggap jenuh dan dapat disimpulkan secara valid.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

A. Deskripsi Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini difokuskan pada pemilik atau owner dari pelaku usaha UMKM di Kabupaten Bone. Terdapat tiga informan utama, yaitu: (1) Ibu Rosnawati, pemilik usaha Dapur Rosna yang memproduksi gorengan teri kacang sejak tahun 2022; (2) Bapak Al-Fakhri Bahar, pemilik usaha Mentaibon yang memproduksi mentai rice sejak tahun 2022; dan (3) Ibu Dilla Azzahra, pemilik usaha Risol Mayo yang memproduksi risol mayo dan risol cokelat, juga sejak tahun 2022.

B. Implementasi Halal *value chain* Pada Produk *Home Industri* Pada UMKM di Kabupaten Bone

Penerapan konsep halal value chain menjadi semakin penting dalam pengembangan produk UMKM, khususnya pada sektor home industri yang bergerak di bidang makanan. Halal value chain merupakan pendekatan menyeluruh dalam rantai pasok halal yang mencakup seluruh proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pemasaran produk. Konsep ini tidak hanya memastikan kehalalan produk dari segi bahan, tetapi

juga menjamin kebersihan, keamanan, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah di setiap tahapan rantai pasok.

Dalam konteks UMKM home industri, implementasi halal value chain menjadi tantangan tersendiri karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan pelaku usaha terhadap standar halal yang berlaku. Namun, seiring meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya kehalalan dan kualitas produk, pelaku usaha mulai berupaya menerapkan prinsip halal secara konsisten. Hal ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga sebagai strategi meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Beberapa aspek penting dalam halal value chain meliputi:

1) Bahan Baku

Pemilihan bahan baku merupakan tahap awal yang sangat menentukan dalam penerapan halal value chain. Kehalalan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh proses akhirnya, tetapi juga sangat bergantung pada sumber dan kejelasan bahan yang digunakan. Oleh karena itu, pelaku usaha, khususnya di sektor makanan, perlu memastikan bahwa seluruh bahan baku berasal dari sumber yang halal, bebas dari unsur haram dan najis, serta memiliki legalitas atau sertifikasi yang dapat dipercaya. Upaya ini mencerminkan tanggung jawab pelaku usaha untuk menjaga integritas halal sejak proses paling awal dalam rantai produksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Dalam menjalankan usaha ini, saya selalu memastikan bahwa seluruh bahan baku yang digunakan berasal dari sumber yang halal dan jelas asal-usulnya. Sebelum membeli, saya biasa menanyakan langsung kepada penjual apakah barang dagangan mereka memang halal dan tidak mengandung unsur yang dilarang dalam syariat Islam.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Kami selalu memastikan bahwa bahan baku ayam yang kami gunakan berasal dari pemasok tetap yang sudah terpercaya dan halal. Selain itu, kami rutin memeriksa kualitas bahan tersebut agar produk yang kami hasilkan benar-benar aman dan sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, kami hanya membeli dari supplier yang jelas legalitasnya dan selalu membaca label dengan teliti untuk menghindari bahan yang diragukan.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Bahan yang digunakan semuanya halal, karena saya memakai bahan-bahan makanan yang telah memiliki label halal. Saya juga selalu memastikan kejelasan dan kehalalannya terlebih dahulu sebelum digunakan, agar bebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam syariat Islam.”

Selain daripada itu, aspek kebersihan dan keamanan bahan baku juga menjadi bagian penting dari prinsip halalan thayyiban, yaitu tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga baik dan layak konsumsi dari segi mutu. Pemeriksaan terhadap kondisi bahan baik dari tampilan fisik, aroma, hingga masa kedaluwarsa perlu dilakukan secara konsisten sebelum bahan tersebut masuk ke tahap produksi. Dengan menjaga kualitas bahan baku, pelaku usaha dapat menghasilkan produk akhir yang tidak hanya halal, tetapi juga aman dan berkualitas, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Saya memiliki beberapa pemasok tetap untuk bahan-bahan yang saya olah menjadi produk yang sudah jelas kehalalannya. Karena saya memproduksi

makanan halal, saya harus memilih pemasok yang memang terpercaya dan jelas halal.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Kami sangat memperhatikan kebersihan dan keamanan bahan yang digunakan. Setiap bahan baku selalu diperiksa secara teliti untuk memastikan tidak ada kotoran, bau aneh, atau tanda kerusakan. Selain itu, kami memilih pemasok yang sudah terpercaya.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Saya memiliki standar kebersihan pada setiap bahan yang akan diolah, sehingga kebersihan dan keamanan bahan baku tetap terjaga. Selain itu, saya juga memiliki pemasok tetap yang kehalalannya sudah dipercaya, seperti Dapur Indo dan Surya Indah.”

