

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

**Aulia Syarif Nasution<sup>1</sup>**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

**Mutiah Khaira Sihotang<sup>2</sup>**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Email: [auliasyrfnasution@gmail.com](mailto:auliasyrfnasution@gmail.com),<sup>1</sup> [mutiahkhaira@umsu.ac.id](mailto:mutiahkhaira@umsu.ac.id),<sup>2</sup>

### **ABSTRACT:**

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

**Keywords:** *Halal Ecosystem; Value Chain; MSMEs*

### **ABSTRAK:**

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

**Kata kunci:** *Ekosistem Halal ; Value Chain ; UMKM*

## PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan keberagaman kuliner yang membentang dari Sabang sampai Merauke. Keberagaman ini merupakan pucuk dari perjalanan panjang sejarah kuliner Indonesia dari zaman prasejarah hingga saat ini. Ada sejumlah faktor yang melatar belakangi cita rasa kuliner Indonesia. Setiap wilayah di Indonesia membentuk potensi kulinernya masing-masing. Ini menjadikan kuliner di setiap wilayah di Indonesia memiliki karakteristik tersendiri.

Selama berabad-abad persentuhan berbagai pengaruh kebudayaan telah mendorong masyarakat di Indonesia untuk mempertahankan kebudayaan sekaligus menerima pengaruh kebudayaan mereka sendiri. Salah satu unsur utama yang membentuk kuliner Indonesia adalah pengaruh Barat (Eropa) dengan berbagai warisannya. Memasuki dasawarsa 1940-an, pamor Indische keuken mulai meredup. Selain masa-masa sulit (Malaise), masa pendudukan Jepang (1942 -1945) memunculkan dekolonisasi terhadap berbagai budaya Belanda di Indonesia salah satunya soal kulinernya.

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

Indonesia dalam menghadapi perdagangan bebas tingkat regional, internasional, dan global, dikhawatirkan sedang dibanjiri pangan dan produk lainnya yang mengandung atau terkontaminasi unsur haram. Dalam teknik pemrosesan, penyimpanan, penanganan, dan pengepakan sering kali digunakan bahan pengawet yang membahayakan kesehatan atau bahan tambahan yang mengandung unsur haram yang dilarang dalam Agama Islam. Perkembangan konsep halal dari pangan kepada bidang non pangan turut memicu perkembangan industri halal. Landasan dari definisi ini berdasarkan UU 33 Pasal 1 yang berbunyi:

Produk adalah barang dan/jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Keterkaitan dengan industri halal dengan pasal ini adalah sesuai dengan definisi dari industri sebagai suatu usaha, proses atau kegiatan pengolahan bahan baku baik bahan mentah ataupun bahan setengah jadi agar menjadi barang yang bernilai ekonomis lebih tinggi dan bermanfaat bagi masyarakat.

Dari enam sektor yang ada, makanan halal merupakan pilar industri halal terbesar dilihat dari sisi revenue. Hingga tahun 2014, market share sektor

ini ditingkat dunia mencapai 17 persen, dengan capaian yang masih terus bertambah. Dari sisi permintaan, Muslim terhadap makanan halal diperkirakan mencapai angka USD 1,9 miliar pada tahun 2021.

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

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

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

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

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

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

Kota Medan dengan jumlah penduduk sebanyak 2.435.252 jiwa memiliki jumlah UMKM sebesar 696.217 unit usaha yang didominasi oleh sektor perdagangan dan kuliner.

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

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

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

Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM di kecamatan Medan Marelan memerlukan perhatian khusus dari pemerintah daerah agar dapat terus mendorong serta mengoptimalkan program pengembangan UMKM lebih pesat lagi.

Hal ini berarti Medan Marelan merupakan salah satu wilayah yang UMKM nya sangat berkembang pesat baik itu UMKM Kecil, Mikro, maupun Menengah. Namun, pertanyaannya apakah UMKM tersebut sudah menerapkan ekosistem halal yang sesuai mengingat konsumennya lebih dominan pada masyarakat muslim.