2) Proses Produksi

Tahap proses produksi merupakan bagian penting dalam halal value chain yang memastikan proses pengolahan bahan baku berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip kehalalan dan kebersihan. Pada fase ini, pelaku usaha harus menerapkan standar dan prosedur yang ketat agar produk yang dihasilkan tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga higienis dan aman untuk dikonsumsi. Proses produksi yang sesuai dengan prinsip halal juga mencakup penggunaan peralatan yang bersih dan terpisah dari bahan atau produk yang tidak halal, serta menjaga kebersihan lingkungan produksi guna menghindari kontaminasi silang. Dengan demikian, tahap produksi menjadi kunci dalam menjaga integritas halal sepanjang rantai pasok hingga produk siap dipasarkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Selama proses produksi, alat dan bahan yang saya gunakan selalu dibersihkan dan dipastikan layak untuk digunakan. Saya juga memastikan tidak terjadi kontaminasi silang antara bahan halal dan non-halal karena semua bahan yang digunakan sudah jelas kehalalannya.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Dalam proses produksi, saya selalu menjaga kebersihan alat dan area dengan mencuci peralatan sebelum dan sesudah digunakan. Area produksi juga dipisahkan dari tempat lain di rumah untuk menjaga kehalalan produk. Kami sangat teliti agar tidak terjadi kontaminasi silang antara bahan halal dan non-halal.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Seluruh alat dan bahan yang saya gunakan sudah jelas dan tidak diragukan kehalalannya, sehingga tidak ada kebutuhan untuk pemisahan secara khusus. Selain itu, saya memastikan tidak terjadi kontaminasi silang karena semua bahan yang digunakan adalah bahan yang halal dan sudah terjamin kehalalannya.”

Dalam proses produksi, selain memastikan kehalalan bahan baku dan kebersihan alat, pelaku usaha juga perlu memperhatikan penggunaan bahan tambahan serta penerapan kebersihan dan sanitasi di tempat produksi. Hal ini penting agar produk yang dihasilkan tidak hanya halal secara syariat, tetapi juga aman, higienis, dan berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Saya tidak menggunakan pewarna ataupun pengawet dalam produk saya, hanya memakai penyedap yang sudah

berlabel halal dan kehalalannya tidak diragukan. Selain itu, saya sangat memperhatikan kebersihan di tempat produksi, mulai dari alat dan bahan yang digunakan harus dalam keadaan bersih. Setelah proses produksi selesai, saya juga selalu membersihkan alat dan area produksi hingga benar-benar bersih.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Kami tidak menggunakan pewarna atau pengawet, hanya penyedap berlabel halal yang dipakai. Kebersihan dan sanitasi tempat produksi selalu dijaga dengan rutin membersihkan alat dan area kerja sebelum dan sesudah produksi. Alat dicuci dengan sabun dan air bersih, lalu disimpan di tempat kering dan tertutup untuk menghindari debu dan kotoran, sehingga produk yang dihasilkan aman dan higienis.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Saya hanya menggunakan penyedap yang sudah berlabel halal, sehingga kehalalannya tidak diragukan. Dalam hal kebersihan dan sanitasi, kami selalu membersihkan tempat produksi secara rutin, baik sebelum maupun sesudah proses produksi berlangsung agar tetap higienis dan layak untuk digunakan.”

3) Distribusi

Tahap distribusi dalam halal value chain memegang peranan penting untuk memastikan produk yang telah diproduksi sesuai standar kehalalan sampai ke konsumen dengan kualitas dan kehalalan yang tetap terjaga. Proses ini mencakup pengelolaan penyimpanan, pengemasan, serta transportasi yang harus dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip halal dan kebersihan secara ketat.