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

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

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

## **PENGERTIAN PERUBAHAN SOSIAL**

Perubahan sosial didefinisikan sebagai perubahan yang terjadi dalam masyarakat dari satu standar hidup ke yang lain. Perubahan sosial merupakan fenomena yang selalu terjadi dalam suatu masyarakat. Perubahan sosial berarti perubahan institusi sosial atau peran sosial yang signifikan dalam perilaku sosial.<sup>1</sup> Apa yang pasti, masyarakat selalu berubah sesuai dengan perubahan zaman dan untuk memenuhi kebutuhan sosial.<sup>2</sup>

Definisi kata sosial dalam bahasa Inggris adalah *social*. Sedangkan kata sifatnya *society*,<sup>3</sup> yaitu masyarakat. Kata sosial mengacu pada segala sesuatu yang terjadi pada masyarakat. Masalah relatif antara individu dan beberapa individu tidak memiliki hubungan langsung dengan masyarakat, tidak dipahami dalam arti pengertian “sosial” tersebut. Contohnya perubahan sosial adalah perubahan populasi, atau migrasi dari satu tempat ke tempat lain, atau masalah ekonomi, seperti masyarakat miskin menjadi masyarakat kaya atau, masyarakat tani menjadi perusahaan.

Para ilmuwan menawarkan banyak definisi tentang perubahan sosial. Diantaranya, Samuel Keoning mengatakan bahwa perubahan sosial mengacu pada perubahan yang terjadi dalam pola kehidupan masyarakat. Perubahan yang terjadi disebabkan oleh faktor internal atau faktor luar.<sup>4</sup>

Kingsley Davis juga mengatakan bahwa perubahan sosial adalah satu perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi masyarakat.<sup>5</sup> Perubahan sosial merupakan bagian dari perubahan budaya. Misalnya, jika ada organisasi pekerja dalam masyarakat kapitalis, hal ini dapat menyebabkan perubahan dalam hubungan pekerja-majikan, yang mengarah pada perubahan budaya organisasi dalam politik.<sup>6</sup>

Hans Gerth dan C. Wright Mills mendefinisikan perubahan sosial sebagai segala sesuatu yang terjadi pada struktur sosial; peranannya, kelebagaannya, perkembangannya memerlukan beberapa perubahan dalam organisasi sosial suatu masyarakat baik dari segi pranata sosialnya maupun peran sosialnya.<sup>7</sup> Robert M. Maclver berkata: *Social change is meant changes in social relationships*, maksudnya bahwa perubahan sosial adalah perubahan dalam hubungan

---

<sup>1</sup> Samuel Koenig, *Mand And Society, the Basic Teaching of Sociology*, ed ke-1, (Net York: Boerners Van Noble Inc, 1957), 279

<sup>2</sup> Muhammad Khalid Mas'ud, *Filsafat Hukum Islam dan Perubahan Sosial*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1995), 44.

<sup>3</sup> Miranda Steel, *New Oxford: English-English-Malay Dictionary*, Ed ke-2 (Selangor: Oxford Fajar Sdn, 2009), 785.

<sup>4</sup> Samuel Koenig, *Mand and Society, the Basic*, 279.

<sup>5</sup> Kingsley Davis, *Human Society*, (New York: The Macmillan Company, 1949), 622 “*social change is meant only such alteration as occur in social organization. that is the structure and functions of society*”

<sup>6</sup> Elly, M Setidi dan Usman, Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*, (Jakarta: Kencana, 2011), 610.

<sup>7</sup> Hans Gerth and C. Wright Mills, *Character and Social Structure; The Psychology of Social Institutions*, Ed.ke-4, (London: Routledge & Kegan Paul Ltd, 1969), 398.

masyarakat.<sup>8</sup> Ronald Edari juga menambahkan bahwa perubahan sosial adalah perubahan terhadap perkembangan pranata sosial dan hubungan masyarakat dari waktu ke waktu.<sup>9</sup>

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perubahan sosial dalam pengertian istilah ini adalah sekumpulan perubahan yang terjadi pada struktur, fungsi, cara hidup dan sikap orang-orang dalam masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial, sehingga perubahan tersebut menciptakan nilai, fungsi baru. Norma dan hasil untuk memecahkan masalah masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Temuan Penelitian

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

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

<sup>8</sup> Robert M. Maclver, and Charles H Page, *Society: an Introductory Analysis*, (New York: Holt, Rinehart & Wiston, 1949), 511.