Penanganan produk selama distribusi harus menghindari kontaminasi dengan bahan atau produk non-halal, serta

menjaga keamanan dan kebersihan agar produk yang diterima konsumen benar-benar halal, aman, dan berkualitas. Oleh sebab itu, distribusi menjadi bagian krusial dalam menjaga integritas halal sepanjang rantai pasok sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal yang dijual.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Saya selalu memastikan proses pengemasan produk dilakukan dengan bersih dan higienis. Sebelum pengemasan, saya membersihkan wadah yang akan digunakan sampai benar-benar bersih agar produk bisa bertahan lama. Selain itu, saya juga menjaga kebersihan tempat penyimpanan produk supaya tetap aman dan higienis.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Kami selalu memastikan proses pengemasan dilakukan secara bersih dan higienis, menggunakan wadah aluminium foil yang steril dan aman. Sebelum pengemasan, tangan dibersihkan dan menggunakan sarung tangan, serta menjaga kebersihan area kerja. Penyimpanan produk juga dilakukan di ruang khusus yang rutin dibersihkan agar kualitas produk tetap terjaga hingga ke tangan konsumen.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Proses pengemasan produk dilakukan secara higienis karena saya mengerjakannya sendiri dan selalu memastikan kebersihan alat, bahan, dan benda-benda yang digunakan. Untuk penyimpanan produk, saya menyimpannya di dalam kulkas dengan wadah tertutup, serta menyediakan tempat khusus agar kebersihan dan kualitas produk tetap terjaga.”

4) Pemasaran Produk

Pemasaran produk dalam halal value chain memegang peranan penting untuk memastikan bahwa produk yang sudah melalui proses produksi dan distribusi yang halal sampai ke konsumen dengan kepercayaan penuh terhadap kehalalannya. Selain strategi penjualan dan promosi, pemasaran juga harus menonjolkan transparansi informasi mengenai kehalalan produk, seperti kejelasan label halal, bahan yang digunakan, serta sertifikasi yang dimiliki. Hal ini penting agar konsumen merasa yakin dan nyaman dalam memilih produk sesuai prinsip syariat.

Proses pemasaran produk halal menuntut kejelasan informasi dan transparansi agar dapat membangun kepercayaan konsumen. Label halal sebagai penanda resmi kehalalan produk memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk yang dibeli sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, penyampaian informasi promosi yang akurat dan sesuai fakta menjadi kunci agar konsumen tidak mengalami kebingungan atau salah paham mengenai produk yang ditawarkan. Berikut ini adalah wawancara terkait praktik pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk memastikan kehalalan produk dan keterbukaan informasi kepada konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Saya selalu mencantumkan label halal pada produk saya untuk memberikan kepastian kepada konsumen mengenai kehalalan produk. Selain itu, saya juga memastikan bahwa semua informasi yang disampaikan dalam promosi benar-benar sesuai dengan fakta produk yang saya tawarkan.”

Berbeda dengan ungkapan Bapak al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang sampai saat ini belum mencantumkan label halal pada produk kemasan yang diproduksi. Beliau menyatakan bahwa :

“Kami pernah mendapat tawaran untuk mencantumkan label halal pada produk kami, namun hingga kini belum sempat melakukannya. Kami sangat menyadari pentingnya label halal sebagai jaminan bagi konsumen, terutama yang menjalankan syariat Islam. Oleh karena itu, kami berencana untuk mulai mencantumkan label halal pada produk kami saat ada kesempatan dan waktu yang memungkinkan, sehingga ke depannya produk kami akan dilengkapi dengan informasi halal yang jelas.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Saya tidak mencantumkan label halal pada produk karena usaha yang saya jalankan masih berskala rumahan dan kecil. Tapi, dalam menyampaikan promosi kepada konsumen, baik secara langsung maupun melalui media sosial, saya selalu menyampaikan informasi yang sesuai dengan fakta mengenai produk yang ditawarkan.”

Selain itu, kejujuran dan keterbukaan menjadi prinsip penting dalam kegiatan pemasaran produk halal agar konsumen mendapatkan informasi yang tepat dan tidak salah paham. Menghindari klaim berlebihan dan memberikan edukasi tentang kehalalan produk menjadi upaya pelaku usaha untuk menjaga kepercayaan serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa :

“Saya selalu menghindari klaim atau informasi yang dapat menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen karena hal tersebut bisa mengurangi kepercayaan mereka. Selain itu, saya juga pernah memberikan edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya memilih produk yang sudah terverifikasi halal, karena sebagai masyarakat muslim, kita sebaiknya mengonsumsi makanan yang jelas kehalalannya.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Kami selalu berusaha menghindari klaim atau informasi yang bisa menimbulkan kesalahpahaman bagi konsumen. Kami pastikan semua yang kami sampaikan jujur dan sesuai fakta, tanpa melebih-lebihkan, agar kepercayaan konsumen tetap terjaga. Selain itu, kami juga memberikan edukasi tentang kehalalan produk secara sederhana, baik melalui penjelasan langsung maupun media sosial, supaya konsumen semakin sadar dan percaya akan produk yang kami tawarkan.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Dalam kegiatan pemasaran, saya selalu berusaha menyampaikan informasi yang jelas dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Sejauh ini belum pernah ada komplain dari konsumen terkait informasi yang saya sampaikan. Saya juga selalu memastikan dan meyakinkan kepada konsumen serta calon konsumen bahwa produk yang saya jual adalah produk yang halal.”

C. Strategi Peningkatan Implementasi Halal value chain Pada Produk Home Industri Perspektif Ekonomi Syariah Pada UMKM di Kabupaten Bone

Implementasi halal value chain pada produk home industri UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pemenuhan prinsip-prinsip syariah. Halal value chain merupakan pendekatan yang mencakup seluruh aspek proses produksi hingga distribusi, dengan memastikan bahwa setiap tahapan sesuai dengan prinsip halal dan thayyiban. Dalam perspektif ekonomi syariah, penerapan halal value chain tidak hanya menjadi kewajiban

moral dan religius, melainkan juga sebagai strategi peningkatan daya saing dan kepercayaan pasar terhadap produk UMKM, terutama di tengah meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap pentingnya kehalalan.

1) Edukasi dan Pelatihan Pelaku Usaha

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa:

“Saya pernah ikut pelatihan tentang sertifikasi halal, dan itu sangat membantu saya memahami pentingnya menjaga kehalalan produk sejak dari bahan hingga proses distribusinya. Pelatihan tersebut membuat saya sadar bahwa menjaga kehalalan tidak hanya soal bahan baku, tapi juga proses produksi dan pengemasan. Selain itu, saya jadi paham bagaimana cara mengurus sertifikasi halal dengan benar, sehingga produk saya lebih dipercaya konsumen.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa:

“Pelatihan mengenai halal sangat penting karena banyak pelaku usaha kecil belum mengerti standar halal secara menyeluruh. Saya baru tahu bahwa selain bahan harus halal, ada juga aturan ketat soal peralatan dan proses produksi. Kalau ada pelatihan rutin dan gratis, kami pasti sangat tertarik ikut, apalagi kalau bisa dibimbing sampai mendapatkan sertifikat halal. Ini akan membantu kami membangun kepercayaan konsumen.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Saya memang belum pernah ikut pelatihan halal secara langsung, tapi saya sadar bahwa menjaga kehalalan produk itu sangat penting. Mulai dari memilih bahan yang jelas halal hingga menjaga kebersihan alat dan tempat produksi, semuanya saya perhatikan. Saya juga

selalu memastikan bahwa informasi yang saya sampaikan ke konsumen sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya.”

2) Akses terhadap sertifikasi halal

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rosnawati selaku pemilik Dapur Rosna yang menyatakan bahwa:

“Proses sertifikasi halal sebenarnya sangat bagus dan penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, tapi kadang kami merasa prosesnya terlalu rumit dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Jika ada bantuan, seperti pendampingan atau subsidi dari pemerintah, kami sebagai pelaku usaha kecil pasti akan sangat terbantu dan termotivasi untuk mengurus sertifikasi tersebut.”

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Al-Fakhri Bahar selaku pemilik usaha Mentaibon yang menyatakan bahwa :

“Kami pernah diajak untuk mengurus sertifikasi halal, namun karena biayanya cukup besar dan prosesnya masih terasa kompleks dan belum kami pahami secara menyeluruh, kami akhirnya belum melanjutkan. Jika ke depannya ada pendampingan dari pihak berwenang yang bisa membantu memahami dan memudahkan proses tersebut, kami pasti akan sangat tertarik untuk mengikutinya.”

Pernyataan ini kemudian diperkuat kembali oleh Ibu Dilla Azzahra selaku pemilik usaha risol mayo yang menyatakan bahwa :

“Saya belum pernah mengurus sertifikasi halal karena memang belum tahu secara pasti prosedurnya seperti apa. Kadang terdengar rumit dan mahal, jadi saya ragu untuk memulai. Tapi kalau ada pendampingan atau bimbingan dari instansi terkait, saya pasti ingin ikut, karena saya tahu sertifikasi halal itu penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan mengembangkan usaha.”

PEMBAHASAN

A. Implementasi *Halal value chain* Pada Produk Home Industri Pada UMKM di Kabupaten Bone

Penerapan *halal value chain* pada produk home industri di sektor UMKM merupakan upaya penting dalam menjaga kehalalan dan kualitas produk secara menyeluruh. Konsep ini mencakup seluruh rantai pasok, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah. Di Kabupaten Bone, pelaku UMKM menunjukkan perhatian besar terhadap kehalalan produk, terutama pada jenis usaha makanan dan minuman. Meskipun belum seluruhnya memiliki sertifikasi halal formal, praktik-praktik yang mencerminkan nilai-nilai halal dan kebersihan sudah diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Hal ini menjadi indikasi bahwa pendekatan *halal value chain* mulai diintegrasikan dalam pola kerja usaha rumahan sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan kepercayaan terhadap konsumen.

1. Bahan Baku

Langkah awal dalam menjaga kehalalan produk dimulai dari proses pemilihan bahan baku. Bahan yang digunakan harus terbebas dari unsur haram dan najis, serta diperoleh dari sumber yang terpercaya. Di Kabupaten Bone, pelaku UMKM yang memilih bahan dengan label halal dan menghindari bahan tambahan yang meragukan status kehalalannya. Selain legalitas, aspek kebersihan dan keamanan juga dijadikan prioritas, seperti memastikan bahan dalam kondisi baik, tidak kedaluwarsa, dan disimpan dalam tempat yang bersih.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 3 UMKM di Kabupaten Bone, seluruh pelaku usaha menyatakan bahwa bahan baku dipilih berdasarkan pertimbangan kehalalan dan keamanan konsumsi. Pemasok tetap dipilih berdasarkan pengalaman dan kepercayaan, serta hanya bahan dengan informasi jelas yang digunakan. Dalam

proses seleksi, warna, bau, dan kemasan bahan diperiksa terlebih dahulu sebelum diproses. Kebersihan tempat penyimpanan bahan baku juga dijaga untuk menghindari kontaminasi dan kerusakan bahan.

2. Proses Produksi

Tahap produksi menjadi titik penting dalam menjaga integritas halal suatu produk. Proses ini menuntut peralatan yang bersih, area produksi yang higienis, serta perlakuan terhadap bahan dan produk yang sesuai syariat Islam. Tidak diperkenankan adanya pencampuran antara alat yang digunakan untuk bahan halal dan bahan non-halal. Selain itu, sanitasi dan pengawasan proses juga menjadi bagian dari kualitas produksi yang sesuai dengan prinsip *halalan thayyiban*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 3 UMKM di Kabupaten Bone, proses produksi dilakukan di ruang khusus yang tidak bercampur dengan aktivitas rumah tangga lainnya. Seluruh peralatan dibersihkan sebelum dan sesudah digunakan. Penggunaan bahan tambahan seperti pengawet dan pewarna dibatasi hanya pada bahan yang telah memiliki label halal. Penanganan produk dilakukan dengan cara yang higienis dan sesuai standar sanitasi rumah tangga agar hasil produksi tetap terjaga dari aspek kesehatan maupun agama.

3. Distribusi

Distribusi produk yang telah selesai diproduksi juga menjadi bagian tak terpisahkan dari *halal value chain*. Dalam proses ini, produk harus dikemas dengan rapi, disimpan dalam wadah yang aman, dan didistribusikan dengan cara yang tidak merusak kualitas maupun kehalalannya. Pengemasan dan penyimpanan yang tepat mencegah kontaminasi silang, menjaga cita rasa, serta memastikan produk tetap layak konsumsi hingga sampai ke tangan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 3 UMKM di Kabupaten Bone,

proses distribusi dilakukan dengan menggunakan kemasan bersih dan tertutup rapat. Produk yang siap jual tidak ditempatkan bersama dengan barang-barang rumah tangga lainnya untuk menghindari risiko pencemaran. Wadah kemasan dipilih dari bahan yang aman untuk makanan, seperti plastik berstandar food grade atau kertas pembungkus steril. Pengiriman dilakukan secara langsung atau melalui jasa pengantaran lokal dengan pengawasan kondisi produk agar tetap utuh dan tidak rusak selama perjalanan.

4. Pemasaran Produk dengan Transparansi Informasi

Dalam konsep halal value chain, pemasaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan, tetapi juga sebagai medium edukasi dan transparansi kepada konsumen. Informasi yang disampaikan harus akurat, tidak menyesatkan, dan menggambarkan kondisi produk dengan jujur, termasuk mengenai kehalalan bahan dan proses produksinya. Transparansi informasi membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 3 UMKM di Kabupaten Bone, informasi mengenai kehalalan produk disampaikan secara langsung saat proses pemasaran, baik melalui promosi lisan, kemasan, maupun media sosial. Bahasa promosi tidak berlebihan dan tetap menjaga kejujuran. Selain itu, penjual juga memberikan edukasi kepada konsumen mengenai bahan yang digunakan dan cara pengolahan produk. Meski belum semua produk memiliki label halal resmi dari MUI, informasi yang diberikan secara terbuka kepada pelanggan dinilai cukup untuk meyakinkan konsumen tentang kualitas dan kehalalan produk.

Dengan demikian, penerapan halal value chain pada UMKM home industri di Kabupaten Bone berjalan seiring dengan meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya aspek kehalalan

dalam setiap tahapan bisnis. Mulai dari pemilihan bahan baku yang halal dan aman, proses produksi yang bersih dan sesuai syariah, hingga distribusi dan pemasaran yang menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen, seluruh aspek telah diupayakan untuk selaras dengan prinsip halalan thayyiban.

B. Strategi Peningkatan Implementasi Halal value chain Pada Produk Home Industri Perspektif Ekonomi Syariah Pada UMKM di Kabupaten Bone

Strategi peningkatan implementasi halal value chain pada produk home industri UMKM di Kabupaten Bone merupakan bagian integral dalam membangun sistem ekonomi yang berlandaskan prinsip syariah. Konsep halal value chain mencakup seluruh proses dari hulu ke hilir mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, pengemasan, distribusi, hingga pemasaran yang sesuai dengan prinsip halalan thayyiban. Dalam pandangan ekonomi syariah, halal value chain tidak hanya sebagai instrumen pemenuhan hukum agama, tetapi juga sebagai pendekatan bisnis strategis untuk membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas pasar secara berkelanjutan.

Meskipun sebagian pelaku UMKM di Kabupaten Bone telah menerapkan nilai-nilai halal dalam proses usahanya, penerapannya belum dilakukan secara sistematis dan menyeluruh. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain adalah keterbatasan informasi, akses terhadap pelatihan dan edukasi, serta belum optimalnya fasilitasi proses sertifikasi halal dari pihak terkait.

1. Edukasi dan Pelatihan Pelaku Usaha

Peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep halal value chain merupakan fondasi awal dari proses transformasi usaha berbasis syariah. Edukasi dan pelatihan menjadi strategi kunci dalam membentuk kesadaran dan kemampuan teknis pelaku usaha agar

dapat menjalankan proses bisnis yang memenuhi standar halal secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil wawancara, pelaku UMKM menyatakan bahwa pelatihan yang pernah diikuti memberikan dampak besar terhadap pemahaman mengenai pentingnya menjaga kehalalan tidak hanya dari bahan baku, tetapi juga dalam proses produksi, pengemasan, dan distribusi. Edukasi tersebut juga membantu mereka memahami bagaimana prosedur pengajuan sertifikasi halal yang sebelumnya dianggap rumit dan membingungkan.

Sebagian pelaku usaha mengungkapkan bahwa pelatihan yang aplikatif, disertai praktik langsung serta bimbingan teknis yang berkelanjutan sangat dibutuhkan, khususnya bagi mereka yang belum pernah mendapatkan pelatihan sebelumnya. Adanya simulasi atau studi kasus dalam pelatihan juga dinilai sangat membantu dalam menerapkan ilmu yang didapat ke dalam usaha sehari-hari. Pelaku UMKM lainnya menyampaikan bahwa edukasi mandiri melalui media sosial memang bermanfaat, tetapi masih terbatas. Oleh karena itu, mereka sangat berharap agar pelatihan halal dapat dilaksanakan secara berkala, terstruktur, dan menasar langsung ke komunitas usaha rumahan yang selama ini belum banyak tersentuh oleh program formal.

Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa edukasi dan pelatihan merupakan kebutuhan utama. Strategi pelatihan sebaiknya dirancang secara partisipatif dan kontekstual, serta melibatkan lembaga sertifikasi halal, pemerintah daerah, dan institusi pendidikan Islam agar pelaku UMKM memiliki akses yang mudah terhadap informasi dan pendampingan halal secara menyeluruh.

2. Akses terhadap Sertifikasi Halal

Selain edukasi, kemudahan akses terhadap sertifikasi halal juga menjadi strategi penting dalam mewujudkan halal

value chain. Dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang merasa kesulitan dalam memahami alur pengurusan sertifikasi, termasuk kendala biaya dan teknis administrasi yang cukup kompleks. Dari hasil wawancara, pelaku usaha menyampaikan bahwa keinginan untuk mengurus sertifikasi halal cukup tinggi, namun realitas di lapangan menunjukkan bahwa keterbatasan dana dan informasi menjadi penghambat utama. Banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui prosedur pengajuan sertifikasi, dokumen yang dibutuhkan, serta lembaga yang dapat membantu dalam proses tersebut.

Beberapa pelaku UMKM juga mengungkapkan bahwa pendampingan dari lembaga terkait sangat diperlukan untuk membimbing sejak awal, mulai dari pemetaan kesiapan usaha, pengisian formulir, hingga proses audit halal. Jika tersedia program bantuan berupa subsidi biaya sertifikasi, mereka menyatakan siap untuk mengikuti prosesnya demi meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan.

Hasil wawancara ini juga menunjukkan bahwa proses sertifikasi halal masih dianggap sebagai sesuatu yang jauh dari jangkauan UMKM, padahal sertifikasi ini sangat penting untuk meningkatkan nilai jual produk dan membuka akses pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, strategi peningkatan implementasi halal value chain harus mencakup penyediaan pendampingan teknis secara gratis atau bersubsidi, serta penyederhanaan prosedur sertifikasi agar lebih ramah bagi pelaku usaha kecil.

Secara keseluruhan, strategi peningkatan implementasi halal value chain perlu difokuskan pada aspek edukasi yang berkelanjutan dan kemudahan akses terhadap sertifikasi halal. Edukasi dan pelatihan yang aplikatif mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap konsep halal secara menyeluruh, sedangkan fasilitasi sertifikasi halal akan membantu dalam

mewujudkan kepercayaan pasar secara lebih luas.

Kedua strategi ini perlu didukung oleh sinergi antara pemerintah daerah, lembaga sertifikasi halal, dan institusi keuangan syariah untuk membentuk ekosistem usaha yang kondusif bagi pertumbuhan industri halal di tingkat UMKM. Apabila pelaku UMKM didukung secara sistematis melalui pelatihan dan pendampingan, maka penerapan halal value chain tidak hanya menjadi simbol kepatuhan syariah, tetapi juga menjadi kekuatan ekonomi baru yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Dapat ditarik kesimpulan untuk pembahasan diatas, yaitu:

1. Implementasi halal *value chain* pada produk home industry sektor UMKM di Kabupaten Bone merupakan bentuk kesadaran pelaku usaha dalam menjaga kehalalan dan kualitas produk secara menyeluruh. Praktik ini mencakup tahapan penting mulai dari pemilihan bahan baku yang halal dan aman, proses produksi yang bersih dan sesuai prinsip syariah, distribusi yang memperhatikan standar sanitasi serta pengemasan yang layak, hingga kegiatan pemasaran yang dilakukan secara jujur dan transparan kepada konsumen. Meskipun mayoritas belum memperoleh sertifikasi halal secara formal, praktik usaha yang diterapkan telah mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah dan prinsip halal *thayyiban*. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah berupaya menerapkan standar halal meski dengan keterbatasan pengetahuan dan fasilitas.
2. Strategi peningkatan implementasi halal value chain dalam perspektif ekonomi syariah berfokus pada penguatan aspek edukasi dan pelatihan pelaku usaha, serta kemudahan akses terhadap sertifikasi halal. Edukasi dan pelatihan memberikan kontribusi besar dalam menambah wawasan pelaku usaha mengenai pentingnya menjaga kehalalan tidak hanya pada bahan baku, tetapi juga dalam keseluruhan proses rantai pasok. Di sisi lain, kemudahan akses terhadap sertifikasi halal melalui pendampingan teknis, subsidi biaya, dan

penyederhanaan prosedur merupakan langkah penting dalam membantu UMKM agar dapat melegitimasi praktik usahanya secara formal. Strategi ini perlu disertai sinergi yang kuat antara pemerintah daerah, lembaga sertifikasi, dan institusi keuangan syariah agar pelaku UMKM tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal, tetapi juga memiliki peluang untuk menembus pasar halal nasional bahkan internasional

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Arna Asna. 2019. "Kopontren Dan Ekosistem Halal Value Chain." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 5 (1): 4.
- Hamzah, Aksi, Kamiruddin, Otong Karyono, and ST Najmah. 2024. "The Role of Sharia Economic Principles in Achieving Competitive Advantage: Perspectives and Applications." *Library Progress International* 44 (3): 2268.
- Hasniar, Hasniar, Abd.Rasyid R, and Jumniar Jumriani. 2025. "Mediasi Keputusan Pembelian Pada Label Halal Terhadap Pendapatan UMKM Produk Makanan Dan Minuman Di." *Ekonomi, Manajemen, Akutansi* 4 (2): 4430–38.
- Hesti, Eva Febriani Kartika. 2024. "Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Value Chain Pada UMKM Bakery Di Ponorogo." *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 81.
- Ida Farida, Kamiruddin, Fitriani. 2022. "The Role of Word of Mouth and Personal Selling in Improving MSME Marketing Performance in the Digitalization Era in Home Industry." *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)* 12 (2): 284.

- <https://doi.org/10.29322/ijsrp.12.02.2022.p12240>.
- Imani, Safarinda, and Imamatin Listya Putri. 2023. "Halal Value Chain Model In Pesantrenpreneur Ecosystem." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 12 (2): 260.
- Jaih Mubarak, Khotibul Umam , Destri Budi Nugraheni, Veri Antoni, and Shandy Primandasetio, Kesumawati Syafei. 2018. *Ekonomi Syariah*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Lisa Anggryani, Hukmiah Husain, Ulfa. 2024. "Konsep Pemikiran Ekonomi Al Ghazali: Relevansinya Dengna Perekonomian Di Era Modernisasi." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 5: 5–24.
- Muljawan, Dadang, Priyonggo Suseno, and Wiji Purwanta. 2018. *Ekonomi Syariah*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Nuramalia Hasanah. 2020. *Mudah Memahami Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Surabaya: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nuratikah, Muhammad Wahyudin Abdullah, Murtiadi Awaluddin, and Nurjanah. 2024. "Halal Value Chain Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada Bisnis Kuliner." *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, EKonomi Dan Teknologi* 1 (3): 73.
- Otong Karyono, Kamiruddin. 2024. "Strategy For Building Sharia-Conscious Competitiveness In Small And Medium Enterprises Based On Local Wisdom" 10 (September).
- Pratiwi, Intan Kusuma. 2022. *Halal Suplly Chain Management*. Mataram: CV. Alfa Press Creative.
- Rahmawati, Maulida Azkhi. 2024. "Implementasi Halal Value Chain Pada Usaha Makanan Di Kota Purwokerto (Studi Kasus Bakso Peking Purwokerto)." *Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. Kh. Saifuddin Zuhri*, 64.
- Safitri, Nurlisa, Andi Rezky Nur Aziza, Kamiruddin Kamiruddin, and Ahmad Abdul Mutalib. 2025. "Menyelisik Arus Gagasan Ekonomi Al-Ghazali Tentang Etika Dan Moralitas Dalam Aktivitas Ekonomi Islam." *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 6 (1): 92–109.
- Suwaibah. 2022. "Analisis Penerapan Halal Value Chain (Nilai Rantai Halal) Pada UMKM (Studi Di Toko Roti Wirda Cake, Gampong Merduati, Kota Banda Aceh)." *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniiry Banda Aceh*, 159.
- Zahrah, Aminatuz, and Achmad Fawaid. 2019. "Halal Food Di Era Revolusi Industri 4.0: Prospek Dan Tantangan." *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 3 (2): 121.
- Zakiyah, Iman Setya Budi, Parman Komarudin, and Abdul Wahab. 2023. "Analisis Halal Value Chain Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin." *Ekonomica*

*Sharia: Jurnal Pemikiran Dan
Pengembangan Ekonomi Syariah*
9 (1): 124.