<sup>9</sup> Ronald Edari, *Social Change*. (Dubuque, Iowa: William C. Brown, 1976), 2

19	Widya Utari	✓	
20	Dania Rahmadani	✓	
	total	16	4

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

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

Pengetahuan tentang ekosistem halal adalah hal yang mendasar bagi para pelaku UMKM muslim untuk menjalankan usahanya. Pelaku UMKM harus memperhatikan ekosistem mulai dari memastikan tahap awal dari proses pembelian produk, pencucian, penyimpanan, pengemasan hingga proses akhir yaitu pendistribusian.

Sehinga konsep halal pada makanan dan minuman dijelaskan secara komprehensif bermaksud makanan dan minuman halal mencerminkan kebaikan (*thayyib*) pada setiap aspek lain seperti sehat, bersih, higienis, dan benar secara moral.

Analisis rantai nilai meliputi seluruh aktifitas yang terangkum dalam suatu rantai nilai, seperti: desain, sumber bahan baku, bahan intermediari, produksi, pemasaran, distribusi dan penyampaian kepada konsumen akhir.

Selain itu analisis rantai nilai berfungsi untuk mengidentifikasi tahap-tahap rantai nilai di mana industri dapat meningkatkan nilai tambah (Value chain) bagi pelanggan dan mengefisiensikan biaya yang dikeluarkan. Efisiensi biaya atau peningkatan nilai tambah (Value added) dapat membuat industri lebih kompetitif.

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

#### Pengetahuan Responden Terkait Value Chain Bagi Pelaku UMKM

No	Nama Pelaku UMKM	Menghasilkan Value Chain	Tidak Menghasilkan Value Cain
1	Zaid Nadawi	✓	
2	Irwansyah,	✓	
3	Hadi Sulistyو		✓
4	Herman		✓

5	Rivani Silvana	✓	
6	Hafnizar Nasution	✓	
7	Fara	✓	
8	Legiatik		✓
9	Sri Lestari		✓
10	Eka Agus Hariani		✓
11	Kiki		✓
12	Juliani		✓
13	Annisa Litun		✓
14	Ardiansyah		✓
15	Citra		✓
16	Siti Khodijah,	✓	
17	Ody		✓
18	Halimah		✓
19	Widya Utari	✓	
20	Dania Rahmadani	✓	
Total		8	12

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

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

Seharusnya pelaku UMKM yang menjalankan usahanya harus sudah mengetahui *value chain* dalam mengidentifikasi rantai ekosistemnya guna menemukan kelemahan yang terjadi diseluruh rantai ekosistem dari bahan mentah hingga aktivitas pelayanan pelanggan juga dan juga guna melihat suatu keunggulan perusahaan

## PEMBAHASAN

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

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

1. Harga yang tidak stabil



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

## 2. Dampak Pandemi

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

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

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

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

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

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

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

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

ekosistemnya tidak menghasilkan *value chain* dalam menjalankan kegiatan ekosistemnya.

Hal itu berarti, yang tidak menghasilkan *value chain* lebih dominan padahal menjaga rantai halal sama dengan dapat menambah nilai (*value chain*) bagi usahanya. Peneliti menemukan beberapa faktor ekosistem halal tidak menghasilkan *value chain*:

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

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

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

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

**Tabel Terkait Analisis Ekosistem Halal**

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

Dapat dilihat pada tabel tersebut, titik kritis kehalalan pada makanan dan minuman sebagai parameter halal atau tidaknya ekosistem yang dijalankan. Hasil dari penelitian deskriptif memperoleh kategori baik berdasarkan garis kontinum pada non titik kritis kehalalan yang artinya kegiatan proses ekosistem yang dijalankan pedagang aman dan terjamin kehalalannya.

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

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

1. Pelaku UMKM tersebut Muslim sehingga baginya suatu keharusan menjaga ekosistem halal
2. Konsumen yang lebih dominan muslim sehingga menjadi keharusan untuk menjaga ekosistem halal untuk mempertahankan konsumen
3. *Halal food and drink* yang semakin berkembang pesat membuat pelaku UMKM harus menjaga ekosistem halal guna mampu bertahan dan bersaing.

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

#### **Terkait Analisis Value Chain**

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

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

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

#### **KESIMPULAN**

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

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

#### **Bibliografi**

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>
- Ahyar, M. K., & Abdullah, A. (2020). Membangun Bisnis dengan Ekosistem Halal. *Jurnal Pasar Modal Dan Bisnis*, 2(2), 167–182. <https://doi.org/10.37194/jpmb.v2i2.46>
- Al-Bara, A.-B., & Nasution, R. (2018). Analisis Pengaruh Label Halal Pada Produk Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Masyarakat Kota Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 227–248. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v10i2.1987>
- Amir, A. S., & Tjibtosubroto, W. (2019). The Creating of Halal Value Chains : A Theoretical Approach. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 10(1), 14–22. <https://doi.org/10.9790/5933-1001011422>
- Aniek Rumijati, Aris Soelistyo, Ratih Juliati, Eko Handayanto, Jihadi, Mursidi, Rahmat Wijaya, Rizki Febriani, Sandra Irawati, Sri Wibawani, Uci Yuliati, Bambang Widagdo, Mohammad Rofik, Sri Budi Cantika Yuli, Wahyu Hidayat, I. Z. (2022). *Kemandirian Ekonomi dan Bisnis Indonesia Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*. (M. R. Warsono, Ed.) (Pertama). Malang: UMMPress.
- Annisa, A. A. (2019). Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(01), 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.398>
- Asnawi, U. F., & Ibrahim, R. R. (2018). Implementasi jaminan produk pangan halal di Jambi. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 18(2), 211. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v18i2.211-226>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister ...*, 4, 1–10.
- Bafadhal, A. S. (2020). *PARIWISATA KESEHATAN MUSLIM (Kajian Kontemporer)*. (TIM MNC Publishing, Ed.) (1st ed.). Malang: Media Nusa Creative.
- Denzin, Norman K, Yvonna S, L. (2009). *HANDBOOK OF QUALITATIVE RESEARCH*. YOGYAKARTA: PUSTAKA PELAJAR.
- Departemen Agama. (2012). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: CV. Afaq Erfani.
- Departemen Agama RI. (2015). *Al-Quran Terjemahan*. BANDUNG: CV Darus Sunnah.

- Dwi Prabowo. (2018). Analisa Perkembangan Umkm Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Di Kota Medan (Studi Kasus Di Kecamatan Medan Marelan).
- Fadly, R. (2016). *Sejarah; Budaya Kuliner Indonesia di Masa Kolonial 1870-1942*. (R. W. Hardjono Cici, Ed.) (PERTAMA). JAKARTA: PT. GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA.
- Fauji, D. A. S., & Ernestivita, G. (2019). Analisis Karakteristik Pelaku UM KM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kota Kediri. *PROSIDING Seminar Nasional Dan Call for Papers*, 12(2), 125–132.
- Fitra Muh, L. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. SUKABUMI: CV JEJAK.
- Hamid, A. (2012). *Buku Pintar Halal Haram Sehari-hari*. Yogyakarta: Diva Press.
- Handayani Tati, P. (2021). *MEMBANGUN EKOSISTEM INDUSTRI HALAL (PERTAMA)*. Yogyakarta: CV BULDI UTAMA.
- Hidayah, D. M. H. dan I. (2018). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. Retrieved February 22, 2022, from <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Imfazu Muhammad Yusuf, & Pradesyah Riyan, Cut Ernita Julistia, N. S. A. (2021). Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman ANALISIS EKOSISTEM HALAL VALUE CHAIN PADA UMKM DI KOTA MEDAN, 6(2), 247–255.
- Jannah, R., Yurisinthae, E., & Yusra, A. H. A. (2019). Analisis rantai nilai (value chain) kerupuk lidah buaya (aloevera) pada UKM I Sun Vera di Kota Pontianak. *Jurnal Agribisnis*, 1–12.
- Juliandi, A. (2014). *Metedologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. MEDAN: Umsu Press.
- Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional. (2018). No Title. Retrieved from [https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar\\_Preview.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf)